

หัวข้อแผนงานวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากถั่วลิสง ถั่วเหลืองและน้ำมันงาด้วยการจัดการความรู้ ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านปางหมูและบ้านสบสอย ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมบัติ สิงฆราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์มานพ ชุ่มอุ่น
อาจารย์กิตติ เขียวทอง

คณะวิชา คณะวิทยาการจัดการและวิทยาลัยแม่ฮ่องสอน

มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ปีการศึกษา 2552

บทคัดย่อ

แผนงานวิจัยโครงการนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนอย่างบูรณาการในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง ถั่วเหลืองและน้ำมันงา ทั้งด้านการผลิต การระดมทุนของชุมชน การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม การตลาด การบัญชีและการเงินเพื่อนำรูปแบบการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้การพึ่งพาทรัพยากรภายในชุมชนท้องถิ่นไปเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยสู่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นอื่นๆ ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปางหมูและบ้านสบสอย ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน รูปแบบของการวิจัยเป็นการวิจัยแบบประยุกต์ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนประกอบกัน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าความแปรปรวน และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การศึกษาประสิทธิภาพการผลิตใช้ฟังก์ชันเส้นพรมแดนการผลิต (Stochastic Frontier Function) วัดประสิทธิภาพของผู้ผลิตถั่วเหลืองแผ่น (ถั่วเน่าแค้น) ด้วยวิธีการ Data Envelopment Analysis (DEA) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมด้วยการเปิดเวทีชาวบ้านศึกษาปัญหา อุปสรรคและหาแนวทางการดำเนินการที่เหมาะสมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การสัมภาษณ์ผู้รู้ในชุมชน การสนทนากลุ่มย่อย การสังเกต การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับสมาชิกและแกนนำกลุ่มวิสาหกิจ ผู้บริหารร้านค้าและศูนย์การค้า พนักงานขาย กลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์แบบวิเคราะห์เอกสารเพื่อรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานของกลุ่มและการจัดโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์ พบว่า ผู้ผลิตถั่วเหลืองแผ่น(ถั่วเน่าแค้น) จำนวน 8 ราย มีประสิทธิภาพการผลิตใกล้เคียงกัน คือมีประสิทธิภาพสูงสุดจำนวน 2 ราย และมีประสิทธิภาพต่ำที่สุดคิดเป็นร้อยละ 85.5 จำนวน 2 รายการไม่มีประสิทธิภาพเกิดขึ้นเนื่องจากการ

ใช้แรงงาน ฟืน ไฟฟ้าและน้ำประปามากเกินไป ส่วนต้นทุนในการผลิตถั่วเหลืองแผ่นต่อครั้งเท่ากับ 700.65 บาท มีรายรับจากการผลิต 650 บาท ดังนั้นผู้ผลิตขาดทุนจำนวน 50.65 บาทต่อการผลิตครั้งละ 1.5 ถัง ต้นทุนในการผลิตถั่วแปล่ต่อครั้งเท่ากับ 640.86 บาทต่อครั้ง รายรับรวมเท่ากับ 740 บาทต่อครั้ง ดังนั้นผู้ผลิตจะมีกำไรจากการผลิตจำนวน 99.14 บาทต่อการผลิตครั้งละ 28 ลิตร ต้นทุนในการผลิตถั่วแปล่ต่อครั้งเท่ากับ 1,075.52 บาทต่อครั้ง มีรายรับรวมเท่ากับ 1,050 บาทต่อครั้ง ดังนั้นผู้ผลิตจะขาดทุนเท่ากับ 25.52 บาทต่อการผลิตครั้งละ 28 ลิตร ต้นทุนในการผลิตถั่วลิสงคั่วเท่ากับ 800.86 บาทต่อครั้ง มีรายรับรวมเท่ากับ 735 บาทต่อครั้ง ดังนั้นผู้ผลิตจะขาดทุนเท่ากับ 65.86 บาทต่อการผลิตครั้งละ 20 ลิตร ต้นทุนในการผลิตน้ำมันงาเท่ากับ 1,617.38 บาทต่อครั้ง มีรายรับจากการผลิต 1,950 บาทต่อครั้ง ดังนั้นผู้ผลิตจะมีกำไรเท่ากับ 332.62 บาทต่อการผลิตครั้งละ 1.5 ถัง การพัฒนารูปแบบการผลิต ผู้ผลิตต้องการหาตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น และต้องการพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้รับมาตรฐานอาหารและยา แต่ผลตอบแทนจากการผลิตค่อนข้างต่ำ การสะสมทุนของผู้ผลิตน้อยจึงไม่สามารถพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้รับมาตรฐานอาหารและยาได้

ผลการวิจัยทางการตลาด พบว่า 1) กลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านสบสอย ผู้ผลิตน้ำมันงาตราฉัตรทิพย์ จากผลการวิจัยพบวิธีการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดที่เหมาะสม คือ กลุ่มต้องขยายตลาดไปยังกลุ่มร้านอาหารเจ โดยกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ คือ ความเป็นน้ำมันงาหีบเย็นที่ใช้พลังงานกักหน้ำในการผลิต พร้อมทั้งปรับปรุงแบบการใช้สีของตราให้สม่ำเสมอเป็นสีเขียวและเหลือง ซึ่งผลจากการทดสอบตลาดพบว่า ฉัตรทิพย์ได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้รักสุขภาพสูงกว่ากลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว 2) กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดสารเคมีบ้านปางหมู ผู้ผลิตน้ำมันงา ตราหมอกเปา จากผลการวิจัยพบวิธีการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดที่เหมาะสม คือ กลุ่มควรขยายตลาดเพิ่มอีก 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้รักสุขภาพ และควรกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ คือ การหีบน้ำมันงาด้วยแรงงานสัตว์ เน้นคุณค่าประโยชน์ใช้สอย คือ น้ำมันงาหีบเย็นที่มีคุณค่าสารอาหารและคุณค่าด้านอารมณ์ คือ ร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์กำหนดสีเหลืองและน้ำตาลเป็นสีเอกลักษณ์ของตราซึ่งหลังจากการทดสอบตลาด 2 รายการ คือ ขวดขนาด 500 ซี.ซี. และ 300 ซี.ซี. ผลการทดสอบตลาดพบว่า ตลาดผู้รักสุขภาพให้การตอบรับดีกว่ากลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว 3) กลุ่มงาเพื่อสุขภาพบ้านปางหมู ผู้ผลิตน้ำมันงาตราเกวียน จากผลการวิจัยพบวิธีการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดที่เหมาะสม คือ กลุ่มควรกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายให้ชัดเจน โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มตลาดที่นิยมการบำรุงผิวด้วยสารธรรมชาติและกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่ความสามารถในการซึมซับสู่ผิวหนังได้ดีด้วยน้ำมันงาสด 100 % โดยผสมผสานกับจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นดอกไม้และสมุนไพรธรรมชาติ กำหนดคุณค่าประโยชน์ด้านอารมณ์ คือ ความมีสุขภาพผิวที่ดีและควรใช้สีชมพูและขาวสื่อสารถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตรา จากทดสอบตลาดในขวดบรรจุ 85 ซี.ซี. พบว่า กลุ่มผู้รักสุขภาพจะให้

การตอบรับได้ดีกว่ากลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว 4) กลุ่มถั่วแปهل่อแปยบ้านปางหมู ผู้ผลิตถั่วแปهل่อและแปยตราถั่วหลวงทอง จากผลการวิจัยพบวิธีการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดที่เหมาะสม คือ กลุ่มควรกำหนดตลาดเป้าหมายหลักไปที่กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวและผู้รักษาสุขภาพและกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ คือ ถั่วปลอดสารพิษที่คัดด้วยภูมิปัญญาชาวไทใหญ่แม่ฮ่องสอน โดยมุ่งเน้นคุณค่าประโยชน์ใช้สอยคือความกรอบและไม่แข็งและคุณค่าด้านอารมณ์เป็นถั่วที่ปลอดสารพิษและควรใช้สีเขียว สีขาวและเหลืองในการสื่อสารเอกลักษณ์ของตราและควรมีสื่อที่ให้ความรู้ ณ จุดขายถึงวิธีการรับประทานและคุณค่าทางโภชนาการเพื่อให้ผู้บริโภคมีข้อมูลในการตัดสินใจซื้อมากขึ้น จากทดสอบตลาดจำนวน 2 รายการ คือ ถั่วแปهل่อขนาดบรรจุ 300 กรัมและถั่วแปยขนาดบรรจุ 200 กรัม พบว่า กลุ่มตลาดผู้รักษาสุขภาพจะให้การตอบรับผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่ากลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว 5) กลุ่มผู้ผลิตถั่วหน้าแผ่นดินบ้านปางหมู ผู้ผลิตถั่วหน้าแคบ (แผ่น) บ้านไต่ปางหมู จากผลการวิจัยพบวิธีการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดที่เหมาะสม คือ กลุ่มควรขยายตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้รักษาสุขภาพในเขตเมืองนอกเหนือจากการขายส่งเพียงอย่างเดียว โดยใช้ความเป็นถั่วเหลืองสูตรชาวไทแม่ฮ่องสอนเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในการแข่งขันและมุ่งกำหนดคุณค่าประโยชน์ใช้สอยเป็นความอร่อย แห้ง ละเอียดและคุณค่าด้านอารมณ์ที่ความเป็นสูตรต้นตำหรับจากแม่ฮ่องสอนและใช้สีน้ำตาลและสีขาวเป็นสีเอกลักษณ์ของตราจากทดสอบตลาดโดยบรรจุในถุงพลาสติก ขนาดบรรจุ 500 กรัมและสื่อสารการตลาดด้วยแผ่นป้ายฉลาก แทนวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ แผ่นป้ายให้ข้อมูลสินค้าเพื่อให้รู้ด้านผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคพบว่า กลุ่มตลาดผู้รักษาสุขภาพจะให้การตอบรับผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่ากลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยทางการบัญชี พบว่า หลังจากมีการฝึกอบรม กลุ่มเกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงมากขึ้น ซึ่งจะนำความรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในอนาคตและมีความรู้ในเรื่องการทำบัญชีครัวเรือนมากยิ่งขึ้น โดยหลังจากทำบัญชีครัวเรือนแล้วค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลดลงในระดับมาก และในทางเดียวกัน เงินออมก็มีมากขึ้นเช่นกัน โดยในท้ายที่สุดเกิดการใช้จ่ายอย่างมีเหตุผล ประหยัด และใช้จ่ายเงินเท่าที่จำเป็น ในเรื่องของบัญชีผลิตภัณฑ์นั้น การทำบัญชีผลิตภัณฑ์ทำให้ทราบต้นทุนของผลิตภัณฑ์ในแต่ละเดือนอย่างแท้จริง ทราบผลการดำเนินงานจากการขายผลิตภัณฑ์ และสามารถแยกค่าใช้จ่ายระหว่างค่าใช้จ่ายในครัวเรือนและค่าใช้จ่ายในการผลิตได้ระดับมาก ทางกลุ่มเห็นว่า รูปแบบของสมุดบัญชีเข้าใจง่ายต่อการบันทึกบัญชีและจะทำบัญชีผลิตภัณฑ์ต่อไป