



การผลิตและการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด บ้านหนองตาแต้ม
อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การผลิตและการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด
บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**THE PRODUCTION AND MARKETING , GROUP OF HANDMADE HANDICRAFTS
FROM PINEAPPLE TISSUE PAPER FROM NONG-TA-TAM VILLAGE,
PRAN BURI, PRACHUAP KHIRI KHAN**



By

Apichai Jantarawattanawanich

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Program of Entrepreneurship

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2010

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “การผลิตและการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอบราหารบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” เสนอโดย นายอภิชัย จันทรวินนาวิช เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารท์ศนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร. ธนินทร์รัฐ รัตนพงษ์กัญญา)

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

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภนัท หอมสุต)

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

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

51602369 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : การผลิตและการตลาด

อภิษฐ์ จันทรวัดนาวิช : การผลิตและการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์
กระดาษจากใยสัปปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. อาจารย์ที่
ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 74 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากระบวนการการผลิต ปัญหาและอุปสรรคใน
กระบวนการ การผลิตและด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด บ้านหนองตาแต้ม
อำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ระดับลึก
(In-depth Interviews) โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์
กระดาษจากใยสัปปะรด บ้านหนองตาแต้ม รวมทั้งผู้ซื้อสินค้าเพื่อจำหน่ายต่อ และผู้ซื้อสินค้าเพื่อใช้
ประโยชน์เอง นอกจากวิธีการสัมภาษณ์แล้ว ยังใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม งานวิจัยนี้เป็น
งานวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งนอกเหนือจากการสัมภาษณ์แล้ว ยังศึกษาทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยค้นคว้า
จากเอกสารต่างๆ ได้แก่หนังสือ บทความ วารสาร เอกสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่างๆ เพื่อเป็น
แนวทางในการศึกษาในครั้งนี้

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มศูนย์
หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด ด้านการผลิตเป็นการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มฯ ปัญหา
และอุปสรรคในกระบวนการผลิตและด้านการตลาดมีข้อจำกัดเกี่ยวกับคุณภาพของสีและเนื้อ
กระดาษ คือ การเก็บรักษา ความชื้นของอากาศ เช่น กระดาษจากใยสัปปะรดขึ้นรา มีรอยตะแกรง
ส่งผลให้ขาดคุณภาพ เป็นต้น ทำให้ไม่ได้มาตรฐานตามที่ลูกค้าต้องการ การให้ความรู้ทางการตลาด
และบรรจภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ กลุ่มฯ ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการผลิต ที่
ผ่านมากลุ่มฯ อยู่ในภาวะเป็นผู้ถูกเลือกในตลาด และไม่มีอำนาจในการต่อรองกับลูกค้า ด้วยเหตุนี้
หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องให้การสนับสนุนทั้งทางด้านกระบวนการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์
และด้านการตลาด เช่น กรมส่งเสริมการค้าส่งออก ให้การสนับสนุนในการหาช่องทางในการจำหน่าย
ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคมและชุมชน เป็นต้น

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

51602369 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD : THE PRODUCTION AND MARKETING

APICHAJ JANTARAWATTANAWANICH : THE PRODUCTION AND MARKETING ,
GROUP OF HANDMADE HANDICRAFTS FROM PINEAPPLE TISSUE PAPER FROM
NONG-TA-TAM VILLAGE, PRAN BURI, PRACHUAP KHIRI KHAN. INDEPENDENT STUDY
ADVISOR: 74 pp.

The objective of this research paper is to understand the supply chain management, including problems and obstruction within the manufacturing process of the paper product from pineapple tissue paper, Nong-Ta-Tam village, Pran buri, Prachuab kiri khan. The methodology, being used in this research is In-dept Interview through selected population from The Center of hand-made product from pineapple tissue, Nong-Ta-Tam village, Pran buri, Prachuab kiri khan, including related supplier and end user of the center. In addition, the research methodology also involves some observation on the selected population. To sum up, this piece of research, not only use various research methodologies, but also various related theories from papers, books, magazines, dissertations and researches.

It was discovered that the manufacturing methods and marketing strategies of the Center of hand-made product from pineapple tissue has ability to generate income to the center. However, there are some problems and challenges in stocking raw material. For example, there are molds from the moist which cause low product quality outcome which leads to the low quality color as well as the paper. To resolve this problem and away from being selected supplier with no bargaining power, more training on marketing, packing method, and packaging design to the member of the center are required. In addition, the government agency must also support the center on production, design and marketing as well as to help creating more opportunity on sale channel both local and international to maximize the capability of t center.

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

Program of Entrepreneurship

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2010

Student's signature

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ ดร. ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ พร้อมด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนันทน์ หอมสุต ที่ให้โอกาสและเสียสละเวลาอันมีค่าในการ สนับสนุนความรู้ ให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิดตั้งแต่เริ่มโครงการศึกษาจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะศึกษาข้อมูลเรื่องรูปแบบการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์ กระจาดจากใยสัปปะรด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกรูปแบบกิจกรรมและแนวทางการ ดำเนินการที่เหมาะสม

ท้ายสุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณทุกคนในครอบครัว โดยเฉพาะคุณแม่ และเพื่อน ร่วมงานทุกท่านที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนและเป็นกำลังใจมาโดยตลอด ขอขอบคุณอาจารย์ ทุกท่านที่ให้ความรู้ รวมทั้งบุคคลรอบข้างทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจ ตลอดจน คอยให้คำปรึกษาและคำแนะนำซึ่งทำให้การศึกษานี้ประสบผลสำเร็จด้วยดี ทั้งนี้ประโยชน์ อัน ใดที่เกิดจากการศึกษาค้นคว้าเล่มนี้ ย่อมเป็นผลมาจากความกรุณาของท่านดังกล่าวข้างต้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	4
2 ทบทวนวรรณกรรม	5
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกระดาษ.....	5
แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	7
แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมของประชาชน.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและส่วนประสมการตลาด.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	30
พื้นที่ศึกษา.....	30
ขั้นตอนการวิจัย.....	30
วิธีการวิจัย.....	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	32

บทที่	หน้า
แหล่งข้อมูลวิจัย.....	32
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล.....	33
ระยะเวลา การวิจัย	36
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	38
ประวัติความเป็นมาและสภาพทั่วไป.....	38
จุดเริ่มต้นของกลุ่มศูนย์ที่ตัดกรรมผลิตภัณฑ์กระดาศจากใยสัปะรด.....	42
วิเคราะห์รูปแบบการผลิต.....	43
กระบวนการผลิตกระดาศสัปะรด.....	52
กลยุทธ์การตลาด.....	64
วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขของผลิตภัณฑ์กระดาศจากใย สัปะรด	67
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	70
สรุปผลการวิจัย	70
อภิปรายผลการวิจัย	73
ข้อเสนอแนะ	73
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป	74
บรรณานุกรม	75
ประวัติผู้วิจัย	78

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงผลผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากกระดาษใยสับปะรด.....	43
2	แสดงผลผลิตจากสับปะรดทั่วไป	44
3	แสดงการรวบรวมใบสับปะรดที่ได้จากการตัดต้นสับปะรด.....	45
4	แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ มีด.....	46
5	แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ กระทะ ไม้พาย คราด.....	46
6	แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ ถังพลาสติก.....	47
7	แสดงอุปกรณ์คือ กะละมังพลาสติก ถูตาข่ายในล่อนตาละเอียด.....	47
8	แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ โซดาไฟ.....	48
9	แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ คลอรีน สีย้อมผ้า	48
10	แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ เครื่องปั่นเยื่อกระดาษ.....	49
11	แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ กระบะสแตนเลส.....	49
12	แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ เพรสมังลาวด.....	50
13	แสดงการนำใบสับปะรดสดที่ได้มาตัดเป็นชิ้น.....	50
14	แสดงการตัดเป็นชิ้นเล็กๆ.....	51
15	แสดงการรวบรวมให้ได้น้ำหนัก.....	51
16	แสดงการเติม โซดาไฟ.....	52
17	แสดงใบสับปะรดที่ต้มแล้ว.....	53
18	แสดงการตัดเอาเฉพาะ ใบสับปะรดใส่ถุงตาข่าย.....	53
19	แสดงการย่ำด้วยเท้า.....	54
20	แสดงผลชิ้นเล็กที่แยกกระดาษกับใยสับปะรดได้กะละมัง.....	54
21	แสดงการเติมคลอรีน.....	55
22	แสดงการใช้มือ (ที่สวมถุงมือยาง) บีเส้นใยหรือเลือกเศษใบสับปะรด.....	55
23	แสดงการแช่ทิ้งไว้จนกว่าเส้นใยจะเปลี่ยนเป็นสีขาว.....	56
24	แสดงการล้างคลอรีนออกจากเส้นใยกระดาษ.....	56
25	แสดงการย่ำผ่านน้ำสะอาดเช่นเดียวกับตอนที่ล้างโซดาไฟ.....	57
26	แสดงการละลายสีย้อมผ้าในน้ำร้อน.....	57

ผลงานชิ้นนี้จัดทำขึ้นภายใต้การสนับสนุนของ

ภาพที่		หน้า
27	แสดงกาใส่สีลงไปจนถึงใส่เชื้อกระดาษ.....	58
28	แสดงการปั่นให้เชื้อกระดาษละเอียด.....	58
29	แสดงเชื้อกระดาษที่ได้ในขั้นตอนนี้ละเอียดมาก.....	59
30	แสดงการตัดเชื้อกระดาษจากถังสแตนเลสใส่ลงในกระบะ.....	60
31	แสดงการใช้มือคนเชื้อกระดาษ.....	60
32	แสดงเชื้อกระดาษที่กระจายอยู่ที่กระบะ.....	61
33	แสดงการนำฟอรมุ้งลวดจุ่มลงไปในกระบะ.....	61
34	แสดงการช้อนเอาเชื้อกระดาษให้ติดฟอรมขึ้นมา.....	62
35	แสดงการนำฟอรมที่มีเชื้อกระดาษติดอยู่ขึ้นมาพักไว้.....	62
36	แสดงการแกะกระดาษออกจากฟอรม.....	63
37	แสดงกระดาษจากไซ้ปกระดาษกลิ้ง.....	63



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยได้ประสบภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ในปี พ.ศ.2540 สถาบันทางด้านการเงิน และบริษัทหลายแห่งได้ปิดกิจการลงส่งผลให้ประชาชนทุกระดับได้รับความเดือดร้อนอันเกิดจากรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่ายซึ่งผลมาจากการตกงาน ราคาดินค้าเกษตรตกต่ำ กำลังซื้อของคนในประเทศมีน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะปัจจุบันประเทศไทยกำลังเผชิญกับกระแสโลกาภิวัตน์ อันเป็นกระแสของการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีในระบบต่างๆ และการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์อย่างต่อเนื่องทำให้ประเทศไทยมีการติดต่อเชื่อมโยงสัมพันธ์กับประชาคมโลกอย่างกว้างขวางมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ทำให้สังคมโลกโดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ ทรัพยากรธรรมชาติ และวิถีชีวิตปรับตัวไม่ทัน (ชาชีวัฒน์ ศรีแก้ว 2545) และหากพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่าเป็นการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมและการให้บริการในเขตเมืองเป็นสำคัญเท่านั้น ส่งผลให้เกิดความไม่มั่นคงทางด้านเศรษฐกิจที่กระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งก่อให้เกิดช่องว่างระหว่างรายได้ของประชากรระหว่างสังคมเมืองและสังคมชนบทที่แตกต่างกันมากอย่างเห็นได้ชัด ความสำคัญดังกล่าวจึงเป็นการจุดประกายความคิดของรัฐบาล ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหา และตระหนักถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจึงได้มีแนวคิดในการกำหนดนโยบายเพื่อปรับปรุงและพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ อย่างเร่งด่วนในหลาย ๆ ด้าน เช่น นโยบายเศรษฐกิจ นโยบายการพาณิชย์และเศรษฐกิจระหว่างประเทศ นโยบายด้านการพัฒนาแรงงาน ฯลฯ

นโยบายการสร้างรายได้ รัฐบาลได้สนับสนุนผลักดันให้มีกระบวนการสร้างรายได้ให้กับประชาชนทุกระดับ โดยส่งเสริมแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงตามศักยภาพของชุมชนในระดับฐานรากของประเทศ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตร รัฐบาลมุ่งเน้นการพัฒนาการผลิตภาคเอกชน และสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชน โดยเชื่อมโยงการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เพื่อเป็นการเสริมรายได้ให้แก่ประชาชนในชนบท ซึ่งเป็นพลังส่วนใหญ่ของประเทศและจำเป็นต้องดำเนินการทุกวิถีทาง เพื่อลดและแก้ปัญหาทางกลไกต่าง ๆ ของชนบทใหม่ ให้มีองค์ประกอบที่ดีขึ้น จึงสามารถทำให้สังคมเข้มแข็งได้ตามลำดับ ซึ่งยุทธวิธีที่สำคัญโดยดำเนินการพัฒนาใน 3 หลัก คือ สังคมมีคุณภาพ สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้และสังคมเอื้ออาทรสมานฉันท์

(ชาชีวัฒน์ ศรีแก้ว 2545)

ความสำคัญดังกล่าว รัฐบาลจึงมีโครงการที่จะสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนเป็นหลัก เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งที่ผ่านมารัฐกิจประเภท อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น แม้ว่าตลาดงานต่าง ๆ ได้ขยายไปยังภูมิภาคมานานแล้ว ก็ตาม ทุกอย่างที่ชุมชนหรือหมู่บ้านนั้นๆ ผลิตสินค้าขึ้นล้วนแต่เป็นกระบวนการการจัดทำขึ้น พื้นฐานเท่านั้น โดยเป็นการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติและทักษะการผลิตของภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้ และขายซึ่งจะขายได้ในราคาถูกในขณะที่สินค้าแบรนด์เนม ของต่างประเทศขายกันขึ้นละหลายหมื่นบาท ซึ่งสาเหตุหนึ่งนั้นก็เพราะขาดการสนับสนุน และส่งเสริมจากภาครัฐและภาคเอกชน (วิจิต นันทสุวรรณ 2544)

ดังนั้นรัฐบาลจึงเกิดแนวความคิดในการฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจขึ้นใหม่ โดยเน้นโครงการที่สำคัญอีกโครงการหนึ่งที่เริ่มส่งเสริมและสนับสนุนลงสู่ภูมิภาคนั้นก็คือ “โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon one Product) ในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าผลิตภัณฑ์ของชุมชนนั้น โดยให้แต่ละชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่ดีและเด่นๆ อย่างน้อยหนึ่งผลิตภัณฑ์จากตำบลนั้นๆ ซึ่งขบวนการสร้างรายได้โดยการพึ่งพาตนเองเป็นแนวคิดที่เน้นการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างผลิตภัณฑ์และมีตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องถิ่น โดยที่ท้องถิ่นนั้นๆ จำเป็นต้องพึ่งพาตนเองเป็นหลัก สิ่งเหล่านี้จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของชุมชน มีความคิดที่จะปรับปรุงอย่างสร้างสรรค์และพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้ได้มาตรฐานตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นการสร้างเสริมภูมิปัญญาของท้องถิ่นสู่ระดับสากล(Local Yet Global) อันจะส่งผลให้สังคมเมืองและสังคมชนบทมีความเข้มแข็งขึ้นตามลำดับ (กรมการพัฒนาชุมชน 2545)

เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนในชนบทด้วยนโยบายการสร้างรายได้ของรัฐบาลตามแผนปฏิบัติงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนสนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบลด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านสินค้าและบริการออกสู่สากล เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น

การผลิตกระดาษจากเปลือกสาของต้นสาซึ่งขึ้นอยู่ทั่วไปทางภาคเหนือของประเทศ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง และน่าน ส่วนภาคอื่นๆ มีบ้างแต่เป็นส่วนน้อย กระดาษสาที่ผลิตด้วยมือจะมีตลาดขายที่สวยงามเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้ตลอดมา นอกจากนั้นกระดาษสายังเหนียวนุ่ม ดูดซึมน้ำได้ดี ทนต่อมอด และแมลง จึงมีผู้นำไปดัดแปลงใช้งานต่างๆ อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะงานทางด้านหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษสาได้รับความนิยมนิยมอย่างแพร่หลาย

ผลิตภัณฑ์จากกระดาษใยสัปะรด เป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านของไทยการผลิต ผลิตภัณฑ์จากกระดาษใยสัปะรด ที่มีอยู่ทั่วไปในทุกภาคของประเทศไทย วัสดุที่นิยมนำมาใช้ในการผลิตมักเป็นวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น อาทิเช่น กก ปอ เปลือกไม้ เปลือกผลไม้ เยื่อไม้ วัสดุที่ใช้แล้ว เป็นต้น ลักษณะการผลิต ผลิตภัณฑ์จากกระดาษใยสัปะรด เป็นไปเพื่ออำนวยความสะดวกให้สอยในชีวิตประจำวัน กล่าวคือเป็นการผลิตภาชนะสำหรับใส่สิ่งของ เช่น ถุงกระดาษใส่ของ ฯลฯ เป็นการผลิตภาชนะสำหรับใช้ในการขนส่งสินค้า เช่น ถังใส่ของ ฯลฯ และ/หรือเป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า เช่น ถังผลิตภัณฑ์ ถังขนม ถังของขวัญ ถังของชำร่วย ฯลฯ ผลิตภัณฑ์จากกระดาษใยสัปะรด เหล่านี้ล้วนมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตของเราเป็นอย่างยิ่ง

นอกจากสนองนโยบายการสร้างรายได้ของประเทศแล้ว ยังสนอง ต่อนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาล และยังคงสนับสนุนทิศทางใหม่ตาม พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 29 ซึ่งกำหนดว่า “ให้สถานศึกษา ร่วมกับบุคคล ครอบครั้ว ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันทางสังคมอื่นส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน มีการจัดการศึกษาอบรม มีการแสวงหาความรู้ ข้อมูลข่าวสารและรู้จักเลือกสรรภูมิปัญญา และวิทยาการต่าง ๆ เพื่อพัฒนาชุมชน ให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาความต้องการ รวมทั้งหาวิธีการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยน ประสพการณ์ การพัฒนาระหว่างชุมชน” (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 29)

2. วัตถุประสงค์การศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษากระบวนการการผลิตของผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด

บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.2 เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการ การผลิตและด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3. ขอบเขตการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาจากหัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3.2 ขอบเขตด้านประชากร การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด และ กลุ่มผู้ผลิตของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3.2 ขอบเขตด้านเวลาที่ใช้ทำการวิจัยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2544 จนถึงวันที่ 31 มีนาคม 2544

4. ประโยชน์ที่ได้รับ

4.1 ได้ทราบถึง รูปแบบการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4.2 ได้ทราบถึง ปัญหา อุปสรรคและแนวทางการแก้ปัญหาของศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประเด็นที่น่าสนใจว่าจะทำอย่างไรจึงจะทำให้การพัฒนาสินค้าหัตถกรรมประเภทผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรดของไทยมีความก้าวหน้า สร้างสรรค์ และสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง การดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวข้างต้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ รูปแบบการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อเป็นการสนับสนุนฐานข้อมูลดังกล่าวซึ่งสามารถใช้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อหาทางส่งเสริมและพัฒนาให้สินค้าหัตถกรรมประเภทผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด ให้มีความก้าวหน้าและสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวจะนำมาซึ่งการสร้างงาน การกระจายรายได้ และการพัฒนาที่ยั่งยืนแก่ชุมชนสืบต่อไป

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ “รูปแบบการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสับปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลและได้รวบรวมทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานและแนวทางของการศึกษาโดยมีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกระดาษ
2. แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
3. แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมของประชาชน
4. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต
5. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและส่วนประสมการตลาด
6. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกระดาษ

กระดาษเป็นแผ่นวัสดุซึ่งได้จากการนำวัสดุหลาย ๆ ชนิดมาผสมกันเพื่อการใช้งานในรูปแบบต่าง ๆ โดยมีกระบวนการของการกระดาษดังนี้ (มนตรี สนิทประชากร 2525 : 1-3)

วิวัฒนาการของกระดาษ

พัฒนาวิวัฒนาการกระดาษ จากปapyrus

เมื่อประมาณ 2400 ปี ก่อนคริสตกาลชาวอียิปต์โบราณได้ค้นพบวิธีการบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ บนแผ่นวัสดุซึ่งทำจากพืชชนิดหนึ่งที่เรียกว่า ปาปิรุส (Papyrus) โดยจะนำส่วนลำต้นของปาปิรุส ฝานเป็นชิ้นบาง ๆ ตามความยาวของลำต้นแล้วนำมาเรียงซ้อนในลักษณะขวางกัน หลังจากนั้นนำไปทุบให้เป็นแผ่นบางแล้วเคลือบผิวด้วยกาว ดังนั้น คำว่า เปเปอร์ (Paper) ที่เราพูดกันในปัจจุบันน่าจะมาจากคำว่า Papyrus ของชาวอียิปต์โบราณนั่นเอง แต่อย่างไรก็ตามคำว่า ปาปิรุส (Papyrus) ไม่ได้มีความหมายเดียวกันกับคำว่า Paper ซึ่งเรานำมาใช้กันในปัจจุบันเพราะเส้นใยของปาปิรุสไม่ได้แยกตัวออกจากกันตามความหมายของการผลิตกระดาษแบบปัจจุบัน

ในปี ค.ศ. 105 ชาวจีนชื่อ Ts Ailun เป็นบุคคลแรกที่ค้นพบวิธีการทำกระดาษโดยนำเปลือกต้น Mulberry ทำเป็นชิ้นเล็ก ๆ มาผสมกับเศษผ้านำไปบดหรือตีในน้ำจนกระจายตัวเป็นเส้น

ใยแล้วนำตะแกรงซึ่งทำด้วยไม้ไผ่ไปซ้อนเส้นใยที่แขวนลอยนำไปฝั่งแดดให้แห้ง ซึ่งนับได้ว่าเป็นการผลิตกระดาษแผ่นแรกที่ทำมาจากไม้ หลังจากการค้นพบวิธีการผลิตกระดาษจากไม้ของ Ts Ailun แล้ว ไม้เคยมีการผลิตกระดาษจากไม้อีกเลยนานนับเกือบ 2000 ปี จึงเริ่มมีการใช้วัตถุดิบในการผลิตกระดาษอีกครั้งหนึ่ง เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวนิยมใช้เศษผ้า และแผ่นหนังเป็นวัสดุในการทำแผ่นบันทึกต่าง ๆ

ในสมัยโบราณความต้องการใช้กระดาษเพื่อการบันทึกข้อความต่าง ๆ ยังมีน้อยมาก เพราะคนที่สามารถอ่านออกเขียนได้มีจำนวนน้อย แต่หลังจากปี ค.ศ. 1450 เหตุการณ์ได้เปลี่ยนไป เมื่อชาวเยอรมันชื่อ Johann Butenberg ได้ประดิษฐ์เครื่องพิมพ์แบบ Moveable ได้สำเร็จ ทำให้การจัดพิมพ์ทำได้ง่ายและรวดเร็ว ดังนั้นความต้องการกระดาษเพื่อใช้ในการพิมพ์มีปริมาณสูงขึ้น และประกอบกับการใช้แผ่นวัสดุพิมพ์ที่ได้จากเศษผ้า และแผ่นหนังเริ่มหายาก และไม่เพียงพอต่อความต้องการของงานพิมพ์ จึงนับได้ว่าเป็นจุดสำคัญในการผลิตกระดาษที่ทำจากไม้อีกครั้งหนึ่ง

การผลิตกระดาษในระยะแรก ๆ นั้นเป็นการผลิตด้วยมือทั้งสิ้น ซึ่งไม่สามารถสนองต่อความต้องการใช้กระดาษได้อย่างเพียงพอ ในปี ค.ศ. 1798 ชาวฝรั่งเศสชื่อ Niclas Loius Robert ได้ประดิษฐ์เครื่องจักรผลิตกระดาษที่มีความยาวต่อเนื่องได้สำเร็จ เครื่องจักรที่ผลิตกระดาษของ Robert มีความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับวิธีการผลิตกระดาษด้วยมือแต่เป็นที่น่าเสียดายที่ Robert ไม่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจึงต้องขายสิทธิให้กับพี่น้องตระกูล Fourdrinier ซึ่งเป็นชาวลอนดอน และได้ปรับปรุงพัฒนาเครื่องจักรให้ดีขึ้นกว่าเดิม และได้ตั้งชื่อเครื่องจักรที่ผลิตกระดาษว่า Fourdrinier ซึ่งใช้ในการผลิตกระดาษมาจนถึงทุกวันนี้

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกระดาษเชิงอุตสาหกรรมในช่วงแรกเป็นการเส้นใยที่ได้จากเศษผ้าและฝ้าย ซึ่งมีปริมาณไม่มากเพียงพอต่อความต้องการที่ใช้กระดาษเพราะมีความต้องการใช้กระดาษสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงได้มีการศึกษาค้นคว้าวิธีการนำเส้นใยจากไม้มาเป็นวัตถุดิบในการผลิตกระดาษ ซึ่งทำให้เกิดกระบวนการผลิตเยื่อชนิดต่าง ๆ ขึ้น โดยได้เริ่มต้นการผลิตเยื่อเชิงกลสำเร็จเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1840 ที่ประเทศเยอรมัน และในปี ค.ศ. 1851 ได้ค้นพบกระบวนการผลิตเยื่อเคมีโซดาได้สำเร็จเป็นครั้งแรกที่ประเทศสหรัฐอเมริกา จากนั้นอีก 30 ปีต่อมาในปี ค.ศ. 1884 ที่ประเทศเยอรมันได้มีการค้นพบการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในกระบวนการผลิตเยื่อเคมีโดยใช้สารเคมี 2 ชนิดคือ โซเดียมไฮดรอกไซด์ และ โซเดียมซัลไฟร่าย ต้นไม้ภายใต้ความดันได้สำเร็จเยื่อกระดาษที่ได้มีความเหนียวมากจึงเรียกขบวนการผลิตเยื่อแบบนี้ว่า Kraft Process ซึ่งมาจากศัพท์ภาษาเยอรมันแปลว่า “เหนียว” หรือมีอีกอย่างหนึ่งว่า กระบวนการซัลเฟต (Sulfate Kraft process)

แม้ว่าจะมีขบวนการผลิตมากมายแต่เชื้อส่วนมากที่ใช้ในปัจจุบันจะผลิตจากขบวนการแบบ Kraft หรือ Sulfate เป็นส่วนใหญ่

วิวัฒนาการของกระดาษในประเทศไทย

หลังจากปี พ.ศ. 1826 เมื่อได้เริ่มมีการประดิษฐ์ตัวอักษรไทย การบันทึกเรื่องราวของคนไทยจะเป็นการเขียนด้วยมือลงบนใบลาน ซึ่งมาจากต้นลาน และเขียนลงบนกระดาษข่อย ซึ่งได้มาจากต้นข่อย ตัวเขียนบนกระดาษข่อยมีชื่อเรียกว่า “สมุดข่อยหรือสมุดไทย”

สื่อตัวเขียนนั้นมีหลักฐานว่า มีการใช้กระดาษในประเทศไทยตั้งแต่สมัยอยุธยาต่อมาเมื่อมีผู้บุกเบิกการพิมพ์เข้ามาในประเทศไทย กิจการการพิมพ์ของคนไทยได้เริ่มเกิดขึ้นโดยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 4 โปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งโรงพิมพ์หลวงขึ้นเป็นครั้งแรกเพื่อเผยแพร่เอกสารทางพุทธศาสนาแต่ในสมัยนั้นประเทศไทยต้องสั่งกระดาษเข้ามาจากต่างประเทศทั้งหมดซึ่งมีราคาแพงและไม่เพียงพอต่อความต้องการ ดังนั้นในปี พ.ศ. 2466 ปลายรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 โปรดเกล้าฯ ให้มีการจัดตั้งโรงงานผลิตกระดาษด้วยเครื่องจักรขึ้นแห่งแรกในประเทศไทยที่ท่าแพย์พ ตำบลสามเสน พระนคร วัตถุประสงค์ที่นำมาใช้เป็นเศษกระดาษที่เก็บจากสถานที่ทำการของรัฐบาล และซื้อมาจากประชาชน นำมาแปรรูปเพื่อทำเป็นกระดาษใหม่

ในปี พ.ศ. 2479 กรมแผนที่ทหารบก ได้ดำเนินการจัดตั้งโรงงานกระดาษขึ้นอีกแห่งหนึ่งที่จังหวัดกาญจนบุรี และเปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2481 วัตถุประสงค์ที่ใช้ทำเยื่อกระดาษเป็นไม้ไผ่ ไม้รวก ไม้เบญจพรรณเนื้ออ่อน ต่อมาในปี พ.ศ. 2500 ทหารราชการได้จัดตั้งโรงงานกระดาษบางปะอิน ขึ้นที่ตำบลบางกระสั้น อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลิตกระดาษจากฟางข้าว หญ้าขจรจบ และเยื่อกระดาษที่สั่งซื้อมาจากต่างประเทศ กระดาษที่ผลิตได้เป็นกระดาษปอนด์ขาวที่ใช้เป็นกระดาษสำหรับพิมพ์เลขเขียน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2501 บางราชการก็ได้ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งโรงงานผลิตกระดาษของเอกชนขึ้นซึ่งได้เกิดขึ้นมากมายจนถึงปัจจุบันนี้

2. แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

2.1 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

รัฐได้มีนโยบายในการดำเนินโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นสร้างชุมชนเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพในการดำเนินการตามนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปอย่างมี

ประสิทธิภาพจึงต้องใช้กลไกของหน่วยดำเนินการทั้งระบบขับเคลื่อนให้เข้าไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดการบูรณาการในการดำเนินงานร่วมกันก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติ โดยรวม (กรมการพัฒนาชุมชน 2544)

2.2 แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นโดยประชาชนมีส่วนร่วม “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

ขบวนการสร้างรายได้เพื่อพึ่งตนเองเป็นแนวคิดที่เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ (Product) และตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์นี้โดยเฉพาะ โดยท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self-reliance) เป็นหลัก ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องในขบวนการนี้จำเป็นต้องอุทิศพลังงาน (energy) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และความปรารถนา (desire) ที่จะใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะสร้างการกินดีอยู่ดี และคุณภาพชีวิตมุ่งสู่ตลาดสากลพร้อม ๆ กับการเน้นท้องถิ่น

ขบวนการนี้พยายามที่จะเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะของท้องถิ่นเป็นหลัก ให้เข้าสู่มาตรฐานสากล เพื่อจะขยายขอบเขตตลาดไปสู่ตลาดโลก เสริมกับการตลาดในประเทศ

คนในท้องถิ่นให้ความร่วมมือร่วมใจกันให้คำแนะนำและให้กำลังใจซึ่งกันและกันมีจุดประสงค์ไปในทางเดียวกัน จึงจะสามารถทำให้ความคิดนั้น ๆ สำเร็จได้สิ่งที่มองเห็นได้ชัดก็คือ การคิดค้น และการสร้างผลิตภัณฑ์บนรากฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมสิ่งที่มองไม่เห็นคือพลังแห่งความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในท้องถิ่นซึ่งจะเกิดจากความเชื่อมั่นซึ่งกันและกันนั่นเอง

แนวการพัฒนาท้องถิ่นนี้เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามให้คงอยู่ต่อไป สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนรุ่นต่อไป แนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกันกับธรรมชาติจะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตให้สูงขึ้น อยู่กับธรรมชาติอย่างชาญฉลาด และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดช่วยสร้างกำลังใจให้เกิดขึ้น รวมทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับหน่วยงานที่จะให้การสนับสนุน

แผนกวิเทศสัมพันธ์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารการจัดการ และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิต ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาชนบท เกิดการสร้างงานรายได้และนำไปสู่เป้าหมายของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรและวางรากฐานที่สำคัญของประเทศและสังคมไทย

สโลแกน นำภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างความมั่งคั่งสู่เมือง

ปรัชญา 1) สร้างเสริมและพัฒนาในท้องถิ่นมั่งคั่ง 2) การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นในทุกกิจกรรม 3) กิจกรรมรอบคลุมข้ามช่วงอายุและพื้นที่

แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่

เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้นเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” นี้จะเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนา (Unit of Development) เบื้องต้น และรวมเป็นเครือข่ายภายใต้หนึ่งตำบล

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางอันหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนจะสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและจุดขายและสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นเพื่อแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

หลักการพื้นฐาน 3 ข้อ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
 2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self & Reliance & Creativity) ทำความฝันให้เป็นความจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
 3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ฟูมฟักประชากรให้สู้ชีวิตด้วยความซื่อสัตย์และจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์
- ขั้นตอนของแนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

แม้ว่าการคิดค้นประสบความสำเร็จควรจะมีผลิตภัณฑ์อะไรจึงจะเหมาะสม ไม่ได้หมายความว่าประสบความสำเร็จ ถ้าปราศจากการกระจายสินค้าเหล่านี้ออกสู่ตลาด ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ขั้นที่ 1 ขั้นตอนของการพัฒนา ต้องมีใจที่จะทำให้ได้เพื่อกรณีอาจจำเป็นต้องอาศัยสื่อมวลชนช่วยสร้างกระแสที่จะเป็นไปได้ โดยสร้างกระแสว่า “ทำไมหมู่บ้านข้างๆ เขาถึงพัฒนาได้ หมู่บ้านเราจะแพ้ไม่ได้ ต้องทำให้ได้ด้วยหัวใจของการอยากทำ อยากสู้” ซึ่งจะนำไปสู่การฝึกอบรมและการสะสมประสบการณ์

ขั้นที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เริ่มจากการพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของท้องถิ่นมีอะไรบ้าง หลังจากนั้นก็ทำการพิจารณาว่า ตลาดมีความต้องการหรือไม่โดยทำการสำรวจตลาด ทำการวิจัยเพื่อหาเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม การพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีอะไรบ้าง อาจดูจากท้องถิ่นที่ก้าวหน้ากว่าทั้งภายในประเทศ ตลอดจนจากต่างประเทศโดยทำการเลียนแบบดูบ้างในขั้น

นี้ควรจัดตั้ง “ศูนย์แนะนำการเกษตรและการประมง” เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมผลการวิจัยด้านเทคนิคการผลิต การฝึกอบรม การแนะนำ ตลอดจนข้อมูลข่าวสารต่างๆ

ขั้นที่ 3 การกระจายสินค้า ในการนี้หน่วยงานในระดับต่างๆ ได้ช่วยโฆษณาสินค้า ช่วยสืบเสาะหาตลาดและทำวิจัยตลาด รวมทั้งทำการขายด้วย

พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการสนธิ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการสนธินี้คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั้นเอง ประชาชนเป็นผู้นำเอาปัจจัยต่างๆ ได้แก่ หนึ่ง ระบบราชการบริหารส่วนท้องถิ่น สอง บริษัท สาม ความมีอยู่ของผู้นำ สี่ การรวมกลุ่มของประชาชนเป็นกลุ่มพลังต่างๆ มาสร้างพลังร่วม ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. ระบบราชการ เนื่องจากกระบวนการสนธิเพื่อการพัฒนา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นการสร้างการพัฒนาจากภายใน ดังนั้น แทนที่จะเป็นการชี้นำโดยภาครัฐฯ ขบวนการนี้ เป็นความคิดและทำจากล่างสู่บนโดยประชาชนมีส่วนร่วม ราชการเป็นเพียงผู้คอยติดตามการขับเคลื่อนเพื่อสรุปเป็นรายงาน แต่ละจังหวัด เมือง อำเภอ หมู่บ้าน ต่างก็มีวิธีการแตกต่างกันไป

ในแต่ละขั้นตอนการพัฒนาระบบราชการคือตัวจังหวัดเองเป็นฐานของระบบการปกครอง ไม่ได้มีการระบบช่วยเหลือต่างๆ ไร้รองรับโดยตรง อาจมีเพียงหน่วยงานเล็กๆคอยรับเรื่องราวต่างๆ ตลอดจนติดตามการฟื้นฟูท้องถิ่นที่มีความก้าวหน้าไปเพียงใด สำนักงานเล็กๆ ของจังหวัดนี้จะทำการออกสำรวจเพื่อประมวลผลรวบรวมข้อมูลข่าวสารเท่านั้น

อย่างไรก็ดีในระดับตำบล และหมู่บ้าน ตลอดจนการบริหารส่วนท้องถิ่นต่างๆ จะมีการรวมกลุ่มของประชาชน โดยมีเจ้าหน้าที่ระดับต่างๆ เหล่านี้ของจังหวัดเป็นที่เลี้ยงเพื่อช่วยผลักดันและสนับสนุนการพัฒนาให้ผ่านขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการสนธิ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภายใต้ขบวนการที่สนธิการพัฒนาขั้นต่างๆ นี้ ศูนย์ที่คอยช่วยเหลือเพื่อสอนเทคนิคการผลิต การแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ นี้ จะใช้งบประมาณของหน่วยราชการซึ่งในระดับล่าง หรือตำบล หมู่บ้านจะมีเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบด้านต่างๆ ของหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้น เป็นผู้คอยให้ความช่วยเหลือ

2. บริษัท ทางจังหวัดต้องการ การมีส่วนร่วมของบริษัทในท้องถิ่นก่อน ถ้าบริษัทเหล่านี้ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนา เพราะจังหวัดเชื่อว่า บริษัทในท้องถิ่นเหล่านี้จะรับผิดชอบและแก้ปัญหาพร้อมกับประชาชนในพื้นที่โดยตรง

3. ผู้นำ เป็นสิ่งขาดไม่ได้สำหรับขบวนการพัฒนาเช่นนี้พอๆ กับการจัดตั้งองค์กรที่เข้มแข็ง อย่างไรก็ตาม ผู้นำในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเฉพาะกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ที่เป็นผู้นำในการปกครอง

เท่านั้น แต่ก็ยังรวมถึงผู้นำธรรมชาติที่มาจากภาคประชาชนอื่นๆ เช่น จากสหกรณ์ชาวนาผู้บริหารโรงงาน ผู้บริหารสถานบริการอื่นๆ ผู้นำเหล่านี้จะทราบถึงความต้องการ และผู้นำเหล่านี้เป็นผู้นำตามธรรมชาติของท้องถิ่นที่สามารถเป็นตัวแทนของความต้องการเหล่านั้นได้

4. องค์กรประชาชน ได้แก่ สหกรณ์ของกลุ่มเกษตรกรต่างๆ หอการค้า กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มเหล่านี้เป็นผลประโยชน์ประชาชนต่าง ๆ วางรูปแบบและบรรทัดฐาน ที่แต่ละฝ่ายเสนอมารวมถึงการเลือกผลิตภัณฑ์ใด ๆ เพื่อการผลิต การวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ด้านการตลาด เป็นต้น

หลักการในการกำกับดูแล ติดตามและประเมินผลโครงการ

1. กรม/กอง/กระทรวงมีแผนงานต่าง ๆ ลงสู่ภาคปฏิบัติหลังจากคัดเลือกผลิตภัณฑ์/บริการแล้ว อย่างไรก็ตาม อาจเกิดความซ้ำซ้อนของผลิตภัณฑ์ ทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณ ดังนั้น ต้องสร้างระบบสารสนเทศเชื่อมโยงกับหน่วยงานที่ลงปฏิบัติการเพื่อตรวจสอบความซ้ำซ้อนของโครงการ

2. มีหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายโดยตรงจากนายกรัฐมนตรี ทำการวิเคราะห์ติดตามเพื่อประเมินผลสำเร็จ/ล้มเหลวเสนอ โดยตรงต่อนายกรัฐมนตรี

3. งบประมาณโครงการขึ้นอยู่กับผลของการประเมิน

ขั้นตอนการบริหาร “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์”

ขั้นตอนที่ 1 ระดับตำบล องค์กรรับผิดชอบ อบต./ท้องถิ่น มีหน้าที่หลักในกระบวนการจัดเวทีประชาคมเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลให้สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นวัตถุดิบในท้องถิ่นและแผนชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 ระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ องค์กรรับผิดชอบ นตพ.อำเภอ/กิ่งอำเภอ มีหน้าที่หลักในการจัดลำดับผลิตภัณฑ์ดีเด่นตำบลต่าง ๆ ของอำเภอ/กิ่งอำเภอ การบูรณาการแผนและงบประมาณเพื่อการสนับสนุน

ขั้นตอนที่ 3 ระดับจังหวัด องค์กรรับผิดชอบ นตพ.จังหวัด มีหน้าที่หลักในการจัดลำดับผลิตภัณฑ์ดีเด่นอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัด การบูรณาการแผนและงบประมาณเพื่อการสนับสนุน

ขั้นตอนที่ 4 และ 5 ระดับส่วนกลาง องค์กรรับผิดชอบ กอ.นตพ มีหน้าที่หลักในการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กำหนดมาตรฐานหลักเกณฑ์การคัดเลือก/ขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล และเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บท

ขั้นตอน วิธีการดำเนินงาน 5 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การเรียนรู้/ ประชาสัมพันธ์โครงการ 1) ประชุมทำความเข้าใจระหว่างฝ่ายราชการ ประชาชน เอกชน 2) ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แนวคิด หลักการปรัชญา 3) แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน จังหวัด/อำเภอ ตำบล 4) กำหนดแผนงาน แนวทางการดำเนินการเน้นหลักการ “บูรณาการ”การทำงาน “พหุภาคี”

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดผลิตภัณฑ์ 1) คณะทำงานระดับตำบล/อำเภอ/จังหวัด ร่วมจัดประชาคมตำบลค้นหาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเด่นในแต่ละท้องถิ่น 2) คัดเลือก/จัดลำดับผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตำบล

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ 1) วางแผนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการบริหารจัดการ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ การออกแบบ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น อย. มอก. รหัสสากล ฮาลาล 2) สนับสนุนแหล่งเงินทุน 3) ดำเนินการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ 4) วิจัยผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 4 การขยายตลาด (กระจายสินค้า) 1) วางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ตลาดภายใน ภายนอกประเทศ 2) วางแผนการขนส่ง จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 3) ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ทางสื่อ E-Commerce 4) การประสานสัมพันธ์ใบเชิงรุก 5) จัดการผลิตภัณฑ์ มอบประกาศเกียรติคุณ 6) จัดงานแสดงมหกรรมสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 7) วิจัยการตลาด

ขั้นตอนที่ 5 การติดตาม/ประเมินผล 1) กำหนดเกณฑ์ชี้วัด และมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ 2) ติดตาม ประเมินผลโดยคณะกรรมการจังหวัด/อำเภอ 3) เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงาน

3 แนวคิดและข้อยุทธการมีส่วนร่วมของประชาชน ระดับปริญญาตรี

ความหมายของการมีส่วนร่วม

จากการศึกษาเอกสารผู้วิจัย พบว่า นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมซึ่งมีทั้งความหมายคล้ายคลึงกันและแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทัศนคติและภูมิหลัง ทางวิชาการของแต่ละท่าน มีรายละเอียดดังนี้

การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ กระบวนการให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจแก้ปัญหาด้วยตนเอง ร่วมใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ ความชำนาญ ร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสม และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง (William 1976: 89)

การมีส่วนร่วมว่าเป็นกระบวนการเข้าร่วมอย่างกระตือรือร้นและมีพลังของประชาชนในกระบวนการต่าง ๆ คือ กระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมายทางสังคม และการจัดสรรทรัพยากรในการพัฒนาให้บรรลุเป้าหมาย

กระบวนการปฏิบัติตามแผนหรือโครงการต่างๆ โดยสมัครใจ กระบวนการนี้สอดคล้องกับแนวคิดของเฮร์ที่นิยามการเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยความสมัครใจว่าเป็นลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อกลุ่มคน ระหว่างกลุ่มต่อกลุ่ม อันเป็นส่วนประกอบของ กิจกรรมของกลุ่มอาจเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ (United Nations 1978: 4)

การมีส่วนร่วมว่าประกอบไปด้วย 3 มิติ คือ มิติที่ 1 คือ มีส่วนร่วมในการตัดสินใจว่าควรทำหรือทำอย่างไร มิติที่ 2 คือ มีส่วนเสียสละในการพัฒนา การลงมือปฏิบัติการตามที่ได้ตัดสินใจ มิติที่ 3 คือ มีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้จากการดำเนินการ (White, 1982 : 18) ซึ่งคล้ายคลึงกับ Alastair (ขวัญชัย วงศ์นิติกร 2532 : 18, อ้างอิงจาก Alastair) ซึ่งได้ให้คำจำกัดความว่า การมีส่วนร่วมประกอบด้วย 3 มิติด้วยกัน คือ มิติที่หนึ่ง คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจว่าควรทำอย่างไร มิติที่สอง คือ การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา การลงมือปฏิบัติการตามที่ได้ตัดสินใจ มิติที่สาม คือ การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานและในการประเมินผล

การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ (Mental and Emotional Involvement) ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม (Group Situation) ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าให้กระทำ (Contribution) บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น ทั้งยังให้เกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่ม นั้นด้วย นอกจากนั้นยังกล่าวถึงเงื่อนไขของการมีส่วนร่วมว่ามีอย่างน้อย 3 ประการ คือ 1. ประชาชนต้องมีอิสรภาพที่จะมีส่วนร่วม 2. ประชาชนต้องสามารถที่จะมีส่วนร่วม 3. ประชาชนต้องเต็มใจที่จะมีส่วนร่วม

(นิรันดร์ วงศ์นิติกร 2527: 183-186)

การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การเปิดโอกาสให้หน่วยงานของภาครัฐบาล ภาคเอกชน องค์กรเอกชน กลุ่มประชาชนหรือประชาชนได้มีโอกาสร่วมรับรู้ข่าวสาร รับฟัง และร่วมแสดงความคิดเห็นในรูปแบบต่าง ๆ ต่อการเตรียมการ โครงการหรือกิจกรรมที่จะเกิดขึ้น (ทวิวงศ์ ศรีบุรี 2539: 100)

การที่มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายการมีส่วนร่วม ซึ่งมีความหมายทั้งที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของการมีส่วนร่วม “การมีส่วนร่วม” หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชน องค์กรปกครองท้องถิ่น ชุมชนท้องถิ่น องค์กรอิสระได้เข้ามาร่วม กิจกรรมต่าง ๆ ด้วยความสมัครใจในการแสดงความรู้สึก ความต้องการ รวมทั้งประสานสิ่ง

เหล่านี้ในการวางแผนและการดำเนินการในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการร่วมกัน ตลอดจนได้รับประโยชน์จากการดำเนินกิจกรรมนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า หมายถึง การมีส่วนร่วมปฏิบัติในกิจกรรมในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งหรือ ทุกขั้นตอน ตั้งแต่การคิดริเริ่ม การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การใช้ประโยชน์ การติดตามและประเมินผล ตลอดจนการบำรุงรักษา

รูปแบบการมีส่วนร่วม

จากแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อโครงการพัฒนาต่าง ๆ รวมทั้งรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ประเทศต่าง ๆ ได้ดำเนินการสามารถสรุปรูปแบบการมีส่วนร่วมออกได้เป็น 5 รูปแบบ คือ (ปาริชาติ โชคดี และคณะ 2539: 11-13)

1. การรับรู้ข่าวสาร (Public Information) การมีส่วนร่วมในรูปแบบนี้ ประชาชนในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ และบุคคลหรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับการแจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดของ โครงการที่จะดำเนินการและผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ทั้งนี้การได้รับข่าวสารดังกล่าวจะต้องเป็นการแจ้งก่อนที่จะมีการ ตัดสินใจดำเนินโครงการ

2. การปรึกษาหารือ (Public Consultation) เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่มีการจัดการหารือระหว่างผู้ดำเนินการโครงการกับ ประชาชนที่เกี่ยวข้องและได้รับผลกระทบ เพื่อที่จะรับฟังความคิดเห็นและตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติมโดยหลักการของการจัดให้มีการหารือ จะต้องมีการดำเนินการก่อนที่จะมีการเสนอผลการศึกษาวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม การปรึกษาหารือยังเป็นช่องทางหนึ่งในการกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังผู้ที่ได้รับผลกระทบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในโครงการมากขึ้น และหารือเพื่อให้มีการให้ ข้อเสนอแนะ เพื่อประกอบทางเลือกในการพิจารณาตัดสินใจ

3. การประชุมรับฟังความคิดเห็น เป็นรูปแบบที่พบเห็นได้บ่อยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องคือผู้ที่ได้รับผลกระทบผู้ที่อาจได้รับผลกระทบหากมีการดำเนินโครงการ หน่วยงานเจ้าของโครงการและ ผู้มีอำนาจตัดสินใจได้ใช้เวทีสาธารณะในการทำความเข้าใจและค้นหาเหตุผลที่จะดำเนินการ โครงการ หรือไม่ดำเนินการโครงการ หรือไม่ดำเนินโครงการในพื้นที่นั้น ๆ การประชุมรับฟัง ความคิดเห็นอาจมีการดำเนินการได้หลายรูปแบบ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพปัญหาและประเด็นที่ต้องการหารือกัน รูปแบบที่พบเห็นได้บ่อยในหลายประเทศ ได้แก่

3.1 การประชุมในระดับชุมชน (Community Meeting) การจัดประชุมในลักษณะนี้ จะต้องจัดขึ้นในชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากโครงการ โดยเจ้าของโครงการจะส่งตัวแทนเข้าร่วมเพื่ออธิบายให้ที่ประชุมทราบถึงลักษณะโครงการและ ผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งหลังจากนั้นก็จะเป็นเรื่องของการซักถามของผู้เข้าร่วมในประเด็นปัญหาข้อสงสัยต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ดีการ

ประชุมในระดับชุมชนนี้อาจจัดเป็นเฉพาะจุดในระดับ ชุมชนย่อย ซึ่งในโครงการอาจมีชุมชนย่อยที่ได้รับกระทบหลายชุมชน ดังนั้นจึงเป็นไปได้ที่อาจมีการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นในระดับที่กว้างขวางขึ้นรวมหลาย ๆ ชุมชนอีกครั้งหนึ่ง

3.2 การประชุมรับฟังความคิดเห็นในเชิงวิชาการ (Technical Hearing) บางโครงการอาจมีข้อโต้แย้งในเชิงวิชาการจึงจำเป็นต้องมีการจัดประชุม เชิงเทคนิควิชาการ โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาจากภายนอกช่วยอธิบายซักถามและให้ความเห็นซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่การประชุมและสาธารณชนอีกทางหนึ่งการประชุมจึงอาจจัดในที่สาธารณะทั่วไป ผู้เชี่ยวชาญทั้งของโครงการและภาครัฐก็จะเข้าร่วมในการหารือนี้ ผลการประชุมจะต้องนำเสนอต่อสาธารณะชนและผู้เข้าร่วมประชุมต้องได้รับทราบผลดังกล่าวด้วย

3.3 การประชุมประชาพิจารณ์ (Public Hearing) การประชุมในลักษณะนี้ จะมีขั้นตอนการดำเนินการที่ชัดเจนมากขึ้นและเป็นเงาเงาในการเสนอข้อมูลจาก 2 ฝ่าย คือเจ้าของโครงการและผู้รับผลกระทบ การประชุมจะต้องเปิดกว้างและเจ้าของโครงการจะต้องเปิดเผยข้อมูลอย่างไม่มีการปิดบัง การประชุมและคณะกรรมการ จัดการประชุมจะต้องมีองค์ประกอบของผู้เข้าร่วมที่เป็นที่ยอมรับกันได้มีหลักเกณฑ์และประเด็น ในการพิจารณาที่ชัดเจนและแจ้งให้ทุกฝ่ายทราบทั่วกัน ซึ่งอาจมาจากการร่วมกันกำหนดขึ้น ทั้งนี้ รูปแบบการประชุมนั้นควรเป็นในลักษณะไม่เป็นทางการมากนักและไม่เกี่ยวข้องกับค่านิยมของกฎหมายที่จะต้องมีการชี้ขาดเหมือนการตัดสินใจในทางกฎหมาย การประชุมจึงอาจจัดในเวลาหลายวันและไม่จำเป็นต้องจัดเพียงครั้งเดียวและสถานที่เดียวตลอดไปสามารถเปลี่ยนไปตามพื้นที่โครงการได้ตามความเหมาะสม

4. การร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ถือได้ว่าเป็นเป้าหมายสูงสุดของการมีส่วนร่วมของประชาชน ในทางปฏิบัติที่จะให้ ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจต่อประเด็นปัญหานั้น ไม่ใช่เรื่องที่จะดำเนินการได้ง่าย ๆ อย่างแน่นอนอาจดำเนินการให้ประชาชนที่ได้รับผลกระทบ เลือกตัวแทนของตนเข้าไปนั่งยังคณะกรรมการ คณะใดคณะหนึ่งซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจต่อประเด็นปัญหานั้น ๆ เช่น อาจเป็นสภาที่ปรึกษา (Advisory Council) หรือ อาจเป็นคณะกรรมการที่ปรึกษา (Consultative Committee) รวมทั้งการได้รับคัดเลือกในฐานะที่เป็นตัวแทนองค์กรที่ทำหน้าที่เป็นผู้แทนประชาชนในพื้นที่สำหรับประชาชนจะมีบทบาทชี้้นำในการตัดสินใจได้เพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของคณะกรรมการพิเศษนั้น ๆ ว่าจะมีการวางน้ำหนักของประชาชนไว้เพียงใด

5. การใช้กลไกทางกฎหมาย อาจไม่ถือได้ว่าเป็นการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยตรงในเชิงการป้องกันแก้ไข แต่เป็นลักษณะของการเรียกร้องสิทธิของตนเนื่องจากการไม่ได้รับความเป็นธรรม ซึ่งมักใช้เมื่อหมดช่องทางในการต่อสู้ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ที่ตนเองว่าควรจะได้รับ หรือเพื่อพิทักษ์สิทธิ โดยอาศัยมาตรการทางกฎหมาย การใช้วิธีนี้ย่อมจะทำให้เกิดความ

ยึดถือต่อการดำเนินโครงการหรือยุติโครงการ ซึ่งประชาชนบางครั้งก็ไม่อยู่ในฐานะที่จะดำเนินการฟ้องร้อง เพราะนอกจากจะ เสียเวลาแล้ว ยังต้องมีภาระค่าใช้จ่าย รวมทั้งมีภาระในการแสวงหาข้อมูล นอกเหนือจากในการ ฟังฟังทางกฎหมายแล้วประชาชนอาจดำเนินการในรูปแบบกึ่งกฎหมาย ซึ่งหมายถึงว่า หากประเทศนั้นมีกลไกการรับรู้เรื่องราวร้องทุกข์ในระดับที่อาจตัดสินข้อพิพาทได้เบ็ดเสร็จที่รัฐบาลตั้งขึ้น โดยชั่วคราวหรือถาวร และเป็นที่ยอมรับกันของทุกฝ่าย ประชาชนจึงอาจทำเรียกร้องโดยตรงไปยังคณะกรรมการที่วันนี้ได้

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไป หรือสาธารณชนมีส่วนร่วมในการออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์สินค้าชุมชน โดยลักษณะการมีส่วนร่วมจะมีหลายรูปแบบแตกต่างกัน คือ ตั้งแต่การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การแสดงความคิดเห็นสนับสนุนหรือคัดค้าน การปรึกษาหารือ การประชุมรับฟังความคิดเห็น จนถึงการร่วมในการตัดสินใจของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4 แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต

ผู้ผลิตจะพิจารณาการจัดหาวัตถุดิบโดยมีปัจจัยที่สำคัญ 5 ประการ ที่มีผลต่อระบบการจัดการปัจจัยการผลิต ได้แก่

ปัจจัยการผลิต เป็นการวิเคราะห์ และสรุปว่าปริมาณวัตถุดิบในการผลิตและการแปรรูปมีเพียงพอต่อความต้องการหรือไม่ พิจารณาจากปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณวัตถุดิบ อาทิ ปริมาณวัตถุดิบที่รวบรวมได้ การแข่งขันกับหน่วยงานธุรกิจอื่นในการรับซื้อ

คุณภาพของปัจจัยการผลิต การกำหนดคุณภาพปัจจัยเป็นสิ่งสำคัญเพราะถึงแม้ว่าหน่วยธุรกิจสามารถจัดหาได้ในปริมาณที่ต้องการแต่คุณภาพต่ำ ย่อมจะมีผลกระทบต่อการตลาดของหน่วยธุรกิจในระยะยาว

เวลา เป็นสิ่งที่สำคัญในการทำธุรกิจการเกษตร ทั้งนี้เพราะสินค้าเกษตรส่วนใหญ่มีลักษณะการผลิตเป็นฤดูกาล นำเสียบง่าย และมีระยะเวลาเพียงช่วงเดียวที่จัดหาสินค้าได้ เนื่องจากสินค้าเกษตรส่วนใหญ่ผลิตเป็นฤดูกาล ทำให้มีกาลจัดหายากลำบากเพราะหน่วยธุรกิจไม่สามารถที่จะกำหนดปริมาณรับซื้อที่แน่นอนได้ แต่สำหรับผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรบางชนิดระยะเวลาไม่เป็นอุปสรรคในการผลิต เนื่องจากวัตถุดิบสามารถจัดหาได้ตลอดปี สามารถเก็บรักษาได้นานเพื่อรอการผลิต

ต้นทุนที่เหมาะสม การประกอบธุรกิจการเกษตร ต้นทุนสินค้านับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในส่วนของการวิเคราะห์ต้องพิจารณาปัจจัยที่กำหนดต้นทุนสินค้าสำหรับปัจจัยที่กำหนดต้นทุน

วัตถุประสงค์นั้น ได้แก่ ปริมาณอุปสงค์และอุปทาน โครงสร้างตลาดการแทรกแซงของรัฐบาล รวมทั้ง การวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดเวลา

องค์ประกอบของระบบธุรกิจ ก่อนที่หน่วยธุรกิจจะเข้าประกอบธุรกิจ ควรจะต้องศึกษาองค์กร ต่างๆ ของระบบตลาดและสินค้าที่ประกอบธุรกิจสามารถวางแผนการตลาดและการจัดหาวัตถุดิบ ได้อย่างเพียงพอ แนวทางในการวิเคราะห์ควรพิจารณาว่า การตลาดและการจัดหาวัตถุดิบได้อย่าง เพียงพอ แนวทางในการวิเคราะห์ความพิจารณาจากวิถีตลาดของผู้ค้าส่งเป็นอย่างไร และผู้ค้าระดับ ใดมีอำนาจการตลาด (พรรณภา พรหมชินวงศ์ 2547: 13)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตจะเห็นได้ว่าปริมาณการผลิต คุณภาพการผลิตต้องคำนึงถึง ระยะเวลาที่เหมาะสม ต้นทุนการผลิตและการตลาดด้วย จึงจะทำให้การผลิตมีจำนวนมากหรือน้อย ตามความต้องการของตลาด

5 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและส่วนประสมการตลาด

ตลาดคือ สถานที่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันเพื่อทำธุรกิจ หรือตลาดคือปริมาณการเสนอ ซื้อของผู้ซื้อทุกคนในตลาด ตลาด คือสถานที่ที่พบกันระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขายเพื่อตกลงราคา และ ปริมาณการซื้อขาย ตลาด มีความหมายมากมายหลายอย่างแตกต่างกันไป ตามธุรกิจของแต่ละ ประเภท เช่นแม่บ้านเข้าใจว่าตลาดคือสถานที่สำหรับซื้อขายอาหาร เกษตรกรหมายถึงแหล่งที่เขา ขายผลผลิต นักการเงินตลาดคือตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น ในแง่ของเศรษฐศาสตร์ ตลาดอาจหมายถึง กระบวนการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบเหล่านี้คือ ผู้ซื้อ ผู้ขาย สินค้า หรือบริการ สถานที่ เวลา และราคา (ประกัสสร บุญมี 2543: 138-139)

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ของ Philip Kotler ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้น การสร้างบริการเพื่อให้บริการที่ ทรงคุณค่าบริษัทต้องปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าเฉพาะรายและต้องสร้าง คุณค่าให้เกิดขึ้นด้วย

2. ราคา (Price) คือ ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือ บริการ รวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิด และการก่อพฤติกรรม ซึ่งจะต้องจ่ายพร้อม ราคาของสินค้าที่เป็นตัวเงิน การตั้งราคาค่าบริการ มีการเรียกราคาของบริการได้หลายแบบและ ราคาที่ตั้งขึ้นสำหรับคิดค่าบริการ มันได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมต้นทุนและสร้างกำไร เนื่องจากบริการมองไม่เห็น การตั้งราคาบางส่วนต้องให้ผู้ขายและผู้ซื้อเข้าใจว่ามีอะไรบ้างรวมอยู่ ในสิ่งที่เขากำลังซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน การตั้งราคามีอิทธิพลต่อการที่ผู้ซื้อจะรับรู้บริการด้วย

ลูกค้ามีเกณฑ์ในการตัดสินใจว่าคุณภาพน้อยเกณฑ์เขาจะประเมินบริการด้วยราคาเนื่องจากบริการยากที่จะประเมินราคา จึงมักมีบทบาทสำคัญในการซื้อคุณภาพ

3. ช่องทางการให้บริการ (Place) เป็นกระบวนการการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการการให้บริการ กลยุทธ์การให้บริการ เป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาจัดให้มีประสิทธิภาพทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพของบริการและสิ่งที่ลูกค้าให้คุณค่า นักการตลาดจะจัดการให้มีการรับบริการได้โดยสะดวกให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย การส่งเสริมการตลาดบริการ สิ่งหนึ่งที่ทำทนายการสื่อสารการตลาดของบริการก็คือ การที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย ความไม่มีตัวตนของบริการทำให้เป็นไปได้ที่จะมีประสบการณ์ก่อนที่จะทำการซื้อ ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดบริการจำเป็นต้องอธิบายว่าบริการคืออะไร และให้คุณประโยชน์แก่ผู้ซื้ออย่างไร

5. บุคคล (People) หรือพนักงานผู้ให้บริการ ลักษณะที่แตกต่างของบริการอันดับหนึ่งคือ การผลิตและการบริโภคจะเกิดขึ้นในขณะเดียวกัน ไม่สามารถแยกผู้ให้และผู้รับบริการออกจากกันได้ คนจึงหมายถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับทั้งหมดในการนำเสนอบริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้าได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการลูกค้า และลูกค้าอื่นในระบบการตลาดบริการ นอกจากนี้บุคลิกภาพ การแต่งกาย ทักษะและพฤติกรรมของพนักงาน ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ในการบริการของลูกค้า รวมถึงการปฏิบัติต่อลูกค้าคนอื่น ๆ หรือการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างลูกค้ากับลูกค้าด้วยกันเอง

6. สิ่งที่น่าเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence) เนื่องจากบริการเป็นข้อเสนอที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องได้จึงต้องทำให้ข้อเสนอของการบริการเป็นรูปธรรมที่ลูกค้าเห็นได้ชัดเจน สิ่งนำเสนอทางกายภาพนี้เป็นสภาพแวดล้อมทั้งหมดในการนำเสนอบริการ และสถานที่ซึ่งกิจการกับลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กัน รวมถึงส่วนประกอบใดก็ตามที่เห็นได้ชัดเจน ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานหรือในการสื่อสารงานบริการสิ่งซึ่งแสดงให้เห็นลูกค้าเห็นบริการได้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ ป้ายแผ่นโฆษณา ซองกระดาษจดหมาย รถให้บริการ และความสะอาดของอาคารสถานที่ เป็นต้น

7. กระบวนการ (Process) คือ ระเบียบวิธี (Procedures) กลไก (Mechanisms) และการเคลื่อนย้าย (Flow) ของกิจกรรมซึ่งเกิดขึ้นทั้งในระบบการนำเสนอ และปฏิบัติงานบริการเนื่องจากกระบวนการของบริการมีความสลับซับซ้อน จึงมีความจำเป็นต้องผนวกกระบวนการเหล่านี้เข้าด้วยกัน เพื่อให้การทำงานของกระบวนการเป็นไปโดยราบรื่น สามารถตอบสนองความต้องการตามคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังได้ (อคุลย์ จาตุรงค์กุล 2543: 312-314)

ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 P's ดังกล่าวข้างต้น ทุกตัวล้วนมีความสำคัญอย่างยิ่งจะขาดตัวใดตัวหนึ่งไปไม่ได้ สำหรับการผลิตและการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ผลิตมีหน้าที่ให้บริการส่งมอบบริการให้ลูกค้า ด้วยการเชื่อมโยงส่วนประสมการตลาดให้กลมกลืนกันให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

6 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้สาระสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าว จะอยู่ที่กิจกรรมหลัก 3 ประการคือ

การจัดหา (Obtaining) หมายถึงกิจกรรมต่างๆที่คนนำไปสู่การซื้อหรือได้มาซึ่งรับสินค้าและบริการมาใช้ กิจกรรมนับตั้งแต่การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งรวมไปถึงการเปรียบเทียบสินค้าและบริการแต่จนถึงการตกลงใจซื้อ ทั้งนี้นักวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะต้องสนใจและพิจารณาด้วยพฤติกรรมอย่างไร

การบริโภค (Consuming) หมายถึงการติดตามดูว่าผู้บริโภคนั้นทำการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ ที่ไหน อย่างไร ภายใต้อาณัติอย่างไร รวมตลอดไปถึงการดูด้วยว่า การใช้สินค้านั้นทำไปเพื่อความชอบอย่างครบเครื่องสมบูรณ์แบบ หรือเพียงเพื่อความต้องการขั้นพื้นฐานเท่านั้น

การกำจัดหรือทิ้ง (Disposing) หมายถึงการติดตามดูว่า ผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการ และหีบห่อของสินค้าหมดไปอย่างไร โดยติดตามดูพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดำเนินไป และที่กระทบต่อสภาพแวดล้อมรอบตัวด้วย รวมไปถึงการดำเนินการโดยวิธีอื่นกับสินค้าหรือบริการที่ใช้แล้ว

ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้าน

ต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อและใช้บริการของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ โดยที่เราสามารถแบ่งปัจจัยที่จะมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ออกเป็น 2 ประการ ได้แก่

ปัจจัยภายใน (Internal Factors) ที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล ในด้านความคิดและการแสดงออก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการ หรือความปรารถนา แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทักษะ การรับรู้

ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (wants) และความปรารถนา (Desires) ความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนา เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันและสามารถใช้แทนกันได้ ซึ่งเราจะใช้คำว่าความต้องการในการสื่อความเป็นส่วนใหญ่ โดยที่ความต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดของบุคคลจะเป็นจุดเริ่มต้นของความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการ คือ เมื่อเกิดความจำเป็นหรือความต้องการ ไม่ว่าจะในด้านร่างกายหรือจิตใจ บุคคลก็จะหาทางที่จะสนองความจำเป็นหรือความต้องการนั้นๆ เราอาจจะกล่าวได้ว่า ความต้องการของมนุษย์ หรือความต้องการของผู้บริโภคเป็นเกณฑ์สำหรับการตลาดยุคใหม่ และเป็นปัจจัยสำคัญของแนวความคิดทางการตลาด (Market concepts)

แรงจูงใจ (Motive) เมื่อบุคคลเกิดปัญหาทางกายหรือในจิตใจขึ้น และหากปัญหานั้นไม่รุนแรงเขาอาจจะปล่อยวาง ไม่คิด ไม่ได้ใจ หรือไม่ทำการตัดสินใจใดๆ แต่หากปัญหานั้นๆ ขยายตัวหรือเกิดความรุนแรงยิ่งขึ้น เขาก็จะเกิดแรงจูงใจในการพยายามที่จะแก้ไขปัญหานั้นๆ ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่เรา ต้องศึกษาถึงความต้องการ และความคิดของผู้บริโภค เพื่อที่จะสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภคให้ได้

บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาขึ้นมาจากความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจต่างๆ ระยะเวลาและแสดงออกมาในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรูปแบบในการสนอง (Reaction) ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นลักษณะการตอบสนองในรูปแบบที่คงที่ต่อตัวกระตุ้นทางสภาพแวดล้อม เช่น ผู้ที่มีลักษณะเป็นผู้นำจะแสดงออก หรือตอบสนองต่อปัญหาด้วยความมั่นใจ และกล้าแสดงความคิดเห็นมีความเป็นตัวของตัวเอง ในขณะที่ผู้ที่ขาดความมั่นใจในตนเองไม่กล้าเสนอแนะความคิดเห็นและรับอิทธิพลจากผู้อื่นได้ง่าย จะมีลักษณะเป็นคนที่ชอบตามผู้อื่น

ทัศนคติ (Attitude) เป็นการประเมินความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล โดยทัศนคติจะมีผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล ดังนั้น เมื่อเราต้องการให้บุคคลใดเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เราจะต้องพยายามที่จะเปลี่ยนทัศนคติของเขา ก่อน แต่ในความเป็นจริงทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นในจิตใจ ดังนั้น การปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภค ย่อมกระทำได้ง่ายกว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งต้องใช้ความเข้าใจ แรงพยายาม และระยะเวลาดำเนินการที่ยาวนาน

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น ก้าวแรกของการเข้าสู่ความคิดในการสร้างความต้องการแก่ผู้บริโภค คือ ต้องการให้เกิดการรับรู้ก่อน โดยการสร้างภาพพจน์ของสินค้าหรือองค์การให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นการสร้างการยอมรับได้เท่ากับเป็นการสร้างยอดขายนั่นเอง

การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลทั้งที่เกิดจากการรับรู้ และประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ในระยะยาว ดังนั้น หากมีการรับรู้ แต่ยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างค่อนข้างคงที่ ก็ยังไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้

ปัจจัยภายนอก (External Factors) หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยแบ่งออกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่

1. สภาพเศรษฐกิจ (Economy) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อ (purchasing power) ของผู้บริโภค ทั้งในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

2. ครอบครัว (Family) การเลี้ยงดูในสภาพครอบครัวที่แตกต่างกันส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกัน เช่น การตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากครอบครัว ซึ่งครอบครัวจะมีผลต่อพฤติกรรมบุคคลได้สูงกว่าสถาบันอื่นๆ เนื่องจากบุคคลจะใช้ชีวิตในวัยเด็ก ซึ่งเป็นวัยซึมซับและเรียนรู้ลักษณะอันจะก่อให้เกิดเป็นนิสัยประจำ (Habits) ของบุคคลไปตลอดชีวิต เป็นต้น

3. สังคม (Social) กลุ่มสังคมรอบๆ ตัวของบุคคลมีผลต่อการปรับพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นในทิศทางเดียวกัน เพื่อการยอมรับเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หรือที่เรียกว่า กระบวนการจัดเกลาทางสังคม (Socialization) ประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ค่านิยมของสังคม (Social Values) และความเชื่อ (Believes) ทำให้ต้องศึกษาถึงลักษณะของสังคม เพื่อจะทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ โดยเฉพาะบรรทัดฐาน (Norms) ที่สังคมกำหนด

4. วัฒนธรรม (Culture) เป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่สังคมเชื่อถือเป็นสิ่งดีงามและยอมรับปฏิบัติตาม เพื่อให้สังคมดำเนินและมีพัฒนาการไปได้ด้วยดี บุคคลในสังคมเดียวกันจึงต้องยึดถือและปฏิบัติตามวัฒนธรรม เพื่อการอยู่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยวัฒนธรรมเป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐาน (Basic values) การรับรู้ (Perception) ความต้องการ (Wants) และพฤติกรรม (Behaviors) จึงเป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิต (Lifestyles) ที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ ประกอบด้วย ค่านิยมการแสดงออก ค่านิยมในการใช้วัตถุหรือสิ่งของ หรือแม้กระทั่งวิถีคิดก็เป็นวัฒนธรรมด้วย

5. การติดต่อธุรกิจ (Business Contact) หมายถึง โอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้าหรือบริการนั้นๆ สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักและพบเห็นบ่อยๆ ก็จะมี ความคุ้นเคย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น ดังนั้นธุรกิจจึงควรเน้นในเรื่องของการ

ทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า (Brand Contact) นำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคได้พบเห็น ได้รู้จัก สัมผัส ได้ยิน ได้ฟังด้วยความถี่สูง การสร้างให้บุคคลเกิดการเปิดรับ (Exposure) มากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ได้ประโยชน์มากขึ้นเท่านั้น ตามหลักจิตวิทยาที่มีอยู่ว่าความคุ้นเคยนั้นก่อให้เกิดความรัก

6. สภาพแวดล้อม (Environment) การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น ความปรวนแปรของสภาพอากาศ การขาดแคลนน้ำหรือเชื้อเพลิง ผลกระทบของปรากฏการณ์ EI Ninyo และ La Nina เป็นต้น ส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน

จะเห็นว่าปัจจัยแวดล้อมภายนอกจะมีความสำคัญและอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ เพียงแต่องค์ประกอบแต่ละตัวจะมีความรุนแรง และผลกระทบในมิติที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรที่จะต้องตื่นตัวและตระหนักถึงความสำคัญโดยติดตามตรวจสอบและวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อสินค้าและบริการของอย่างต่อเนื่อง (เสรี วงษ์มณฑา 2548 : 32-46)

กลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในยุคหน้ายังมีอีกมาก ดังนั้น นักการตลาดจะต้องทำหน้าที่แสวงหาเครื่องมือทางการตลาดใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้ทดแทนกลยุทธ์เดิมๆ ที่ใช้กันอยู่ในวันนี้ เมื่อโลกเปลี่ยนไป กลยุทธ์ที่คิดไว้อาจใช้ไม่ได้สำหรับพรุ่งนี้ ดังนั้น การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จ ผู้บริโภคถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญอันดับต้นๆ ที่ผู้ประกอบการต้องนำมาพิจารณาตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่กล่าวมาข้างต้น ในการกำหนดตัวสินค้าในรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มใหญ่ของลูกค้าที่เป็นทางเลือก ในแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวกับลูกค้าเป้าหมายที่วางไว้ กลุ่มผู้บริโภคในส่วนของการผลิตและการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด บ้านหนองตาแต่ม อำเภอลำดวนบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความหลากหลาย ปัจจัยพื้นฐานเบื้องต้นที่น่าจะเป็นตัวกำหนดความต้องการของผู้บริโภค การติดต่อธุรกิจ ผู้บริโภคมีโอกาสพบเห็นสินค้า สินค้าตัวใดที่ผู้บริโภคได้รู้จักและพบเห็นบ่อยๆ ก็จะมี ความคุ้นเคย ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจและมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้น

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุดม ราสี (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การผลิตและการตลาดข้าวเหนียว ในจังหวัดหนองบัวลำภู ปีการผลิต 2550/2551 วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพการผลิต ต้นทุน และผลตอบแทนจากการผลิตข้าวเหนียวพันธุ์ กข 6 ของเกษตรกร สภาพการตลาด ปัญหาและแนวทางการแก้ไข ปัญหาในด้านการผลิตและการทำธุรกิจการรับซื้อข้าวเปลือกพันธุ์ กข6 ในจังหวัดหนองบัวลำภู กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา เป็นเกษตรกรผู้ปลูกข้าวพันธุ์ กข6 ที่ยื่นคำขอรับรองมาตรฐาน GAP ปี 2550/2551

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรร้อยละ 63.09 ปลูกข้าวเหนียวพันธุ์ กข6 ระหว่าง 10-20 ไร่ ร้อยละ 10.12 ปลูกน้อยกว่า 30 ไร่ แรงจูงใจในการปลูกข้าวเหนียวพันธุ์ กข6 ร้อยละ 61.51 ปลูกไว้บริโภค รองลงมาร้อยละ 17.00 ปลูกเพราะราคาสูง สำหรับเงินทุนร้อยละ 53.57 กู้ยืมจาก ธ.ก.ส. รองลงมาร้อยละ 20.40 กู้ยืมจาก สหกรณ์การเกษตร

ในการเตรียมดิน ร้อยละ 51.37 มีการไถ 2 ครั้ง คราด 1 ครั้ง แล้วปักดำหรือหว่าน การใช้เมล็ดพันธุ์ เฉลี่ยไร่ 13.00 กิโลกรัมต่อไร่ การใส่ปุ๋ยเคมี เฉลี่ยไร่ 18.7 กก.ต่อไร่ ปุ๋ยที่ใช้ ใช้สูตร 16-20-20 รองลงมาใช้สูตร 16-16-8 สูตร 15-15-15 และสูตร 46-0-0 ส่วนปุ๋ยอินทรีย์ร้อยละ 68.68 ใส่อัตรา 500-1000 ต่อไร่ ในการใช้น้ำทำนา ร้อยละ 72.20 อาศัยน้ำฝนอย่างเดียว รองลงมาร้อยละ 13.40 ใช้น้ำในสระตามไร่นาเสริม การใช้สารเคมีกำจัดวัชพืชร้อยละ 78.81 ไม่ใช้ในการใช้สารเคมี ป้องกันการกำจัดแมลง ร้อยละ 76.08 ไม่ใช้ ร้อยละ 32.92 มีการใช้สารเคมีกำจัดโรคและแมลง

เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 2,847.90 บาท ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 451.06 กก. รายได้จากการผลิต เกษตรกรสามารถขายข้าวเปลือก กข 6 ได้ตันละ 10,200 บาท มีต้นทุนการผลิตทั้งหมดตันละ 6,310 บาท มีกำไรเฉลี่ยตันละ 3,890 บาท พ่อค้าคนกลาง ขายข้าวเปลือกพันธุ์ กข 6 ได้เฉลี่ยตันละ 11,240 บาท มีต้นทุนทั้งหมดตันละ 10,518.97 บาท มีกำไรเฉลี่ยตันละ 721.03 บาท โรงสีมีรายได้เฉลี่ยตันละ 14,627.90 บาท มีต้นทุนทั้งหมดตันละ 12,408.95 บาท ทำให้มีกำไรเฉลี่ยตันละ 2,218.95 บาท

ส่วนเหลือจากการตลาดระหว่างราคาที่ได้รับกับราคาพ่อค้าคนกลางได้รับอยู่ที่ตันละ 1,040.00 บาท ส่วนเหลือการตลาดระหว่างราคาพ่อค้าคนกลางได้รับกับราคาที่โรงสีได้รับอยู่ที่ตันละ 3,387.90 บาท มีต้นทุนการตลาดทั้งสิ้นตันละ 4,427.90 บาท ประกอบด้วย ต้นทุนต่าง ๆ ของพ่อค้าคนกลาง 318.97 บาท ต้นทุนต่าง ๆ ของโรงสี 1,168.96 บาท กำไรของพ่อค้าคนกลาง 721.03 บาท และกำไรของโรงสี 2,208.95 บาท

พัฒนาศูนย์เมล็ดข้าว (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การผลิตและการตลาดข้าวหอมในเขต อำเภอ

เมือง จังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาการผลิตและการตลาดข้าวหอมในเขต อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตข้าวหอมจำนวน 8 ราย ผู้ค้าส่งข้าวหอมในตลาดสด 15 ราย และสังเกตการณ์การผลิตระหว่างเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2550 ถึง เดือน มีนาคม พ.ศ. 2551

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการผลิตข้าวหอมเป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนเท่ากัน อายุเฉลี่ยของผู้ประกอบการคืออายุ 45 ปี ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการส่วนใหญ่คือระดับประถมศึกษา ผู้ประกอบการผลิตข้าวหอมทั้งหมดเป็นเจ้าของคนเดียวและส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมาแล้วกว่า 10 ปี ในปัจจุบันผู้ประกอบการผลิตข้าวหอมในวงซีเมนต์จำนวนเฉลี่ย 10 บ่อต่อราย โดย

ใช้พื้นที่ในการผลิตถั่วงอกเฉลี่ย 77 ตารางเมตร ทั้งหมดใช้น้ำบาดาลในการรดน้ำถั่วเพื่อประหยัดค่าน้ำ ลักษณะการทำงานของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำงานเต็มเวลาอย่างน้อย 1 คนและมีแรงงานจ้างรายวัน ผู้ประกอบการต้องดูแลทุกขั้นตอนในการผลิต ทุกรายใช้ถั่วเขียวผิวดำเป็นวัตถุดิบหลัก เพราะจะได้ถั่วงอกลำต้นแข็งแรง ไม่ยุบตัวง่าย ทนทานต่อความร้อนได้ดี อัตราการใช้เฉลี่ย

1 กิโลกรัมถั่วเขียว จะผลิตถั่วงอกได้ 8 กิโลกรัม ผู้ประกอบการซื้อเมล็ดถั่วเขียวจากตัวแทนจำหน่ายในราคา กิโลกรัมละ 27 บาท โดยซื้อถั่วเขียวเฉลี่ยครั้งละ 3,000 กิโลกรัม ผู้ประกอบการใช้ถั่วเขียวในปริมาณ 102 กิโลกรัมต่อวันในการผลิต ได้ถั่วงอก 790 กิโลกรัม ถั่วงอกใช้เวลาในการผลิต 4 วันต่อรอบ ราคาขายถั่วงอก กิโลกรัมละ 7 บาท มีต้นทุนต่อ กิโลกรัมคือ 5 บาท ร้อยละ 95 เป็นต้นทุนผันแปร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ผลิตต่ำกว่า 1 ตันต่อวัน ส่วนใหญ่จำหน่ายผ่านผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ในตลาดสดของจังหวัด ให้เครดิตแก่ลูกค้า 2-5 วัน ลดราคาในกรณีที่ถูกค้าซื้อจำนวนมาก ผู้ประกอบการมีวิธีการรักษาความสดของถั่วงอกคือ ไม่ให้โดนอากาศโดยการรัดถุงบรรจุให้แน่น ในการทำธุรกิจถั่วงอกจะพบปัญหา เมล็ดถั่วเขียวเป็นเชื้อรา เมล็ดฝ่อ ไม่ได้คุณภาพ ถ้าอากาศร้อนเมล็ดถั่วจะเจริญเติบโตเร็ว ถั่วงอกเน่าเสียง่าย สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาในตลาดเป็นเรื่องยาก เนื่องจากผู้ประกอบการรายเดิมมีลูกค้าที่สั่งซื้อแน่นอนและสามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้ง่าย เมื่อลูกค้าต้องการเพิ่ม

นพพรดา ไชยวรรณ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การผลิตและการตลาดปาล์มน้ำมันของเกษตรกรรายย่อยในอำเภอ กาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพสังคมและเกษตรกรรายย่อยในอำเภอ กาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) การผลิตและการตลาดปาล์มน้ำมันและ 3) ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการผลิตปาล์มน้ำมันและการตลาดปาล์มน้ำมัน

ประชากรในการศึกษาได้แก่ เกษตรกรผู้ผลิตปาล์มน้ำมันรายย่อยในอำเภอ กาญจนดิษฐ์ จังหวัด สุราษฎร์ธานี จำนวน 374 ราย สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จำนวน 111 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรเกือบสองในสามเป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 42.95 ปี มากกว่าหนึ่งในสามเล็กน้อยจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประมาณสามในสี่ แหล่งความรู้ที่ใช้ในการผลิตปาล์มน้ำมันคือ หน่วยงานราชการ ได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร เกษตรกรมากกว่าหนึ่งในสาม เป็นสมาชิกกองทุนหมู่บ้าน มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3.81 คน เกือบสามในสี่มีอาชีพหลักคือ ผลิตปาล์มน้ำมัน โดยมีประสบการณ์การผลิตปาล์มน้ำมันเฉลี่ย 7.24 ปี ส่วนใหญ่ใช้เงินของตนเองเป็นเงินทุนในการผลิตปาล์มน้ำมัน มีการถือครองพื้นที่เพาะปลูกปาล์ม น้ำมันเพียง 2 ลักษณะเท่านั้น คือ เป็นที่ดินของตนเองและที่ดินของพ่อแม่ โดยส่วนใหญ่ถือครอง

ที่ดินซึ่งเป็นของตนเองเฉลี่ย 13.81 ไร่ เกษตรกรเกินกว่าหนึ่งในสามมีพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันเฉลี่ย 17.9 ไร่ ได้รับผลผลิตเฉลี่ย 2.3 ตัน/ไร่ ใช้แรงงานรวมเฉลี่ย 3.33 คน เกษตรกรส่วนใหญ่มีสภาพพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันที่มีการระบายน้ำที่ดี เกษตรกรทุกรายปลูกปาล์มพันธุ์ เทเนอร์่า โดยเลือกซื้อพันธุ์จากแหล่งที่มีหนังสือรับรองจากทางราชการ ใช้ระยะปลูกปาล์มน้ำมัน 9x9x9 เมตร เกือบทุกรายใช้ต้นกล้าที่คืนสมบูรณ์แข็งแรง เกือบสองในสาม ใ้ปุ๋ย 3 ครั้ง/ปี เกษตรกรเกือบหนึ่งในห้าให้น้ำแบบฉีดฝอย เกษตรกรประมาณสามในสี่ มีการตัดแต่งทางใบ ประมาณครึ่งหนึ่ง มีการใช้ทะเลาะเปล้าคลุมดิน ส่วนใหญ่เก็บผลปาล์มที่ร่วงหล่นจากการเก็บเกี่ยวใส่ถุงเพื่อเข้าโรงงานสกัด ไม่ปล่อยให้สกปรกตามพื้นดินและใช้สารเคมีตามอัตราที่กำหนดไว้ในฉลาก เกษตรกรประมาณสองในห้าทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวด้านราคาและการตลาดจากเพื่อนเกษตรกร ส่วนใหญ่ตัดสินใจเก็บเกี่ยวผลผลิตจำหน่ายเมื่อถึงเวลาเก็บเกี่ยว สิ่งที่น่ากังวลถึงเมื่อขายปาล์มน้ำมันคือ ราคา ส่วนใหญ่ขายปาล์มน้ำมันให้แก่ลานเทอเอกชน เกษตรกรเกือบสามในสี่ประสบปัญหาขาดหน่วยงานบริการวิเคราะห์ดิน – ใบปาล์มน้ำมัน เกษตรกรเสนอว่า รัฐบาลควรมีมาตรการในการกำกับและควบคุมดูแลเรื่องราคาปาล์มน้ำมันอย่างต่อเนื่อง

รศ.ดร. ณรงค์ศักดิ์ ชนวิบูลย์ชัย (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การผลิตและการตลาดพลาสติกของสมาชิกสหกรณ์ผู้เลี้ยงปลาสด แพรกหนามแดง จำกัด วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาการผลิตและการตลาดพลาสติกของสมาชิกสหกรณ์ผู้เลี้ยงปลาสด แพรกหนามแดง จำกัด และศึกษาปัญหาอุปสรรคด้านการผลิตและการตลาดพลาสติกของสมาชิกสหกรณ์ผู้เลี้ยงปลาสด แพรกหนามแดง จำกัด โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาด้านการตลาดพลาสติกของสมาชิกแบ่งเป็นสาเหตุ คือ สาเหตุด้านการตลาดโดยอ้อม เป็นสาเหตุที่เกิดจากปัญหาการเลี้ยงปลาสดโดยเรียงลำดับตามความสำคัญจากการศึกษา คือ การขาดแคลนเงินทุน การพักไม่ติด ขนาดปลาโตเต็มวันมีขนาดแคระแกรน สาเหตุด้านการตลาดโดยตรง เกิดจากการจำหน่ายปลาสดคือ ราคาปลาสดไม่มีความแน่นอน สมาชิกไม่มีอำนาจต่อรองราคา ไม่มีแหล่งรับซื้อปลาที่แน่นอน บางส่วนมีขนาดไม่ได้มาตรฐานตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา ควรให้มีความรู้โดยให้มีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ถ่ายทอดความรู้ระหว่างสมาชิกในด้านต่าง ๆ เลี้ยงปลาให้เหลื่อมเวลากัน ส่งเสริมด้านการประมงอาสา หน่วยงานภาครัฐควรมีการติดตามผลประเมิน โครงการ นำผลมาปรับปรุงและพัฒนาต่อไป สมาชิกควรนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการเลี้ยงปลาสด เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ

สมบัติ รัตนคำชูวงศ์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจชุมชนที่ได้คัดสรรเป็นสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับภาค 5 ดาว : กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมในภาคกลางฝั่งตะวันตก กลุ่มตัวอย่างคือ ธุรกิจชุมชนที่ได้รับการคัดสรรเป็นสุดยอดผลิตภัณฑ์ไทย ระดับภาค 5 ดาว ประจำปี พ.ศ. 2546 ในสินค้าประเภทหัตถกรรม โดยจะทำการศึกษาเฉพาะในเขตพื้นที่ภาคกลางฝั่งตะวันตกจำนวน 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี นครปฐม ราชบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และเพชรบุรี จำนวน 10 กลุ่มธุรกิจชุมชน การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จของธุรกิจชุมชน ที่ผ่านการคัดสรรเป็นสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับภาค 5 ดาว ประจำปี พ.ศ. 2546 ในสินค้าประเภทหัตถกรรม มีวิธีการศึกษาวิเคราะห์โดยใช้การสัมภาษณ์แบบสอบถามใน 2 ลักษณะคือ แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการณ์ทั่วไปของกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยการสอบถามประธานกลุ่ม และแบบสอบถามเพื่อการประเมินผลกลุ่มธุรกิจชุมชน แบ่งออกเป็น 6 ตอน คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลเกี่ยวกับบริบท ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยนำเข้า ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการ ข้อมูลเกี่ยวกับผลผลิต และข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะโดยใช้สอบถามผู้บริหารของกลุ่ม

ผลการศึกษารูปได้ว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ทำให้ผลการประเมินบริบทอยู่ในระดับสูงเพราะความต้องการอยากให้มีการรวมกลุ่มของสมาชิกสูงมาก และความรู้จักคุ้นเคยกันของสมาชิกอยู่ในระดับสูง ด้านผลการประเมินปัจจัยนำเข้าอยู่ในแค่ในระดับปานกลาง เพราะมีการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน แต่ก็มีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ทำให้กลุ่มธุรกิจชุมชนตัวอย่างบางกลุ่มมีผลการประเมินกระบวนการอยู่ในระดับสูง ได้แก่ ทรัพยากรด้านสมาชิกกลุ่มและด้านเครื่องมือเครื่องใช้ สำหรับผลการประเมินกระบวนการอยู่ในระดับสูงมาก ปัจจัยแห่งความสำเร็จคือการบริหารจัดการภายในกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ เสมอภาค และความเป็นผู้นำของประธานกลุ่ม ด้านผลการประเมินผลผลิตอยู่ในระดับสูงมากปัจจัยแห่งความสำเร็จ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ได้รับการยอมรับและเป็นที่ต้องการของตลาด

สุภัทรา สุภากรณ์ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง กิจกรรมกลุ่มการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษากลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดอ่างทอง พบว่า กลุ่มสตรีสหกรณ์ส่วนใหญ่จะเป็นครอบครัวสหกรณ์การเกษตร และบุคคลทั่วไปได้ตั้งบ้านเรือนอยู่ในชุมชนนั้น มาทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้มีรายได้เสริมจากการทำการเกษตรโดยได้รับสนับสนุนงบประมาณจากส่วนราชการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยมีแหล่งจำหน่ายทั้งภายในจังหวัด ต่างจังหวัดและต่างประเทศ

ณรงค์ศักดิ์ จักรกรณ์ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตฯ ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2546 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ กลุ่มผู้ผลิต

และข้าราชการของกรมส่งเสริมสหกรณ์ทั้งจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จาก 10 จังหวัด คือ จังหวัดเชียงใหม่ พิชญ์โลก อ่างทอง ปทุมธานี ขอนแก่น นครราชสีมา ชลบุรี เพชรบุรี สุราษฎร์ธานี และสงขลา วิธีการศึกษานั้นได้ประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ผสมผสานกับการให้การศึกษาอบรม โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม (Action Training) ในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับคณะทำงานและกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ

1. เพื่อพัฒนากลุ่มผู้ผลิต ให้มีองค์ความรู้ เรื่องการบริหารจัดการกลุ่ม การดำเนินธุรกิจ และการเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิตการตลาด
2. ค้นหารูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็ง สามารถบริหารจัดการกลุ่มได้ด้วยตนเอง
3. พัฒนาทีมงานให้มีทักษะในการจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม และสามารถนำไปประยุกต์ ในการส่งเสริมกลุ่มผู้ผลิตให้เข้มแข็ง

ผลการศึกษาพบว่า การที่กลุ่มเกิดความรู้นสามารถพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ในระดับที่น่าพอใจ เกิดจากการจัดกระบวนการเรียนรู้ โดยใช้กระบวนการการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งโครงการฯ ได้ค้นพบองค์ความรู้สำคัญที่เป็นปัจจัยเป็นวิธีการ (HOW TO) ก่อให้เกิดผลดังกล่าว สรุปได้ดังนี้คือ

1. การออกแบบทีมวิจัยที่มีผสมผสานกันทั้งกลุ่มผู้ผลิต ข้าราชการส่วนภูมิภาคและข้าราชการส่วนกลาง และอาจารย์จากสถาบันการศึกษา ซึ่งการผสมผสานดังกล่าว เป็นการผสมผสานที่ก่อให้เกิดความหลากหลายทางความคิด และองค์ความรู้ ทำให้ทุกคนนำความรู้ที่มีอยู่มาถ่ายทอดแลกเปลี่ยนกัน ทุกคนมีบทบาทในทีมวิจัยแตกต่างกันไป ข้าราชการทำหน้าที่ในการประสานงานจัดกระบวนการประชุมกลุ่มเป็นทั้งผู้สนับสนุนข้อมูลของกลุ่มและปฏิบัติการตามแผนการพัฒนากลุ่มที่ได้รับร่วมกันกำหนดขึ้น ทีมข้าราชการส่วนกลางให้การสนับสนุนติดตามให้กำลังใจเอื้ออำนวยความสะดวกเอื้อแผนที่วางไว้ อาจารย์ที่ปรึกษาทำหน้าที่ออกแบบกระบวนการกระตุ้นให้กลุ่มทำงานเคลื่อนที่ไปข้างหน้า ช่วยจับความรู้สำคัญที่เกิดขึ้นและชี้ประเด็นให้เห็นชัด ทำให้ดูในบางครั้งการออกแบบทีมที่มีความหลากหลายแบบทำให้กระบวนการเรียนรู้ของกลุ่มเป็นไปอย่างรวดเร็ว

2. การออกแบบโจทย์วิจัยและกระบวนการวิจัยที่เป็นระบบ และคำนึงถึงประโยชน์ที่กลุ่มจะได้รับเป็นที่ตั้ง ให้กลุ่มเป็นผู้แสดงหลักที่สำคัญ เป็นผู้กระทำ (Subject) ไม่ใช่ผู้รับการกระทำ (Object) ทำให้กลุ่มเห็นประโยชน์ของการเข้าร่วมประชุมและร่วมกิจกรรมของการวิจัย เพราะการ

ทำวิจัยเป็นการวิจัยที่มุ่งพัฒนาให้กลุ่มดีขึ้น และกลุ่มเห็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นประโยชน์สำหรับเขา อย่างชัดเจน

3. การเตรียมคณะวิจัยที่เน้นการสร้างคณะให้คณะได้เรียนรู้ร่วมกัน เพื่อให้ได้ใจของทีมวิจัย กระบวนการเตรียมทีมวิจัย ที่โรงแรมอุทกอนันต์ ถูกออกแบบอย่างละเอียดละไม ทุกกิจกรรมได้ออกแบบเพื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และสร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคณะวิจัย และเป็นจุดเริ่มต้นโครงการที่หลายคนประทับใจ กับความรู้ ความสุข ความสนุกสนานที่ได้รับ กลายเป็นความทรงจำที่ดี เป็นกำลังใจในเวลาทำงาน เมื่อเจอปัญหาอุปสรรคก็มีได้ข้อต่อต้องร่วมกันฟันฝ่า จนผลการวิจัยของทีมวิจัยสนามแต่ละทีม ได้ผลเป็นที่น่าพอใจ

4. การออกแบบกระบวนการประชุมอย่างต่อเนื่อง ทั้งทีมวิจัยสนามแต่ละทีมและรวมทั้ง 10 ทีมพร้อมกันเป็นผลให้ทั้ง 10 ทีม ทำงานต่อเนื่อง มีการรายงานผลตลอดเวลา เวทีประชุมของทีมวิจัยทั้งในระดับจังหวัด ระดับภูมิภาคเป็นเวทีที่ให้ทีมวิจัยได้เรียนรู้ร่วมกัน เกิดความรู้ใหม่ขึ้นตลอดเวลา ทำให้ทีมวิจัยทุกคนรับรู้ได้ว่าเป็นการประชุมที่สนุกและได้ความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นได้เพื่อนใหม่เพิ่มขึ้น จนเกิดเป็นเครือข่ายตามธรรมชาติโดยอัตโนมัติ

5. การออกแบบการประชุมที่เชื่อมร้อยกันทุกเวทีต่อเนื่อง และมีการพัฒนาองค์ความรู้ต่อเนื่อง อย่างเป็นระบบ มีการบ้านใหม่ ๆ ให้ทีประชุมคิดและนำมาเล่นในเวทีต่อไป ทำให้ทุกคนต้องทำการบ้านมา เพราะถ้าไม่ทำการบ้านมาก็จะไม่มีเรื่องเล่า และจัดบรรยากาศให้ทุกคนมั่นใจ สิ่งที่ทำทุกคนคิดมีค่า น่าสนใจ โดยผู้นำการประชุมช่วยสรุปช่วยจับประเด็นร้องเรียนเป็นเนื้อหาความรู้ให้เห็นว่าจะนำความรู้นี้ไปใช้ประโยชน์ได้อย่างไร ทำให้ทีมเกิดความมั่นใจและภูมิใจในความเป็นนักวิจัยในทีมวิจัย จนกระทั่งทีมวิจัยปรารถนาจะได้ไปประกาศเกียรติคุณการเป็นนักวิจัย นั้นแสดงว่าเขาภูมิใจที่ได้เป็นนักวิจัยในโครงการ ความภาคภูมิใจนี้ ไม่ใช่มีไว้โอ้อวด แต่เป็นการสร้างพลังความเชื่อมั่น (Empowerment) ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ

6. การจัดบรรยากาศการประชุมที่เอื้ออำนวยให้ผู้เข้าประชุม รู้สึกสบายเป็นกันเอง และให้บทบาทกับทุกคนที่ร่วมประชุม ได้มีโอกาสแสดงออก ทำให้เกิดการเรียนรู้และกล้าที่จะคิด กล้าที่จะเสนอความคิด และเสริมกิจกรรมการสนุกสนานแบบชาวบ้าน ซึ่งเกิดจากความคิดว่าวัฒนธรรมการทำงานแบบสังคมไทยโบราณที่ผ่านมา ยามเหนื่อยอยากจากการทำงานหรือจากไร่นา เสรีจากงานมารื่นเริงกัน ตามประสา ซึ่งนอกจากจะได้พักผ่อนแล้วยังนำมาซึ่งความสนิทสนมกัน เห็นพฤติกรรมของกันและกัน กลายเป็นเพื่อนกัน

7. การสร้างรูปแบบการรายงานผลที่มีพลังและกระตุ้นให้ทุกทีมทำให้ออกมาดีที่สุด การมีทีมวิจัยหลายทีมทำให้ทุกทีมต้องพยายามทำให้ออกมาดีที่สุดเท่าที่สามารถทำได้ การรายงานและติดตามผลการทำงานแบบนี้เป็นการติดตามผลเพื่อช่วยแก้ปัญหาและให้กำลังใจ ไม่ใช่ตามไปตำหนิ โครงการ

ไม่เคยตำหนิทีมวิจัยสนามที่ส่งงานล่าช้า เพราะโครงการเองก็เข้าใจในเงื่อนไขและข้อจำกัดหรือทำงานมาไม่ครบถ้วนแต่จะบอกว่าไม่เป็นไรทำไมใหม่ แต่เวทีการรายงานผล จะทำทีมวิจัยสนามได้เรียนรู้วิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพเอง เพราะทุกคนมรายงานผลของทีมวิจัยด้วยจินตนาการที่พยายามทำของตัวเองให้ดีและดูที่อื่นว่าเขาทำอย่างไร ทำให้แต่ละทีมเกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

8. การกำหนดกลุ่มต้นแบบเพื่อเป็นตัวอย่างในการพัฒนาปรากฏว่า ไม่จำเป็นเพราะว่าแต่ละกลุ่มมีข้อดีข้อเด่นแตกต่างกันไป กลุ่มสามารถที่จะเรียนรู้จากกลุ่มต่าง ๆ และนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มได้เอง การเลือกข้าราชการที่กำหนดตำแหน่งว่าควรจะมาจาก กลุ่มพัฒนาธุรกิจ กลุ่มพัฒนาระบบการจัดการ และหน่วยเคลื่อนที่และศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยี ดูเหมือนจะดีแต่ในความเป็นจริง ข้าราชการที่เข้าร่วมโครงการทำงานได้ดีเพราะมีใจอยากเรียนรู้ คนที่ไม่ต้องการเรียนรู้ มาบ้างไม่มาบ้าง จะไม่ค่อยได้อะไรเท่าไร คนที่ทำด้วยใจแม้เป็นลูกจ้างชั่วคราวก็สามารถทำได้ดี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยรูปแบบการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความมุ่งหมายที่จะศึกษาสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านคือ ผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด โดยศึกษาถึงการผลิตและการตลาด รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคและแนวการแก้ไขปัญหา แนวทางการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงเลือกรูปแบบและวิธีการวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. พื้นที่ศึกษา

พื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2. ขั้นตอนการวิจัย

2.1 ค้นคว้าทางเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อของการค้นคว้าอิสระเพื่อประกอบเป็นข้อมูลนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

2.2 นำเสนอหัวข้อการค้นคว้าอิสระ

2.3 ศึกษาประวัติความเป็นมาของหัวข้อวิจัย กำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย และประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

2.4 จัดทำแนวคำถามวิจัย ในการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

2.5 จัดเตรียมเครื่องมือและการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ทำการวิจัย

2.6 สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง

2.7 รวบรวมข้อมูล ถอดเทปคำสัมภาษณ์

2.8 วิเคราะห์ข้อมูล

2.9 สรุปผลวิจัย

2.10 จัดทำรูปเล่มของการค้นคว้าอิสระ

3. วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม และเก็บข้อมูลจากเอกสารเป็นส่วนประกอบ เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษารูปแบบการเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้ศึกษาใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ในระหว่างการเก็บข้อมูลผู้ศึกษาขอได้อนุญาตในการใช้เครื่องบันทึกเทป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ผู้ศึกษาจับประเด็นในการตอบสนองเพื่อนำมาจดบันทึกคำสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนหลังจากการเก็บข้อมูลแล้วผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้นำมาทำการเรียบเรียงและจัดหมวดหมู่ของคำสัมภาษณ์ที่ลักษณะเดียว กรอบแนวคำถามในการสัมภาษณ์ครั้งนี้เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์อันประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล (ถ้าผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ขัดข้อง) พร้อมทั้งป้อนคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์การบริหาร การจัดการ ความสำเร็จและปัญหาอุปสรรค การปฏิบัติงาน ประเภทสินค้า กระบวนการวางแผนในการประกอบการ การสังเกตผลที่เกิดขึ้นและการประเมินผล เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์และนำเสนอผลการดำเนินการศึกษาต่อไป ความน่าเชื่อถือของแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ได้รับการตรวจสอบโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร นายมนตรี เชื้อวงศ์สกุล นายกองค้การบริหารส่วนตำบลหนองตาเต๋ม เจ้าหน้าที่พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลหนองตาเต๋ม และนางศิริวรรณ วุฒิวงศ์อังคณา ผู้นำชุมชนและกลุ่มศูนย์หัตถกรรมกระดาษสับประดะปราณบุรี ซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ศึกษา วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากหลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อรูปแบบการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสับประดะ บ้านหนองตาเต๋ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสับประดะ บ้านหนองตาเต๋ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นกิจกรรมในการมีส่วนร่วมของผู้ให้ข้อมูลเพื่อค้นหาข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ

4.3 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เป็นการเข้าไปอยู่ และปฏิบัติตนเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ศึกษาทำวิจัย ซึ่งเป็นการสังเกตด้วยตัวผู้วิจัยเอง โดยผู้วิจัยเลือกการมีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้สังเกต เข้าร่วมในกิจกรรม การเลือกชมสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ บ้านหนองตาเต๋ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้วยตัวผู้วิจัยเองเพื่อให้มีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5.1 การจดบันทึก เป็นสมุดบันทึกประจำวันที่บันทึกความคิดและสถานการณ์ต่าง ๆ ที่สังเกต เพื่อเป็นการป้องกันการลืมและช่วยให้เข้าใจข้อมูลหลังจากการเก็บข้อมูลการศึกษา มีประโยชน์ต่อการนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

5.2 เครื่องบันทึกเสียง ใช้สำหรับการสัมภาษณ์ ซึ่งการจดบันทึกอย่างเดียวอาจไม่สามารถได้รายละเอียดเพียงพอ ในการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม จะมีข้อมูลที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาจึงจำเป็นต้องบันทึกรายละเอียดให้ได้มากที่สุด

5.3 กล้องบันทึกภาพ เพื่อบันทึกภาพ

5.4 ตัวผู้วิจัย

6. แหล่งข้อมูลวิจัย

ถึงแม้ว่าแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์จากกระดาศไฮสัปปะรด ชนิดต่างๆ จะมีกระจายอยู่ทั่วไปในทุกๆภาคของประเทศไทย และผลิตภัณฑ์จากกระดาศไฮสัปปะรด ในแต่ละภาคก็มีเอกลักษณ์เฉพาะตน ทำให้มีความน่าสนใจในการทำการศึกษาในทุกๆ ภาค แต่ด้วยความจำกัดของระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาขณะผู้วิจัยจึงต้องจำกัดพื้นที่ที่จะทำการวิจัย โดยในการทำการวิจัยครั้งนี้จะทำเฉพาะในพื้นที่ภาคใต้ตอนบนเท่านั้น นอกจากนี้จะจำกัดพื้นที่ที่จะทำการศึกษาในระดับภาคแล้ว ขณะผู้วิจัยยังต้องกำหนดเลือกจังหวัดที่จะทำการศึกษาคด้วย โดยขณะผู้วิจัยได้เลือกบ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งนี้เนื่องจากในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลิตภัณฑ์จากกระดาศไฮสัปปะรด เป็นหนึ่งในกลุ่มของผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัดที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

สำหรับอำเภอ ตำบล และหมู่บ้านที่กำหนดเป็นพื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดภายใต้ข้อเสนอแนะของผู้ที่รับผิดชอบดูแลโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จะทำการศึกษาใน 1 อำเภอ 1 จังหวัด ซึ่งมีรายละเอียดดังสรุปแสดงในตารางที่ 1

ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมายในการวิจัยนี้จำแนกได้เป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากกระดาศไฮสัปปะรด บ้านหนองตาแต้ม

อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 15 คน

2. เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในส่วนของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์จากกระดาษใยสับปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักและการเลือกตัวอย่างเชิงทฤษฎี ดังที่กล่าวมาในข้อ 1.2 ว่า ประชากรเป้าหมายในการวิจัยจำแนกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์จากกระดาษใยสับปะรดและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 - 10 คน กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังนั้น ในการวิจัยนี้จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 อำเภอ ตำบล และหมู่บ้านในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่กำหนดเป็นพื้นที่ในการวิจัย และประเภทของผลิตภัณฑ์จากกระดาษใยสับปะรดของแต่ละพื้นที่

จังหวัด	อำเภอ	ตำบล	หมู่บ้าน	ประเภทผลิตภัณฑ์
ประจวบคีรีขันธ์	ปรางบุรี	หนองตาแต้ม	บ้านหนองตาแต้ม	

3. กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ ชื่อหา นำไปใช้ประโยชน์กับผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสับปะรด

7. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพมีความยืดหยุ่นสูง ในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ และเกิดความไว้วางใจในคุณภาพของงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ คือ การตรวจสอบแบบสามเส้าเชิงคุณภาพ คือ (Triangulation) ซึ่งได้รวบรวมเรื่องนี้จากหนังสือ ตำราของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในด้านนี้ มีดังนี้

สุภางค์ จันทวานิช (2553 : 128-130) กล่าวถึง ความสำคัญของการตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพไว้ว่า ในการวิจัยเชิงคุณภาพเรามักจะได้ยินเสมอว่า มีผู้สงสัยในความแม่นยำและความน่าเชื่อถือของข้อมูล เพราะแคลงใจในความลำเอียงของนักวิจัยที่อาจเกิดขึ้นเมื่อได้ไปคลุกคลีกับ ปราชญ์กรรมและผู้ให้ข้อมูล นักวิจัยเชิงคุณภาพตระหนักดีถึงข้อสงสัยนี้ และได้วางมาตรการที่จะป้องกันความผิดพลาด นั่นคือ การตรวจสอบข้อมูลก่อนทำการวิเคราะห์ การตรวจสอบข้อมูลที่ใช้กันมากในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า(triangulation) มีวิธีการตรวจสอบ 4 วิธี คือ

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation)

คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบ คือการตรวจสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่

-แหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ เช่น ถ้าผู้วิจัยเคยสังเกตผู้ป่วยโรคจิตเวลาเช้า ควรตรวจสอบโดยการสังเกตผู้ป่วยเวลาบ่ายและเวลาอื่นด้วย

-แหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ เช่น ผู้ป่วยโรคจิตมีอาการคลุ้มคลั่งเมื่ออยู่ในบ้าน ถ้าหากไปอยู่ที่อื่นจะยังมีอาการคลุ้มคลั่งหรือไม่

-แหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ เช่น เคยซักถามบุตรชายผู้ป่วยเปลี่ยนเป็นซักถามบุตรหญิง หรือพยาบาล หรือเปลี่ยนจากปัจเจกบุคคลเป็นกลุ่มบุคคลหรือกลุ่มสังคม

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (investigator triangulation)

คือ ตรวจสอบว่า ผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลแตกต่างกันอย่างไร โดยเปลี่ยนตัวผู้สังเกตแทนที่จะใช้ผู้วิจัยคนเดียวกันสังเกตโดยตลอด ในกรณีที่ไม่แน่ใจในคุณภาพของผู้รวบรวมข้อมูลภาคสนาม ควรเปลี่ยนให้มีผู้วิจัยหลายคน

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (theory triangulation)

คือ การตรวจสอบว่า ถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิม จะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกัน อาจทำได้ง่ายกว่าในระดับสมมติฐานชั่วคราว (Working hypothesis) และแนวคิดขณะที่ยังมีสติความสร้างข้อสรุปเหตุการณ์แต่ละเหตุการณ์ ปกตินักวิจัยจะตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎีได้ยากกว่าตรวจสอบด้านอื่น

4. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation)

คือ การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถาม พร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย

สุภาวศ์ จันทวานิช (2552: 32) ได้สรุปไว้ว่า หลักของการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า คือ การไม่ปักใจว่าแหล่งข้อมูลแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่ได้มาตั้งแต่แรกเป็นแหล่ง ที่เชื่อถือได้ แล้วนักวิจัยจำเป็นต้องแสวงหาความเป็นไปได้ว่ายังมีแหล่งอื่นใดอีกบ้าง มีวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า โดยใช้วิธีการดังนี้

1. วิธีตรวจสอบโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่ต่างกันออกไป (methodological triangulation)
2. วิธีตรวจสอบโดยใช้แหล่งข้อมูลที่ต่างกัน (data triangulation) ใช้วิธีการโดยเปลี่ยนแหล่งที่เป็นบุคคลเวลาหรือสถานที่ที่ให้ข้อมูล
3. วิธีตรวจสอบโดยใช้ผู้เก็บข้อมูลที่ต่างกัน (investigator triangulation)

สุภางค์ จันทวานิช (2552 : 34) ได้ยกตัวอย่างการใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่ต่างกันออกไปไว้ดังนี้ ในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับวิธีสอนของครูในโครงการวิจัย ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการสอนของครู ด้วยการสัมภาษณ์ครู ครูที่เป็นผู้ให้ข้อมูลแจ้งว่า ในการสอนเลขครูจะใช้วิธีอธิบายตัวอย่างแล้วให้ทำแบบฝึกหัด ถ้าเด็กไม่เข้าใจครูจะอธิบายซ้ำอีกครั้ง เนื่องจากข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการสอนของครูเป็นข้อมูลสำคัญที่มีผลต่อคุณภาพ การเรียนรู้ ผู้วิจัยจึงตรวจสอบข้อมูลนี้ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลอีกวิธีหนึ่ง ได้แก่ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมนอกห้องเรียนและการเงี่ยหูฟัง (eavesdropping) ผู้วิจัยได้พบว่าในชั่วโมงเลขเมื่อเด็กไม่เข้าใจตัวอย่างและทำแบบฝึกหัดไม่ได้ ครูคว้าเด็กด้วยถ้อยคำรุนแรง ไม่ได้มีการอธิบายซ้ำดังที่ครูบอกแก่ผู้วิจัย ข้อมูลที่ได้มาจากวิธีการแบบที่สองจึงเป็นข้อมูลที่ตรงกันข้ามกับข้อมูลที่ ครูให้สัมภาษณ์ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยไม่ได้ปักใจเชื่อว่าข้อมูลจากการสัมภาษณ์เป็นข้อมูลเท็จทั้งหมด แล้วสรุปว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยแอบเงี่ยหูฟังเป็นข้อมูลที่ถูกต้องเชื่อถือได้ เพราะข้อมูลทั้ง 2 แบบนี้มีลักษณะตรงกันข้ามโดยสิ้นเชิง

ผู้วิจัยจึงได้หาวิธีการเก็บข้อมูลใหม่ต่อไปอีก โดยเข้าไปสังเกตแบบมีส่วนร่วมในห้องเรียนที่มีการสอนเลขโดยครูคนเดิม แต่ครั้งนี้ได้ขอเวลาให้ผ่านไปจนผู้วิจัยกับครามีความสนิทสนมกัน เรียกกันเป็นพี่เป็นน้องแล้วเมื่อได้สังเกตแบบมีส่วนร่วมในห้องเรียนนี้เองผู้วิจัยจึงได้พบว่าครูใช้ทั้งวิธีอธิบายซ้ำให้เด็กฟัง และวิธีดุคำเด็กด้วยถ้อยคำรุนแรง โดยจะอธิบายซ้ำให้เด็กที่ตั้งใจเรียนแต่สติปัญญาเชื่องช้า และจะดุคำด้วยถ้อยคำรุนแรงแก่เด็กที่เกเรในห้องเรียน นอกจากนั้นการใช้ถ้อยคำดุว่ารุนแรงยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานอารมณ์ในวันที่มี การสอนอีกด้วย ถ้าวันใดครูมีปากเสียงกับสามี ก็จะมีพื้นฐานอารมณ์เสีย ดุว่าเด็กรุนแรงกว่าปกติ ข้อมูลที่รวบรวมได้ในที่สุดจึงเป็นแบบ ค ซึ่งมีลักษณะการสังเคราะห์ข้อมูลแบบ ก. และข้อมูลแบบ ข. ก็เชื่อถือได้ในระดับหนึ่ง แต่ข้อมูล ค มีความเชื่อถือได้มากขึ้น เพราะได้แสดงเงื่อนไข (Condition) ว่าเมื่อใดจึงจะเกิดข้อมูล แบบ ก. และเมื่อไรจะเกิดข้อมูลแบบ ข.

ผลสรุป อ่อนสรวัด (2551 : 282) สรุปไว้ว่าเนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพไม่เน้นข้อมูลเชิงปริมาณ การเก็บข้อมูลจึงไม่เน้นที่การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนั้น ความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูล จึงฝากไว้ที่คุณภาพของผู้วิจัย และการตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์

โดยจะต้องตรวจสอบข้อมูลในขณะที่เก็บข้อมูลอยู่ในภาคสนาม และเมื่อออกจากภาคสนามก็ต้องมีการตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อพิจารณาว่าข้อมูลที่ได้นั้นเพียงพอที่จะตอบคำถามวิจัยได้หรือไม่ และข้อมูลที่ได้อาจมีความถูกต้องน่าเชื่อถือเพียงไร การตรวจสอบข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพนิยมใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Method) ซึ่งกระทำได้ 3 ลักษณะ ได้แก่

1. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูล

เป็นการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลใน ด้านเวลา สถานที่ และบุคคล เพื่อพิจารณาว่า ถ้าเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ และผู้ให้ข้อมูลต่างคนจะยังได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่

2. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านผู้วิจัย

เป็นการตรวจสอบข้อมูลว่าถ้าเปลี่ยนผู้เก็บข้อมูลเป็นผู้ช่วยผู้วิจัยรวม 3 คนแล้ว ข้อมูลที่ได้ควรจะตรงกัน

3. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านวิธีการ

เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากวิธีการเก็บข้อมูล 3 วิธีที่ต่างกันแล้วจะได้ผลเหมือนเดิม เช่น ใช้วิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ และการใช้เอกสาร

องอาจ นัยวัฒน์ (2551) กล่าวว่า ในทางปฏิบัตินักวิจัยภาคสนามสามารถประเมินแบบแผนความสัมพันธ์ในข้อมูลได้ หลายวิธี เช่น การตรวจสอบเชื่อมโยงแบบสามเส้า โดยใช้ผู้วิเคราะห์หรือตีความหมายข้อมูลแตกต่างกัน(data analyst/interpreter triangulation) การตรวจสอบโดยตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลการวิจัย(member checks) การตรวจสอบ โดยกลุ่มเพื่อนนักวิจัย(peer debriefing) และการตรวจสอบโดยใช้หลักฐานร่องรอย(audit trail)ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัย เช่น สมุดบันทึกการสังเกตการณ์ในภาคสนาม(field note) และใบสำเนาถอดเสียงถ้อยคำให้สัมภาษณ์(interview transcript)

วรรณิ แกมแกตุ (2551 : 201) กล่าวถึง การเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยเชิงคุณภาพมีหลายวิธี วิธีหนึ่งคือ การตรวจสอบแบบสามเส้าเชิงคุณภาพมีหลายวิธี คือ (triangulation) เป็นแนวคิดที่ถ่ายทอดมาจากแนวคิดของการสำรวจหรือการชี้ทิศในการเดินเรือ ซึ่งถ้ารู้จุดตั้งบนแผนที่สองจุด แล้วลากเส้นจากจุดทั้งสองมาตัดกันก็จะได้ทิศทาง หรือถ้ารู้จุดตั้งเพียงจุดเดียว ผู้สังเกตก็จะรู้ว่าเราควรจะอยู่ในทิศทางระนาบใดๆของเส้นนั้นๆ วิธีการตรวจสอบสามเส้านี้เปรียบเสมือนการตั้งความจริง ณ จุดหนึ่ง แล้วก็จะรู้ถึงความจริงอื่นๆ ซึ่งสามารถตรวจสอบข้อมูลได้หลายวิธี

ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย

ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ ตั้งแต่เดือนมกราคม 2554 ถึง เดือนเมษายน 2554 รวมระยะเวลาที่ทำการวิจัยประมาณ 4 เดือน

8. แผนภูมิรายละเอียด ระยะเวลาทำการวิจัย

ตารางที่ 2 แสดงระยะเวลาทำการวิจัย

ช่วงเวลาที่ใช้	มกราคม				กุมภาพันธ์				มีนาคม				เมษายน					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1. การร่างเค้าโครงการวิจัย	←→																	
2. พบอาจารย์เพื่อขอคำแนะนำ	←→																	
3. ขออนุมัติโครงการวิจัย					←→													
4. ค้นหาข้อมูล แก้ไขข้อมูล									←→									
5. จัดทำรูปเล่ม (3 บท)									←→									
6. สร้างแนวคำถาม									←→									
7. ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล													←→					
8. ประมวลวิเคราะห์ผลข้อมูล													←→					
9. เขียนรายงานการวิจัย																	←→	
10. รายงานผลการวิจัย																	←→	
11. ผลงานวิจัยฉบับสมบูรณ์																	←→	

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิเคราะห์เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่อง “รูปแบบการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมถึงกระบวนการการทำงานของ กลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์และประเด็นปัญหาในเรื่องการผลิตและการตลาด ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด รวมทั้งนำเสนอถึงวิธีการแก้ปัญหาสำหรับการประกอบการ

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในบทนี้ จึงแบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ประวัติความเป็นมาและสภาพทั่วไปของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 2 วิเคราะห์รูปแบบการผลิต

ตอนที่ 3 วิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขของผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด

รายละเอียดการวิจัยแต่ละส่วนสามารถอธิบายได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ประวัติความเป็นมาของ กลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประวัติความเป็นมา

ตำบลหนองตาแต้มเป็นตำบล 1 ใน 6 ตำบลของอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอปราณบุรีทางทิศใต้ประมาณ 7 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 10 นาที

มีพื้นที่ทั้งหมด 160.91 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 100,569 ไร่ ประกอบไปด้วย 12 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านหนองตาแต้ม บ้านหนองตาเย็น บ้านหนองตาเมือง บ้านต้นไทร บ้านห้วยพลับ บ้านห้วยแสง พันธุ์ บ้านหนองยิงหมี่ บ้านวังวนชลประทาน บ้านหนองไกรทอง บ้านหนองมะค่า บ้านป่าเขาเขียว บ้านหนองตาเย็นใต้

หนองตาแต้ม เป็นชื่อหมู่บ้านของหมู่ที่ 1 นั้นหมายถึงเป็นหมู่บ้านที่มีการจัดตั้งและเจริญมาก่อนหมู่บ้านอื่นๆ ที่ตั้งหมู่บ้านอยู่ติดถนนถนนเพชรเกษม เส้นทางคมนาคมสายหลักเส้นหนึ่งของประเทศไทย ประกอบกับอยู่ไม่ไกลตัวอำเภอปรังเผลบุรีด้วย ชื่อบ้านหนองตาแต้มจึงพัฒนามาเป็นชื่อตำบลโดยปริยาย

สำหรับประวัติความเป็นมาของชื่อ “หนองตาแต้ม” นั้นไม่มีผู้ใดทราบหรือจดบันทึกวันเดือนปีเอาไว้ เพียงแต่มีเรื่องเล่าว่ามีชายคนหนึ่งอพยพมาตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณหนองน้ำ ชายคนนี้มีอาชีพหาของป่าและทำการเกษตรได้เลี้ยงวัวไว้ตัวหนึ่ง เป็นวัวที่มีลายแต้มตามลำตัว วันหนึ่งเขาจะเข้าไปหาของป่า เขาจึงได้นำวัวมาผูกไว้บริเวณหนองน้ำ แต่พอกลับมาจากป่าเขาก็ไม่พบวัว แต่เขาเห็นแคร์รอยต่อสู่วัวพบเลือดและรอยเท้าของเสือบริเวณดังกล่าว ชายคนนี้รักวัวของเขาและเสียใจที่สูญเสียวัวไปจึงได้ตั้งชื่อหนองน้ำนั้นว่า “หนองไอ้แต้ม” และต่อมาก็มีการเรียกขานเพี้ยนไปเป็น “หนองตาแต้ม” ในปัจจุบัน หากจะให้หาว่าหนองน้ำ หรือหนองไอ้แต้มอยู่ตรงไหนคงหาไม่พบแล้ว เพราะปัจจุบันนั้นเป็นที่ตั้งของ “วัดเฉลิมประดิษฐาราม” หรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่า “วัดหนองตาแต้ม” ซึ่งเป็นที่จำพรรษาของหลวงพ่อนัด พระภิกษุที่มีชื่อเสียงของตำบลหนองตาแต้ม ซึ่งท่านได้ล่วงลับไปแล้ว บ้านหนองตาแต้มในปัจจุบันเกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2484 หรือประมาณ 68 ปีมาแล้ว ยังคงมีรูปปูนปั้น “ไอ้แต้ม” วัวกับเสือ ไว้เป็นอนุสรณ์ของที่มา

สภาพทั่วไปของตำบล

ลักษณะภูมิประเทศของตำบลหนองตาแต้มโดยทั่วไป เป็นพื้นที่ราบเชิงเขา โดยเริ่มต้นจากที่ราบเชิงเขาจากทิศตะวันตกมาทางทิศตะวันออก พื้นที่เป็นที่ลุ่มและดอนขนาดเล็กสลับกันไป ทำให้เกิดแอ่งน้ำขนาดย่อมหลายแห่ง โดยพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทางการเกษตรทั้งพืชไร่ พืชสวน มากมาย เช่น สับปะรด มะม่วง ถั่วฝักยาว อ้อย มะพร้าว ยางพารา พืชผักและอื่นๆ

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สับปะรดอันเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญหลักของเกษตรกรในพื้นที่ ประกอบกับตำบลหนองตาแต้มเป็นที่ตั้งของโรงงานอุตสาหกรรมสับปะรดแปรรูป ซึ่งมี 3 แห่ง

สามารถรองรับผลผลิตทางการเกษตรจากเกษตรกรได้เป็นอย่างดี อีกทั้งพื้นดินส่วนใหญ่ มีความเหมาะสมกับการปลูกพืชไร่สับปะรด ทำให้เกษตรกรสามารถปลูกสับปะรดกันมาก นอกจากนี้ ภายในพื้นที่ของตำบลหนองตาแต้มนั้น ยังมีแม่น้ำปราณบุรีไหลผ่านทางด้านทิศเหนือและทิศ ตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้แบ่งเขตพื้นที่อำเภอปราณบุรีและอำเภอหัวหินจากกัน สำหรับแม่น้ำ ปราณบุรีที่ไหลผ่านทางด้านทิศเหนือของตำบลหนองตาแต้มนั้นเป็นที่ตั้งของโครงการปราณบุรี ซึ่งเป็นโครงการชลประทานเพื่อการเกษตรของกรมชลประทาน ประกอบไปด้วยอ่างเก็บน้ำเขื่อน ปราณบุรีและคลองส่งน้ำ ทำการจัดสรรน้ำส่งให้แก่พื้นที่การเกษตรของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อีก ทั้งยังปล่อยน้ำบางส่วนที่เหลือจากการเกษตรกลับลงสู่แม่น้ำปราณบุรีเดิมทางตอนล่างของเขื่อน ทำให้เอื้อประโยชน์ให้กับประชาชนเป็นอย่างมาก ทำให้แม่น้ำปราณบุรีเปรียบเสมือนเส้นเลือดใหญ่ที่หล่อเลี้ยงชีวิตของคนในตำบลหนองตาแต้ม ตลอดจนชาวปราณบุรีและผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ใกล้เคียงสามารถมีน้ำเพื่ออุปโภคและบริโภคตลอดทั้งปี โดยจะมีการส่งน้ำจากเขื่อนไปตามคลองส่งน้ำชลประทานผ่านไปยังหมู่บ้านต่างๆ ของตำบลหนองตาแต้มทั้ง 12 หมู่บ้านและพื้นที่ใกล้เคียง ในเขตอำเภอปราณบุรีส่งผลให้เกิดความอุดมสมบูรณ์เพิ่มขึ้นในพื้นที่

ลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศของหนองตาแต้ม แบ่งออกเป็น 3 ฤดู ดังเช่นพื้นที่อื่นๆ ในจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึง เดือนมิถุนายน อุณหภูมิสูงสุดอยู่ในเดือน เมษายนประมาณ 35-38 องศาเซลเซียส ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน ถึง เดือนตุลาคม มีฝนตกชุก ในเดือนกันยายน และฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนกุมภาพันธ์ อากาศเย็น แต่ไม่ถึงกับหนาว อุณหภูมิต่ำสุด อยู่ในเดือนธันวาคม ประมาณ 22-25 องศาเซลเซียส ทั้งนี้ได้รับอิทธิพล จากลมตามฤดูกาล แม้ด้านตะวันตกของตำบลหนองตาแต้ม จะมีเทือกเขาเตี้ย เป็นแนวขวางในทิศ เหนือใต้ แต่เนื่องจากมีความสูงไม่มากนัก จึงไม่มีอิทธิพลของลมมรสุมตามปกติ ประกอบกับในแต่ละปีมีการทำฝนเทียมเพื่อให้ตกในพื้นที่รับน้ำของโครงการปราณบุรี เป็นการรักษาระดับน้ำในอ่างเก็บน้ำเขื่อนปราณบุรีให้มีปริมาณน้ำพอเพียง สำหรับประชาชน ตลอดทั้งปี

อาณาเขตตำบล

ทิศเหนือ ติดกับ ต.เขาน้อย อ.ปราณบุรี และ ต.หนองพลับ อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์
 ทิศใต้ ติดกับ ต.ศิลาลอย กิ่ง อ.สามร้อยยอด จ.ประจวบคีรีขันธ์
 ทิศตะวันออก ติดกับ ต.ปราณบุรี อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์
 ทิศตะวันตก ติดกับ ต.เขาจ้าว อ.ปราณบุรี จ.ประจวบคีรีขันธ์

จำนวนประชากรของตำบล

จำนวนประชากรในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลฯ 11,497 คน และจำนวนหลังคาเรือน 3,746 หลังคาเรือน

ข้อมูลอาชีพของตำบล

ด้านปศุสัตว์ ได้แก่ การเลี้ยงโคเนื้อ สุกร ปลา กุ้ง และสัตว์อื่นๆ

ด้านเกษตรกรรม พื้นที่ส่วนใหญ่เหมาะในการทำเกษตร เช่น สับปะรด อ้อย มะม่วง ขนุน และข้าว เป็นต้น

ด้านอุตสาหกรรม มีโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ 3 โรงงาน ทำให้ประชาชนบางส่วนประกอบอาชีพรับจ้างในโรงงานอุตสาหกรรม

การคมนาคม

ใช้เส้นทางสายสำคัญคือ ถนนทางหลวงหมายเลข 4 (เพชรเกษม) ดัดผ่านหมู่ที่ 1, 2, 4 และ 7 ระยะทาง 5 กิโลเมตร สำหรับเส้นทางสายหลักในตำบลมีดังนี้

ถนนลาดยางแยกเพชรเกษม – เขื่อนปราณบุรี หมู่ที่ 8 ระยะทาง 18,000 เมตร

ถนนลาดยางแยกเพชรเกษม – หนองตาเต็ม ระยะทาง 5,000 เมตร

ถนนลาดยางแยกเพชรเกษม – หนองตาเย็น ระยะทาง 4,200 เมตร

ถนนลาดยางแยกเพชรเกษม – เกาะคู่ ระยะทาง 5,000 เมตร

ถนนลาดยางจากสี่แยกปราณบุรี – ห้วยแสงพันธ์ไปหมู่ที่ 8 ระยะทาง 6,000 เมตร

ที่มาของ กลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสับปะรด บ้านหนองตาเต็ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้เริ่มจัดตั้งกลุ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2545 เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในตำบลหนองตาเต็ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้รวมกลุ่มกันแปรรูปผลผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสับปะรด ซึ่งราคามักจะขึ้นลงตามแต่โรงงานจะรับซื้อ หากในช่วงเวลาที่ผลสับปะรดออกมามากโรงงานก็จะรับซื้อในราคาถูก เป็นเหตุให้เกษตรกรต้องประสบปัญหาขาดทุน ฉะนั้นการนำสับปะรดมาแปรรูปเป็นอาหารหรือขนมหวานออกจำหน่าย ในนามกลุ่มฯ จึงเริ่มขึ้นแต่ผลิตภัณฑ์ต่างๆ อย่างของกลุ่มฯ ซึ่งจำเป็นต้องมีบรรจุภัณฑ์ ในระยะแรกทางกลุ่มฯ จำเป็นต้องซื้อกระดาษจากภายนอกเข้ามาเพื่อทำบรรจุภัณฑ์ จึงทำให้สินค้าของกลุ่มฯ มีราคาแพง เพื่อเป็นการลดต้นทุนและสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าที่ผลิตของกลุ่มฯ

จุดเริ่มต้นของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสับปะรด

คุณศิริวรรณ วุฒิวงศ์อังคณา ผู้ซึ่งมีความคิดที่นำไปสับปะรดมาทำกระดาษเพื่อทดแทนกระดาษสำหรับบรรจุภัณฑ์ประกอบกับยังเป็นการทำรายได้มาสู่กลุ่มฯ จึงได้เริ่มเรียนรู้และออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ผู้ที่สนใจในการผลิตกระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสับปะรด พร้อมกันนี้ทางกลุ่มฯ ได้กระจายงานบางส่วนให้กับผู้ที่สนใจทำ โดยปกติเมื่อเกษตรกรเก็บผลสับปะรดก็จะตัดกอสับปะรดเพื่อให้ต้นสับปะรดแตกตาใหม่ใบสับปะรดที่เกิดจากการตัดกอหากไม่นำไปใช้เป็นอาหารวัวก็มักถูกทิ้งไปโดยเปล่าประโยชน์ ฉะนั้น การนำใบสับปะรดเหล่านี้มาผลิตเป็นกระดาษ จึงเป็นการใช้ประโยชน์จากส่วนต่างๆ ของพืชอย่างคุ้มค่า อีกทั้งยังเป็นการลดภาระในการกำจัดใบสับปะรดปริมาณมหาศาลของเกษตรกรอีกด้วย

จุดเริ่มต้นของการทำกระดาษจากใยสับปะรดนั้น แรกๆ กลุ่มทำสับปะรดกวน ใช้กระดาษห่อ จึงมาคิดว่าทำอะไรไม่ต้องซื้อเป็นการลดต้นทุน จึงตัดสินใจศึกษาการทำกระดาษจากใยสับปะรด เพราะอย่างไรเสีย ใบสับปะรดหลังเก็บเกี่ยวผล ต้องทิ้งอยู่แล้ว หากนำมาแปรรูปไม่ต้องซื้อหา แม่บ้านทุกคนมีใบสับปะรดอยู่แล้วและเนื่องจากประกอบอาชีพรับราชการและได้รับข่าวสารจากสำนักงานเกษตรจังหวัด อุตรดิตถ์รวมทั้งเกี่ยวกับการรับความรู้ ส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตที่หาได้ในท้องถิ่นและเพิ่มมูลค่าของผลผลิต ประกอบกับมีเวลาว่างช่วง เสาร์-อาทิตย์ และช่วงหลังเลิกงาน จึงได้ลองประดิษฐ์สิ่งเหล่านี้ดู และเห็นว่าน่าจะนำมาลดต้นทุนการผลิตได้ (ศิริวรรณ วุฒิวงศ์อังคณา 2554)

กระดาษที่ได้มาทางกลุ่มฯ ได้นำมาใช้แปรรูปเป็นกระดาษแผ่น เป็นกล่องบรรจุภัณฑ์ สำหรับบรรจุสินค้าประเภทต่างๆ กล่องกระดาษทิชชู กรอบรูป สมุดโน้ต และของชำร่วยต่างๆ เป็นต้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

กระดาษจากใยสับปะรด ใช้ห่อของขวัญได้ ห่อเอกสาร ทำแฟ้มได้ คล้ายๆ กระดาษสา เราซื้อเขาแพงจึงต้องลดต้นทุน (ศิริวรรณ วุฒิวงศ์อังคณา 2554)



ภาพที่ 1 แสดงผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากกระดาษใบสับประรด
การบริหารจัดการ

ทางกลุ่มฯ ได้มีการแบ่งงานบริหารจัดการ โดยมีคณะกรรมการบริหารจำนวน 5 คน ได้แก่ ประธานกลุ่ม รองประธาน เลขานุการ และประชาสัมพันธ์ สมาชิกที่เข้ามาทำงานได้รับค่าแรงเป็นชั่วโมง ในอัตราชั่วโมงละ 14 บาท ตามมติของที่ประชุม

รายได้จากกระดาษห้กต้นทวน ห้กเข้ากลุ่มแผ่นละ 2 บาท ที่เหลือเป็นของคนทำ
จำหน่ายแผ่นละ 10 บาทเป็นราคากระดาษอย่างหนา ขนาด ของกระดาษ 65 เซนติเมตร กว้าง 85
เซนติเมตร สมาชิกทำเอง กลุ่มเป็นผู้ขาย มาทำที่ทำการ ใครทำมากทำน้อยมาทำด้วยกัน ห้กค่า
น้ำ ค่าไฟ ทางกลุ่มเป็นการตลาดให้ (สิริวรรณ วุฒิวงศ์อังคณา 2554)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตอนที่ 2 วิเคราะห์รูปแบบการผลิต

วัตถุดิบ

สับประรดเป็นพืชล้มลุก มีลำต้นที่สั้นและแข็งแรงอยู่ใต้ดิน ส่วนที่โผล่ขึ้นมาคือ ใบที่มีลักษณะเรียวยาว ปลายแหลม ไม่มีก้านใบ ใบของสับประรดจะซ้อนกันถี่มากที่รอบต้นโดยใบมีความกว้าง 6.5 เซนติเมตร และยาวได้ถึง 1 เมตร สับประรดออกผลจากกลางลำต้นเมื่อตัดผลแล้วยังสามารถเจริญได้ต่อจากตาที่ลำต้น การนำใบสับประรดมาทำเยื่อกระดาษใช้ใบสับประรดจากต้นสับประรดที่เก็บผลแล้ว แม้ใบสับประรดมีเส้นใยที่ยาวและมีความแข็งแรงเหมาะสมในการนำมาใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตเยื่อกระดาษ แต่ควรเลือกใช้เฉพาะใบแก่ๆ เท่านั้น เพราะเมื่อนำมาต้มเพื่อแยก

เส้นใยออกจากเนื้อใบ ใบแก่จะให้เส้นใยในปริมาณที่มากกว่า และคุณสมบัติของเส้นใยที่ได้มีความเหมาะสมในการผลิตกระดาษมากกว่า



ภาพที่ 2 แสดงผลผลิตจากสับปะรด

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

พื้นที่อำเภอปราณบุรี และอำเภอสทิงพระ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นแหล่งเพาะปลูกสับปะรดที่มีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของประเทศไทย ฉะนั้น ใบสับปะรดที่นำมาเป็นวัตถุดิบในการทำกระดาษใยสับปะรดจึงมาจากไร่สับปะรดที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในบริเวณใกล้เคียงนั่นเอง

การเลือกวัตถุดิบ

เมื่อเกษตรกรต้องการตัดผลสับปะรดส่งโรงงานก็ตัดสับปะรดทิ้งเอา ใบสับปะรดที่ถูกตัดทิ้งให้ย่อยสลายอยู่ในไร่ โดยมีทั้งใบอ่อนใบแก่คละกัน เลือกเอาแต่ใบแก่ที่ให้เส้นใยมากมาใช้ ใบแก่นั้นใช้ได้ทั้งใบสดและใบแห้งที่ถูกตัดแล้วไม่เกินสามวัน หากมีใบสับปะรดสดในปริมาณมากควรเลือกเฉพาะใบสด เพราะใบที่แห้งมากๆ ใช้เวลาในการต้มนานเกินไป



ภาพที่ 3 แสดงการรวบรวมใบสับปุ๋ยที่ได้จากการตัดต้นสับปุ๋ย

วัสดุอุปกรณ์

วิธีการทำกระดาดแบบดั้งเดิมหรือแบบพื้นบ้าน ส่วนใหญ่ใช้วิธีการทำกระดาดแบบง่ายๆ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาดก็สามารถวัสดุในท้องถิ่นที่จะทำขึ้นได้เอง มี มีด กระดาษขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1 เมตร ไม้พาย คราด ถังพลาสติก ชั้นพลาสติก กะละมังพลาสติก ถังตาข่ายในลอนตาละเอียด เต้าไฟขนาดใหญ่ กระบะสแตนเลส เฟรมมุ้งลวด ไซดาไฟ คลอรีน สีข้อมผ้า เครื่องปั่นเชือกกระดาด

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 4 แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ มีด



ภาพที่ 5 แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ กระตะ ไม้พาย คราด



ภาพที่ 6 แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ ถังพลาสติก



ภาพที่ 7 แสดงอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ กะละมังพลาสติก ถุงตาข่ายในล่อนตาละเอียด



ภาพที่ 8 แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ โซดาไฟ



ภาพที่ 9 แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ คลอรีน สีข้อมฟ้า



ภาพที่ 10 แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ เครื่องปั่นเยื่อกระดาษ



ภาพที่ 11 แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ กระบะสเตนเลส



ภาพที่ 12 แสดงเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำกระดาษ คือ เฟรมมั่งลวด

การเตรียมวัตถุดิบ

รวบรวมใบสับปรดที่ได้จากการตัดต้นสับปรดทิ้ง การผลิตกระดาษแต่ละครั้ง ใช้ใบสับปรดตั้งแต่ 30 กิโลกรัมขึ้นไป นำใบสับปรดสดได้มาตัดเป็นชิ้นเล็กๆ ให้มีความยาวประมาณ 8-12 เซนติเมตรและให้ได้น้ำหนักประมาณ 30 กิโลกรัม



ภาพที่ 13 แสดงการนำใบสับปรดที่ได้มาตัดเป็นชิ้น



ภาพที่ 14 แสดงการตัดเป็นชิ้นเล็กๆ ให้มีความยาวประมาณ 8-12 เซนติเมตร



ภาพที่ 15 แสดงการรวบรวมให้ได้น้ำหนักประมาณ 30 กิโลกรัม

กระบวนการผลิตกระดาษสาปัด

กลุ่มฯ นำใบสาปัดที่ได้ต้มลงในน้ำเดือด แล้วเติมโซดาไฟลงไปประมาณ 2-3 กิโลกรัม ขึ้นอยู่กับใบสาปัดว่ามีความสดมากน้อยเพียงใด หากเป็นใบสาปัดสดมักใช้โซดาไฟน้อยกว่าใบสาปัดแห้ง ใช้เวลาในการต้มประมาณ 4-5 ชั่วโมง หรือจนกว่าใบสาปัดเปื่อยมีสีคล้ำ เส้นใยเริ่มแยกออกจากเนื้อใบ และในระหว่างที่ต้มต้องหมั่นใช้ไม้พายกลับใบสาปัดไปมาเพื่อให้ใบสาปัดเปื่อยทั่วกัน



ภาพที่ 16 แสดงการเติมโซดาไฟ

พักใบสาปัดที่ต้มแล้วให้คลายความร้อนลงเล็กน้อย จากนั้นจึงใช้กราดักเอาเฉพาะ
ใบสาปัดใส่ถุงตาข่าย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 17 แสดงใบสับประรดที่ต้มแล้ว

แล้วอย่างด้วยเท้าเพื่อแยกเอาเนื้อใบออกจากเส้นใย ในระหว่างที่ย่ำอยู่นั้นก็ให้ใช้สายยางฉีดน้ำสะอาดเพื่อล้างโซดาไฟออกให้หมด โดยสังเกตว่าน้ำที่ออกมาจะมีสีดำ หากย่ำจนน้ำที่ออกจากเส้นใยมีสีค่อนข้างใส ก็ถือว่าเส้นใยที่ได้พร้อมที่นำไปสู่ขั้นตอนต่อไป



ภาพที่ 18 แสดงการดักเอาเฉพาะใบสับประรดใส่ถุงตาข่าย



ภาพที่ 19 แสดงการย่ำด้วยเท้า

ขั้นตอนต่อมาเป็นการเทเส้นใยโพลีโพรพิลีนใส่กะละมัง ในขั้นตอนนี้เส้นใยที่ได้มีสีคล้ำ ออกเขียวคล้ายมูกช้าง ซึ่งจะต้องฟอกสีโดยการแช่ในน้ำคลอรีน โดยใช้คลอรีน 1 กิโลกรัมต่อน้ำ 30 ลิตร แช่ทิ้งไว้ประมาณ 2-3 ชั่วโมงหรือจนกว่าเส้นใยจะเปลี่ยนเป็นสีขาวและในระหว่างนี้ควรใช้มือ (ที่สวมถุงมือยาง) บีเส้นใยหรือเลือกเศษโพลีโพรพิลีนที่ยังไม่เปื่อยออก ซึ่งทำให้กระดาษที่ได้มีคุณภาพดีขึ้น



ภาพที่ 20 แสดงการเทเส้นใยโพลีโพรพิลีนใส่กะละมัง



ภาพที่ 21 แสดงการเติมคลอรีน



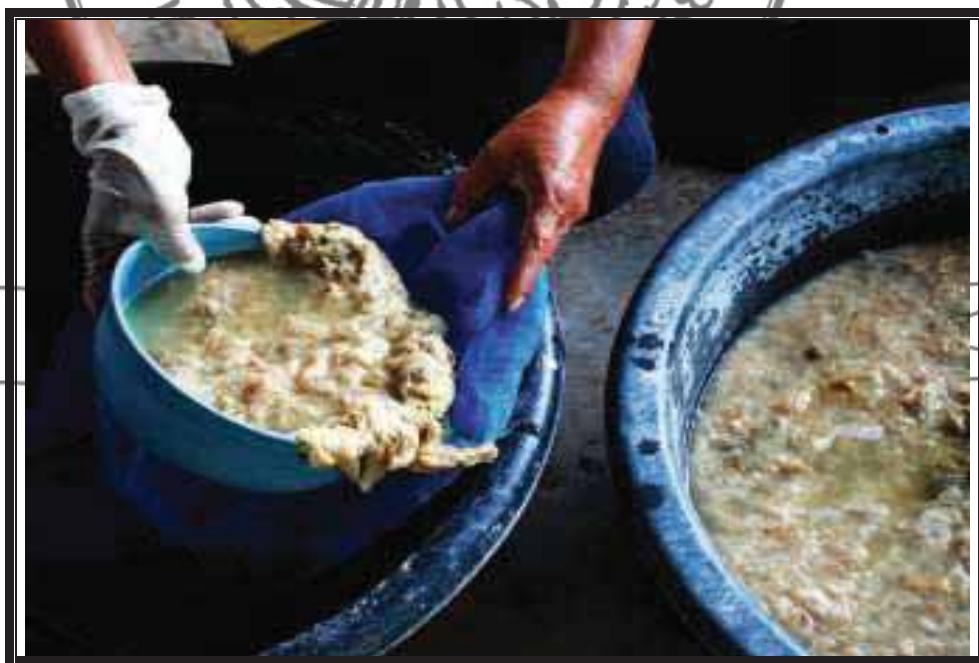
ภาพที่ 22 แสดงการใช้มือ (ที่สวมถุงมือยาง) บีเสี้ยนใยหรือเลือกเศษใบสับปรดที่ยังไม่เปื่อยออก

ล้างคลอรีนออกจากเสี้ยนใยกระดาษโดยการตักเอาเสี้ยนใยกระดาษใส่ถุงตาข่ายในลอน แล้วย่ำผ่านน้ำสะอาดเช่นเดียวกับตอนที่ล้างโซดาไฟ แต่ครั้งนี้ต้องย่ำและล้างจนกว่าจะหมดกลิ่น

คลอรีน ถึงขั้นตอนนี้ เชื้อกระดาศที่ได้จะมีสีขาว หากต้องการผลิตกระดาศสีขาวก็สามารถนำไปทำเป็นกระดาศได้เลย



ภาพที่ 23 แสดงการแช่ทิ้งไว้จนกว่าเส้นใยจะเปลี่ยนเป็นสีขาว



ภาพที่ 24 แสดงการล้างคลอรีนออกจากเส้นใยกระดาศ



ภาพที่ 25 แสดงการย่ำผ่านน้ำสะอาดเช่นเดียวกับตอนที่ล้างโซดาไฟ

แต่ถ้าต้องการให้กระดาษมีสีอื่นๆ ก็ต้องย้อมสีเยื่อกระดาษเสียก่อนโดยใบสับประรดสด 30 กิโลกรัม ได้เยื่อกระดาษที่มีน้ำหนักเพียง 8-10 กิโลกรัมเท่านั้น นำเยื่อกระดาษประมาณ 10 กิโลกรัม ใส่ในถังที่มีน้ำสะอาด ละลายสีย้อมผ้าในน้ำร้อนในอัตราส่วน น้ำ 2 ลิตร เกลือป่นครึ่งถุง ต่อสีประมาณ 5 ชอง ใส่สีลงไปในถังใส่เยื่อกระดาษ คนให้สีกระจายทั่วถึง แช่ทิ้งไว้ 1 คืน



ภาพที่ 26 แสดงการละลายสีย้อมผ้าในน้ำร้อน



ภาพที่ 27 แสดงการใส่สีลงไปจนถึงใส่เชื้อกระดาษ

นำเชื้อกระดาษที่ข้อมสีแล้วใส่ถังสแตนเลส เพื่อปั่นให้เชื้อกระดาษละเอียดหรือมีขนาดเล็กที่สุดด้วยมอเตอร์ไฟฟ้า ยิ่งเชื้อกระดาษที่ได้ในขั้นตอนนี้ละเอียดมากเท่าไร กระดาษที่ได้ก็จะมีคุณภาพสูงขึ้น สามารถใช้งานได้หลากหลายยิ่งขึ้น



ภาพที่ 28 แสดงการปั่นให้เชื้อกระดาษละเอียด



ภาพที่ 29 แสดงเยื่อกระดาษที่ได้ในขั้นตอนนี้จะเหนียวมาก

ตัดเยื่อกระดาษจากถังสแตนเลสใส่ลงในกระบะที่ใส่น้ำสะอาดไว้ประมาณครึ่งหนึ่งของความจุใช้มือคนให้เยื่อกระดาษกระจายทั่วกระบะ จากนั้นจึงนำเฟรมมุ้งลวดจุ่มลงไปลงในกระบะเพื่อช้อนเอาเยื่อกระดาษให้ติดเฟรมขึ้นมา โดยให้เยื่อกระดาษกระจายอยู่บนเฟรมให้เรียบเสมอกันในขณะที่ขึ้นจากน้ำ โดยไม่ใช้มือเกลี่ยเยื่อกระดาษ เพราะจะทำให้กระดาษไม่เรียบความหนาหรือบางของกระดาษจะขึ้นอยู่กับวิธีการช้อนเยื่อกระดาษให้ติดเฟรมขึ้นมา เยื่อกระดาษสับปะรด 20 กิโลกรัม จะผลิตกระดาษชนิดบางได้ 80-100 แผ่น แต่จะผลิตกระดาษชนิดหนาได้เพียง 45-50 แผ่นเท่านั้น นำเฟรมที่มีเยื่อกระดาษติดอยู่ขึ้นมาพักไว้ให้พอหมาด จึงค่อยนำไปตั้งแดดประมาณครึ่งวัน เมื่อกระดาษแห้งสนิทจึงค่อยๆ แกะกระดาษออกจากเฟรม



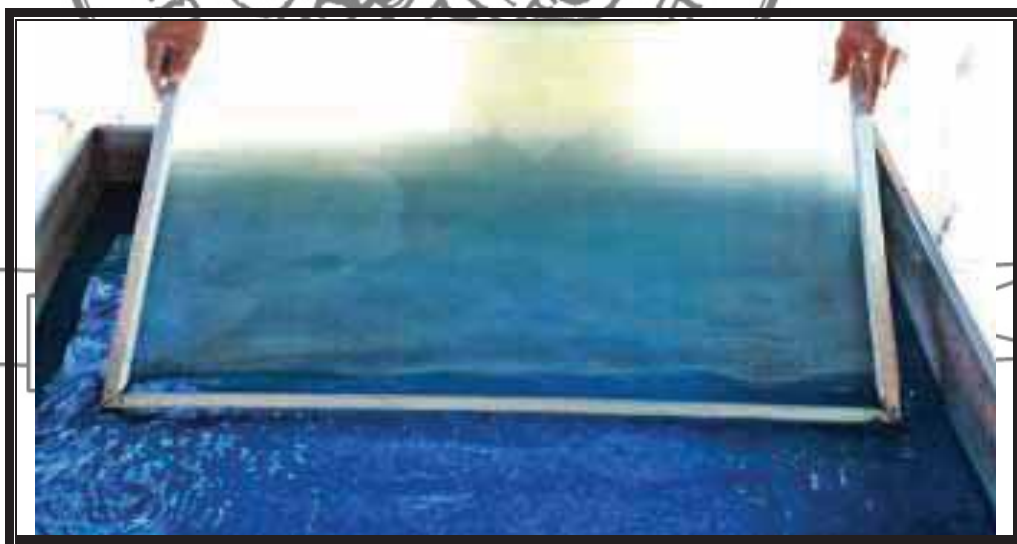
ภาพที่ 30 แสดงการตักเชื้อกระดาดจากถังสแตนเลส ใสลงในกระบะ



ภาพที่ 31 แสดงการใช้มือคนเขี่ยกระดาด



ภาพที่ 32 แสดงเชือกกระดานที่กระจายอยู่ทั่วกระบะ



ภาพที่ 33 แสดงการนำเฟรมมุ้งลวดจุ่มลงไปใ้ในกระบะ



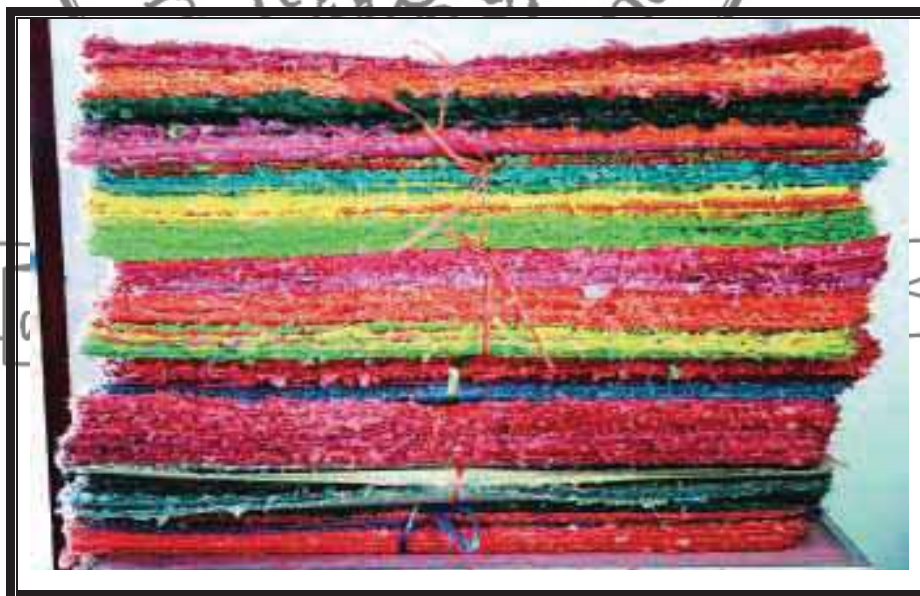
ภาพที่ 34 แสดงการช้อนเอาเยื่อกระดาษให้ติดเฟรมขึ้นมา



ภาพที่ 35 แสดงการนำเฟรมที่มีเยื่อกระดาษติดอยู่ขึ้นมาพักไว้



ภาพที่ 36 แสดงการแกะกระดาษออกจากเฟรม



ภาพที่ 37 แสดงกระดาษจากใยสัปปะรดหลากสี

กระดาษที่ผลิตขึ้นจากวัสดุธรรมชาติส่วนใหญ่เป็นการผลิตด้วยมือ โดยมีเครื่องจักรเข้าไปเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตน้อยมากและผลิตกันเฉพาะกลุ่มชาวบ้านในพื้นที่ที่มีวัตถุดิบและมีคุณภาพพอที่สามารถนำมาผลิตเป็นกระดาษ กระดาษประเภทนี้จึงเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี เช่น กระดาษสาจากจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น ถือว่าเป็นกระดาษที่มีอัตลักษณ์อันโดดเด่น สามารถนำมาประดิษฐ์เป็นสิ่งของต่างๆหรือใช้ในโอกาสพิเศษก็ได้ และนอกจากใบสัปปะรดแล้ว ยังมีวัสดุธรรมชาติอีกหลายชนิดที่สามารถนำมาผลิตกระดาษได้อีก เช่น เปลือกของต้นปอสา ฟางข้าว ผักตบชวา ชานอ้อย ตะขบป่า ข่อย เปลือกข้าวโพด ใบเตย ต้นลิ้นมังกร ดอกดาหลา มูลช้าง วัชพืชอื่นๆ เป็นต้น วัสดุธรรมชาติเหล่านี้มีมากมายในเมืองไทยและราคาถูก นอกจากนี้วัสดุหลายชนิดยังเป็นของเหลือหรือขยะที่ได้จากการผลิตในภาคเกษตรกรรมอีกด้วย ดังนั้น การนำวัสดุเหล่านี้มาผลิตเป็นกระดาษก็อาจหมายถึงการเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือใช้และยังเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรอีกทางหนึ่งด้วย

ตอนที่ 3 กลยุทธ์การตลาด

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์(Product) จากการดำเนินการด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใบสัปปะรด บ้านหนองตาเต็ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การออกแบบ การเก็บบันทึกในปัจจุบันได้นำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยบริหารจัดการทั้งในส่วนผลิตภัณฑ์และจำนวนสินค้าคงคลัง มีการพัฒนาสินค้าไปในรูปแบบต่างๆ และรับผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ในร้านมีสินค้าประกอบด้วยแฟ้ม ที่ใส่เอกสาร ถุงขนม กรอบรูป กล่องใส่นามบัตร กล่องของขวัญรูปทรงต่าง ๆ หลายขนาด หลากหลายสี

เราว่าใบเราดี ห่อสัปปะรดกวน ห่อด้วยกระดาษแก้วก่อน กระดาษทำมา 8 ปีแล้ว ดีสามารถช่วยกลุ่มฯ ได้ ตอนนี้น้ำมันแพงการสั่งซื้อขอลงบ้าง กระดาษผลิตเพิ่มขึ้น ตามโรงแรมทำแฟ้ม ที่ใส่เอกสาร ที่นี้ทำถุงขนม กรอบรูป กล่องใส่นามบัตร เขียนหนังสือได้ที่จังหวัดทำประกาศนียบัตร มีคนมาซื้อขายแผ่นละ 12 บาท (อย่างหนา) เพราะว่าต้นทุนสูง คนที่ว่างงาน ทำมีรายได้เสริม มาที่กลุ่มฯเข้ามาได้เลย ทำส่งนอกบ้างแต่ไม่มาก จุดเด่นเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัด นำสิ่งไม่เกิดประโยชน์มาใช้ แม่บ้านมีงานทำ ปีหนึ่งทำมากกว่าหมื่นแผ่น สีสันสั่งได้ ต้องการสีอะไรสั่งได้ ฝรั่งชอบสีดำ ไม่ต้องการสีก็มี แรกๆ ยาก ลองถูกลองผิดเป็นปี ไปดูงานกลับมาลองก็ผิด จนกว่าจะรู้ อยากรขยายตลาดให้มากขึ้น สมาชิกจะมีรายได้มากขึ้น (ศิริวรรณ วุฒิวงศ์อังคณา 2554)

กลยุทธ์ด้านราคาผลิตภัณฑ์ (Prices) การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ โดยการคิดราคาขายจากการนำต้นทุน ที่เกิดขึ้นจริง นำมาบวกเพิ่มค่าดำเนินการและกำไรที่ ต้องการเพื่อกำหนดเป็นราคาขาย

กระตะขนาด 30 กิโลกรัม จะได้ใบ 10-12 กิโลกรัม เมื่อซื้อมันเป็นกระดาดจะได้กระดาด ราว 50 แผ่น สมาชิกขายให้กลุ่ม 10 บาท ทางกลุ่มหักไว้ 2 บาท สมาชิกได้ 8 บาท ราคาที่กลุ่ม ขายส่ง 12 บาท ส่วนหนึ่งแปรรูปเอง (ศิริวรรณ วุฒิวงศ์อังคณา 2554)

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือประเภทของผู้ซื้อ (Place) กลุ่มลูกค้าของทางร้าน มีทั้งขาประจำและขาจร แบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่ม คือ

1. กลุ่มลูกค้าขายตรง ได้แก่ลูกค้าที่รับสินค้าไปขายปลีกให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงมี ปริมาณการซื้อสินค้าจำนวนไม่มาก มีจุดขายอยู่ทั่วไป ไม่เป็นหลักแหล่ง และรวมไปถึงร้านค้าขาย ปลีกที่อยู่ในชุมชนต่างๆ

มาคู่สินค้าที่นี้เพราะทราบข้อมูลอยู่แล้วว่าเป็นแหล่งผลิตที่ราคาไม่แพง ต้องการ ทดลองซื้อสินค้าไปขายในเขตกรุงเทพฯ เห็นว่าเดินทางไม่ไกลมากนักก็เลยเดินทางมาคู่ด้วย ตนเอง วันนั้นก็เลือกซื้อไปอย่างละแบบแต่ซื้อไปหลายอย่าง เลือกเอาเฉพาะแบบที่รู้จัก หรือ แบบที่อยากใช้เพื่อไปทดลองขายแล้วขายไม่ได้ (ศิริชัย ว่องสงสาร 2554)

2. กลุ่มลูกค้าขายส่ง ได้แก่ลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าไปเพื่อจัดขายส่งให้ร้านค้าทั่วไป หรือส่ง ตามห้างสรรพสินค้า หรือขายยังต่างประเทศ มีปริมาณการซื้อมาก เช่น ร้านกาปุก ศูนย์การค้า แฟชั่นไอส์แลนด์ เป็นต้น

ทางร้านใช้ช่องทางค้าส่งโดยประมาณ 60% ช่วงแรกส่งให้กับร้านกาปุก ที่ ศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์ ปัจจุบันส่งตามผู้ค้าขายในห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ในกรุงเทพฯ เช่น เดอะมอลล์กรุ๊ป (ศิริวรรณ วุฒิวงศ์อังคณา 2554)

3. กลุ่มลูกค้าซื้อปลีก คือลูกค้าที่ซื้อไปใช้เองบ้าง เป็นของขวัญของฝาก ในเทศกาลต่างๆ เทศกาลพิเศษที่มีความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ เช่น วันวาเลนไทน์ วันรับปริญญา เป็นต้น ลักษณะการเข้ามาซื้อของลูกค้าปลีกหน้าร้าน พบว่ามีการแวะเวียนเข้ามาโดยรถยนต์ส่วนบุคคล และรถทัวร์นำเที่ยว ที่ผ่านมามีหน่วยงานและคณะสมาชิกสภาจังหวัดสุพรรณบุรี นำโดย คุณกิติพงษ์ ขจิรัตน์วัฒนา สมาชิกสภาจังหวัดสุพรรณบุรี คณะท่านผู้ว่าราชการจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ คณะองค์การบริหารส่วนตำบลขุนพิดเพ็ง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวปราณบุรี

กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย (Promotion) โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านหนองตาแต้ม จากการผลิตที่ได้ทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้หมู่บ้านมีชื่อเสียงไปทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังได้ร่วมกับคณะครู จัดทำหลักสูตร ท่องถิ่นและให้ความร่วมมือกับทางศูนย์การศึกษาออกโรงเรียน ในการเผยแพร่อาชีพสู่ชุมชนและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และเป็นการส่งเสริมการขายให้กับกลุ่มศูนย์ หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใบสับปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ อีกทางหนึ่ง

ทางร้านมีการโฆษณาผ่านเว็บ www.thaitambon.com ซึ่งทางสำนักงานพัฒนาชุมชน เป็นผู้ประชาสัมพันธ์ให้ ทางกลุ่มฯ ไม่มีเว็บไซต์ของตนเองเนื่องจาก ทางกลุ่มฯต้องการให้ลูกค้ามาที่ร้าน และไม่ต้องการให้ข้อมูลแพร่หลายไปยังหมู่คนใช้ แต่เราต้องการให้แพร่หลายไปยังหมู่คนขายโดยตรงซึ่งคนขายชอบมากถ้าเราไม่เปิดเผยกับหมู่คนใช้

(ศิริวรรณ วุฒิวงศ์อังคณา 2554)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

โครงการท่องเที่ยวไทยไปกับ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ว่าขณะนี้ได้เริ่มที่จุดแรกคือศูนย์ หัตถกรรมกระดาษใบสับปะรด ต.หนองตาแต้ม อ.ปราณบุรี ซึ่งเป็นการผสมผสานกัน ระหว่างการส่งเสริมการท่องเที่ยวเข้ากับ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ เชื่อว่าโครงการดังกล่าวน่าจะ สร้างรายได้ให้กับชุมชนตามมา เพราะนักท่องเที่ยวเมื่อเข้าไปถึงโครงการแล้วจะหาซื้อสินค้า 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์กลับไปเป็นของที่ระลึกและของฝากได้ในราคาถูก อีกอย่างนับว่าเป็น การส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ (มนตรี เชื้อวงษ์สกุล 2554)

กลยุทธ์ด้านการบริหารการจัดการบุคลากร ผู้ปฏิบัติงาน การให้ความรู้การฝึกฝนพิเศษ (People) หลักการบริหารจัดการของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยึดหลักการจัดการแบบคุณธรรม มีความเกื้อกูลกัน เป็นแบบอุตสาหกรรมภายในครัวเรือน หรือเรียกได้ว่าเป็นกลุ่มศูนย์หัตถกรรมท้องถิ่น (Local handicraft center) มีการฝึกอบรมพนักงานในการกระบวนการผลิตทั้งในส่วนพนักงานประจำ และผู้รับจ้างรายย่อยที่รับงานไปทำอีกทอดหนึ่ง ให้มีคุณภาพเท่าเทียมกันในการผลิตทุกๆ ที่

รูปแบบการจัดส่งสินค้า กระดาษใยสัปปะรดเริ่มมีชื่อเสียงไปทั่วประเทศ ผู้ค้าขายส่งหรือผู้ค้าปลีก รายย่อยต่างรู้จักผู้ผลิตที่นี่และมีการซื้อขายกันเป็นประจำ ส่วนมากผู้ซื้อมาที่ร้านจำหน่ายเพื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ๆ หากแต่รายได้ที่เชื่อใจกันแล้วทางผู้ขายเลือกแบบจัดส่งให้ตามต้องการ โดยการจัดส่งคำนึงถึงความเหมาะสมของปริมาณสินค้ากับรถที่ส่งสินค้าไป ถ้าเป็นผู้ซื้อรายย่อยผู้ขายต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบในการรวมกันหลายๆ ราย ให้ได้มรดถึงส่งสินค้า ทางผู้ซื้อต้องประมาณการระยะเวลาของสินค้าคงคลังของตนเอง กรณีนี้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายมีการค้าขายกันมาในระยะเวลาหนึ่งแล้ว

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขของผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด

ในกระบวนการทำงานกล่าวได้ว่าทุกสถานประกอบการ ต้องพบกับข้อบกพร่องในธุรกิจที่ตนเองได้ดำเนินการมาทั้งสิ้น ขึ้นอยู่กับว่าผู้ประกอบการหรือผู้บริหารในองค์กรนั้นๆ สามารถมองเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและแก้ปัญหาเหล่านั้นได้คล่องมากน้อยแค่ไหน ปัญหาในการประกอบการและแนวทางการแก้ปัญหาของผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปปะรด พอแยกออกได้ดังนี้

แหล่งเงินทุนเริ่มแรก ต้นทุนเงินทุนนับเป็นปัญหาขั้นต้นๆ ของธุรกิจการประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางทั่วไป การแก้ปัญหาโดยการเข้าหาแหล่งเงินทุนทั้งการช่วยเหลือจากภาครัฐ เช่นกองทุนหมู่บ้าน หรือการได้รับการสนับสนุนเครื่องมือ จากทางองค์การบริหารส่วนตำบล

การบริหารเงินทุนหมุนเวียน มีความสำคัญมากสำหรับการประกอบธุรกิจ การมีกระแสเงินสดหมุนเวียนเพื่อจ่ายให้กับค่าแรงงาน และค่าวัสดุอุปกรณ์การผลิตมักไม่ทันกับความต้องการ

ใช้เงิน การแก้ปัญหาโดยการ เรียกเก็บเงินจากลูกค้าเป็นเงินสด หรือ โอนเงินค่าสินค้าก่อนส่งสินค้าให้ลูกค้า

การเปลี่ยนงานของพนักงาน จากคำกล่าวที่มีมาแต่โบราณว่า “คนในอยากออก คนนอกอยากเข้า” นับว่ายังสามารถนำมาใช้ได้อยู่ในปัจจุบัน แรงงานในท้องถิ่นในวัยหนุ่มสาว มักไม่ค่อยให้ความสนใจกับกับแหล่งงานของชุมชนเท่าที่ควร มาฝึกฝนพอทำงานได้ก็เลิกให้ความสนใจเปลี่ยนไปทำอาชีพด้านอื่นกันเสียส่วนมาก เป็นผู้ที่อายุมาก หรือเด็กในวัยอยากเรียนรู้ก็ให้ความสนใจแต่เมื่อได้รับความรู้แล้วก็เปลี่ยนงานไปเช่นเดียวกัน การแก้ปัญหาโดยการจ้างเหมาให้กลุ่มชุมชนรับงานไปทำ

การเบิกเงินล่วงหน้าของผู้รับจ้างผลิต ในชนบทความสัมพันธ์ของความ เป็นพี่ เป็นน้อง เป็นญาติ เพื่อนพ้อง นับว่ายังมีความผูกพันกันอยู่ การจับใช้ได้ป่วย ลูกเรียนหนังสือ ของบุคคลในรับผิดชอบของผู้ที่รับจ้างเหมางานไปทำ นับเป็นเหตุผลในการขอเบิกเงินล่วงหน้าจากผู้ว่าจ้างได้ทุกทีไป ทำให้มีภาระที่ต้องผลิตสินค้าเพื่อใช้หนี้เงินเบิกล่วงหน้า เป็นเหตุให้ต้องมีการเร่งรัดผลงานเพื่อให้ได้เงินให้เพียงพอต่อการใช้จ่าย ปัญหานี้ นับเป็นการแก้ที่ยากพอสมควรในสังคมชนบท สังคมของความ เป็นคนไทยที่มีความอะลุ่มอล่วย ช่วยเหลือเกื้อกูลกันมาแต่ครั้งโบราณกาลมา

แรงงานมีฝีมือหายาก ผู้ที่มีฝีมือในการออกแบบ ตัด ประกอบชิ้นส่วนในการผลิต มีอยู่จำนวนไม่มากนัก หากมีฝีมือพอทำงานได้ก็มักหัน ไปเริ่มทำกิจการของตนเองขึ้นมาซึ่งก็เป็นธรรมชาติของมนุษย์ปุถุชนทั่วไป หากแต่ถ้าถ้ามีความสำเร็จในการประกอบการ เป็นคุณประโยชน์กับชุมชนและประเทศชาติสืบไป หากช่างมีฝีมือเหล่านั้นไม่ประสบความสำเร็จก็มักถอดใจเลิกอาชีพนี้ไปเลย ทำให้สูญเสียบุคลากรฝีมือดีไป การแก้ปัญหาแบบนี้ใช้วิธีการของการคิดแบบ ชนะ-ชนะ ทั้งสองฝ่ายคือการให้ช่างฝีมือเหล่านั้นค่อยลงทุนร่วมกันกับผู้ประกอบการรายเดิมและค่อยๆ เริ่มลงมือทำไปพร้อมๆกัน แบ่งปันผลประโยชน์อย่างเหมาะสม โดยให้การบริหารจัดการอยู่กับช่างฝีมือเหล่านั้น ผู้บริหารรายเดิมก็ช่วยประกอบการดำเนินงานธุรกิจให้อยู่รอดร่วมกัน

การขยายตัวของส่วนการผลิต การทำธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมครัวเรือน สถานที่ที่ใช้ผลิตสินค้า นับเป็นปัจจัยที่สร้างปัญหาให้กับผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก จากแรกเริ่มเดิมทีส่วนมากก็ใช้บ้านตัวผู้ประกอบการเองเป็นแหล่งผลิตสินค้า สำนักงาน ครัวร่วมสินค้า สารพัดประโยชน์ หากมีการขยายกิจการ ปัญหานี้ นับว่าหนักหนาพอสมควร สามารถแก้ปัญหานี้ได้คงต้องใช้เวลามากพอสมควร หรืออีกทางก็แก้ปัญหาเหมือนดังที่กล่าวมาแล้วคือการ ใช้วิธีจ้างเหมาแก่บุคคลภายนอก

พื้นที่จัดเก็บสินค้า คลังสินค้า ที่จัดแสดงสินค้า ที่มีจำนวนมากหลายรูปแบบ ปัญหา ก็คือการจัดเรียงทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่เป็นอย่างมาก ต้นทุนด้านพื้นที่เพิ่มขึ้น แนวทางการแก้ปัญหา

คือ ทำพื้นที่จัดเก็บสินค้าในแนวสูงในพื้นที่คลังสินค้า และการแสดงสินค้าให้ลูกค้ามาเลือกชมใช้
วิธีการผูกเชือกใส่เส้นเล็กๆ ยึดโยงจากด้านบนหลังคาอาคาร

วัตถุดิบ ที่ใช้ในการผลิตนับเป็นต้นทุนผันแปร (Variable cost) ที่สูงโดยประมาณร้อยละ 70 ของต้นทุนการผลิต วิธีทำให้ต้นทุนการผลิตในส่วนนี้ต่ำลงคือ 1) การสั่งซื้อแบบคู่ขนาน ด้วยการสั่งซื้อสินค้าจากหลายรายเพื่อประโยชน์ด้านราคาและเวลาในการส่งสินค้า 2) การรวมกันซื้อของธุรกิจ เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองของผู้ซื้อวัตถุดิบในการทำกระดาษในเรื่องของราคาที่เป็นปัจจัยหลักของการผลิต

เครื่องมือเครื่องจักร ในการผลิตมีราคาสูงพอสมควรสำหรับชุมชน แก้ปัญหาด้วยการขอ
งบประมาณจากหน่วยงานราชการ เพื่อเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มสำหรับชุมชน

การออกแบบของผลิตภัณฑ์ มีการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบอย่างรวดเร็วตามสมัยนิยมที่
เกิดจากสื่อสารมวลชนต่างๆ ทั้งโทรทัศน์ ภาพยนตร์ต่างประเทศต่างๆ การแก้ปัญหาคือผลิตตาม
ความสมควรเพื่อคู่มือศึกษาความต้องการของตลาด

การตรวจสอบคุณภาพ กระดาษที่ผลิตได้มีทั้งอย่างหนึ่งและอย่างบาง การตรวจสอบ
คุณภาพของอุตสาหกรรมขนาดเล็กทำได้ด้วยตัวเจ้าของกิจการเอง ทำให้การตรวจสอบไม่ทั่วถึงมี
สินค้าไม่ได้คุณภาพหลุดไปถึงมือลูกค้าได้ ผู้ประกอบการแก้ปัญหาด้วยการให้ผู้รับผิดชอบที่รับงาน
ไปทำร่วมตรวจสอบมาในขั้นแรก และความรับผิดชอบใช้ชื่อเสียงที่สะสมกันมาเป็นสิ่งรับประกัน
คุณภาพไปในตัวเอง

ความล่าช้าของการขนส่ง สินค้าที่จัดส่งให้ลูกค้าที่มีปัญหาล่าช้า ที่เกิดกับการสั่งซื้อ
สินค้าจากผู้ค้ารายย่อย จำนวนที่สั่งมามากพอส่งด้วยรถขนส่งเที่ยวเดียวต่อรายจึงจำเป็นต้องรอ
รวมกันหลายรายเพื่อให้เต็มปริมาณรองรับของรถขนส่ง การส่งสินค้าจึงมีความล่าช้าออกไป การ
แก้ปัญหาโดยผู้ขายติดต่อประสานงานไปยังลูกค้าที่อยู่ในเส้นทางเดียวกันโดยการระบุนวันที่จัดส่ง
สินค้าผ่านและรับใบสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้า ในการลดต้นทุนถ้าขนส่งร่วมกัน

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาภาคสนาม โดยวิธีสังเกต สัมภาษณ์ เสนวนากลุ่มจากนั้นได้นำข้อมูลมาพรรณนาวิเคราะห์ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์และประเด็นปัญหา ดังนี้

1. เพื่อศึกษากระบวนการการผลิตของผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการ การผลิตและด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีค้นหาข้อมูลการประกอบการใช้วิธีการสัมภาษณ์ และขอข้อมูลจากผู้นำชุมชนของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรดจากประวัติความเป็นมาของผู้นำชุมชน ก่อนประสบความสำเร็จ ต้องใช้แรงกายแรงใจทุ่มเท ในการสร้างผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับต้องใช้แรงบันดาลใจ ความตั้งใจที่มีอยู่เดิม ความมุ่งมั่นความอดทนอย่างสูง และต้องพัฒนารูปแบบของสินค้าให้ทันสมัยนิยมอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษฐานลูกค้าที่รวมซื้อสินค้าให้ยั่งยืน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย เพื่อให้ได้ทราบถึงรูปแบบและกลยุทธ์การผลิตและการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ด้านการบริหารจัดการ ด้านกลยุทธ์การตลาดที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ตามเป้าหมาย และทิศทางที่กำหนดไว้ อย่างเป็นระบบ ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการการผลิตและการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด รวมถึงการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับกลุ่มที่สนใจในการดำเนินธุรกิจประเภทนี้

สรุปผลการวิจัย

จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ มีชื่อเสียงทางด้านสัปะรดนานมาแล้ว นอกจากปลูกส่งโรงงานอุตสาหกรรม ส่วนหนึ่งยังส่งผลสดจำหน่ายให้ได้ลิ้มรสกัน ผลไม้หลังอาหารหรือบุฟเฟ่ต์ มักมีสัปะรดคู่กับแฉงโมเสมอ ที่ผ่านมาราคาสัปะรดมีดีและไม่ดีเหมือนสินค้าเกษตรอย่างอื่น แต่เกษตรกรก็ขึ้นหัตถผลิต ทั้งนี้เพราะความคุ้นเคย เป็นวิถีชีวิตมายาวนาน โดยเฉลี่ยครอบครัวหนึ่ง

ปลูกสับปะรดประมาณ 3-5 ไร่ โดยพื้นที่ 1 ไร่สามารถปลูกสับปะรดได้ราว 8,000 ต้น มีผลตอบแทนในรูปแบบของรายได้ค่อนข้างดีคือประมาณ 12,000 บาทต่อพื้นที่ 1 ไร่

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เริ่มต้นด้วย การสังเกตสภาพพื้นที่ในเขตชุมชนบ้านหนองตาแต้ม ลักษณะของพื้นที่เป็นที่ราบ เส้นทางคมนาคมหลักใช้การสัญจรทางรถยนต์ กลุ่มชาวบ้านรวมตัวกันผลิตกระดาษจากใยสับปะรด

1. เพื่อศึกษากระบวนการการผลิตของผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสับปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการศึกษาถึง การผลิตของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสับปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า การปลูกสับปะรดในพื้นที่เดิมอย่างต่อเนื่องนานนับสิบปี ทำให้คุณภาพดินเสื่อมลง ราคาสับปะรดที่เคยหวานน้ำเริ่มฝืดเพี้ยนไป ส่งผลให้ผลผลิตสดที่ด้อยคุณภาพจำหน่ายได้ถูกหรือบางครั้งก็ขายไม่ได้ในขณะเดียวกันต้นทุนการผลิตก็ขยับสูงขึ้นเรื่อยๆ ชาวบ้านรวมทั้งหน่วยงานรัฐในพื้นที่พยายามหาทางออกโดยการแปรรูปผลผลิตในรูปแบบต่างๆ เช่น แยม น้ำสับปะรด ไลน์ เป็นต้น ซึ่งจำเป็นต้องมีบรรจุกภัณฑ์ ในระยะแรกทางกลุ่มฯจำเป็นต้องซื้อกระดาษจากภายนอกเข้ามาเพื่อทำบรรจุกภัณฑ์ จึงทำให้สินค้าของกลุ่มฯมีราคาแพง เพื่อเป็นการลดต้นทุนและสร้างอัตลักษณ์ให้กับสินค้าที่ผลิตของกลุ่มฯ สำหรับการนำเอาใบสับปะรดมาทำเป็น "กระดาษ" เป็นอีกหนึ่งความพยายามในการสร้างผลิตภัณฑ์โดยใช้วัสดุในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด กระบวนการผลิตทำได้ง่ายเพียงนำวัตถุดิบเหล่านั้นมาตากแดดให้แห้งแล้วต้มกับโซดาไฟในปริมาณที่เหมาะสม ทบหรือกระจายก็ได้เป็นเยื่อกระดาษนำไปทำแผ่น กระดาษโดยใช้แผ่นตะแกรง หรือทั่วไปนิยมเรียกกันว่า "เฟรม" ทำแผ่นโดยวิธีการแบบตะแกรงหรือแบบช้อน ให้เยื่อกระจายเสมอกันทั่วแผ่นเฟรม ยกขึ้นตากให้แห้งก็ได้กระดาษทำด้วยมือ (handmade) แล้ว ใบกระดาษที่ต้องการกระดาษขาวจำเป็นต้องฟอกก่อน หรือถ้าต้องการกระดาษสีก็สามารถทำได้ง่าย ใช้สีย้อมผ้าผสมกับเยื่อก่อนทำเป็นแผ่นกระดาษ

ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยพบว่า ด้านการผลิตเป็นการสร้างรายได้ให้กับศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสับปะรดเท่านั้น

2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการ การผลิตและด้านการตลาดของ ผลิตภัณฑ์ กระจาดจากไยส้ปะรด บ้านหนองตาแต้ม อำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.1. ปัญหาในกระบวนการผลิตและการเก็บรักษาที่ทำให้กระจาดจากไยส้ปะรด มีคุณภาพต่ำลง เช่นกระจาดจากไยส้ปะรดขึ้นรา ซึ่งอาจเกิดจากการเก็บรักษา และมีความชื้น ส่งผลให้ขาดคุณภาพ

2.2. ปัญหาเรื่องคุณภาพ เนื่องจากการผลิตกระจาดจากไยส้ปะรด และผลิตภัณฑ์จากกระจาดจากไยส้ปะรด ส่วนใหญ่ยังขาดการควบคุม คุณภาพและเทคนิคในการผลิต ดังนั้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์จึงมีข้อจำกัดเกี่ยวกับคุณภาพของสีและเนื้อกระจาด ที่มีรอยตะแกรง มีสิ่งสกปรกเจือปนอยู่มาก เป็นต้น ซึ่งอาจไม่ได้มาตรฐานตามที่ลูกค้าต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าจากต่างประเทศ

2.3. ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อม เนื่องจากตลาดขยายตัวมากขึ้น ทำให้การผลิตเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมมากยิ่งขึ้น มีการผลิตในปริมาณมากขึ้น ผู้ผลิตกระจาดจากไยส้ปะรด ได้นำเอาสารเคมี เช่น โซดาไฟและคลอรีนมาใช้ในการฟอกสี ทำให้เกิดปัญหามลสารตกค้างปนเปื้อนลงไปในแหล่งน้ำของชุมชน ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม

2.4. ปัญหาด้านการตลาด ลักษณะของตลาดในปัจจุบันเป็นลักษณะที่ผู้ซื้อและผู้ขายจะทำการซื้อขายกันโดยตรง ผู้ขายรับคำสั่งซื้อตามความต้องการของผู้ซื้อแล้วจึงทำการผลิตสินค้า ทำให้โอกาสที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือพัฒนาขั้นตอนและระบบต่างๆ ด้วยตนเองนั้นมีน้อย เนื่องจากการผลิตตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

2.5. ผลิตภัณฑ์กระจาดจากไยส้ปะรดกำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ปัจจุบันผู้บริโภคได้หันมาสนใจและต้องการสินค้าที่ผลิตขึ้นจากธรรมชาติกันมากยิ่งขึ้น และผลิตภัณฑ์กระจาดจากไยส้ปะรด ก็เป็นสินค้าที่สวยงามแสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น รวมทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ที่กรมวิสาหกิจไม่ได้ต้องนำเข้าเทคโนโลยีที่ซับซ้อน สถาบันที่ไปอาชีพเสริมหรือเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนได้ แต่สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในผลิตภัณฑ์กระจาดจากไยส้ปะรด ก็คือการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น รวมทั้งการแสวงหาตลาดเพื่อขยายช่องทางการขายและการส่งออกเพื่อเพิ่มรายได้ ให้แก่ประชาชนท้องถิ่นและประเทศชาติ ทั้งนี้ต้องได้รับความร่วมมือจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมด้านการผลิตและการตลาด

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า

แหล่งเงินทุน สมาชิกกลุ่มฯ เข้าหาแหล่งเงินทุนทั้งการช่วยเหลือจากภาครัฐ เช่น กองทุนหมู่บ้าน หรือการได้รับการสนับสนุนเครื่องมือ จากทางองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อเป็นทุนของกลุ่มในการจัดซื้อวัตถุดิบ นอกจากนี้กลุ่มฯ ยังต้องการสนับสนุนงบประมาณจากทางราชการในการพัฒนาสภาพแวดล้อมในหมู่บ้านเพื่อรองรับการเป็นหมู่บ้านเพื่อการท่องเที่ยว การผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์กระดาษ

การให้ความรู้ทางการตลาด และบรรจุภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ กลุ่มฯ ยังขาดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการผลิต ที่ผ่านมากลุ่มฯ อยู่ในภาวะเป็นผู้ถูกเลือกในตลาด และไม่มีอำนาจในการต่อรองกับลูกค้า ด้วยเหตุนี้หน่วยงานภาครัฐจำเป็น ต้องให้การสนับสนุนทั้งทางด้านกระบวนการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ และด้านการตลาดเช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ให้การสนับสนุนในการหาช่องทางในการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคมและชุมชน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการวิจัยรูปแบบการผลิตและกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสัปะรด บ้านหนองตาแต่ม อำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า

1. จากการวิจัยพบว่า กลุ่มฯ เป็นธุรกิจขนาดย่อม การดำเนินธุรกิจในตลาดของอุตสาหกรรมนี้ยังคงอยู่ในขั้นตอนแรกของวิวัฒนาการด้านการตลาด อันมีผลทำให้กลุ่มฯ ขาดจุดยึดเหนี่ยวทางการตลาดที่มั่นคง ดังนั้นแนวทางพัฒนา ควรเสริมสร้างศักยภาพในการแสวงหาตลาด และสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับลูกค้าในตลาด

2. จุดสำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (customer value) และมูลค่าเพิ่มทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์จากกระดาษใยสัปะรด ซึ่งเป็นปัญหาในการแข่งขันในตลาดได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ความประณีต ฝีมือและการออกแบบผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตามกลุ่มฯ ยังคงละเอียดในด้านนี้ และปรากฏว่ามีการเลียนแบบกันอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้เพราะการลอกเลียนแบบทำได้ง่าย เนื่องจากการผลิตที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีและวิธีการผลิตที่ซับซ้อน ซึ่งเป็นผลทำให้สินค้าไม่มีเอกลักษณ์ในตัวเองตลอดทั้งการผลิตที่ไม่ได้พิถีพิถันและควบคุมคุณภาพอย่างจริงจังจึงทำให้มูลค่าของผลิตภัณฑ์ลดลง จุดนี้จึงทำให้ผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาแทนที่จะเป็นสินค้าพิเศษ (specialty

products) กลับกลายเป็นสินค้าทั่วไปที่มีลักษณะเหมือนๆ กัน ดังนั้นจึงทำให้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ด้อยลง

3. ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากกระดาษใยสับปะรด กลุ่มฯต้องพึงพิงช่องทางการจัดจำหน่ายจากตัวแทนจำหน่าย นอกจากนั้นยังไม่ได้ให้ความสำคัญอย่างจริงจังในการสร้างตราผลิตภัณฑ์ (brand) ของตนเอง เมื่อประกอบกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯมีลักษณะที่เหมือนๆ กันแล้วจึงเป็นการยากที่จะเพิ่มมูลค่าทางการตลาดได้ ดังนั้นการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์จึงเป็นทางออกทางหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการที่มีขีดความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและตอบสนองต่อตลาดได้อย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ ยังขาดกระบวนการการติดตามประเมินผลระยะยาว โดยเฉพาะกิจกรรมการสร้างกลยุทธ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นขอบเขตเนื้อหาส่วนหนึ่งของ การวิจัยครั้งนี้ อาจจะต้องใช้ระยะเวลาในการติดตามผลมากกว่าระยะเวลาที่กำหนดไว้ในโครงการวิจัย เพื่อให้สามารถทำการติดตามประเมินผลได้ว่า ผลิตภัณฑ์ลวดลายใหม่และ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้าง เพิ่มปริมาณยอดขายให้กับชุมชนได้อย่างยั่งยืนจริง ดังนั้น หากมีการ ทำวิจัยครั้งต่อไป น่าจะเป็นการติดตามประเมินผลว่า กลุ่มชุมชนต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ทั้งชุมชนกลุ่มเป้าหมายตามโครงการวิจัยนี้และกลุ่มชุมชนอื่น ๆ ที่ได้รับงบประมาณจากหน่วยงานต่าง ๆ มาทำการพัฒนาเชิงการวิจัยแบบชุมชนมีส่วนร่วมที่ ผ่านมาแล้ว นั้น ผลของการวิจัยจากโครงการต่าง ๆ ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาและพัฒนาตัวเองอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป จากการทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า การศึกษาการผลิตและการตลาดของกลุ่มศูนย์หัตถกรรมผลิตภัณฑ์กระดาษจากใยสับปะรด บ้านหนองตาเต็ม อำเภอปรางบุรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา คงเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ซึ่งในอนาคตการศึกษาข้อมูลต่างๆ คงมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย จึงมีการศึกษาข้อมูลใหม่ๆ เพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน แนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรเลือกศึกษาปัจจัยด้านในด้านหนึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์เฉพาะด้าน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กระทรวงมหาดไทย. กรมการพัฒนาชุมชน. “สรุปประเด็นการสัมมนากลยุทธ์การดำเนินนโยบาย
“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.” 2544. (อัคราเนนา)

_____. “การบวนการพัฒนา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.” 2544. (อัคราเนนา)

ชาชีวัฒน์ ศรีแก้ว. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545 – 2549.

กรุงเทพมหานคร : ส.พัฒนา, 2545.

ณรงค์ศักดิ์ จักรกรณ์. “โครงการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิต.” รายงานการ
วิจัย. กลุ่มส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ ด้านปศุสัตว์ ประมง หัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ สำนัก
พัฒนาธุรกิจสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรุงเทพมหานคร, 2547.

ทวิวงศ์ ศรีบุรี. “สิ่งแวดล้อมกับ เศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา.” ปาฐกถา ศาสตราจารย์ ท่าน
ผู้หญิงพันธุ์พยับ นพวงศ์ ณ ออยุธยาพุทธศักราช 2539 ครั้งที่ 11 เนื่องในโอกาสคล้ายวัน
สถาปนาคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 10 กรกฎาคม 2539. (อัคราเนนา)

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยมหิดล, 2527.

ประภัสสร บุญมี. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร:
ประสานการพิมพ์, 2543.

พรรณภา พรหมชินวงศ์. “การวิเคราะห์ศักยภาพในการผลิตและการตลาดข้าวเม่าและผลิตภัณฑ์:
กรณีศึกษา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรน้ำอ้อม อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ปี 2546.”

วิทยานิพนธ์การศึกษา เกษตรศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2547.

วิจิต นันทสุวรรณ. แนวทางการพัฒนาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร : กรมการพัฒนา
ชุมชน, 2544.

สมบัติ รัตนคำชูวงศ์. “การศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจชุมชนที่ได้คัดสรรเป็นสุดยอด
สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับภาค 5 ดาว: กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมใน
ภาคกลางฝั่งตะวันตก.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขา
เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548.

สุภัทรา สุภากรณ์. “กิจกรรมกลุ่มการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษา กลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดอ่างทอง.”

วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต (อุตสาหกรรมการศึกษา). พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยพิษณุโลก, 2547.

เสรี วงษ์มณฑา. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : บริษัท เอ.เอ็น. การพิมพ์ จำกัด, 2548.

รศ.ดร. ณรงค์ศักดิ์ ชนวนุรักษ์ชัย. “การผลิตและการตลาดพลาสติกของสมาชิกสหกรณ์ผู้เลี้ยงปลาสด แพรกหนามแดง จำกัด.” โครงการวิจัย มหาวิทยาลัยเกริก, 2550.

นพธดา ไชยวรรณ. “การผลิตและการตลาดปาล์มน้ำมันของเกษตรกรรายย่อยในอำเภอ กาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี.” วิทยานิพนธ์การศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550.

ทิพย์สุดา เกตุเลขา. “การผลิตและการตลาดถั่วอกในเขต อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น.” การศึกษาค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น . 2551.

อุดม ราศรี. “การผลิตและการตลาดข้าวเหนียว ในจังหวัดหนองบัวลำภู ปีการผลิต 2550/2551.” การศึกษาค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2552.

วรรณิ์ แกมเกตุ. วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

สุภางค์ จันทวานิช. การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.

สุภางค์ จันทวานิช. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 18 กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553.

องอาจ นัยพัฒน์. วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร : สามลดา, 2551.

อรุณี อ่อนสวัสดิ์. ระเบียบวิธีวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3 ภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2551.

ภาษาอังกฤษ

Ervin, William. Participation management : concept theory and Implementation. Atlanta Ga : Georgia State University, 1976.

White. Why community Participation? A Discussion of the Argumentes. Community Participation : Current Issue and Lesson learned. New York : United Nation Children's fund, 1982.

Kotler, Philip. Marketing Management. Analysis, planning, implementation and control 8 th ed. Englewood Cliffs : Prentice - Hall Inc., 1994.

United Nation. Population Participation in Decision Making for Development. New York : United Nation Publication, 1978.



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ สกุล	นายอภิชัย จันทรวัดนาวณิช
ที่อยู่	เลขที่ 74 ถนนจรัญสนิทวงศ์ ซอยจรัญสนิทวงศ์ 48 แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700
ที่ทำงาน	บริษัท บี เอ็ม เจ แปซิฟิค อินดัสทรี จำกัด เลขที่ 74 ถนนจรัญสนิทวงศ์ ซอยจรัญสนิทวงศ์ 48 แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700 โทรศัพท์ 081-8355033
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2550	สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
พ.ศ. 2551	ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2532-2538	พนักงานธุรการขายบริษัท แอดเมค เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด
พ.ศ. 2538-2543	ผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัท เฟล็กตรอน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
พ.ศ. 2543-2548	ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท เฟล็กตรอน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
พ.ศ. 2548-ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ บริษัท บี เอ็ม เจ แปซิฟิค อินดัสทรี จำกัด

ผลงานวิจัย นักศึกษา ระดับปริญญาตรี