

บทที่ 5

ผลการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจชุมชนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้คือ

1. เพื่อวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการจัดการของกลุ่มอาชีพ หรือ กลุ่มธุรกิจชุมชน ด้านการบริหารทรัพยากร คน เงิน งาน และ วัสดุอุปกรณ์
3. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาดในด้านการนำสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค
4. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการผลิต การวางแผน ควบคู่กับการตัดสินใจด้านการผลิต และการดำเนินธุรกิจ

เมื่อลงพื้นที่เก็บข้อมูลในรายละเอียดโดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) การติดตามการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การศึกษาดูงาน การเข้ารับการอบรม รวมถึงการจัดทำเวทีเฉพาะกลุ่ม (Focus group discussion) ทำให้ได้ข้อมูลของกลุ่มอาชีพและธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่น่าสนใจ และควรแก่การนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลของกลุ่มอาชีพที่ทำการศึกษาในรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประวัติการก่อตั้ง
2. การตัดสินใจด้านการผลิต
3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์
4. การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต
5. การบริหารจัดการด้านบุคลากร
6. การบริหารจัดการด้านการตลาด
7. การบริหารจัดการด้านการเงิน
8. ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ
9. ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ
10. การวิเคราะห์ธุรกิจด้วย SWOT

อนึ่ง ในการติดตามเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องกับกลุ่มอาชีพและกลุ่มธุรกิจชุมชนแปรรูปอาหารตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 10 กลุ่มนั้น ในระหว่างการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้พบกลุ่มอาชีพที่มีศักยภาพในการทำธุรกิจที่สมควรได้รับการส่งเสริมให้อยู่ในโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นอีกกลุ่ม ซึ่งจะขอนำเสนอไว้ในบทนี้ด้วย

กลุ่มที่ 1 กลุ่มอาชีพและกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ขึ้นบัญชีตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

1. กลุ่มอาชีพแปรรูปอาหารแม่บ้านเกษตรกรบ้านต้นจ้าว

1.1 ประวัติการก่อตั้ง

กลุ่มอาชีพแปรรูปอาหารแม่บ้านเกษตรกรบ้านต้นจ้าว ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2543 โดยการรวมกลุ่มของชาวบ้านหมู่ 2 บ้านต้นจ้าว ที่ต้องการก่อตั้งกลุ่มชุมชนเพื่อร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการสร้างความสามัคคีของชุมชนและยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอีกทางหนึ่ง ปัจจุบันสถานที่ตั้งของกลุ่มตั้งอยู่บ้านเลขที่ 114/1 หมู่ 2 บ้านต้นจ้าว ตำบลสันผักหวาน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการแปรรูปอาหารเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 4 รายการคือ น้ำพริกเผา ถั่วเหลือง ข้าวเกรียบสมุนไพรทั้งตำเรีกรูป ก๋วยเตี๋ยว และข้าวแต่นสมุนไพร เมื่อครั้งเริ่มดำเนินการเคยได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากกองทุนเงินธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร (ชกส.) และจากกองทุนหมู่บ้าน รวมทั้งได้รับการสนับสนุนเพิ่มเติมจากสำนักงานส่งเสริมการเกษตรอำเภอหางดง สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหางดง และองค์การบริหารส่วนตำบลสันผักหวาน

1.2 การตัดสินใจด้านการผลิต

กลุ่มอาชีพแปรรูปอาหารแม่บ้านเกษตรกรบ้านต้นจ้าวจะดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ทุกวันในช่วงเวลา 08.00-16.00 น. โดยจะผลิตผลิตภัณฑ์หนึ่งชนิดต่อวัน แล้วในวันถัดไปก็จะผลิตอีกชนิดหนึ่ง หมุนเวียนกันไป มีการกำหนดจำนวนการผลิตแต่ละอย่างเท่ากับความต้องการสั่งซื้อ และการจำหน่าย โดยมีการจัดแยกและตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบก่อนทำการผลิตและหลังการผลิตเพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กลุ่มดำเนินการผลิตที่โรงเรือนที่ต่อเติมภายในบริเวณของนางคำ วงศ์คำอ้าย ประธานกลุ่มฯ เนื่องจากมีความพร้อมด้านสถานที่และเป็นศูนย์รวมของสมาชิกผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเคยได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า OTOP ระดับ 3 ดาว

1.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 รายการนั้น ได้รับการสนับสนุนการออกแบบบรรจุภัณฑ์จากกรมส่งเสริมการเกษตร และองค์การบริหารส่วนตำบลสันผักหวาน โดยได้แนวคิดจากภูมิปัญญาเดิมของสินค้าประเภทนี้และสังเกตตัวอย่างของผลิตภัณฑ์อื่นดังภาพที่ 5.1 – 5.4 ซึ่งรูปแบบบรรจุภัณฑ์เน้นความสวยงาม สะอาด และสามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้ปราศจากจากความชื้นได้นาน ส่วนรูปแบบผลิตภัณฑ์นั้น ได้จากการศึกษาเพิ่มเติม ซึ่งกลุ่มได้ทดลองจนได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่พึงพอใจของกลุ่ม นอกจากนี้ กลุ่มยังได้แสดงการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์คือ เครื่องหมาย อย. เลขที่ 50-207144-2-0021 และเครื่องหมาย มพช. เลขที่ 11580-9314 ไว้บนบรรจุภัณฑ์ด้วย ซึ่งในกลุ่มผู้ผลิตเชื่อว่าเครื่องหมายรับรองนี้จะช่วยเพิ่มยอดขายด้วย จากข้อมูลดังกล่าว สรุปได้ว่ากลุ่มมีแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าดังนี้

1) การสื่อความหมาย กลุ่มได้ใช้การสื่อความหมายบนสินค้าโดยตรงไปตรงมา คือ “น้ำพริกเผ่าถั่วเหลือง” เป็นการสื่อให้ทราบถึงที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และการออกแบบตัวอักษรใช้ตัวอักษร “ล้านนา” แสดงออกให้ผู้ซื้อทราบว่า เป็นผลิตภัณฑ์ของภาคเหนือ

2) การใช้สี กลุ่มใช้สีของบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิดเป็นสีสด ซึ่งทำให้ดึงดูดใจผู้บริโภค และเป็นสีที่เข้ากับผลิตภัณฑ์ ช่วยให้จดจำผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น

3) ความทันสมัย รูปแบบของบรรจุภัณฑ์บางรายการเป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และมีความทันสมัย แต่สำหรับผลิตภัณฑ์บางรายการก็มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่สอดคล้องผู้บริโภค ซึ่งเหตุที่ไม่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์นั้น อาจเป็นไปได้ว่าลักษณะของผลิตภัณฑ์ไม่เอื้อต่อบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะต่างออกไป

4) ประโยชน์ใช้สอย รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด จะเน้นความสวยงาม ผู้ซื้อสามารถนำสินค้าที่ซื้อไปเป็นของฝากได้ด้วย



ภาพที่ 5.1 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผ่าถั่วเหลือง



ภาพที่ 5.2 ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบสมุนไพรกิ่งสำเร็จรูป



ภาพที่ 5.3 ผลิตภัณฑ์กล้วยกวน



ภาพที่ 5.4 ผลิตภัณฑ์ข้าวแตนสมุนไพร

1.4 การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต

จากการประชุมปรึกษาหารือของสมาชิกเพื่อหากิจกรรมที่เสริมสร้างความสามัคคีในชุมชนและก่อให้เกิดรายได้ โดยการพิจารณาจากวัตถุดิบที่มีอยู่แต่เดิมและการหาวัตถุดิบเพิ่มเติม สมาชิกเสนอว่าหากจะผลิตสินค้า วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตควรเป็นวัตถุดิบที่หาได้ง่ายจากภายในชุมชนหรือชุมชนใกล้เคียง จึงเลือกผลิตผลิตภัณฑ์ 4 รายการ ประกอบด้วย น้ำพริกเผาล้วนเหลือง ข้าวเกรียบสมุนไพรกิ่งสำเร็จรูป ก๋วยเตี๋ยว และข้าวแต่นสมุนไพร ทั้งนี้สมาชิกได้เข้ารับการอบรมการผลิตและการดำเนินการจากหน่วยงานของราชการ ในส่วนของลักษณะการผลิต กลุ่มจะทำการผลิตเพื่อจำหน่ายและตามคำสั่งซื้อ มีการกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ ระยะเวลาในการผลิต และการแจกจ่ายงานให้สมาชิก ในที่สุด กลุ่มอาชีพแปรรูปอาหารแม่บ้านเกษตรบ้านต้นจิว จึงเริ่มดำเนินการผลิตตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา

สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต มีดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาล้วนเหลือง

วัตถุดิบ: ถั่วเหลือง น้ำตาลปี๊บ พริกแห้ง กระเทียม เกลือ น้ำส้มมะขาม และน้ำมันพืช

2) ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบสมุนไพรกิ่งสำเร็จรูป

วัตถุดิบ: ข้าว (แบ่งสาเลิ) แป้งมัน สีสผสมอาหาร น้ำตาลทราย กระเทียม พริกไทย เกลือ สมุนไพรไทย และใบตอง

3) ผลิตภัณฑ์ก๋วยเตี๋ยว

วัตถุดิบ: ก๋วยเต๋อน้ำวุ้นขาว น้ำตาลทราย แป้งแซ่ เกลือ หัวกะทิ และหางกะทิ

4) ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นสมุนไพร

วัตถุดิบ: ข้าวสารเหนียว งาดำ งาขาว เม็ดมะม่วงหิมพานต์ น้ำตาลทราย น้ำแดงโม และผงฟู

1.5 การบริหารจัดการด้านบุคลากร

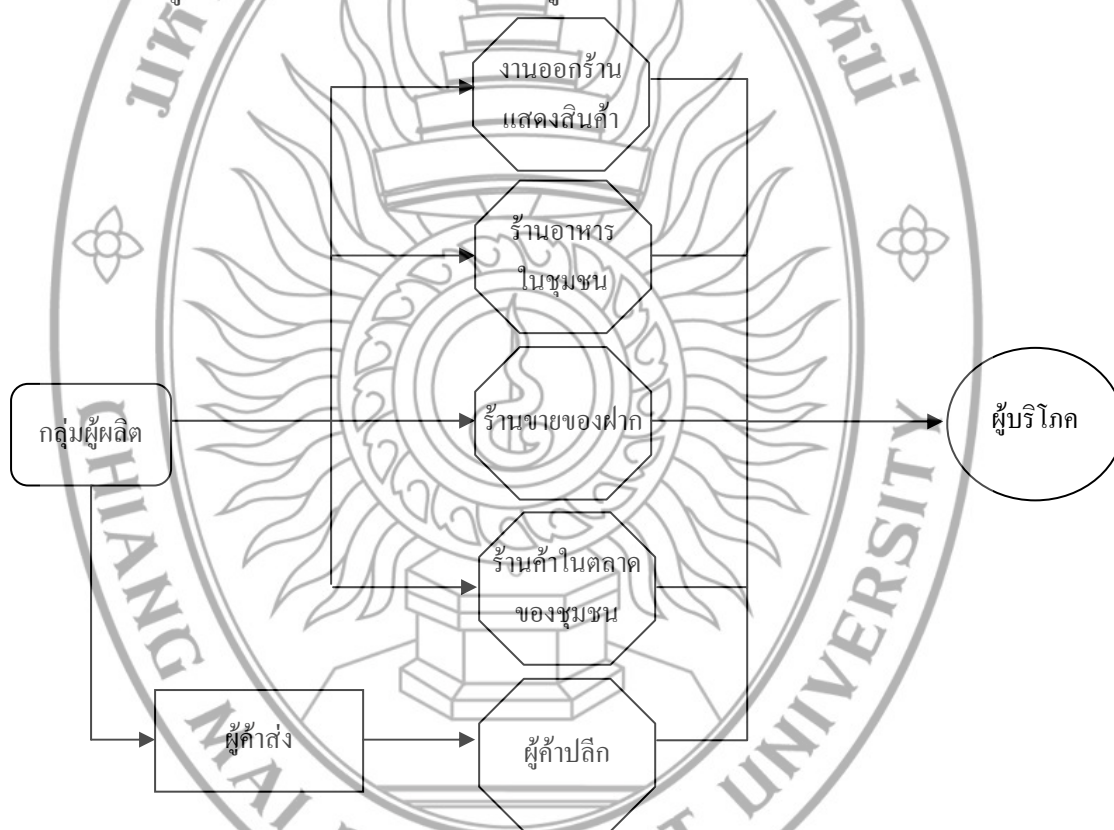
การบริหารจัดการด้านบุคลากรของกลุ่ม มีจำนวนสมาชิก 26 คน ทำการเลือกตั้งคณะกรรมการจำนวน 5 ตำแหน่งเพื่อแบ่งหน้าที่ในการบริหารกลุ่ม ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก และประชาสัมพันธ์ โดยพิจารณาคุณสมบัติของกรรมการจากความรู้ความสามารถและทักษะของแต่ละคน ในส่วนของสมาชิกจะช่วยกันดำเนินการผลิตสินค้า โดยพิจารณาจากความรู้ความสามารถและทักษะว่าผู้ใดควรทำงานอยู่ในส่วนใด มี นางคำ วงศ์คำอ้าย เป็นประธานกลุ่มฯ มีหน้าที่แนะนำและชี้แจงหน้าที่ให้แก่คณะกรรมการและประสานงานกับสมาชิกในการตกลงร่วมกันเพื่อชี้แนะเกี่ยวกับความเข้าใจด้านการบริหารจัดการทุกๆ ด้านอย่าง

ส่วมาเสมอ โดยการจัประชุมเป็นระยะๆ และมีการไปอบรมลัษณะเพื่อนำองค์ความรู้ใหม่มาพัฒนาผลิตภัณท์อย่างต่อเนื่องกลุ่มอาชีพแปรรูปอาหารแม่บ้านเกษตรกรบ้านต้นจั่ว เป็นกลุ่มที่ทำการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เป็นการนำลักษณะเครือญาติหรือเพื่อนบ้านใกล้เคียงประกอบด้วยสมาชิกจำนวน 26 คน ดังนี้

1. นางคำ	วงศ์คำอ้าย	ประธาน
2. น.ส ศิริพรรณ	พรหมะ	รองประธาน
3. นางบัวจันทร์	ศรีวิชัยคำพรรณ	เลขานุการ
4. นางเต็มคำ	แก้วคำจา	เหรัญญิก
5. นางจันทร์แก้ว	วงศ์รินทร์	ประชาสัมพันธ์
6. นางจันทร์โรย	หน่อเขียว	กรรมการ
7. นางเรือนคำ	ตันธิเน	กรรมการ
8. นางสาวสมจิตร	สินเคราะห์	กรรมการ
9. นางแก้ว	มั่งทา	กรรมการ
10. นางกัลยา	สวนแก้ว	กรรมการ
11. นางอุตคำห์	มาพันธ์ะ	กรรมการ
12. นางคำน้อย	ทองหล้า	กรรมการ
13. นางบัวใส	วงศ์มาตังห์	กรรมการ
14. นางแหว	บุตรสุภา	กรรมการ
15. นางมาลี	บุตรสุภา	กรรมการ
16. นางดวงสมร	ยาวิชัย	กรรมการ
17. นางบุญปิ่น	ปานคำคือ	กรรมการ
18. นายพรเทพ	แก้วคำจา	กรรมการ
19. นางจันทร์ดา	คำทา	กรรมการ
20. นางประธาน	ดอกพริ้ว	กรรมการ
21. นางศรีวรรณ	อุดม	กรรมการ
22. นางก้องคำ	หมอกเมือง	กรรมการ
23. นางจันทร์ฟอง	ทำบุญ	กรรมการ
24. นางจันทร์ทิพย์	บุญทะวงศ์	กรรมการ
25. นางเอ๋ย	วงศ์ก้อง	กรรมการ
26. นางลูน	ทองหล้า	กรรมการ

1.6 การบริหารจัดการด้านการตลาด

ถึงแม้ว่าปัจจัยในการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ชนิด คือ ต้นทุนการผลิต ความต้องการของตลาด เป้าหมายในการทำกำไร จะเป็นตัวบังคับความคุ้มทุนในการผลิตแต่การตลาดเป็นเรื่องสำคัญที่สุดของกระบวนการ ดังนั้นเพื่อให้การกำหนดราคาสินค้าคุ้มทุนและมียอดขายมากขึ้น กลุ่มจึงมีการจัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้ผู้บริโภค เช่น ร้านขายของฝาก ร้านอาหารในชุมชน ร้านค้าในตลาดชุมชน ซึ่งกลุ่มจะนำผลิตภัณฑ์ไปส่งให้ร้านค้าดังกล่าว และมีผู้ค้าส่งมารับซื้อที่กลุ่มเอง จากการวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มเป็นลูกค้าภายในชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียง และลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ดังแผนภูมิที่ 5.1



แผนภูมิที่ 5.1 การตลาดของกลุ่มอาชีพแปรรูปอาหารแม่บ้านเกษตรกรบ้านต้นจั่ว

1.7 การบริหารจัดการด้านการเงิน

แหล่งที่มาของเงินทุนในการดำเนินการของกลุ่มนั้นเริ่มแรกมาจากการกู้เงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) จากนั้นจึงมีการจำหน่ายหุ้นให้แก่สมาชิกในลักษณะการเข้าร่วมลงทุนในกิจการ มี นางเต็มคำ แก้วคำจา เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกลุ่ม ส่วนการแบ่งผลกำไรจากการดำเนินกิจการ จะนำรายได้ทั้งหมดมาหัก

ค่าใช้จ่ายทั้งหมดรวมทั้งหักเป็นต้นทุนสำหรับการดำเนินการครั้งต่อไป แล้วนำกำไรมาแบ่งเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรกจะนำจัดสรรให้สมาชิกที่มาช่วยดำเนินการผลิต และส่วนที่สองจะสมทบเข้ากองทุนของกลุ่มเพื่อนำเป็นเงินปันผลให้สมาชิก

1.8 ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา กลุ่มแปรรูปอาหารแม่บ้านเกษตรกรบ้านต้นจ๊วพบว่า กลุ่มมีความต้องการพัฒนาการดังต่อไปนี้

- 1) ด้านบรรจุภัณฑ์ กลุ่มมีความต้องการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ของข้าวเกรียบสมุนไพร ให้มีความสวยงาม เพื่อที่ลูกค้าสามารถนำเป็นของฝากได้
- 2) ด้านการตลาด กลุ่มมีความต้องการความช่วยเหลือในการหาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น

1.9 ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

จากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมาของกลุ่ม เมื่อวิเคราะห์จากเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินการและความเข้มแข็งของกลุ่มแล้ว พบว่ากลุ่มยังคงสามารถดำเนินการต่อไปได้ แต่มีส่วนที่กลุ่มยังต้องปรับเปลี่ยนหรือขอรับการสนับสนุนเพิ่มเติม เพื่อเป็นฐานที่มั่นคงของการดำเนินธุรกิจต่อไป เช่น ด้านนวัตกรรมการผลิต และการตลาดที่กว้างขึ้น

1.10 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT

ในการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจด้วย SWOT นั้น ผู้วิจัยและกลุ่มผู้ผลิตได้ร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มในด้านต่าง ๆ ดังนี้

จุดแข็ง

1. ความชำนาญในการผลิต ทำให้สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน
2. มีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้าและได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า เนื่องจากมั่นใจในคุณภาพ
3. ผ่านการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์และได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพ อย.

จุดอ่อน

1. การบริหารจัดการยังไม่เป็นระบบที่ดีพอ และเกิดปัญหาขึ้นบ่อยครั้ง
2. ขาดเงินทุนหมุนเวียน
3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้ายังไม่สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้เท่าที่ควร

โอกาส

1. ได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เช่น การให้การอบรม การดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ เป็นต้น
2. โรงแรมและห้างสรรพสินค้าในตัวเมืองเชียงใหม่ให้ความสนใจสั่งซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อเป็นจำนวนมาก เนื่องจากสินค้ามีรสชาติถูกปากผู้บริโภคและเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ
3. กำหนดตัวผู้จัดการด้านการตลาด และแผนการตลาดให้ชัดเจนขึ้น รวมถึงหาแนวทางการสร้างเครือข่ายทางการตลาด

ข้อจำกัด

1. มีคู่แข่งที่มีชื่อเสียงมากกว่าในตลาดสินค้าประเภทเดียวกัน
2. ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น
3. อัตราการบริโภคของผู้บริโภคชะลอตัว เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยและเครื่องอุปโภคบริโภคมีราคาสูงขึ้น

จากการวิเคราะห์ดังกล่าว ทำให้กลุ่มได้แนวทางในการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ และพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม ดังนี้

1. นำสมาชิกกลุ่มไปศึกษาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ณ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคเหนือ
2. ปรับโครงสร้างการบริหารกลุ่มและระบบการทำงานให้ชัดเจนขึ้น

2. สินค้าชุมชนรายเดียวของ นางจันทร์เพ็ญ วิพุททขมานนท์

2.1 ประวัติการก่อตั้ง

ครอบครัววิพุททขมานนท์ได้ดำเนินกิจการผลิตแหนมหม้อเป็นอาชีพหลักของครอบครัวมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 และต่อมาเมื่อรัฐบาลมีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ นางจันทร์เพ็ญ วิพุททขมานนท์ จึงนำผลิตภัณฑ์ “แหนมหมูหมู” ขอขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า OTOP ของอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ตราสัญลักษณ์คือ “ป้อร” เมื่อปี พ.ศ. 2547 โดยมีสถานที่ตั้งของสถานประกอบการอยู่บ้านเลขที่ 132/6 ซอยเทศบาล 24 หมู่ 5 ตำบลน้ำแพร่ อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

จากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิตของคนเมืองที่นิยมนำแหนมมารับประทานเป็นกับข้าวหรือนำไปเป็นวัตถุดิบในการทำอาหาร ครอบครัววิพุททขมานนท์จึงเริ่มเรียนรู้การทำแหนมหม้อซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ของชาวเชียงใหม่ด้วยตนเอง และทดลองทำให้มีรสชาติที่ถูกปากผู้บริโภค รวมทั้งปรับปรุงส่วนประกอบจนในที่สุดจึงได้สูตรการทำแหนมหม้อเป็นของครอบครัวเอง จากนั้นจึงเริ่มดำเนินการทำแหนมหม้อขาย ซึ่งเริ่มแรกนั้น ได้ผลิต “แหนมหมู” เป็นผลิตภัณฑ์แรก จากนั้นจึงพัฒนาเป็น “แหนมหมูหมู” และ “แหนมซี่โครงหมู”

2.2 การตัดสินใจด้านการผลิต

จากการที่ครอบครัววิพุททขมานนท์ได้มีแนวทางที่จะยึดอาชีพการทำแหนมเลี้ยงครอบครัว ประกอบกับการสำรวจวัตถุดิบที่มีในพื้นที่และการตลาดซึ่งสามารถขายได้ทุกวัน จึงทำให้ตัดสินใจดำเนินธุรกิจ ในการผลิตของกิจการแหนมหม้อป้อรมีการแบ่งหน้าที่การดำเนินงานโดยสมาชิกในครอบครัวจำนวน 4 คน แบ่งหน้าที่ เป็น 2 อย่าง คือ การผลิต และการจำหน่ายสินค้า โดยการผลิตแหนมจะทำการผลิตทุกวันยกเว้นวันพระ ใช้โรงเรือนที่ต่อเติมจากบ้านพักอาศัยเป็นสถานที่ผลิต มีการกำหนดจำนวนการผลิตโดยจะผลิตตามความต้องการในการจำหน่ายและตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ทั้งนี้จะมีการคัดแยกและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการผลิตเพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีผลิตภัณฑ์แหนม 3 ประเภทคือ แหนมหมู แหนมหมูหมู และแหนมซี่โครงหมู สำหรับผลิตภัณฑ์ของกิจการได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า OTOP ระดับ 3 ดาว

2.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เป็นการออกแบบโดยสมาชิกในครอบครัว ทั้งรูปแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า โดยใช้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก และจากการสังเกตตัวอย่างของผลิตภัณฑ์อื่น รวมทั้งจากการศึกษาเพิ่มเติม ซึ่งได้ทดลองดัดแปลงบรรจุภัณฑ์ให้

เป็นรูปแบบที่ผู้บริโภคต้องการ คือ สะอาด สวยงาม สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้นาน รวมถึงมีการแสดงการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ เครื่องหมาย อย. ดังนี้

- แหนมหมู และ แหนมหมูหมู ได้รับเครื่องหมาย อย. เลขที่ 50-2-13547-2-0002
- แหนมซี่โครงหมู ได้รับเครื่องหมาย อย. เลขที่ 50-2-13547-2-0003

สำหรับแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น หากวิเคราะห์ตามหลักการออกแบบ จะได้ดังนี้

1) *การสื่อความหมาย* กิจกรรมใช้วิธีการสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์บนบรรจุภัณฑ์ได้อย่างตรงไปตรงมาคือ “แหนมหมูหมู” ซึ่งเมื่อผู้บริโภคได้ยี่ห้อหรือเห็นก็สามารถนึกถึงผลิตภัณฑ์ได้ทันที และใช้แบบของตัวอักษรเป็นแบบ “ล้านนา” ซึ่งเป็นการสื่อให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเชียงใหม่

2) *การใช้สี* การใช้สีของฉลากผลิตภัณฑ์ เป็นการใช้สีที่แบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์เช่น สีน้ำตาล-เหลือง สำหรับแหนมหมู สีเขียว-เหลือง สำหรับแหนมหมู สีม่วง-ขาว สำหรับแหนมซี่โครงหมู ซึ่งเป็นสีโทนเย็น ทำให้รู้สึกมีความสะอาด เรียบง่าย และความเป็นพื้นเมือง

3) *ความทันสมัย* เนื่องจากผลิตภัณฑ์แหนมหมูหมู เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นของสดซึ่งหาเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ระบบสุญญากาศ เมื่อเก็บไว้นานๆ ก็จะเกิดฟองอากาศภายในบรรจุภัณฑ์ทำให้บรรจุภัณฑ์พองตัวออก เสียรูปทรงดูไม่น่ารับประทาน กล้ายของเสีย กิจกรรมจึงยังคงใช้ฉลากพลาสติกใสเป็นบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะต้นทุนจากการจำหน่ายแหนมมีราคาไม่สูงนัก หากใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยซึ่งมีราคาสูง จะทำให้ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด และเมื่อใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย อาจมีส่วนปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์ของความเป็นแหนมหมูของชาวล้านนาไปได้ ส่งผลถึงการสูญเสียวัฒนธรรมไปด้วย ผู้ผลิตจึงคงรูปแบบเดิมไว้



ภาพที่ 5.5 ผลิตภัณฑ์แฮมหมูหมุ “ป้อร์”



ภาพที่ 5.6 ผลิตภัณฑ์แฮม “ป้อร์”

2.4 การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต

สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าซึ่งประกอบด้วย เนื้อหมู/ซี่โครงหมู หนักรู/หมู กระเทียม ข้าว เกลือ และใช้โมโนโซเดียมกลูตาเมตเป็นวัตถุปรุงแต่งรสอาหารนั้น เป็นวัตถุดิบที่หาได้ในท้องตลาด ผู้ผลิตได้มีการสั่งซื้อจากเจ้าประจำในแต่ละครั้งเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ได้ปริมาณที่พอเพียงและราคาถูก

2.5 การบริหารจัดการด้านบุคลากร

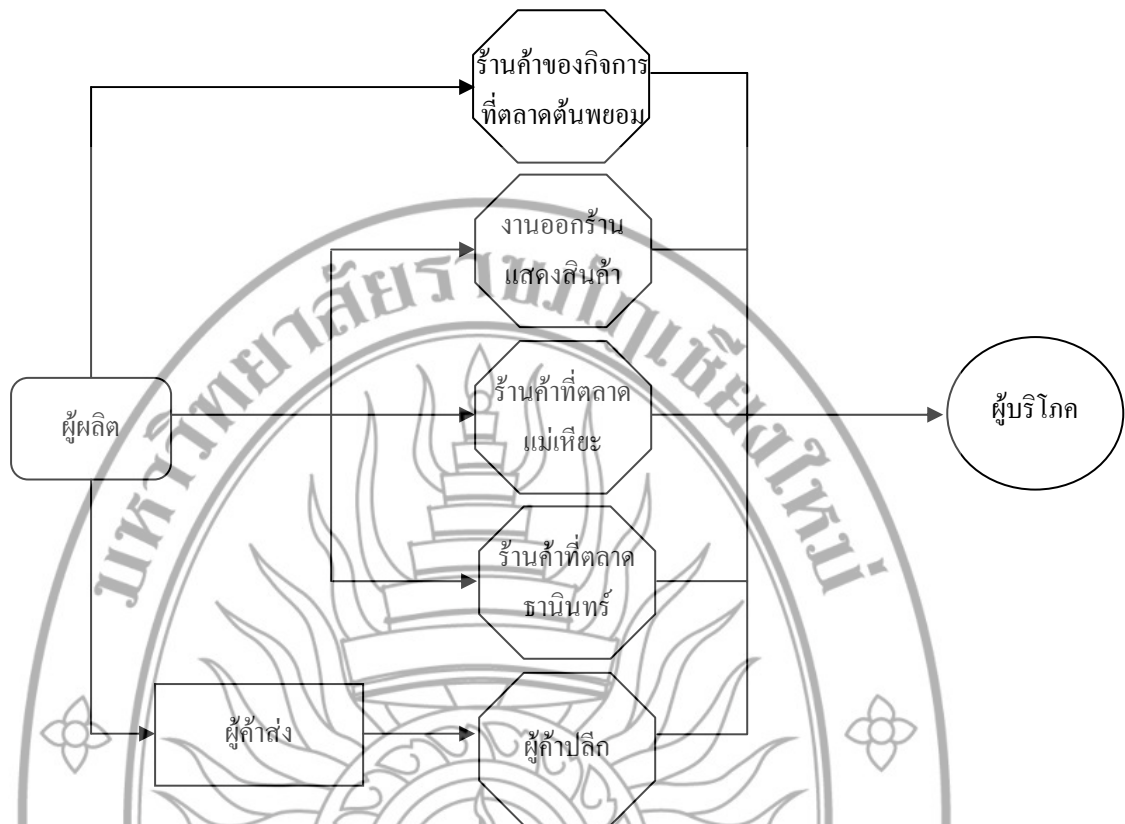
การดำเนินงานกิจการของ นางจันทร์เพ็ญ วิพุทธกษมานนท์ เป็นกิจการลักษณะครอบครัว โดยจะแบ่งหน้าที่ในการทำงานหลักๆ เป็น 2 ส่วนคือ การผลิต และการจำหน่าย ในการผลิต สมาชิกของครอบครัวจะช่วยกันดำเนินงานในขั้นตอนการผลิตตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิตแฮม การบรรจุภัณฑ์ การจำหน่ายสินค้า การเงินและการบัญชี และในส่วนการจำหน่าย

จะมอบหมายให้ลูกชายและลูกสะใภ้เป็นผู้จำหน่ายที่แผงขายของกิจการ ตั้งอยู่ในตลาดต้นพยอม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในการดำเนินงานของกิจการไม่มีการจ้างลูกจ้างเป็นระบบการผลิต และจำหน่ายโดยครัวเรือน จึงไม่มีโครงสร้างด้านบุคลากรที่ซับซ้อน แต่จากความรับผิดชอบของแต่ละคน ด้วยเป็นอาชีพที่เลี้ยงครอบครัวจึงทำให้กิจการเข้มแข็งและเจริญรุ่งเรือง

2.6 การบริหารจัดการด้านการตลาด

ปัจจุบันนอกจากผลิตภัณฑ์แหนมแล้ว กิจการยังมีผลิตภัณฑ์อื่นวางจำหน่ายที่ร้านด้วย เช่น กระเทียมโทน น้ำพริกหนุ่ม หมูยอ แคมหมู ผลไม้อบแห้ง ชา และสมุนไพรต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสินค้าเหล่านี้เป็นการรับจากผู้ผลิตอื่นมาวางจำหน่ายหน้าร้าน ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ของกิจการเอง เหตุที่นำสินค้าชนิดอื่นมาวางจำหน่ายด้วยนั้น เพื่อให้ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเพื่อเป็นของฝากจากจังหวัดเชียงใหม่ ไม่ต้องไปหาซื้อหลายแห่ง แต่สามารถซื้อได้ที่ร้านของกิจการเลย ลักษณะนี้เรียกว่าได้ว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่งที่รวมสินค้าของฝากไว้แหล่งเดียวกัน และยังเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์แหนมของกิจการอีกทางหนึ่งด้วย

ปัจจัยในการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์คือ ต้นทุนการผลิต ความต้องการของตลาด เป้าหมายในการทำกำไร เป็นต้น และกิจการมีการหาช่องทางจัดจำหน่ายโดยการจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรงที่ร้านค้าที่เป็นของกิจการเอง คือ ที่ตลาดต้นพยอม และจำหน่ายในราคาส่งให้ผู้ค้าปลีกเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้ผู้บริโภคโดยการนำสินค้าไปส่งให้ร้านขายของที่ตลาดสันป่าข่อย ตลาดแม่เหียะ และตลาดธานีรินทร์ รวมทั้งมีผู้ค้าส่งมาสั่งซื้อสินค้าเพื่อไปจำหน่ายต่อที่ร้านต่าง ๆ รวมถึงมีการจำหน่ายตามงานที่จัดโดยหน่วยงานราชการตามเทศกาลต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีทั้งลูกค้าที่เป็นคนในจังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้าที่เป็นคนต่างจังหวัด ซื้อหาไปเป็นของฝาก ทำให้กิจการแหนมป่าอรมณ์ศักยภาพด้านการตลาดที่สามารถเลี้ยงกิจการได้เป็นอย่างดี ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปเส้นทางการตลาดของ “แหนมป่าอ” ดังนี้



แผนภูมิที่ 5.2 การตลาดของผลิตภัณฑ์แหนมหมู “แป๋อ” ของ นางจันทร์เพ็ญ วิพุททขยมานนท์

2.7 การบริหารจัดการด้านการเงิน

แหล่งที่มาของเงินทุนในการดำเนินการมาจากเงินทุนของครอบครัว และมีการวางแผนการบริหารจัดการด้านการเงินในลักษณะการบริหารแบบครอบครัวคือ จะนำกำไรหลังหักค่าใช้จ่ายมาแบ่งเป็นเงินลงทุนสำหรับการผลิตครั้งต่อไป แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในครอบครัว เงินเดือนของแต่ละคน และเงินออมของสมาชิกในครอบครัว ซึ่งจะมีการทำบัญชีทางการเงินเพื่อควบคุมระบบการเงินของกิจการด้วย

2.8 ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ

อย่างไรก็ตามถึงแม้ “แหนมแป๋อ” จะมีกิจการที่มั่นคงในระดับหนึ่งแล้วนั้น ครอบครัววิพุททขยมานนท์ยังต้องการพัฒนาธุรกิจต่อไปอีกเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกคือ

1) ด้านบรรจุภัณฑ์ กิจการมีความต้องการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม สามารถเก็บรักษาคุณภาพของสินค้าได้นาน แต่ยังคงรสชาติของแหนมหม้อไว้ ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของกิจการ หากเป็นไปได้ ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำสินค้าสู่ตลาดต่างจังหวัดหรือตลาดต่างประเทศอีกด้วย

2) ด้านการตลาด เนื่องจากที่ผ่านมามีผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทอาหารของจังหวัดมียู่มากมาย แต่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการจัดหาสถานที่เพื่อเป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายสินค้า OTOP ประเภทอาหารประจำจังหวัด และไม่ได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควรในการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างทั่วถึง

2.9 ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

เนื่องจาก ธุรกิจ “ແໜ່ນນູໝູ ປາອຽ” เป็นอาชีพหลักของครอบครัววิพุทธ-กษมาพันธ์และถือเป็นรายได้หลักของครอบครัว ดังนั้นธุรกิจนี้จึงมีความต่อเนื่องและมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวอย่างต่อเนื่อง

2.10 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT

ในการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT นั้น ผู้วิจัยและบุคลากรในธุรกิจ แหยม “ປາອຽ” ได้ร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

จุดแข็ง

1. มีกระบวนการผลิตที่ทันสมัยและคุณภาพดีเยี่ยม
2. มีช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ทันสมัย เช่น มีเว็บไซต์ของธุรกิจ
3. วัตถุดิบที่ใช้สามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่น
4. ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ออย.
5. มีแผงจำหน่ายสินค้าของธุรกิจเองที่ตลาดสดในตัวเมือง ซึ่งเป็นทำเลที่ตั้งที่ดี
6. สินค้าไม่ใส่สารกันบูด เป็นการสร้างความพอใจด้านความปลอดภัยของสินค้าให้แก่ลูกค้า

จุดอ่อน

1. ราคาสินค้าค่อนข้างมีราคาสูงกว่าคู่แข่งอื่น เนื่องจากธุรกิจเลือกใช้วัตถุดิบในการผลิตที่มีคุณภาพดี
2. สินค้าไม่ใส่สารกันบูด ทำให้ไม่สามารถเก็บสินค้าไว้ได้นาน

โอกาส

1. ได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เช่น การให้การอบรม การดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ เป็นต้น
2. ได้รับการคัดเลือกเป็นสินค้า OTOP ระดับ 3 ดาว ทำให้เป็นที่ยอมรับของผู้ค้าในระดับหนึ่ง
3. แหวนเป็นอาหารประจำท้องถิ่น เป็นสินค้าที่คนในท้องถิ่นนิยมบริโภคและมักซื้อเป็นของฝาก

ข้อจำกัด

1. มีคู่แข่งในตลาดสินค้าประเภทเดียวกันหลายราย
2. ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น
3. อัตราการบริโภคของผู้บริโภคชะลอตัว เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยและเครื่องอุปโภคบริโภคมีราคาสูงขึ้น
4. พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจในอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น ทำให้อาหารประเภทหมักดองถูกมองว่าไม่มีประโยชน์ต่อร่างกายและอาจก่อให้เกิดโรคได้

จากการวิเคราะห์ศักยภาพข้างต้น ทำให้ธุรกิจแหวน “ป้าอ” มองหาแนวทางวิชาการมาช่วยในด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ตลาดกว้างขึ้น และแนวทางในการทำให้ “แหวน” เป็นอาหารที่ปลอดภัยต่อไป

3. สินค้าชุมชนรายเดียวของ นายสมเพชร วรรณแก้ว

3.1 ประวัติความเป็นมา

นายสมเพชร วรรณแก้ว และภรรยา มีกิจการร้านสุกี้เป็นกิจการหลักของครอบครัว และจำหน่ายของใช้ภายในบ้านไปด้วย จนเมื่อปี พ.ศ. 2546 สำนักงานส่งเสริมการเกษตรอำเภอหางดงได้ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการต่างๆ นำผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในเกณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน เข้าร่วมการคัดเลือกเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ของอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบกับในช่วงเวลานั้น มีการจัดงานจำหน่ายสินค้า OTOP ขึ้นเป็นประจำ นายสมเพชร วรรณแก้วและภรรยาจึงน่าน้ำจิ้มสุกี้เข้าร่วมการคัดเลือกดังกล่าว และได้รับการขึ้นบัญชีเป็นสินค้า OTOP ของอำเภอหางดง โดยมีสถานที่ประกอบการตั้งอยู่บ้านเลขที่ 133 หมู่ 2 ตำบลหารแก้ว อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

3.2 การตัดสินใจด้านการผลิต

ในช่วงปี พ.ศ. 2546 จากการที่สำนักงานส่งเสริมการเกษตรอำเภอหางดงได้ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการในอำเภอหางดง ส่งผลิตภัณฑ์เข้าร่วมประกวดเพื่อขึ้นบัญชีเป็นสินค้า OTOP ของอำเภอหางดง นายสมเพชรและภรรยาจึงตัดสินใจน่าน้ำจิ้มสุกี้ ซึ่งเป็นสินค้าที่ครอบครัวได้ทำสำหรับจำหน่ายพร้อมสุกี้อยู่แล้ว เข้าร่วมประกวดจนได้ขึ้นบัญชีเป็นสินค้า OTOP

ของอำเภอหางดง และทำการผลิตจำหน่ายทุกวันด้วยปริมาณที่ไม่มากนักเพราะเป็นสินค้ารายเดี่ยว หรือผลิตตามการสั่งซื้อเป็นครั้งคราว

3.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

รูปแบบของบรรจุภัณฑ์น้ำจิ้มสุกี้ของ นายสมเพชร วรรณแก้วเป็นเพียงการนำ น้ำจิ้มสุกี้ที่ปรุงเสร็จแล้ว มาบรรจุใส่ขวดพลาสติกที่มีขายตามท้องตลาด เพื่อแบ่งขาย โดยไม่มีการ ติดฉลากหรือตราสินค้า รวมถึงเครื่องหมายแสดงมาตรฐานผลิตภัณฑ์บนบรรจุภัณฑ์ใดๆ ซึ่งทำให้ เสียเปรียบคู่แข่งด้านความเชื่อถือในตัวสินค้า และเสียเปรียบคู่แข่งด้านการออกแบบบรรจุ ภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว



ภาพที่ 5.7 ผลิตภัณฑ์น้ำจิ้มสุกี้ นายสมเพชร วรรณแก้ว

3.4 การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต

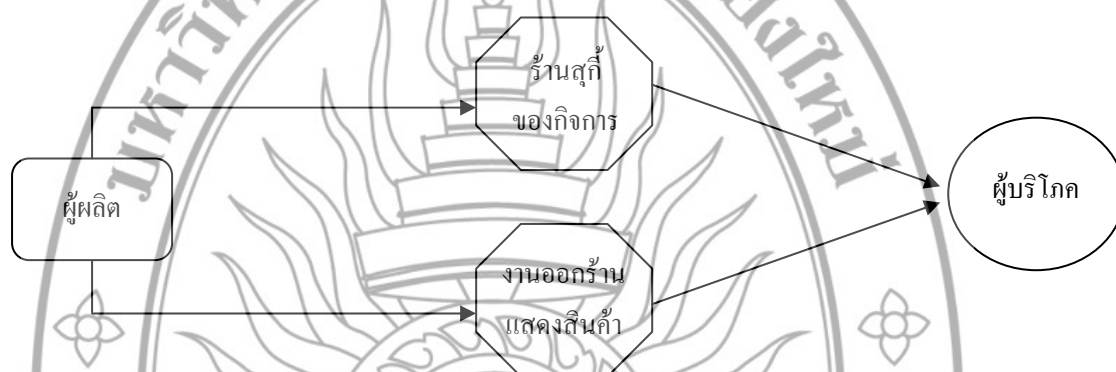
การวางแผนจัดการทรัพยากรในการผลิตนั้น นายสมเพชรและภรรยาจะซื้อวัตถุดิบ ผลิตน้ำจิ้มสุกี้เมื่อจำหน่ายสินค้าหมด โดยใช้เวลาในการผลิตประมาณ 2 ชั่วโมง การเริ่มผลิตแต่ละ ครั้งจะไม่มีวันเวลาที่แน่นอน แล้วแต่ว่าสินค้าหมดหรือมีผู้สั่งซื้อ สำหรับวัตถุดิบในการผลิตน้ำจิ้ม สุกี้ ประกอบด้วย ซอสพริก ซอสน้ำมันหอย น้ำมันงา น้ำปลา งามาข้าวคั่ว น้ำมะนาว น้ำซุปล ผักชี สับ กระเทียมสดสับละเอียด พริกขี้หนูสับละเอียด ซึ่งวัตถุดิบดังกล่าวสามารถหาได้จากตลาดใน ตำบลหางดงหรือบางครั้งซื้อจากตลาดและร้านขายส่งในตัวเมืองเชียงใหม่

3.5 การบริหารจัดการด้านบุคลากร

กิจการของ นายสมเพชร วรรณแก้วเป็นลักษณะกิจการแบบครอบครัว มีสมาชิก ครอบครัว 2 คนคือ นายสมเพชร วรรณแก้ว และภรรยา ทำหน้าที่จัดหาวัตถุดิบ ผลิตสินค้า จำหน่าย การเงินการบัญชี เป็นต้น โดยมีการหารหรือการดำเนินงานของกิจการเป็นระยะเนื่องจาก เป็นธุรกิจขนาดเล็ก

3.6 การบริหารจัดการด้านการตลาด

ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภคของนายสมเพชร วรรณแก้ว คือ การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ร้านสุกี้ของครอบครัว ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบด้านคุณภาพกับคู่แข่งรายอื่นๆ ในตลาดแล้ว กิจกรรมของนายสมเพชร วรรณแก้ว จะเสียเปรียบอยู่บ้างเพราะผลิตภัณฑ์ไม่มีฉลากและตราสินค้า รวมทั้งไม่มีการหาช่องทางการจำหน่ายเพิ่มเติมเนื่องจากครอบครัวนายสมเพชร วรรณแก้ว มีอาชีพทำสวนลำไยรองรับอยู่แล้ว การจำหน่ายสุกี้และน้ำจิ้มสุกี้เป็นการทำธุรกิจในช่วงรอผลผลิตจากสวนลำไยเท่านั้น



แผนภูมิที่ 5.3 การตลาดของผลิตภัณฑ์ “น้ำจิ้มสุกี้” ของ นายสมเพชร วรรณแก้ว

3.7 การบริหารจัดการด้านการเงิน

แหล่งที่มาของเงินทุนในการดำเนินกิจการในครั้งแรกนายสมเพชร วรรณแก้ว ได้มาจากการรวมกลุ่มสมาชิกเพื่อขอรับเงินทุนสนับสนุนจากส่วนราชการซึ่งมีลักษณะคล้ายเป็นกลุ่ม จากนั้นต้นทุนในการผลิตได้มาจากเงินลงทุนของครอบครัว มีการบริหารจัดการด้านการเงินในลักษณะกิจการครอบครัว คือรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำจิ้มสุกี้ จะนำรวมกับการขายสุกี้ และเมื่อได้กำไรหลังหักค่าใช้จ่ายในการผลิตแล้ว จะแบ่งไว้สำหรับเป็นเงินทุนของกิจการส่วนหนึ่ง และส่วนที่เหลือจะเก็บเป็นเงินออมของครอบครัว

3.8 ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ

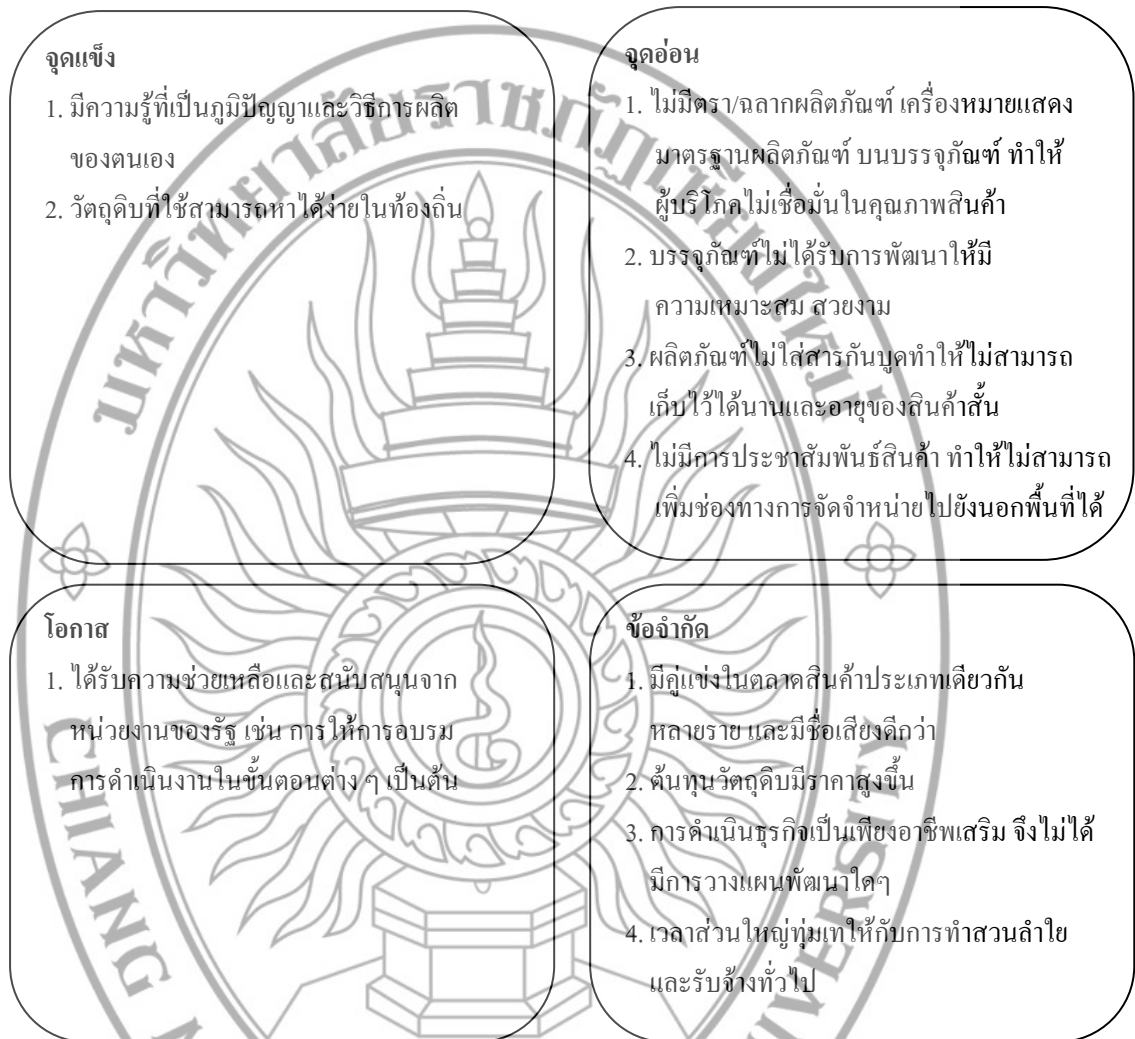
เนื่องจากการประกอบธุรกิจผลิต “น้ำจิ้มสุกี้” ของนายสมเพชร ได้เลิกดำเนินการไปแล้วเพราะเป็นเพียงอาชีพเสริม จึงไม่สามารถศึกษาความต้องการในการพัฒนาธุรกิจได้

3.9 ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจผลิตภัณฑ์ “น้ำจิ้มสุกี้” ของ นายสมเพชร วรรณแก้ว หยุดดำเนินการประมาณเกือบ 1 ปีแล้ว เนื่องจากกิจการร้านสุกี้ ไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควรและครอบครัวนายสมเพชร วรรณแก้ว มีอาชีพทำสวนลำไยเป็นหลักอยู่แล้ว จึงหยุดการดำเนินกิจการไป

3.10 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT

ในการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT นั้น ผู้วิจัยและธุรกิจได้ร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจในด้านต่าง ๆ ดังนี้



จากการวิเคราะห์ดังกล่าว ทำให้เห็นได้ชัดเจนว่า ข้อจำกัดที่เกิดจากตัวผู้ดำเนินธุรกิจเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ธุรกิจหยุดชะงัก และไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้

4. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูป หมู่ที่ 4 บ้านทรายมูล

4.1 ประวัติการก่อตั้ง

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูป หมู่ 4 บ้านทรายมูล ก่อตั้งเมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2546 โดยการรวมกลุ่มของชาวบ้านหมู่ 4 บ้านทรายมูล ที่ต้องการก่อตั้งกลุ่มชุมชนเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการสร้างความสามัคคีของชุมชนและสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอีกด้วย ปัจจุบัน

สถานที่ตั้งของกลุ่มตั้งอยู่บ้านเลขที่ 83 ซอยเทศบาล 16 ถนนเชียงใหม่-ฮอด ตำบลหางดง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มแรกกลุ่มได้ดำเนินธุรกิจการแปรรูปไข่ไก่ออิดิน จากนั้นจึงเปลี่ยนมาเป็นขนมหัวเราะซึ่งมีส่วนผสมของไข่ไก่ออิดิน การเริ่มดำเนินกิจกรรมของกลุ่มนี้ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยราชการให้เข้ารับการอบรม และใช้เงินทุนสนับสนุนของอำเภอ จากนั้นจึงจำหน่ายหุ้นให้สมาชิกในกลุ่ม

4.2 การตัดสินใจด้านการผลิต

จากการประชุมปรึกษาหารือของสมาชิกเพื่อหากิจกรรมที่เสริมสร้างความสามัคคีในชุมชนบ้านทรายมูล และก่อให้เกิดรายได้ โดยการพิจารณาจากวัตถุดิบที่มีอยู่ คือ ไข่ไก่ออิดิน กลุ่มจึงเสนอว่าควรลองผลิตขนมหัวเราะจากไข่ไก่ออิดิน ซึ่งก่อนการผลิตเพื่อจำหน่าย สมาชิกได้รับการอบรมและทดลองผลิตด้วยสูตรต่าง ๆ จนในที่สุดจึงได้สูตรสำหรับขนมหัวเราะจากไข่ไก่ออิดิน และผลิตเพื่อจำหน่าย พร้อมทั้งขอขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า OTOP ระดับ 2 ดาว เมื่อปี พ.ศ. 2547

4.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขนมหัวเรานั้น กลุ่มเป็นผู้ออกแบบทั้งรูปแบบและฉลากผลิตภัณฑ์เอง โดยสังเกตตัวอย่างจากผลิตภัณฑ์อื่นและจากการศึกษาเพิ่มเติม ทั้งนี้กลุ่มจะให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบสวยงาม สะดุดตาทั้งแบบและสีสรร และสามารถเป็นของฝากได้ รวมถึงมีการแสดงการรับรองผลิตภัณฑ์ เครื่องหมาย อย. เลขที่ 50-2-06647-0001 สำหรับแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น หากวิเคราะห์ตามหลักการออกแบบ จะได้ดังนี้

1) การสื่อความหมาย การสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจอย่างคลุมเครือจากข้อความ “ขนมหัวเราะแปรรูปจากไข่ไก่ออิดิน” ซึ่งอาจทำให้ผู้ซื้อเข้าใจผิดว่า นำไข่ไก่ออิดินมาเคลือบแป้งและน้ำตาลได้

2) การใช้สี บรรจุภัณฑ์มีสีสดใสคือ ใช้สีชมพูบานเย็น ทำให้สะดุดตาผู้บริโภคในการพิจารณาเลือกซื้อ และยังช่วยให้จดจำผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น

3) ความทันสมัย รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ทำจากกระดาษมันแข็ง โดยมีการออกแบบคล้ายถุงหิ้วทำให้สะดวกต่อการถือ และรูปแบบสามารถนำไปเป็นของฝากได้ ซึ่งเป็นรูปแบบที่เป็นที่นิยมในขณะนี้

4) ประโยชน์ใช้สอย บรรจุภัณฑ์ลักษณะถุงหิ้วสามารถนำไปใช้ใส่ของอื่นได้ แต่ในการปฏิบัติจริงพบว่า เมื่อมีผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้ขายจะนำถุงพลาสติกมาใส่ผลิตภัณฑ์อีกครั้งทำให้ประโยชน์ใช้สอยที่ตั้งไว้ไม่เป็นไปตามที่คิด เพราะผู้ซื้อไม่ได้ใช้ประโยชน์จากการออกแบบ ทำให้ไม่คุ้มค่าในการผลิต



ภาพที่ 5.8 ผลิตภัณฑ์ขนมหัวเราะแปรรูปจากไขโอโอดิน

4.4 การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต

กลุ่มมีการบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต จะทำการผลิตเมื่อมีคำสั่งซื้อและผลิตเพื่อการจำหน่ายเอง โดยแจ้งให้สมาชิกกลุ่มมาช่วยกันผลิตขนมหัวเราะจากไขโอโอดิน ในส่วนของที่ตั้งของโรงงานใช้สถานที่บ้านของนางประนอม ประจันตกาญจน์ เป็นสถานที่ผลิตเนื่องจากสะดวกและเป็นที่ดินของนางประนอมเอง ทำให้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อหรือเช่าสถานที่ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ขนมหัวเราะจากไขโอโอดินเคยได้รับการขึ้นบัญชีเป็นสินค้า OTOP ระดับ 2 ดาว เมื่อปี พ.ศ. 2547

4.5 การบริหารจัดการด้านบุคลากร

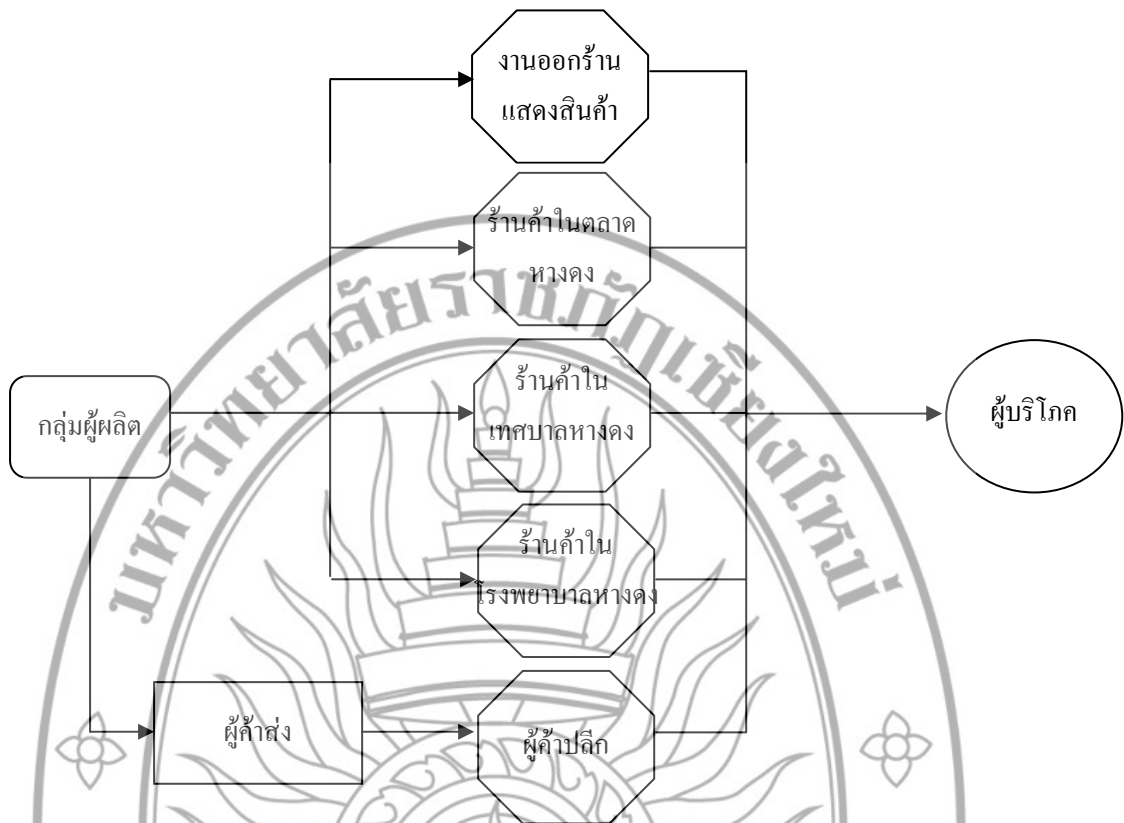
การบริหารจัดการด้านบุคลากรของกลุ่ม ซึ่งมีสมาชิกจำนวน 24 คน โดยมีนางประนอม ประจันตกาญจน์ เป็นประธานกลุ่ม มีหน้าที่ให้คำแนะนำและให้ความรู้แก่สมาชิก มีการตกลงร่วมกันเกี่ยวกับความเข้าใจด้านการบริหารจัดการทุกๆ ด้านอย่างสม่ำเสมอ โดยการจัดประชุมเป็นระยะๆ และมีการไปอบรมสัมมนาเพื่อนำองค์ความรู้ใหม่มาพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูป หมู่ 4 บ้านทรายมูล เป็นการดำเนินกิจกรรมลักษณะเครือข่ายหรือเพื่อบ้านใกล้เคียง ประกอบด้วยสมาชิกจำนวน 24 คน ดังนี้

- | | | |
|---------------|------------------|-------------|
| 1. นางประนอม | ประจันตกาญจน์ | ประธานกลุ่ม |
| 2. นางลักขณา | จิตตาวะนา | |
| 3. นางบัวแก้ว | ยววิชัย | |
| 4. นางหวาด | สุภาวรงค์ | |
| 5. นางศรีพูน | บวรเรืองฤทธิ์ | |
| 6. นางบัวบาน | ประทุนศิลป์สำราญ | |

7. นางศรีพูล	อินตา
8. นางประมวล	คำแดง
9. นางมารยาท	ล้ำคำ
10. นางจีระพันธ์	อ๋ารอด
11. นางเรืองคำ	คำแดง
12. นางกัญญา	ปัญญา
13. นางมยุรี	เทพวงศ์
14. นางสาวมาลินี	อดทน
15. นางเรณู	วรรณกุล
16. นางพรรณี	เวียงมูล
17. นายเจริญ	คำแดง
18. นางแก้วลูน	เมืองแก้ว
19. นางสุชาดา	เขตอินตา
20. ค.ต. บุญนงค์	ประจันตกาญจน์
21. นางเพ็ญภา	ไผ่ขาม
22. นางมุกดา	พญาเต็ง
23. ร.ต. สุเทพ	ปัญญา
24. นายเรืองศักดิ์	จันทร์ต้น

4.6 การบริหารจัดการด้านการตลาด

ผู้ผลิตจัดจำหน่ายสินค้าถึงผู้บริโภคโดยการนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในงานแสดงสินค้าที่จัดโดยจังหวัด ร้านค้าในตลาดหางดง/เทศบาลหางดง/โรงพยาบาลหางดง และจำหน่ายให้ผู้ค้าส่งเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภค



แผนภูมิที่ 5.4 การตลาดของผลิตภัณฑ์ “ขนมหัวเราะจากไข่ไอโอดีน”
ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูป หมู่ที่ 4 บ้านทรายมูล

4.7 การบริหารจัดการด้านการเงิน

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูป หมู่ 4 บ้านทรายมูลมีการวางแผนการบริหารจัดการด้านการเงิน โดยมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายและมีการรายงานบัญชีทางการเงินของกลุ่มให้สมาชิกทราบเป็นระยะ ในส่วนการแบ่งผลกำไรที่ได้จากการดำเนินงาน จะนำกำไรหลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้วจำนวน 30% มงจัดสรรดังนี้ 27% จัดสรรให้สมาชิกที่มาทำการผลิตในแต่ละครั้ง อีก 3% นำเข้ากลุ่มเพื่อปันผลให้แก่สมาชิกที่ถือหุ้น โดยจะปันผลปีละ 1 ครั้ง และสมาชิก 1 คนสามารถถือหุ้นได้ไม่เกิน 50 หุ้น ในราคาหุ้นละ 10 บาท

4.8 ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ

เนื่องจากสูตรในการผลิตขนมหัวเราะจากไข่ไอโอดีนไม่มีความแน่นอน และรสชาติไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค กลุ่มธุรกิจนี้จึงได้เลิกการผลิตขนมหัวเราะจากไข่ไอโอดีน ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถศึกษาความต้องการในการพัฒนาธุรกิจได้ ถึงแม้จะเสนอให้กลับมาผลิตใหม่เพื่อทดลองตลาดอีกครั้ง แต่กลุ่มผู้ผลิตไม่มั่นใจในสูตรของขนม กิจกรรมที่ผ่านมามีขึ้นเพราะกระแสการผลักดันสินค้า OTOP มิใช่เกิดความต้องการผลิตอย่างแท้จริง จึงทำให้ธุรกิจล้มได้ง่าย

4.9 ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจการผลิตและจำหน่ายขนมหัวเราะจากไข่ไอโอดีนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูป หมู่ที่ 4 บ้านทรายมูล หยุดการดำเนินการประมาณเกือบ 1 ปีแล้ว เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร และกระบวนการผลิตเป็นเพียงกระแสการตอบรับการผลักดันการสร้างสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เท่านั้น

4.10 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT

ในการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT นั้น ผู้วิจัยและกลุ่มผู้ผลิตที่ยังติดตามตัวได้ ได้ร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มในด้านต่าง ๆ ดังนี้

จุดแข็ง

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่สะดุดตาและดึงดูดใจ
2. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสามารถหาได้ในท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียง
3. ความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งกลุ่มเป็นผู้คิดค้นสูตรการผลิตเอง
4. ผ่านการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์และได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพ อบ.

จุดอ่อน

1. ขาดความชำนาญด้านการผลิต การปรุงส่วนผสมในการผลิตไม่แน่นอน ทำให้รสชาติไม่คงที่
2. ขาดเงินทุนหมุนเวียน
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายมีเฉพาะในท้องถิ่นเท่านั้น

โอกาส

1. ได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เช่น การให้การอบรมการดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ เป็นต้น

ข้อจำกัด

1. มีสินค้าทดแทนกันได้และรสชาติถูกปากกว่า
2. อัตราการบริโภคของผู้บริโภคชะลอตัวเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ถดถอยและเครื่องอุปโภคบริโภคมีราคาสูงขึ้น
3. กลุ่มผู้ผลิตไม่มั่นใจที่จะยึดการผลิตนี้เป็นอาชีพ

จากการวิเคราะห์ดังกล่าวข้างต้น ทำให้การผลิตพบทางตันอย่างเห็นได้ชัดเจน ส่งผลให้ไม่มีการผลิตต่อเนื่อง ซึ่งการร่วมกลุ่มผู้ผลิตในลักษณะนี้ควรได้รับการพิจารณาให้รอบคอบจากหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน มิฉะนั้นจะกลายเป็นการลงทุนที่เปล่าประโยชน์

5. กลุ่มเกษตรกรบ้านช่างคำน้อย

5.1 ประวัติการก่อตั้ง

กลุ่มเกษตรกรบ้านช่างคำน้อย ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2544 โดยการรวมกลุ่มของชาวบ้านในชุมชน หมู่ที่ 4 ตำบลบ้านแหวน ที่ต้องการก่อตั้งกลุ่มชุมชนเพื่อร่วมทำกิจกรรมที่สร้างความสามัคคีของชุมชนและสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยมีสถานประกอบการตั้งอยู่ที่ ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านช่างคำน้อย หมู่ที่ 4 ตำบลบ้านแหวน อำเภอดงจังหวัดเชียงใหม่ 50230 ดำเนินการแปรรูปอาหารเป็นผลิตภัณฑ์นม ซึ่งเมื่อครั้งเริ่มดำเนินการได้รับการสนับสนุนเงินทุนจาก บริษัทมิยาซาว่า สำนักงานพัฒนาชุมชน และ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแหวน

5.2 การตัดสินใจด้านการผลิต

จากการประชุมปรึกษาหารือของสมาชิกเพื่อหากิจกรรมที่เสริมสร้างความสามัคคีในชุมชนและก่อให้เกิดรายได้ โดยพิจารณาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัตถุดิบที่สามารถหาได้ง่ายในชุมชน กลุ่มจึงเสนอให้ผลิตนมเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยได้รับการอบรมการผลิตจากนายปิ่น คำชนะ เจ้าหน้าทีของสหกรณ์โคนมเชียงใหม่ จำกัด จึงตัดสินใจรวมกลุ่มผลิตสินค้าขึ้น

5.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์นม กลุ่มเป็นผู้ออกแบบเองโดยเป็นการออกแบบตามภูมิปัญญาท้องถิ่นและการใช้วัสดุจากธรรมชาติคือ ใบตอง ซึ่งเน้นความสะอาดและเรียบง่าย มีฉลากผลิตภัณฑ์ สำหรับการบรรจุผลิตภัณฑ์จะบรรจุในถุงพลาสติกใส ถุงละ 5 ห่อ ซึ่งบนฉลากผลิตภัณฑ์จะแจ้งวันเดือนปีที่ผลิตให้ลูกค้าทราบด้วย ซึ่งสามารถสรุปแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า ตามหลักการออกแบบได้ดังนี้

1) การสื่อความหมาย กลุ่มใช้วัสดุธรรมชาติคือใบตองห่อลักษณะเป็นแท่งกลม และฉลากสินค้าที่สื่อความหมายที่ตรงตัวคือ ผลิตภัณฑ์นม และเป็นไปตามภูมิปัญญาเดิม

2) การใช้สี ฉลากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการออกแบบสีของฉลากเป็นสีขาวโดยมีลักษณะของฉลากนมโดยทั่วไป ไม่มีการใช้สีในการดึงดูดผู้ซื้อ มีเพียงการแจ้งรายละเอียดของสินค้า

3) ความทันสมัย จากรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ เป็นการบรรจุตามภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม ซึ่งหากมีการปรับปรุงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้ต่างไปจากเดิม อาจทำให้การสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์เปลี่ยนไป จึงทำให้ผู้ผลิตคงรูปแบบเดิมไว้



ภาพที่ 5.9 ผลิตภัณฑ์เหวม

5.4 การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต

กลุ่มมีการบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต โดยจะใช้เวลาในการผลิตสินค้าแต่ละครั้งประมาณ 1 วัน และจะผลิตครั้งต่อไปเมื่อสินค้าใกล้จะหมดซึ่งมีกำหนดไม่แน่นอน ส่วนสถานที่ผลิตคือ ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านช่างคำน้อย ซึ่งเป็นทั้งสถานที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน เนื่องจากสะดวก และเป็นที่ของชุมชนทำให้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อหรือเช่าสถานที่ สำหรับวัตถุดิบหลักในการผลิตคือ เนื้อหมูซึ่งใช้ครั้งละประมาณ 8 กิโลกรัม และเป็นวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น

5.5 การบริหารจัดการด้านบุคลากร

กลุ่มมีสมาชิกจำนวน 13 คน ทำการเลือกตั้งกรรมการ 4 ตำแหน่ง ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธาน เลขานุการ และเหรัญญิก โดยพิจารณาจากคุณสมบัติจากความรู้ความสามารถและทักษะของแต่ละคน ในส่วนของสมาชิกจะช่วยกันดำเนินการผลิตสินค้า โดยมีนางวัชรีย์ ปัญโญ เป็นประธานกลุ่มฯ มีหน้าที่ให้คำแนะนำ การชี้แจงหน้าที่ และประสานงานกับสมาชิกกลุ่ม และนำสมาชิกไปอบรมสัมมนาเพื่อนำองค์ความรู้ใหม่มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มเกษตรกรบ้านช่างคำน้อยเป็นกลุ่มที่ทำการผลิตในชุมชนตามรูปแบบการดำเนินการในลักษณะเครือข่ายหรือเพื่อนบ้านใกล้เคียง เพื่อสร้างกิจกรรมในชุมชนให้เกิดรายได้ ประกอบด้วยสมาชิกจำนวน 13 คน ดังนี้

1. นางวัชรีย์	ปัญโญ	ประธาน
2. นางอุไรวรรณ	วงศ์ทิพย์	รองประธาน
3. นางอำพร	ปิ่นดา	เลขานุการ
4. นางบัวเกียง	คำชนะ	เหรัญญิก

5. นางแก้วภา	รอบรู้	กรรมการ
6. นางบัวพิศริน	ยานะ	กรรมการ
7. นางศรีลา	จักรคำมา	กรรมการ
8. นางจันทร์เป็ง	แก้วกัณทะ	กรรมการ
9. นางคำนวล	แดนเขตต์	กรรมการ
10. น.ส.ลดาวัลย์	วัฒนาโกสัย	กรรมการ
11. นางทัศนีย์	บุญจันทร์	กรรมการ
12. นางไพริน	ค้นหาเขตต์	กรรมการ
13. นางมาลาแก้ว	คำชนะ	กรรมการ

5.6 การบริหารจัดการด้านการตลาด

กลุ่มผู้ผลิตจัดจำหน่ายสินค้าให้ถึงผู้บริโภค ณ ศูนย์สาธิตการตลาดบ้านช่วงค่าน้อย และจำหน่ายให้ผู้ค้าส่งเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภค โดยมีผู้มารับซื้อที่สถานประกอบการเอง ลูกค้าของกิจการส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านในชุมชน



แผนภูมิที่ 5.5 การตลาดของผลิตภัณฑ์ “ແໜ່ນມາ” ของกลุ่มเกษตรกรบ้านช่วงค่าน้อย

5.7 การบริหารจัดการด้านการเงิน

กลุ่มเกษตรกรบ้านช่วงค่าน้อยมีการวางแผนการบริหารจัดการด้านการเงินจากการนำรายได้ทั้งหมดมาหักค่าใช้จ่ายรวมทั้งต้นทุนสำหรับการดำเนินการครั้งต่อไป แล้วนำกำไรมาแบ่งเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรกจะนำจัดสรรให้สมาชิกที่มาช่วยดำเนินการผลิต และส่วนที่สองจะสมทบเข้ากองทุนของกลุ่มเพื่อนำเป็นเงินปันผลให้สมาชิกโดยนำกำไรหลังหักค่าใช้จ่ายมาจ่ายให้

สมาชิกที่ช่วยผลิตและอีกส่วนหนึ่งนำเข้ากลุ่มเพื่อปันผลให้สมาชิกปีละครั้ง และมีการจัดทำบัญชีขึ้นโดยจะมีการรายงานให้สมาชิกทราบเป็นระยะ

5.8 ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจนั้น กลุ่มเกษตรกรบ้านช่างคำน้อยต้องการพัฒนาการต่อไปนี้

- 1) ด้านการผลิต เนื่องจากผลิตภัณฑ์หมั่นไม่ใช้วัตถุดิบเสียเพื่อยืดอายุของผลิตภัณฑ์ ทำให้ลูกค้าที่ซื้อไปบริโภคไม่สามารถเก็บผลิตภัณฑ์ไว้ได้นาน อายุการเก็บผลิตภัณฑ์จะสั้นกว่าคู่แข่งคือ ผลิตภัณฑ์หมั่นจะอยู่ได้ 5 วันหลังจากวันผลิต ดังนั้นกลุ่มจึงอยากพัฒนาการผลิตสินค้าให้มีอายุการเก็บรักษานานกว่านี้ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น
- 2) ด้านบรรจุภัณฑ์ กลุ่มมีความต้องการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับรูปลักษณะของสินค้าเนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันยังไม่ดีเท่าที่ควร
- 3) ด้านการตลาด จากการที่กลุ่มมีคู่แข่งที่ผลิตหมั่นหลายราย และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ยังไม่ได้รับเครื่องหมายแสดงมาตรฐาน อย. ทำให้ผู้บริโภคบางรายไม่กล้าซื้อไปบริโภค เพราะไม่มีความมั่นใจในตัวสินค้า อีกทั้งคู่แข่งบางรายมีชื่อเสียงที่ดีกว่า ดังนั้นกลุ่มจึงอยากพัฒนาตลาดให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดและยอดขายมากกว่านี้
- 4) กลุ่มต้องการระบบการบริหารลูกค้า เนื่องจากระยะหลังที่กลุ่มดำเนินการผลิตแล้วได้ผลกำไรน้อย มีสาเหตุหนึ่งมาจากการซื้อเชื่อของชาวบ้านในชุมชน แล้วไม่ชำระเงิน ทำให้กลุ่มฯ ขาดทุนจากการขายผลิตภัณฑ์

5.9 ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

ธุรกิจของกลุ่มหยุดดำเนินการในช่วงที่มีการดำเนินโครงการสร้างประปาของชุมชน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสถานที่ผลิตสินค้าและหากดำเนินการดังกล่าวเรียบร้อยเมื่อใด (ซึ่งคาดว่าจะใช้เวลาประมาณ 1 ปี ก็จะแล้วเสร็จ) กลุ่มก็จะดำเนินการผลิตหมั่นต่อไป

5.10 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT

ในการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT นั้น ผู้วิจัยและกลุ่มผู้ผลิตได้ร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มในด้านต่าง ๆ ดังนี้

จุดแข็ง

1. ความชำนาญในการผลิต ทำให้สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน
2. มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ
3. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่น
4. สินค้าไม่ได้สารกันบูด เป็นการสร้างความพอใจด้านความปลอดภัยของสินค้าให้แก่ลูกค้า

จุดอ่อน

1. สถานที่ผลิตไม่เป็นสัดส่วนและยังไม่ถูกสุขอนามัยเท่าที่ควร
2. ขาดเงินทุนหมุนเวียน
3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้ายังไม่สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้เท่าที่ควร
4. สินค้าไม่ได้สารกันบูด ทำให้ไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน
5. สินค้าไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และเครื่องหมาย ออ.

โอกาส

1. ได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เช่น การให้การอบรม การดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ เป็นต้น
2. แหยมเป็นอาหารประจำท้องถิ่น เป็นสินค้าที่คนในท้องถิ่นนิยมบริโภคและมักซื้อเป็นของฝาก

ข้อจำกัด

1. มีคู่แข่งที่มีชื่อเสียงมากกว่าในตลาดสินค้าประเภทเดียวกัน
2. ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น
3. อัตราการบริโภคของผู้บริโภคชะลอตัว
4. พฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น จึงทำให้อาหารหมักดองไม่เป็นที่นิยมเท่าที่ควร

จากการวิเคราะห์ข้างต้น ทำให้กลุ่มเกิดโครงการที่จะพัฒนาการผลิตสินค้าให้ได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์และเครื่องหมาย ออ. โดยจะนำโครงการเสนอต่อองค์การบริหารส่วนตำบลให้ช่วยพัฒนาในด้านสถานที่ผลิตให้เป็นศูนย์กลางผลิตสินค้าของชุมชน

6. ชุมชนบ้านแม่จักพัฒนา

6.1 ประวัติการก่อตั้ง

กลุ่มชุมชนบ้านแม่จักพัฒนา ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2547 โดยการรวมกลุ่มของชาวบ้านในชุมชนที่ต้องการร่วมทำกิจกรรมที่เป็นการสร้างความสามัคคีและเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอีกทางหนึ่ง ซึ่ง สถานประกอบการตั้งอยู่บ้านเลขที่ 337 ซอยเทศบาล 19 ถนนเชียงใหม่-สอด ตำบลหางดง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการแปรรูปวัตถุดิบในชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์พริกอบ โดยใช้ตราสินค้า “ลุงคำ” เมื่อครั้งเริ่มดำเนินการได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากการรวบรวมเงินจากสมาชิกและได้รับการสนับสนุนเครื่องมือจากเทศบาลตำบลหางดง

6.2 การตัดสินใจด้านการผลิต

จากการวางแผนด้านการผลิต กลุ่มได้พิจารณาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัตถุดิบในชุมชน จึงเห็นพ้องกันว่า ควรผลิตพริกอบ โดยใช้ชื่อสินค้าคือ “พริกอบลุงคำ” และกลุ่มได้ทำโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนเครื่องมือในการผลิตจากเทศบาลตำบลหางดง จนได้เครื่องมือและเครื่องอบมาใช้ในการผลิต กลุ่มจะดำเนินการผลิตเพื่อจำหน่ายและรับประทานในครัวเรือนของกลุ่ม โดยใช้เวลาในการผลิตประมาณ 1 วัน ใช้พริกสำหรับการผลิตแต่ละครั้งประมาณ 15 กิโลกรัม คิดเป็นเงินประมาณ 3,500 บาท และจะเริ่มผลิตครั้งต่อไปเมื่อสินค้าที่ผลิตไว้ก่อนหน้าใกล้หมด (ประมาณ 3 เดือน) โดยกลุ่มใช้สถานที่ของประธานกลุ่มคือ นายวิฑูร มูลกิจชัย ซึ่งขณะนั้นเป็นผู้นำชุมชน เป็นสถานที่ผลิต สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตประกอบด้วย พริก หอม กระเทียม ข่า ตะไคร้ มะแข่น ดีปลี พริกไทย ลูกผักชี

6.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าถูกออกแบบโดยสมาชิกของกลุ่ม มีลักษณะเป็นกล่องใสทำให้เห็นผลิตภัณฑ์และเป็นฝาเกลียวหมุนเพื่อกันความชื้น สำหรับแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น หากวิเคราะห์ตามหลักการออกแบบ สามารถอธิบายได้ดังนี้

- 1) การสื่อความหมาย กลุ่มใช้การสื่อความหมายบนสินค้าอย่างตรงไปตรงมาและชัดเจนคือ “พริกอบลุงคำ” เป็นการสื่อให้ทราบถึงที่มาของวัตถุดิบและประเภทของสินค้า
- 2) การใช้สี สำหรับบรรจุภัณฑ์ กลุ่มใช้แบบพลาสติกใส เพื่อให้ผู้ซื้อสามารถเห็นสินค้าได้ ส่วนตราสินค้า กลุ่มใช้สีเหลืองและตัวอักษรสีส้มแดง เพื่อทำให้ตราสินค้าโดดเด่นสะดุดตาผู้ซื้อ และการใช้สีโทนร้อนซึ่งสื่อถึงรสชาติของผลิตภัณฑ์ได้อย่างดี
- 3) ความทันสมัย รูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นเพียงขวดพลาสติกใสฝาเกลียว แต่ไม่มีการติดแถบพลาสติกบริเวณเกลียวหมุน ซึ่งอาจทำให้อากาศเข้าไปในขวดได้

6.4 การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต

สำหรับทรัพยากรในการผลิตนั้น กลุ่มใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น กำหนดการผลิตครั้งละ 15 กิโลกรัม เมื่อสินค้าใกล้หมดจึงผลิตใหม่เพื่อให้มีสินค้าหรือวัตถุดิบตกค้าง



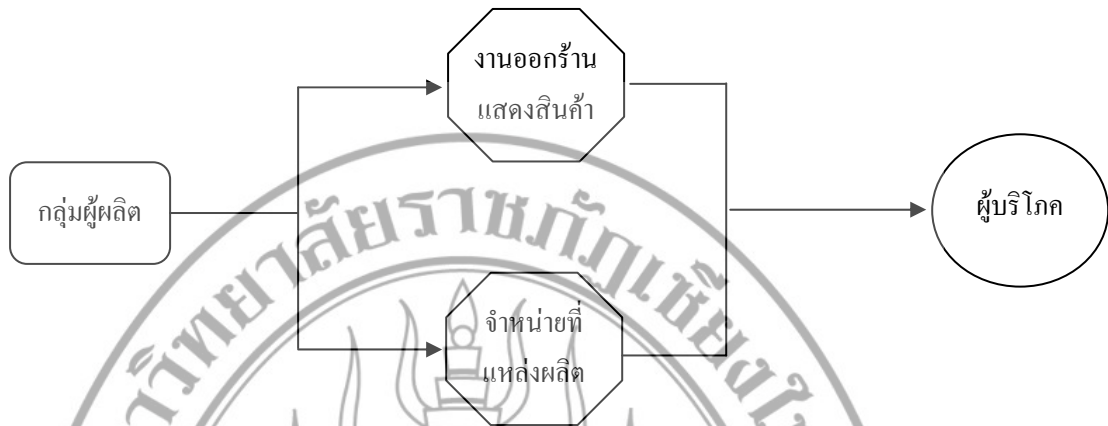
ภาพที่ 5.10 ผลิตภัณฑ์ “พริกอบสูงค่า”

6.5 การบริหารจัดการด้านบุคลากร

การบริหารจัดการด้านบุคลากรของกลุ่ม มีสมาชิกที่ร่วมทำการผลิตสินค้าประมาณ 9 คน ซึ่งเป็นเพศชายทั้งสิ้น มี นายวิฑูร มูลกิจชัย ซึ่งขณะนั้นเป็นผู้นำชุมชน เป็นประธานกลุ่ม มีหน้าที่แนะนำและแจกแจงหน้าที่ในการดำเนินงานให้แก่สมาชิก ส่วนรูปแบบการบริหารมีลักษณะเครือญาติหรือเพื่อนบ้าน ซึ่งเมื่อผลิตสินค้าเสร็จแล้ว สมาชิกจะแบ่งพริกอบที่ได้ไปรับประทานในครัวเรือนก่อน จากนั้นจึงนำที่เหลือบรรจุเพื่อจำหน่าย

6.6 การบริหารจัดการด้านการตลาด

ปัจจัยในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคือ ต้นทุนการผลิต โดยกำหนดราคาขาย 25 บาท/ชิ้น คิดเป็นต้นทุนการผลิต 20 บาท/ชิ้น แต่เนื่องจากสมาชิกกลุ่มฯ ทั้งหมดเป็นผู้ชาย และไม่มีความรู้ความชำนาญในการตลาดสำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จึงไม่มีการนำผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายแหล่งอื่นนอกจากสถานที่ผลิต อีกทั้งผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่งเมื่อผลิตแล้วสมาชิกจะนำกลับไปบริโภคในครัวเรือน ทำให้กิจการของกลุ่มประสบภาวะขาดทุน ประกอบกับมีการเลือกตั้งผู้นำชุมชนใหม่ กลุ่มจึงยุบเลิกกิจการและยุบเลิกกลุ่มธุรกิจไปด้วย



แผนภูมิที่ 5.6 การตลาดผลิตภัณฑ์ “พริกกลางคำ” ของชุมชนบ้านแม่จักษ์พัฒนา

6.7 การบริหารจัดการด้านการเงิน

แหล่งที่มาของเงินทุนในการดำเนินการมาจากการรวบรวมจากสมาชิกกลุ่มเพื่อจัดหาวัตถุดิบในการผลิต ส่วนการแบ่งผลตอบแทนจากการลงทุน จะนำกำไรหลังหักค่าใช้จ่ายมาแบ่งให้สมาชิกที่ดำเนินการผลิต ซึ่งไม่มีการกำหนดที่แน่นอน

6.8 ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ

เนื่องจากในการดำเนินธุรกิจนั้น ไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยปัจจัยเช่นเดียวกับกลุ่มอื่นๆ ที่ตั้งขึ้นมาเฉพาะกิจ จึงทำให้ไม่มีความต้องการในการพัฒนา เป็นเพียงการร่วมกิจกรรมกลุ่มของผู้คนในชุมชนเพื่อการใดการหนึ่งเท่านั้น

6.9 ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

เนื่องจากกิจกรรมประสบภาวะขาดทุนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ประกอบกับการเลือกตั้งผู้นำชุมชนใหม่ จึงขุบเลิกกิจการเมื่อเดือนกรกฎาคม 2550

6.10 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT

ในการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT นั้น ผู้วิจัยและกลุ่มผู้ผลิตได้ร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มในด้านต่าง ๆ ดังนี้



ในการวิเคราะห์กลุ่มนี้ พบปัจจัยความไม่ยั่งยืนของกลุ่มเช่นเดียวกับกลุ่มอื่นๆ คือ กลุ่มธุรกิจดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างความสามัคคีในกลุ่ม มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อยึดเป็นอาชีพเลี้ยงตัวอย่างจริงจัง จึงส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมไม่ยั่งยืน การลงทุนส่งเสริมอาชีพของกลุ่มจากหน่วยงานของรัฐจึงสูญเปล่าในด้านการดำเนินธุรกิจ แต่ส่งผลดีในด้านความสามัคคี การร่วมแรงร่วมใจในชุมชน

7. กลุ่มแปรรูปอาหารพื้นเมือง

7.1 ประวัติการก่อตั้ง

กลุ่มแปรรูปอาหารพื้นเมือง ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2541 โดยการรวมกลุ่มของสมาชิกในชุมชนหมู่ 3 ตำบลหนองแก้ว ที่ต้องการรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมความสามัคคีของชุมชน และเป็นการสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกในชุมชน ปัจจุบันสถานที่ตั้งของกลุ่มตั้งอยู่บ้านเลขที่ 158 หมู่ 3 ตำบลหนองแก้ว อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการแปรรูปอาหารเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 3 รายการคือ แคบหมูไร้มันปรุงรส แคบหมูติดมัน และน้ำพริกหนุ่ม เมื่อครั้งเริ่มดำเนินการได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากเจ้าของกิจการ SME และเงินทุนของกลุ่ม รวมทั้งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหางดง สำนักงานเกษตรอำเภอหางดง และ อบต. หนองแก้ว

7.2 การตัดสินใจด้านการผลิต

ในการผลิตผลิตภัณฑ์ 3 รายการคือ แคบหมูไร้มันปรุงรส แคบหมูติดมัน และน้ำพริกหนุ่ม นั้น เริ่มด้วยสมาชิกจะได้รับการอบรมการผลิตและการดำเนินการจากหน่วยงานราชการและองค์กรที่สนับสนุนการดำเนินงาน มีการวางแผนการผลิตเป็นการวางแผนสำหรับการผลิตเพื่อจำหน่ายและรับผลิตตามคำสั่งซื้อ มีการกำหนดรูปแบบสินค้า ระยะเวลาการผลิต และการแจกจ่ายงานให้สมาชิกโดยกลุ่มตัดสินใจที่จะยึดเป็นอาชีพเลี้ยงครอบครัว จึงตัดสินใจดำเนินการผลิตสินค้าและจะผลิตหมุนเวียนกันคือ ผลิตแคบหมูไร้มัน 3 วัน แล้วจึงผลิตน้ำพริกหนุ่ม 1 วัน และแคบหมูติดมันอีก 1 วัน หมุนเวียนกันไป ทำให้กลุ่มมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

7.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 รายการเป็นการออกแบบของกลุ่มธุรกิจเอง โดยแบบผลิตภัณฑ์ตามความเห็นของสมาชิกและจากคำแนะนำของส่วนราชการ ที่มีลักษณะสำคัญคือความสะอาด สวยงาม รวมทั้งมีการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ โดยใช้ชื่อ “ป่าแขก” เป็นสัญลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแปรรูปอาหารพื้นเมืองได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า OTOP ระดับ 2 ดาว เมื่อปี พ.ศ. 2547 และได้รับมาตรฐานเครื่องหมาย ออ. ดังนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์แคบหมูไร้มันปรุงรส ได้รับมาตรฐาน ออ. เลขที่ 502117372-0002
- 2) ผลิตภัณฑ์แคบหมูติดมัน ได้รับมาตรฐาน ออ. เลขที่ 502117472-0001
- 3) ผลิตภัณฑ์น้ำพริกหนุ่ม ได้รับมาตรฐาน ออ. เลขที่ 502117472-0003



ภาพที่ 5.11 ผลิตภัณฑ์แคบหมูโร้น้ำมันทรงเครื่อง



ภาพที่ 5.12 ผลิตภัณฑ์แคบหมูติดมัน



ภาพที่ 5.13 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกหนุ่ม

7.4 การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต

กลุ่มมีการบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต ได้ทำการผลิตทุกวันในช่วงเวลาประมาณ 08.30-16.30 น. มีการกำหนดจำนวนการผลิตแต่ละอย่างจะผลิตตามคำสั่งซื้อและความต้องการจำหน่ายของกลุ่ม โดยมีการคัดแยกและตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบก่อนทำการผลิตและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ได้หลังการผลิตเพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้กลุ่มจ้างลูกจ้างจำนวน 6 คน เพื่อช่วยกิจกรรมการผลิต ในการดำเนินการผลิตสินค้าแต่ละครั้งจะผลิตทีละชนิด ใช้เวลาในการผลิตไม่เท่ากัน ดังนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์แคบหมูไร้มันปรงรส ใช้เวลาในการผลิต 3 วัน
- 2) ผลิตภัณฑ์แคบหมูติดมัน ใช้เวลาในการผลิต 1 วัน
- 3) ผลิตภัณฑ์น้ำพริกหนุ่ม ใช้เวลาในการผลิต 1 วัน

สำหรับการจัดหาทรัพยากรในการผลิตนั้น กลุ่มใช้วิธีการซื้อวัตถุดิบคราวละมากๆ เพื่อให้ได้ราคาถูก และจ้างคนงานช่วยเพื่อให้การผลิตเสร็จตามกำหนด

สำหรับที่ตั้งของโรงงาน กลุ่มได้ใช้สถานที่บ้านของนางแสงจันทร์ ยารังษี เป็นสถานที่ผลิต เนื่องจากเป็นที่ของนางแสงจันทร์เอง ทำให้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อหรือเช่าสถานที่

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด มีดังนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์แคบหมูไร้มันปรงรส

วัตถุดิบ : หนัหมู ซองปรงรส เกลือ และ น้ำมัน

- 2) ผลิตภัณฑ์แคบหมูติดมัน

วัตถุดิบ : หนัหมู เกลือ และน้ำมัน

- 3) ผลิตภัณฑ์น้ำพริกหนุ่ม

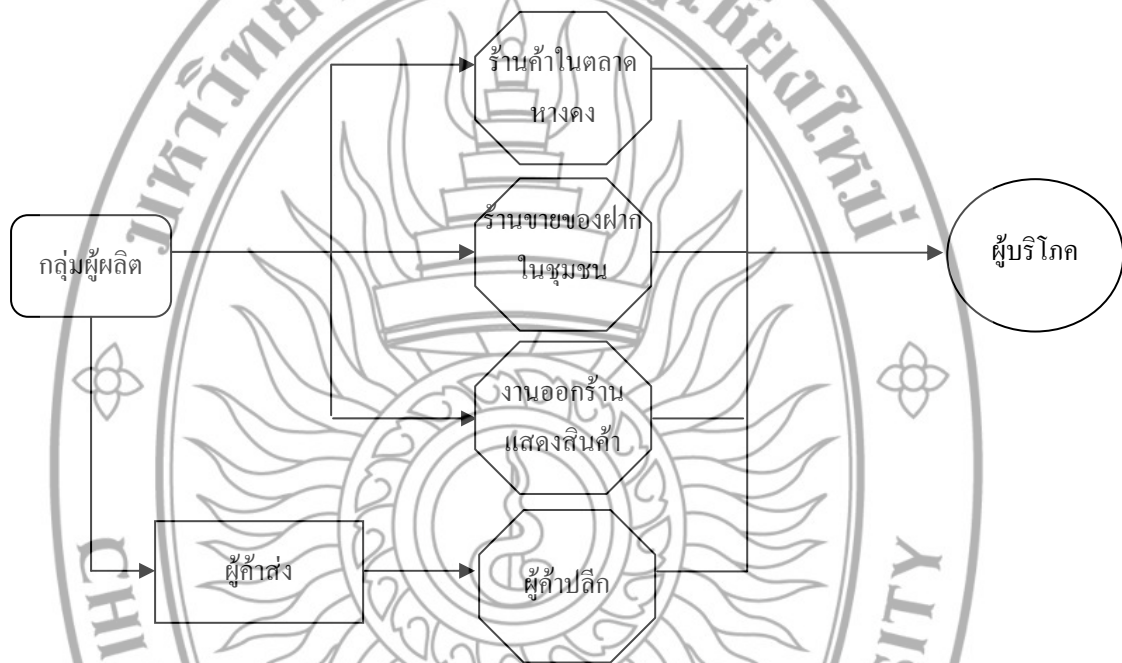
วัตถุดิบ : มะเขือยาว พริกสดหรือพริกหนุ่ม หอมแดง กระเทียม เกลือ หรือน้ำปลาและน้ำตาล

7.5 การบริหารจัดการด้านบุคลากร

การบริหารจัดการด้านบุคลากรของกลุ่ม มีสมาชิกจำนวน 52 คนโดยการถือหุ้น และจะทำการเลือกกรรมการเพื่อบริหารกิจการของกลุ่ม และจ้างลูกจ้างจำนวน 6 คน เพื่อดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ โดยมี นางแสงจันทร์ ยารังษี เป็นประธานกลุ่ม ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างกรรมการและสมาชิก มีการตกลงร่วมกันเพื่อตัดสินใจเกี่ยวกับการผลิตและการบริหารงานอย่างสม่ำเสมอ โดยการจัดประชุมเป็นระยะๆ

7.6 การบริหารจัดการด้านการตลาด

กลุ่มจัดจำหน่ายสินค้าโดยการจำหน่ายให้ผู้ค้าส่งเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภค เช่น ร้านค้าในตลาดสด ห้างค้าปลีก และกลุ่มจะนำผลิตภัณฑ์ไปส่งให้ร้านค้าดังกล่าว ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเดินทางมารับสินค้าถึงที่ซึ่งเป็นการสิ้นเปลืองเวลาและค่าน้ำมัน นอกจากนี้มีผู้ค้าปลีกมารับซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่ออีกด้วย กลุ่มลูกค้าของกลุ่มแปรรูปอาหารพื้นเมืองมีทั้งที่เป็นลูกค้าในชุมชน ในจังหวัดและต่างจังหวัด



แผนภูมิที่ 5.7 การตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มแปรรูปอาหารพื้นเมือง

7.7 การบริหารจัดการด้านการเงิน

แหล่งที่มาของเงินทุนในการดำเนินการมาจากการจำหน่ายหุ้นให้แก่สมาชิกในลักษณะการเข้าร่วมลงทุนในกิจการ และมีระบบการจัดสรรผลตอบแทนให้แก่สมาชิกโดยนำกำไรหลังหักค่าใช้จ่ายและเงินทุนในการผลิตครั้งต่อไป รวบรวมเป็นเงินปันผลให้สมาชิก ปีละ 1 ครั้ง และมีการรายงานบัญชีการดำเนินงานให้สมาชิกทราบเป็นระยะ

7.8 ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจนั้น กลุ่มแปรรูปอาหารพื้นเมืองต้องการพัฒนาการต่อไป

1) ด้านการผลิต กลุ่มประสบปัญหาด้านสถานที่ผลิต เนื่องจากในระหว่างขั้นตอนการผลิตจะมีกลิ่นของหนั้หมู ทำให้รบกวนเพื่อนบ้าน และสถานที่เก็บวัตถุดิบมีกลุ่ม จึงต้องการระบบการจัดการกลิ่นที่มีประสิทธิภาพ

2) ด้านบรรจุภัณฑ์ กลุ่มมีความต้องการการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมและสวยงาม เช่น สามารถซื้อเพื่อเป็นของฝากได้

7.9 ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

จากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมาของกลุ่ม เมื่อวิเคราะห์จากเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินการและความเข้มแข็งของกลุ่มแล้ว พบว่า กลุ่มยังคงสามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง

7.10 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT

ในการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT นั้น ผู้วิจัยและกลุ่มธุรกิจชุมชนได้ร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มในด้านต่าง ๆ ดังนี้

จุดแข็ง

1. มีการควบคุมการผลิตทุกขั้นตอนอย่างเข้มงวด
2. ได้รับการรับรองและเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์อย.
3. มีความสัมพันธ์ที่ดีและได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า
4. เงินทุนหมุนเวียนเพียงพอต่อการบริหารจัดการภายในกลุ่ม

จุดอ่อน

1. สถานที่ผลิตไม่เป็นสัดส่วนและยังไม่ถูกสุขอนามัยเท่าที่ควร
2. ลูกจ้างไม่เพียงพอ ทำให้บางครั้งการผลิตล่าช้า และลูกจ้างขาดความรับผิดชอบ รวมทั้งขาดความชำนาญในการผลิต
3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้ายังไม่สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้เท่าที่ควร
4. สินค้าบางรายการต้องใช้เวลาในการผลิตหลายวัน ทำให้ไม่ทันต่อความต้องการ ลูกค้าจึงไปซื้อจากรายอื่น
5. บรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้รับการพัฒนาแบบ

โอกาส

1. ได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เช่น เข้ารับการอบรม เป็นต้น
2. สินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงของภาคเหนือ
3. มีแหล่งเงินทุนให้การสนับสนุนกู้ยืมปลอดดอกเบี้ย
4. วัฒนธรรมการบริโภคของผู้บริโภคชาวเหนือที่นิยมบริโภคสินค้าประเภทนี้ และเชื่อเป็นของฝาก

ข้อจำกัด

1. มีคู่แข่งที่มีชื่อเสียงมากกว่าในตลาดสินค้าประเภทเดียวกัน
2. ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น
3. อัตราการบริโภคของผู้บริโภคชะลอตัว
4. จำนวนการผลิตไม่แน่นอน

จากการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจข้างต้น ทำให้กลุ่มธุรกิจจัดทำโครงการการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถนำไปเป็นของฝากที่มีคุณค่าได้ ผู้วิจัยจึงจัดโครงการอบรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้กลุ่มธุรกิจทั้งหมด ณ ศูนย์อุตสาหกรรมภาคเหนือเชียงใหม่ ซึ่งกลุ่มธุรกิจที่เข้ารับการอบรมได้รับความรู้ความเข้าใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ลึกซึ้งและสามารถนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจได้ สำหรับกลุ่มแปรรูปอาหารพื้นบ้านกลุ่มนี้ พบว่า บรรจุภัณฑ์ของแคบหมูควรที่จะคงรูปแบบเดิมไว้ เพราะหากทำบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาแพง ก็จะทำให้ราคาสินค้าเพิ่มขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคหันไปซื้อสินค้าของรายอื่น อย่างไรก็ตาม กลุ่มยังคงมีความต้องการที่จะทำบรรจุภัณฑ์แบบสวยงามราคาเพื่อให้สินค้ามีอายุยาวขึ้นและเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วย

8. กลุ่มแปรรูปทางการเกษตร

8.1 ประวัติการก่อตั้ง

กลุ่มแปรรูปทางการเกษตร ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2544 โดยเกิดจากการรวมกลุ่มของชาวบ้านในชุมชนที่ต้องการก่อตั้งกลุ่มชุมชนเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการสร้างความสามัคคีในชุมชนและสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนด้วย สถานที่ตั้งของกลุ่มตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 150 หมู่ 4 ถนนหางดง-สะเมิง ตำบลบ้านปง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการแปรรูปอาหารเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยฟอยทองเครื่อง ซึ่งเมื่อครั้งเริ่มดำเนินการได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากการรวบรวมเงินลงทุนจากสมาชิกในกลุ่มแม่บ้านตำบลบ้านปง

8.2 การตัดสินใจด้านการผลิต

กลุ่มจะดำเนินการผลิตเมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าและผลิตในช่วงกลางคืนซึ่งเป็นเวลาว่างจากการทำงานประจำ โดยจะแจ้งให้สมาชิกทราบเมื่อมีการผลิต การจัดหาวัตถุดิบได้จากสมาชิกกลุ่มจะนำวัตถุดิบที่ตนมีมาใช้ในการผลิตโดยมีการคิดค่าใช้จ่ายจากการนำวัตถุดิบมาใช้ด้วย อีกทั้งกลุ่มมีการจัดแยกและตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบก่อนการผลิตและตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนการจำหน่ายเพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ในการดำเนินการผลิตจะผลิตที่บ้านเลขที่ 150 หมู่ 4 ตำบลบ้านปง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นบ้านของนางสุพัตรา ไชยนันติ เนื่องจากมีความพร้อมด้านสถานที่

8.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ออกแบบโดยสมาชิกของกลุ่มเอง ลักษณะเป็นแบบทั่วไปคือ ใช้วัสดุที่นำมาใส่ผลิตภัณฑ์แล้วสามารถห่อหรือประดับตกแต่งบรรจุภัณฑ์ได้เอง โดยเน้นความสะอาดและลูกค้าเห็นผลิตภัณฑ์ข้างในอย่างชัดเจน บนบรรจุภัณฑ์มีฉลากและตราแสดงข้อมูลของผู้ผลิต ซึ่งมีลักษณะการออกแบบและวัสดุที่ใช้ผลิตเป็นกระดาษสีผูกไว้กับบรรจุภัณฑ์ ดังรูป และเมื่อเทียบรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มฯ กับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันของกลุ่มแข่งรายอื่น บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแปรรูปทางการเกษตรยังไม่เป็นที่สะดุดตาหรือดึงดูดใจให้คนทั่วไปมีความต้องการซื้อมาบริโภค

ผลิตภัณฑ์กล้วยฟอยทองเครื่องเคยได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า OTOP ระดับ 2 ดาว เมื่อปี พ.ศ. 2546-2547 และยังได้รับเครื่องหมายมาตรฐาน มผช. เลขที่ 111/2546 สำหรับแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น หากวิเคราะห์ตามหลักการออกแบบ สามารถอธิบายได้ดังนี้

- 1) การสื่อความหมาย กลุ่มได้ใช้ชื่อผลิตภัณฑ์ที่ระบุไว้บนฉลากสินค้าที่สื่อความหมายผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนว่าใช้วัตถุดิบหลักคือ กล้วย
- 2) การใช้สี การใช้สีของบรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้า ใช้สีอ่อนและสีเดียวกัน ทำให้ไม่มีจุดเด่นของสีมาช่วยในการดึงดูดลูกค้า
- 3) ความทันสมัย รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เป็นแบบธรรมดา ไม่มีการออกแบบให้แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น



ภาพที่ 5.14 ผลิตภัณฑ์กล้วยพวยทรงเครื่อง

8.4 การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต

สำหรับการบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิตนั้น กลุ่มแปรรูปเกษตรกรรมได้เลือกผลิตภัณฑ์ที่มีวัตถุดิบจำนวนมากในท้องถิ่นคือ กล้วย และนำไปแปรรูปเป็น “กล้วยพวยทรงเครื่อง” โดยมีส่วนผสมของสมุนไพรต่าง ๆ ที่หาได้ในท้องถิ่น และเพิ่มรสชาติด้วยวัสดุปรุงรสที่มีขายตามท้องตลาด ดังนั้นการบริหารจัดการทรัพยากรด้านวัตถุดิบจึงไม่มีปัญหาใดๆ ทั้งด้านปริมาณและกระบวนการกำหนดคุณภาพ แต่กลุ่มมักจะประสบปัญหาด้านทรัพยากรบุคคลที่มาช่วยในการผลิต ซึ่งมีเวลาว่างไม่ตรงกัน และด้วยกระบวนการผลิตเป็นกระบวนการที่ละเอียด ต้องใช้ความใจเย็นในการหั่น ซอย วัตถุดิบ และนำไปตากแห้ง ซึ่งต้องการระยะเวลาในการผลิตด้วย แต่สมาชิกไม่สามารถแบ่งเวลามาร่วมการผลิตได้ตามที่มีการสั่งซื้อ จึงส่งผลให้การผลิตล่าช้าหรือไม่มีผลผลิต ซึ่งนับเป็นจุดอ่อนอย่างยิ่งต่อการทำธุรกิจ ขณะนี้กลุ่มจึงพึ่งแต่ผลิตสินค้าตามที่หน่วยราชการขอร้อง เมื่อมีกิจกรรมที่สำคัญของหน่วยราชการเช่น การออกร้านปีใหม่หรือมีการแสดงสินค้าของหน่วยราชการ เป็นต้น

8.5 การบริหารจัดการด้านบุคลากร

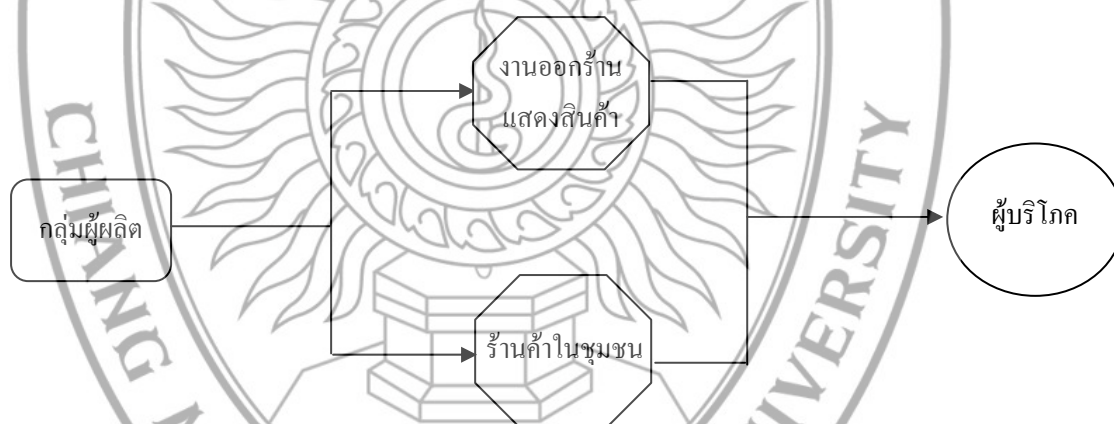
การบริหารทรัพยากรและการจัดการของกลุ่มฯ มีการบริหารในรูปของคณะกรรมการ โดยมี นางสาวพัชรา ไชยนันต์ เป็นประธานกลุ่ม มีหน้าที่ประสานกับสมาชิกทุกคน มีการตกลงร่วมกันเพื่อชี้แนะเกี่ยวกับความเข้าใจด้านการบริหารจัดการทุกๆ ด้านอย่างสม่ำเสมอ โดยการจัดประชุมเป็นระยะๆ และมีการไปอบรมสัมมนาเพื่อนำองค์ความรู้ใหม่มาพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีการบริหารงานโดยจะมีผลตอบแทนให้กับสมาชิกที่มาช่วยผลิตสินค้าของกลุ่ม

รายชื่อสมาชิกของกลุ่มแปรรูปทางการเกษตร จำนวน 6 คน ประกอบด้วย

- | | | |
|-----------------|----------|-------------|
| 1. นางสาวพัชรา | ไชยนันติ | ประธานกลุ่ม |
| 2. นางนงนุช | แจ่มนาม | |
| 3. นางบัวจันทร์ | ยาบุญนะ | |
| 4. นางทอง | จันทร์ตา | |
| 5. นางคำคำ | กันทาขาม | |
| 6. นางบุญศรี | ยาแดง | |

8.6 การบริหารจัดการด้านการตลาด

สำหรับการหาช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น กลุ่มแปรรูปทางการเกษตรได้จัดจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้ผู้บริโภค โดยกลุ่มจะนำผลิตภัณฑ์ไปส่งให้ร้านค้าในชุมชน แต่เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพกับคู่แข่งรายอื่นแล้ว กลุ่มเสียเปรียบอยู่บ้างเพราะกลุ่มยังไม่มีกรรับรองมาตรฐาน ออ. และเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายภายในหมู่บ้านและอำเภอหรือผลิตตามคำร้องขอจากหน่วยราชการเท่านั้น ไม่มีการหาตลาดภายนอกเพิ่มเติม ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป อีกทั้งยังไม่มีกรประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปทราบ



แผนภูมิที่ 5.8 การตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มแปรรูปทางการเกษตร

8.7 การบริหารจัดการด้านการเงิน

แหล่งที่มาของเงินทุนในการดำเนินการมาจากการร่วมลงทุนจากสมาชิกกลุ่ม เมื่อได้รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แล้ว จะนำมาหักค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและต้นทุนการผลิต จากนั้นจึงนำกำไรที่ได้มาจัดสรรให้สมาชิกตามอัตราของจำนวนเงินที่ได้ลงทุนไป

8.8 ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจนั้น กลุ่มแปรรูปทางการเกษตรต้องการพัฒนาการต่อไป

1) ด้านการผลิต เนื่องจากในปัจจุบัน ต้นทุนทางวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีราคาสูงขึ้น ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในส่วนนี้มากขึ้น กลุ่มจึงต้องการรับความช่วยเหลือด้านเงินทุนสำหรับใช้เป็นต้นทุนในการผลิต

2) ด้านการตลาด กลุ่มต้องการหาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น

8.9 ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

กิจการของกลุ่มแปรรูปทางการเกษตร พบว่า ไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องตามที่คาดไว้ เนื่องจากกลุ่มไม่สามารถขยายตลาดได้ ทำให้สมาชิกในกลุ่มเริ่มแยกตัวไปทำกิจการด้านอื่นๆ และส่งผลให้ กิจการไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ แสดงให้เห็นถึงความไม่เข้มแข็งของกิจการซึ่งเกิดขึ้นโดยความพยายามที่จะเดินตามโครงการของรัฐ ทั้ง ๆ ที่กลุ่มมิได้มีพื้นฐานด้านธุรกิจมาก่อน

8.10 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT

ในการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT นั้น ผู้วิจัยและกลุ่มผู้ผลิตได้ร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มในด้านต่าง ๆ ดังนี้

จุดแข็ง

1. กระบวนการผลิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน
2. วัตถุดิบสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียง
3. รสชาติของผลิตภัณฑ์เป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค และได้เคยนำทูลเกล้าถวายสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในคราวเสด็จ ณ วัดโขงขาว จ.เชียงใหม่ ด้วย

จุดอ่อน

1. ขาดเงินทุนหมุนเวียน
2. ขาดการส่งเสริมด้านการตลาด
3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้ายังไม่สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้เท่าที่ควร

โอกาส

1. ได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เช่น เข้ารับการอบรม เป็นต้น
2. มีแหล่งเงินทุนอัตราดอกเบี้ยต่ำที่สามารถกู้ยืมมาใช้ในการบริหารงานได้

ข้อจำกัด

1. สมาชิกในกลุ่มไม่สามารถจัดสรรเวลาเพื่อการผลิตได้อย่างเต็มที่
2. ความสามารถในการตลาดของกลุ่มมีขีดจำกัด ต้องขอให้หน่วยงานช่วยเหลือ
3. สมาชิกกลุ่มมีอาชีพหลักอย่างอื่นอยู่แล้ว ทำให้ไม่ได้ทุ่มเทเวลาและการพัฒนาให้กับกลุ่มธุรกิจซึ่งสมาชิกถือเป็นอาชีพเสริม

9. สีนคำชุมชนรายเดี่ยวของ นางเล็ก วงศ์กุนา

9.1 ประวัติการก่อตั้ง

นางเล็ก วงศ์กุนา ก่อตั้งกิจการเมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2546 ซึ่งได้ปรึกษากับครอบครัวเพื่อหากิจการที่สร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว จึงได้ศึกษาและเข้ารับการอบรมการผลิตผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากหน่วยงานราชการที่เปิดการอบรม และจากการศึกษาดูงาน แล้วนำวิธีการมาทดลองประยุกต์ใช้ ในที่สุดจึงตัดสินใจดำเนินกิจการผลิตข้าวแต๋น ซึ่งสถานที่ตั้งของสถานประกอบการคือ โรงเรือนที่ต่อเติมจากบ้านอาศัย เลขที่ 176 หมู่ 7 ตำบลสันผักหวาน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

9.2 การตัดสินใจด้านการผลิต

เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวที่มีสมาชิกในครอบครัวมาก สมาชิกในครอบครัว จึงมีความคิดอยากประกอบธุรกิจที่ผลิตผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น และได้เข้ารับการอบรมและศึกษาขั้นตอนการผลิตข้าวแต๋นจากหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่สนับสนุน จากนั้นจึงวางแผนการดำเนินการให้เป็นไปตามขั้นตอน มีการถ่ายทอดความรู้ที่ได้รับสู่สมาชิก หรือการผลิตให้เหมาะสม และเริ่มกิจการ โดยจะแบ่งงานตามความสามารถของสมาชิกครอบครัวแต่ละคน

9.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์นั้นเป็นการออกแบบโดยสมาชิกของครอบครัวเอง ซึ่งเน้นรูปแบบเรียบง่าย การแสดงผลผลิตภัณฑ์ให้เห็นอย่างเด่นชัด และมีการออกแบบฉลากและตราผลิตภัณฑ์เป็นสติ๊กเกอร์ ซึ่งเริ่มแรกได้รับการออกแบบและสนับสนุนฉลากผลิตภัณฑ์จาก OTOP ต่อมาได้มีการพัฒนาแบบฉลากผลิตภัณฑ์ให้สวยงามและหลากหลายขึ้น

และผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น “ป่าเล็ก” เคยได้รับเครื่องหมาย OTOP ระดับ 2 ดาว เมื่อ พ.ศ. 2547 และยังได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ อย. เลขที่ 50-2-11047 ทำให้ผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น “ป่าเล็ก” ได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภค และยังสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้ในระดับดี จากข้อมูลดังกล่าว เมื่อนำมาวิเคราะห์ตามหลักการออกแบบ จะได้ดังนี้

- 1) การสื่อความหมาย กิจกรรมได้ใช้ชื่อของผลิตภัณฑ์เป็นการสื่อความให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์เป็นอาหารสำหรับบริโภคได้ชัดเจน
- 2) การใช้สี กิจกรรมมีการพัฒนารูปแบบของฉลากผลิตภัณฑ์ โดยใช้สีและรูปแบบฉลากเป็นการแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ และมีการพัฒนาฉลากของผลิตภัณฑ์ตามการสนับสนุนของหน่วยงานเสมอ โดยมีลูกชายเป็นผู้ออกแบบและอีกรูปแบบเดิมคือ เครื่องหมาย “กาแล” เป็นหลัก ปรับสีสรรให้เข้ากับตลาดที่ไปจำหน่าย
- 3) ความทันสมัย จากการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาอยู่เสมอ แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมมีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและสวยงาม
- 4) ต้นทุนการผลิต สำหรับฉลากผลิตภัณฑ์ กิจกรรมได้ลงทุนปีละประมาณ 15,000-20,000 บาท



ภาพที่ 5.15 ผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น “ป่าเล็ก”



ภาพที่ 5.16 พัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น “ป่าเล็ก”

9.4 การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต

การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิตด้านบุคลากรของกิจการ กลุ่มมีการแบ่งหน้าที่การดำเนินงานโดยสมาชิกในครอบครัวจำนวน 7 คนและลูกจ้าง 3 คน จะผลิตข้าวแต๋นทุกวัน โดยจะผลิตตามคำสั่งซื้อและเพื่อการจำหน่ายเอง ในการผลิต สมาชิกของครอบครัวจะช่วยกันดำเนินงานในขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุภัณฑ์ การจำหน่ายสินค้า การเงินและบัญชี โดยมีลูกจ้างช่วยเป็นลูกมือ และมีการคัดแยกและตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ ก่อนการผลิตและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนการจำหน่ายให้ลูกค้า เพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้กิจการได้มีการพัฒนารูปแบบของข้าวแต๋นให้หลากหลายขึ้น เช่น ข้าวแต๋นหมูหยอง ข้าวแต๋นสมุนไพร เป็นต้น ส่วนทรัพยากรด้านวัตถุดิบนั้น กลุ่มได้จัดซื้อวัตถุดิบครั้งละมากๆ เพื่อให้ได้ราคาถูกโดยซื้อตรงจากโรงสี ส่วนวัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบของสินค้า ก็มีการซื้อทีละจำนวนมากจากร้านขายส่งในตัวเมืองเชียงใหม่

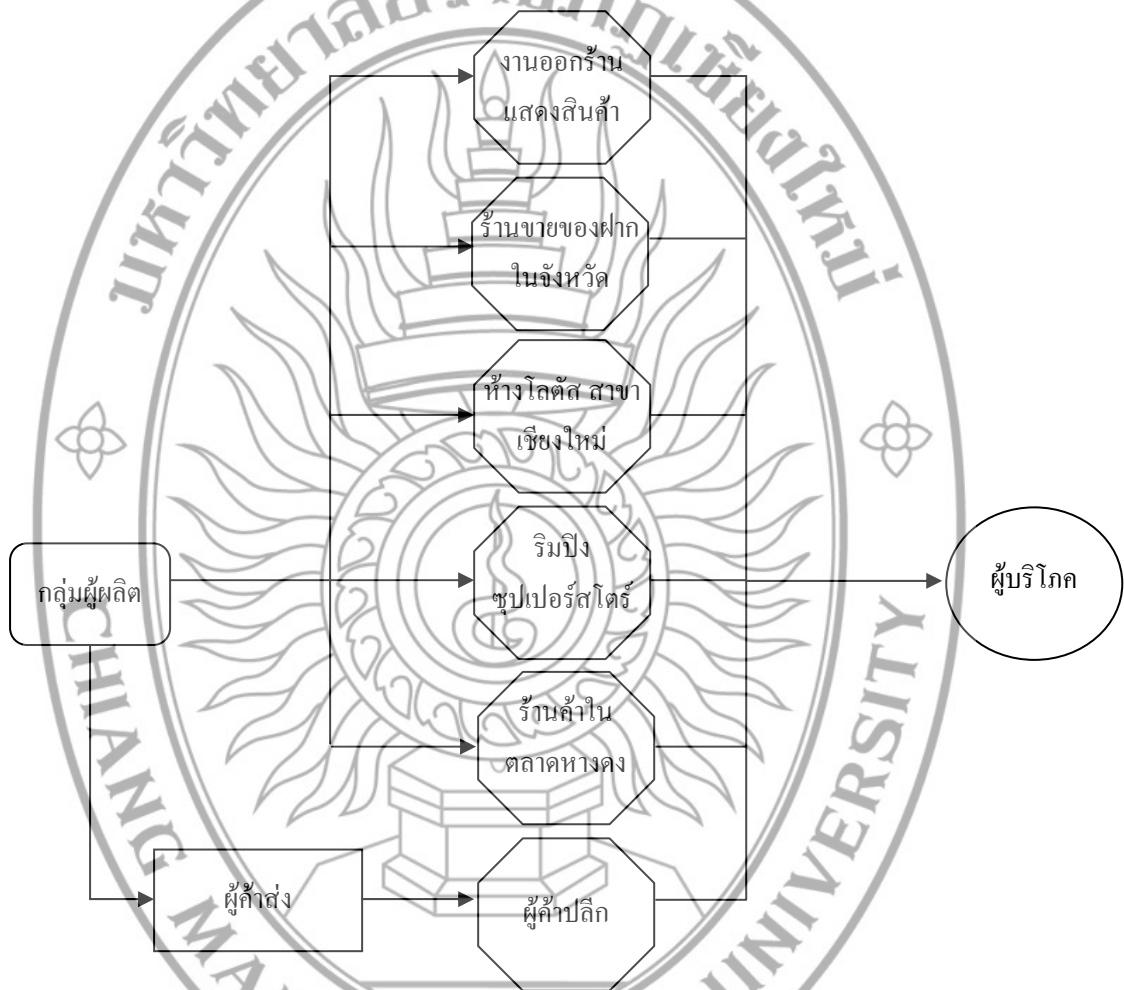
9.5 การบริหารจัดการด้านบุคลากร

การดำเนินกิจการของนางเล็ก วงศ์กุนา เป็นกิจการของครอบครัว และมีลูกจ้างซึ่งเป็นคนในท้องถิ่น โดยจะแบ่งหน้าที่ในการดำเนินงานให้แก่สมาชิกในครอบครัวและลูกจ้าง ตามความถนัดและความสามารถของแต่ละคน เช่นการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุ การตรวจสอบคุณภาพ การตลาด และการเงินการบัญชี โดยรายได้ที่ได้รับจากกิจการจะถือเป็นรายได้หลักของครอบครัว

9.6 การบริหารจัดการด้านการตลาด

การตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นป่าเล็ก จะทำการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า และผลิตเพื่อจำหน่ายเอง และมีการหาตลาดสำหรับวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลายแห่ง เช่น ห้างสรรพสินค้าริมปิงทุกสาขา ห้างสรรพสินค้าโลตัส จ.เชียงใหม่ 3 สาขา มีลูกค้าซื้อเพื่อนำไป

ขายต่อ และวางขายตามแผงในตลาดทางดง และร้านของฝากทั่วไปของจังหวัด เป็นต้น ซึ่งถือว่ามี การหาตลาดกระจายสินค้าอย่างกว้างขวางกลยุทธ์อย่างหนึ่งเพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าคือการนำสินค้า ไปเป็นของฝากเจ้าของธุรกิจต่างๆ เช่น ลูกเขยของป้าเล็กนำไปฝากเจ้าของห้างสรรพสินค้าโลตัส เป็นต้น ทำให้ “ข้าวแต๋นป้าเล็ก” มีโอกาสเปิดตลาดในห้างโลตัส เป็นต้น ซึ่งเป็นการทำให้ ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้น



แผนภูมิที่ 5.9 การตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋น “ป้าเล็ก” ของ นางเล็ก วงศ์กุนา

9.7 การบริหารจัดการด้านการเงิน

แหล่งที่มาของเงินทุนในการดำเนินการส่วนหนึ่งเคยได้รับการสนับสนุนจากกรม แรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม และเงินลงทุนของครอบครัว มีการวางแผนการบริหารจัดการด้าน การเงินในลักษณะการบริหารแบบครอบครัวคือ จะนำกำไรหลังหักค่าใช้จ่ายซึ่งเป็นต้นทุนในการ

ผลิต มาเป็นค่าใช้จ่ายในครอบครัว และเงินออมของสมาชิกในครอบครัว ทั้งนี้มีการจัดทำบัญชีเพื่อควบคุมการใช้จ่ายทุกประเภทด้วย

9.8 ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจนั้น นางเล็ก วงศ์กุนา ต้องการพัฒนาการต่อไปนี้

1) ด้านบรรจุภัณฑ์ มีความต้องการรับการสนับสนุนด้านค่าใช้จ่ายในการพัฒนา รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์ และค่าจัดทำฉลากเพื่อจะได้ไม่ต้องขึ้นราคาสินค้า

9.9 ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

กิจการข้าวแต่น “ป่าเล็ก” ยังคงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เช่น มีการทดลองทำข้าวแต่นหน้าและขนาดต่าง ๆ ออกสู่ท้องตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนของยอดจำหน่ายและเพิ่มจำนวนตัวสินค้าในท้องตลาดด้วย นอกจากนี้ยังมีการหาช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มเติมอยู่เสมอ ส่งผลให้เห็นว่า กิจการสามารถดำเนินต่อไปได้เป็นอย่างดีและแสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งของกิจการด้วย

9.10 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT

ในการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT นั้น ผู้วิจัยและผู้ผลิตได้ร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

จุดแข็ง

1. สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน
2. มีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า และได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าเนื่องจากมั่นใจในคุณภาพ
3. ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว
4. วัตถุดิบสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียง
5. มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ และมีการทำระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพ
6. ความพร้อมในด้านอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต
7. มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ

จุดอ่อน

1. ลูกจ้างขาดคุณภาพ และการรับลูกจ้างมาใหม่ ทำให้เสียเวลาในการเรียนรู้งาน

โอกาส

1. ได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เช่น การให้การอบรมการดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ เป็นต้น
2. ห้างสรรพสินค้าในตัวเมืองเชียงใหม่ให้ความสนใจสั่งซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อเป็นจำนวนมาก เนื่องจากสินค้ามีรสชาติถูกปากผู้บริโภค และมีลักษณะต่างจากรายอื่น
3. มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการผลิต
4. ความภักดีในสินค้าของผู้บริโภคและความเชื่อต่อคุณภาพของสินค้า

ข้อจำกัด

1. มีคู่แข่งที่มีชื่อเสียงจำนวนมากในตลาดสินค้าประเภทเดียวกัน
2. ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น
3. การผลิตทำภายในครอบครัว

เนื่องจากกิจการของ นางเล็ก วงศ์กุนา เป็นกิจการรายเดี่ยว ทำให้กำลังการผลิตอยู่ในวงจำกัด ผลผลิตขาดตลาดในบางครั้ง สำหรับด้านการตลาดพบว่า กิจการของนางเล็ก วงศ์กุนา มีการตลาดที่ดีโดยใช้ความสัมพันธ์กับเครือข่ายเป็นตัวเปิดตลาด และเมื่อมีการเปิดตลาดกว้างขึ้นจึงมีโครงการขยายกำลังการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับการตลาดด้วย

10. กลุ่มแม่บ้านเกษตรทำนา**10.1 ประวัติการก่อตั้ง**

กลุ่มแม่บ้านเกษตรทำนา ก่อตั้งกลุ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2545 โดยการรวมกลุ่มของชาวบ้านหมู่ 4 ตำบลหนองตอง ที่ต้องการก่อตั้งกลุ่มชุมชนเพื่อร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการสร้างความสามัคคีในชุมชนและสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกของชุมชน ปัจจุบันมีสถานที่ตั้งอยู่ที่ 83 หมู่ 4 ถนนลำพูน-สันป่าตอง ตำบลหนองตอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการแปรรูปวัตถุดิบชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนประกอบด้วย กระเทียมดอง และลำไยอบแห้ง เมื่อเริ่มดำเนินการได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากกองทุนหมู่บ้านและจากการจำหน่ายหุ้นให้สมาชิก

10.2 การตัดสินใจด้านการผลิต

เนื่องจากกระเทียมดองเป็นอาหารที่นิยมรับประทานโดยทั่วไปและแหล่งผลิตที่ชื่อเสียง อยู่ในภาคเหนือซึ่งมีวัตถุดิบคือ กระเทียมจำนวนมาก รวมทั้งกระเทียมจากประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่มเกษตรกรทำนาจึงเห็นว่าการผลิตกระเทียมดองจะเป็นอาชีพที่เลี้ยงครอบครัวได้อีกทาง

หนึ่งนอกเหนือจากอาชีพปลูกลำไย เมื่อพิจารณาถึงวัตถุดิบและกำลังบุคลากรของกลุ่มและการตลาดแล้ว กลุ่มจึงตัดสินใจผลิตกระเทียมดองเป็นผลิตภัณฑ์หลัก

10.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้รับการออกแบบโดยสมาชิกกลุ่ม ดังนี้ ผลิตภัณฑ์กระเทียมดอง จะบรรจุในขวดแก้วและขวดพลาสติกใสมีฝาปิดสนิท มีฉลากและตราผลิตภัณฑ์แจ้งบนบรรจุภัณฑ์ โดยบนฉลากแจ้งชื่อผลิตภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ สถานที่ผลิต วันเดือนปีที่ผลิต และส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ แต่ยังไม่ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ออย. จึงอาจทำให้เสียเปรียบคู่แข่งรายอื่น ในส่วนลำไยอบแห้งบรรจุในถุงพลาสติกใส ปิดปากถุงสนิท แต่ไม่มีฉลากผลิตภัณฑ์ประทับบนบรรจุภัณฑ์ ทำให้เสียเปรียบคู่แข่งรายอื่น สำหรับแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ หากวิเคราะห์ตามหลักการออกแบบจะได้ดังนี้

- 1) การสื่อความหมาย กลุ่มใช้ชื่อในการสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริหารทราบอย่างชัดเจนว่าเป็นผลิตภัณฑ์ “กระเทียมดอง”
- 2) การใช้สี มีการใช้สีของฉลากและตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่มีสีสะดุดตา โดยใช้สีเหลืองเป็นพื้นทำให้ตัวอักษรบนฉลากชัดเจนยิ่งขึ้น
- 3) ความทันสมัย จากรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ที่มีให้ผู้บริโภคสามารถเลือกใส่ได้หลายขนาด ทำให้สามารถแบ่งขายได้หลายราคา ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อจำนวนได้ตามความต้องการ และมีการปิดฝาขวดด้วยกรรมวิธีที่สนิท ดังรูป



ภาพที่ 5.17 ผลิตภัณฑ์กระเทียมดอง



ภาพที่ 5.18 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขนาดต่างๆ ของผลิตภัณฑ์กระเทียมดอง

10.4 การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต

จากการลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูลของการดำเนินการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรทำนาค พบว่าในปี พ.ศ. 2551 เนื่องจากต้นทุนของลำไยมีราคาสูง กลุ่มจึงหยุดการผลิตลำไยอบแห้งชั่วคราว แต่ยังคงผลิตกระเทียมดอง และการผลิตกระเทียมดองจะผลิตปีละ 1 ครั้ง ใช้กระเทียมประมาณ 10,000 กิโลกรัมต่อการผลิต คิดเป็นต้นทุนในการลงทุนประมาณ 300,000 บาทต่อปี ซึ่งเมื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์หมดแล้ว จะได้กำไรประมาณ 30% ต่อปี วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ประกอบด้วย กระเทียม น้ำสะอาด เกลือ น้ำส้ม หัวน้ำตาล สารกันเสีย กรดมะนาว และแคลเซียม

10.5 การบริหารจัดการด้านบุคลากร

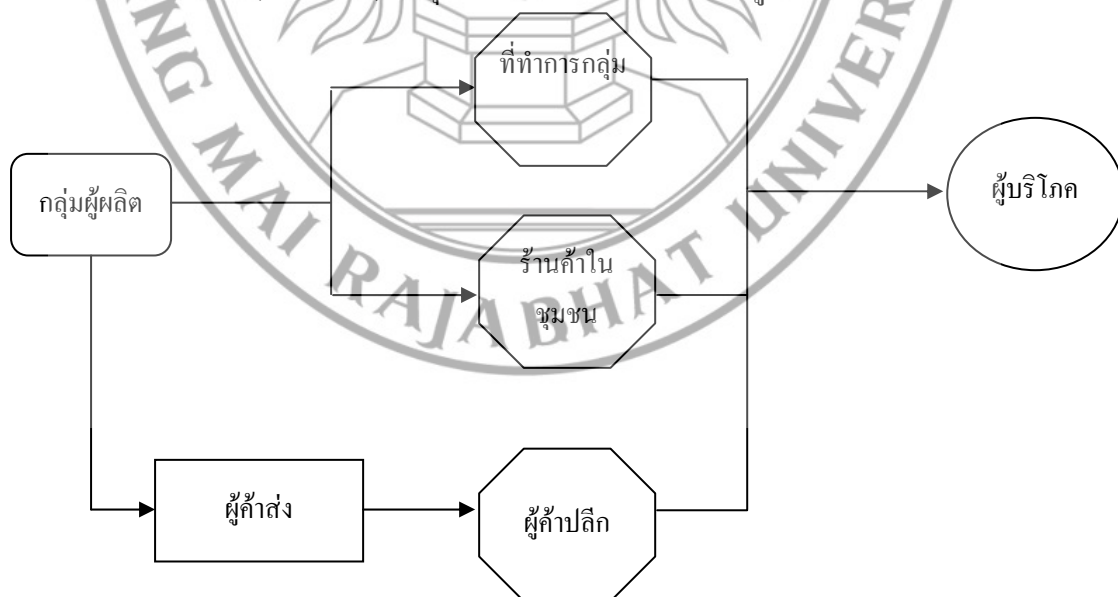
การบริหารจัดการด้านบุคลากรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรทำนาค มีจำนวนสมาชิกที่ ถือหุ้นจำนวน 48 คน จากนั้นทำการเลือกตั้งคณะกรรมการจำนวน 20 คนเพื่อดำเนินการในกิจการ ของกลุ่ม โดยมี นางยุพิน โพธิ์ศรี เป็นประธานกลุ่ม มีหน้าที่แนะนำและชี้แจงหน้าที่ให้แก่ คณะกรรมการ ควบคุมดูแลการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การตลาด และการเงินการบัญชี ประสานงานกับสมาชิกกลุ่ม ในส่วนรายชื่อคณะกรรมการของกลุ่ม ประกอบด้วย

- | | | |
|------------------|----------------|--------------|
| 1. นางยุพิน | โพธิ์ศรี | ประธานกลุ่มฯ |
| 2. นางสาวอุบล | สมบุญ | |
| 3. นางอนงภัทร์ | บุรณะชนะสิทธิ์ | |
| 4. นางสาวสีพันธ์ | สินดำ | |
| 5. นางลัดดา | สินวลคำ | |
| 6. นางศรีพันธ์ | แสงพิงค์ | |
| 7. นางประภา | เข้มแดง | |

- | | |
|---------------------|-------------|
| 8. นางชนมณี | เดี่ยวไพรซ์ |
| 9. นางศิริพร | ปัญญามา |
| 10. นางสาวสายสุนีย์ | ดังกาตุง |
| 11. นางสาวคร | ชมพูนั่ง |
| 12. นางลำควน | มูลตัน |
| 13. นางปิ่นเพชร | ตามโพธิ์ |
| 14. นางจินนา | ทองอยู่ |
| 15. นางบรรจง | จำปาคำ |
| 16. นางเรือง | ไชยลังกา |
| 17. นางบงอร | ทองอยู่ |
| 18. นางฟองจันทร์ | สุนันตะ |
| 19. นางราตรี | คำพิชัย |
| 20. นางอุษา | กันทาทอง |

10.6 การบริหารจัดการด้านการตลาด

ปัจจัยในการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์พิจารณาจากต้นทุนการผลิตและเป้าหมายในการทำกำไร และมีการหาช่องทางการจำหน่ายโดยจะจำหน่ายให้ผู้บริโภคที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ที่สถานประกอบการโดยตรง จำหน่ายให้ผู้ค้าส่งเพื่อนำไปจำหน่ายให้ผู้ปลีกและบริโภคต่อ รวมทั้งการจำหน่ายให้ผู้ค้าส่งที่มีคำสั่งซื้อคราวละมากๆ เพื่อนำไปแยกบรรจุเอง ส่วนลำไยอบแห้งเนื่องจากปีนี้ (พ.ศ. 2551) วัตถุดิบที่ใช้ผลิตมีราคาค่อนข้างสูง จึงไม่มีการผลิตในปี



แผนภูมิที่ 5.10 การตลาดของผลิตภัณฑ์ “กระเทียมดอง” ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรทำนา

10.7 การบริหารจัดการด้านการเงิน

แหล่งที่มาของเงินทุนในการดำเนินการมาจากการจำหน่ายหุ้นให้แก่สมาชิก โดยสมาชิก 1 คริวเรือน สามารถซื้อหุ้นได้ 1 หุ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้ทั่วถึง และกลุ่มมีการวางแผนการบริหารจัดการด้านการเงินโดยจะนำกำไรจำนวนประมาณ 30% จ่ายเป็นเงินปันผลให้แก่สมาชิก ซึ่งการถือหุ้นของสมาชิก และอีก 70% จะนำเป็นเงินทุนในการดำเนินกิจการ

10.8 ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจนั้น กลุ่มแม่บ้านเกษตรทำนาต้องการพัฒนาการต่อไป

1) ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ยังไม่ได้รับเครื่องหมาย อย. จึงทำให้ผู้บริโภคยังไม่มีความเชื่อมั่นและยังไม่ให้การยอมรับเท่าที่ควร กลุ่มฯ จึงมีความต้องการขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เครื่องหมาย อย.

10.9 ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

จากการดำเนินกิจการที่ผ่านมา เมื่อวิเคราะห์จากเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินการและความเข้มแข็งของกลุ่มแล้ว กลุ่มยังคงสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ แต่มีส่วนที่ต้องปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อเป็นฐานของการดำเนินกิจการต่อไป

10.10 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT

ในการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT นั้น ผู้วิจัยและกลุ่มได้ร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

จุดแข็ง

1. มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับความรู้ใหม่เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์
2. มีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า และได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า เนื่องจากมั่นใจในคุณภาพ
3. วัตถุดิบสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียง
4. มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ

จุดอ่อน

1. ยังไม่ได้รับการรับรองและเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ อย.
2. สถานที่ผลิตไม่เป็นสัดส่วน ขาดความเป็นระเบียบ และยังไม่สะอาดเท่าที่ควร
3. ไม่มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการบรรจุและห่อหุ้มสินค้าเท่าที่ควร

โอกาส

1. ได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เช่น การให้การอบรมการค้าเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ เป็นต้น
2. ถูกคำมีความพึงพอใจและชื่นชอบรสชาติของสินค้า
3. นักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดเชียงใหม่นิยมซื้อกระเทียมดองเป็นของฝาก

ข้อจำกัด

1. มีคู่แข่งที่มีชื่อเสียงมากในตลาดสินค้าประเภทเดียวกัน
2. ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น
3. การจัดทำสถานที่ให้ได้มาตรฐาน อย.
4. ต้องการความรู้เรื่องอาหารปลอดภัย

จากการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจ ทำให้กลุ่มแม่บ้านเกษตรทำนาคมีโครงการที่จะผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน อย. โดยขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการ และการสนับสนุนจากคณะผู้วิจัย ซึ่งคาดว่าจะสามารถดำเนินการได้แล้วเสร็จภายในปี 2552

กลุ่มที่ 2 กลุ่มอาชีพที่ยังไม่ได้ขึ้นบัญชีสินค้าชุมชนและท้องถิ่น (ซึ่งปรับเปลี่ยนมาจากสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูป หมูที่ 4 บ้านทรายมูล

1.1 ประวัติการก่อตั้ง

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูป หมูที่ 4 บ้านทรายมูล ก่อตั้งเมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2546 โดยการรวมกลุ่มของชาวบ้านหมู่ 4 บ้านทรายมูล ที่ต้องการก่อตั้งกลุ่มชุมชนเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการสร้างความสามัคคีของชุมชนและสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอีกด้วย ปัจจุบันสถานที่ตั้งของกลุ่มตั้งอยู่บ้านเลขที่ 83 ซอยเทศบาล 16 ถนนเชียงใหม่-ฮอด ตำบลหางดง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เดิมเคยดำเนินการแปรรูปไข่ไก่โอโด้นเป็นขนมหัวเราะ แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับความนิยม ประสบภาวะขาดทุน จึงได้เลิกการผลิตขนมหัวเราะ และจากการที่นางประนอม ประธานกลุ่ม ได้ไปศึกษาดูงานการผลิตไข่เค็มที่จังหวัดนครสวรรค์ จึงนำมาทดลองและพัฒนาไข่โอโด้นมาผลิตเป็นไข่เค็ม

1.2 การตัดสินใจด้านการผลิต

กลุ่มจะทำการผลิตเมื่อมีคำสั่งซื้อและผลิตเพื่อการจำหน่ายเอง โดยแจ้งให้สมาชิกกลุ่มมาช่วยกันผลิตไข่เค็มจากไข่โอโด้น ซึ่งจะมีสมาชิกที่มาช่วยผลิตประมาณ 4-5 คน การ

ผลิตแต่ละครั้งจะวัตถุดิบคือ ไข่ไอโอดีนประมาณหม้อละ 120 ใบ ต้มเป็นเวลา 45 นาที ใช้เวลาผลิตประมาณครึ่งวัน จากนั้นสมาชิกจึงช่วยกันบรรจุผลิตภัณฑ์ในบรรจุภัณฑ์พร้อมปิดฉลากผลิตภัณฑ์ในส่วนของที่ตั้งของโรงเรียนที่ต่อเติมจากบ้านอาศัยของนางเรือนคำ คำแดง อยู่บ้านเลขที่ 73 หมู่ที่ 4 บ้านทรายมูล ตำบลหางดง อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร

1.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของไข่ต้มไอโอดีนนั้น กลุ่มเป็นผู้ออกแบบทั้งรูปแบบและฉลากผลิตภัณฑ์เอง โดยสังเกตตัวอย่างจากผลิตภัณฑ์อื่นและลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ควรใช้วัสดุที่สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ได้ง่ายและป้องกันการกระแทกซึ่งอาจทำให้เปลือกไข่ร้าวสำหรับแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เมื่อวิเคราะห์ตามหลักการออกแบบ จะได้ดังนี้

- 1) การสื่อความหมาย การสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ได้สื่อความอย่างชัดเจนทั้งจากตัวผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสามารถเห็น ได้อย่างชัดเจน และจากฉลากซึ่งบอกประเภทของผลิตภัณฑ์ “ไข่ต้มไอโอดีน”
- 2) การใช้สี วัสดุที่ใช้เป็นโฟมขาวและพลาสติกใสสำหรับห่อหุ้มผลิตภัณฑ์เท่านั้น จึงไม่มีการใช้สีเพื่อดึงดูดผู้บริโภค
- 3) ความทันสมัย รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เป็นการแบบทั่วไป
- 4) ต้นทุนการผลิต ต้นทุนของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย โฟมชิ้นละประมาณ 0.5 บาท แผ่นฟิล์มใสม้วนละ 20 บาท



ภาพที่ 5.19 ผลิตภัณฑ์ไข่ต้มเสริมไอโอดีน

1.4 การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต

จากการประชุมปรึกษาหารือของสมาชิกเพื่อหากิจกรรมที่เสริมสร้างความสามัคคีในชุมชนบ้านทรายมูลและก่อให้เกิดรายได้ โดยการพิจารณาจากวัตถุดิบที่มีอยู่ คือ ไข่ไอโอดีน

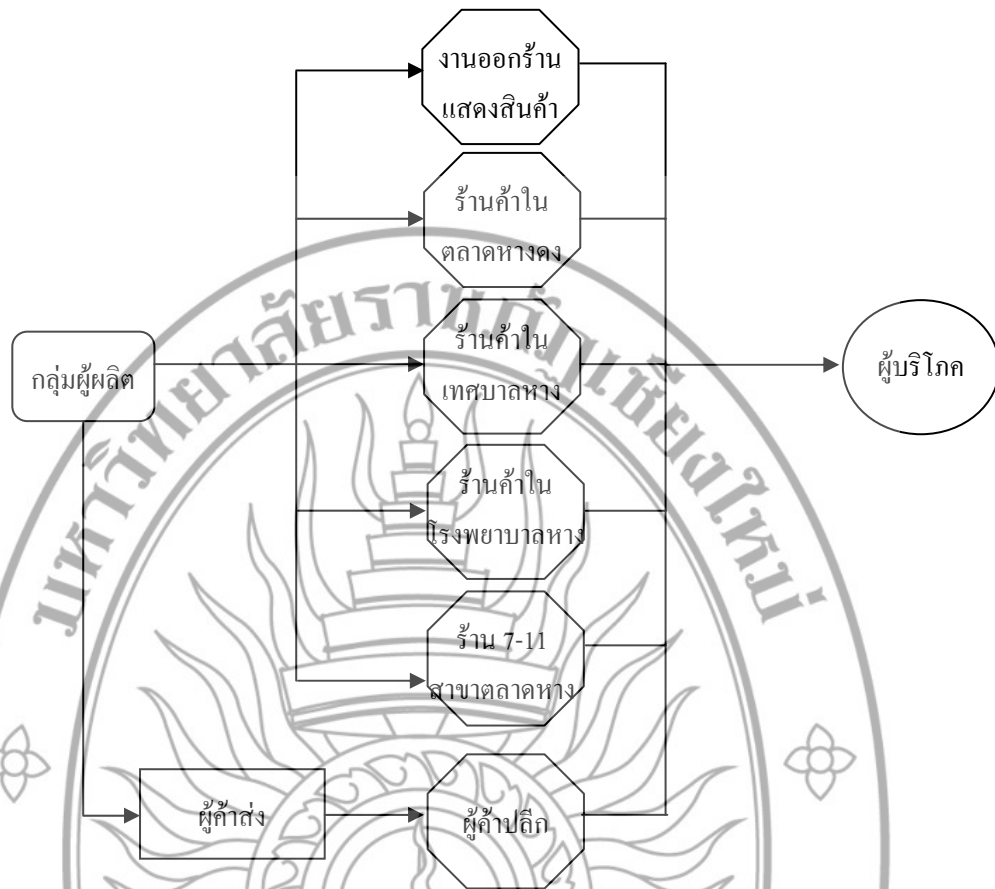
กลุ่มจึงเสนอว่าควรลงผลิตไข่เค็มจากไข่ไอโอดีน ซึ่งสมาชิกได้รับการถ่ายทอดความรู้และทดลองผลิตไข่เค็มจากไข่ไอโอดีนจนได้รสชาติเป็นที่ถูกปาก จึงเริ่มผลิตเพื่อจำหน่าย

1.5 การบริหารจัดการด้านบุคลากร

การบริหารจัดการด้านบุคลากรของกลุ่มมี นางเรืองคำ คำแดง เป็นประธานกลุ่มผลิตภัณฑ์ไข่เค็มเสริมไอโอดีน มีหน้าที่แนะนำและให้ความรู้แก่สมาชิก มีการตกลงร่วมกันเพื่อชี้แนะเกี่ยวกับความเข้าใจด้านการบริหารจัดการทุกๆ ด้านอย่างสม่ำเสมอ โดยการจัดประชุมเป็นระยะๆ และมีการไปอบรมสัมมนาเพื่อนำองค์ความรู้ใหม่มาพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูป หมู่ 4 บ้านทรายมูล เป็นกลุ่มที่ทำการผลิตในชุมชนตามรูปแบบอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เป็นการทำลักษณะเครือข่ายหรือเพื่อนบ้าน

1.6 การบริหารจัดการด้านการตลาด

ปัจจัยในการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์จะกำหนดโดยคำนึงถึงต้นทุนการผลิตและเป้าหมายของการทำกำไร กลุ่มมีการจัดหาช่องทางจัดจำหน่ายในลักษณะจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้ผู้บริโภคโดยกลุ่มนำสินค้าไปส่งยังร้านค้าในตลาดหางดง เทศบาลหางดง และโรงพยาบาลหางดง เนื่องจากกลุ่มไม่มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเอง ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ดังแผนภูมิที่ 5.11 ในหน้าถัดไปดังนี้



แผนภูมิที่ 5.11 การตลาดของผลิตภัณฑ์ “ไข่เค็มเสริมไอโอดีน” ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูป หมู่ที่ 4 บ้านทรายมูล

1.7 การบริหารจัดการด้านการเงิน

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูป หมู่ที่ 4 บ้านทรายมูลมีการวางแผนการบริหารจัดการด้านการเงิน โดยมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายและมีการรายงานบัญชีทางการเงินของกลุ่มให้สมาชิกทราบเป็นระยะ ในส่วนการแบ่งผลกำไรที่ได้จากการดำเนินงาน จะนำกำไรหลังหักค่าใช้จ่ายประมาณ 30% จัดสรรดังนี้ 27% จัดสรรให้สมาชิกที่มาทำการผลิต อีก 3% นำเข้ากลุ่มเพื่อปันผลให้แก่สมาชิกที่ถือหุ้น โดยจะปันผลปีละ 1 ครั้ง และสมาชิก 1 คนสามารถถือหุ้นได้ไม่เกิน 50 หุ้น ในราคาหุ้นละ 10 บาท

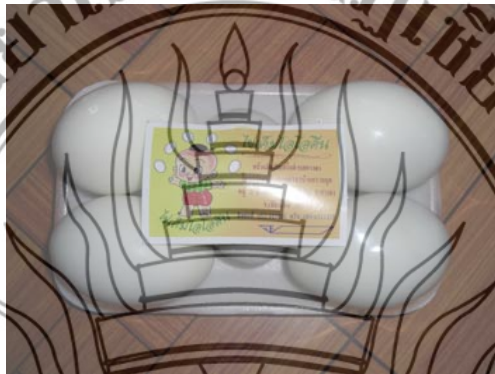
1.8 ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจนั้น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูป หมู่ที่ 4 บ้านทรายมูลต้องการพัฒนาการต่อไปนี้

1) ด้านบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มเสริมไอโอดีนเป็นรูปแบบเรียบง่าย ไม่เป็นที่ดึงดูดใจผู้บริโภค จึงมีความต้องการการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามและ

สามารถนำเป็นของฝากได้ด้วย อีกทั้งต้องการการออกแบบตราสัญลักษณ์และฉลากผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยและน่าสนใจให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์ได้

2) ด้านการผลิต กลุ่มวางแผนที่จะยื่นเรื่องขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องหมาย อย. เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค และเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อีกทางหนึ่ง



ภาพที่ 5.20 การพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์ไข่เค็มเสริมไอโอดีน

1.9 ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

จากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมาของกลุ่ม เมื่อวิเคราะห์จากเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินการและความเข้มแข็งของกลุ่มแล้ว พบว่ากลุ่มยังคงสามารถดำเนินกิจการผลิตและจำหน่ายไข่เค็มจากไข่ไอโอดีนต่อไปได้

1.10 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT

ในการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT นั้น ผู้วิจัยและกลุ่มได้ร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

จุดแข็ง

1. มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับความรู้ใหม่เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์
2. มีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า และได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า เนื่องจากมั่นใจในคุณภาพ
3. วัตถุดิบสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียง
4. มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ

จุดอ่อน

1. ยังไม่ได้รับการรับรองและเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ อย.
2. สถานที่ผลิตไม่เป็นสัดส่วน ขาดความเป็นระเบียบ และยังไม่สะอาดเท่าที่ควร

โอกาส

1. ได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เช่น การให้การอบรมการดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ เป็นต้น
2. ลูกค้ามีความพึงพอใจและชื่นชมรสชาติของสินค้า
3. ไข่เค็มเป็นอาหารในชีวิตประจำวัน สามารถขายได้ทุกโอกาส

ข้อจำกัด

1. การผลิตมีจำนวนจำกัดเพราะตลาดอยู่ในพื้นที่เท่านั้น
2. การผลิตเป็นเพียงอาชีพเสริม
3. ผู้ผลิตยังไม่มีแนวคิดที่จะผลิตเพื่อส่งออกไปยังตลาดนอกพื้นที่

จากการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจร่วมกัน กลุ่มมองเห็นแนวทางในการขยายตลาดแต่กลุ่มยังไม่มีแนวคิดที่จะดำเนินการเนื่องจากเห็นว่าการผลิตและตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบันนี้เหมาะสมกับกลุ่มแล้ว มีเพียงความต้องการที่จะจัดทำฉลากให้สวยงามขึ้น เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในระยะเวลาที่เร็วขึ้นเท่านั้น

2. กลุ่มแม่บ้านขนมอบเทศบาลตำบลหางดง หมู่ที่ 4

2.1 ประวัติการก่อตั้ง

กลุ่มแม่บ้านขนมอบเทศบาลตำบลหางดง หมู่ที่ 4 ก่อตั้งโดยการรวมกลุ่มของชาวบ้านหมู่ที่ 4 บ้านทรายมูล จัดทำโครงการทำขนมอบเสนอเทศบาลตำบลหางดงเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณเป็นเครื่องมือในการทำงานนมอบ เป็นรายได้เสริมของชาวบ้านในชุมชน

2.2 การตัดสินใจด้านการผลิต

ในปี พ.ศ. 2549 เทศบาลตำบลหางดงมีโครงการในการสนับสนุนการสร้างรายได้เสริมของชุมชน จึงได้ประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนเสนอโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนเครื่องมือในการสร้างรายได้ของชุมชน กลุ่มแม่บ้านขนมอบเทศบาลตำบลหางดง หมู่ที่ 4 จึงได้รวมและจัดตั้งกลุ่มขึ้น จากนั้นได้ประชุมและทำโครงการเสนอขอรับการสนับสนุนเครื่องมือทำขนมอบ และได้ศึกษาสูตรการทำขนมอบ เช่น เค้ก คุกกี้ จากตำราอาหารที่มากับเครื่องอบ และทำการคิดค้นและดัดแปลงสูตรเดิมโดยใช้ส่วนผสมจากท้องถิ่นเช่น แครอท งา จึง เป็นต้น เป็นการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ขนมอบที่มีจำหน่ายทั่วไป

2.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

กลุ่มยังไม่มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่แน่นอน ขณะนี้อยู่ระหว่างการออกแบบโดยคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งอยู่ระหว่างขั้นตอนการออกแบบและการจัดทำตัวอย่าง

2.4 การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต

กลุ่มมีการบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต จะทำการผลิตเมื่อมีคำสั่งซื้อ แล้วแจ้งให้สมาชิกกลุ่มมาช่วยกันผลิตขนมอบ แต่ในภายหลังมีผู้มาช่วยผลิตเพียงสมาชิกในครอบครัวเท่านั้น ในส่วนของที่ตั้งของโรงเรือนที่ต่อเติมจากบ้านอาศัยของ นางสาวมาลินี อดทน ซึ่งอยู่บ้านเลขที่ 54 หมู่ที่ 4 บ้านทรายมูล ตำบลหางดง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

2.5 การบริหารจัดการด้านบุคลากร

กลุ่มแม่บ้านขนมอบเทศบาลตำบลหางดง หมู่ที่ 4 ไม่มีการวางแผนการบริหารจัดการด้านบุคลากร เนื่องจากภายหลังเป็นกิจการของครอบครัวอดทน จึงเป็นการบริหารจัดการแบบครอบครัว คือเมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้า สมาชิกในครอบครัวจำนวน 4-5 คนจะช่วยดำเนินการผลิต ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุภัณฑ์ และจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า และได้ร่วมการอบรมสัมมนาเพื่อนำองค์ความรู้ใหม่มาพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

2.6 การบริหารจัดการด้านการตลาด

กลุ่มมีการจัดหาช่องทางจัดจำหน่ายในลักษณะจำหน่ายให้ผู้บริโภคที่มีคำสั่งซื้อซึ่งมีไม่สม่ำเสมอ ทำให้กลุ่มเสียเปรียบคู่แข่งรายอื่น เนื่องจากไม่มีกลุ่มลูกค้าประจำ และไม่ได้หาช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มเติม



แผนภูมิที่ 5.12 การตลาดของผลิตภัณฑ์นมมอบ ของกลุ่มแม่บ้านขนมอบเทศบาลตำบลหางดง หมู่ที่ 4

2.7 การบริหารจัดการด้านการเงิน

แหล่งที่มาของเงินทุนในการดำเนินการเมื่อเริ่มดำเนินการมาจากการร่วมลงทุนของสมาชิกกลุ่ม จนต่อมาเมื่อมีสมาชิกมาผลิตเพียงสมาชิกในครอบครัวเท่านั้น แหล่งที่มาของเงินทุนจึงเป็นเงินที่มาจากครอบครัวของตน มีการวางแผนการบริหารจัดการด้านการเงินในลักษณะการบริหารแบบครอบครัวคือ จะนำกำไรหลังหักค่าใช้จ่ายมาเป็นค่าใช้จ่ายในครอบครัว และเป็นเงินออมของครอบครัว

2.8 ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจนั้น กลุ่มแม่บ้านขนมอบเทศบาลตำบลหางดง หมู่ที่ 4 ต้องการพัฒนาการต่อไปนี้

- 1) ด้านบรรจุภัณฑ์ กลุ่มต้องการการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและสวยงาม
- 2) ด้านการผลิต กลุ่มวางแผนที่จะยื่นเรื่องขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องหมาย อย. เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค และเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อีกทางหนึ่ง
- 3) ด้านการตลาด เนื่องจากกลุ่มไม่มีช่องทางการจัดจำหน่าย จึงต้องการการสนับสนุนในการหาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก

2.9 ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ผลดำเนินงานกิจการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมอบ กิจการยังคงมีความไม่แน่นอนในความต่อเนื่องที่จะดำเนินธุรกิจต่อไป เนื่องจากยอดขายไม่มีเป็นประจำ และไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มเติม

2.10 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT

ในการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT นั้น ผู้วิจัยและกลุ่มได้ร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

จุดแข็ง

1. มีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า และได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า เนื่องจากมั่นใจในคุณภาพ
2. วัตถุดิบสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียง



จุดอ่อน

1. ยังไม่ได้รับการรับรองและเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ ออ.
2. สถานที่ผลิตไม่เป็นสัดส่วน ขาดความเป็นระเบียบ และยังไม่สะอาดเท่าที่ควร
3. ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและหาช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มเติม

โอกาส

1. ได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เช่น การให้การอบรมการดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ เป็นต้น
2. ลูกค้ามีความพึงพอใจและชื่นชอบรสชาติของสินค้า

ข้อจำกัด

1. การผลิตมีจำนวนจำกัดเพราะตลาดอยู่ในพื้นที่เท่านั้น
2. การผลิตเป็นเพียงอาชีพเสริม
3. ผู้ผลิตยังไม่มีแนวคิดที่จะผลิตเพื่อส่งออกไปยังตลาดนอกพื้นที่

จากการวิเคราะห์ศักยภาพร่วมกัน ผู้วิจัยได้แนะนำตลาดให้กับกลุ่มเพื่อให้กลุ่มไปติดต่อวางจำหน่ายสินค้า เพื่อจะได้ดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง แต่พบว่ากลุ่มไม่สามารถดำเนินการตามแผนที่วางไว้ได้เนื่องจากมีอาชีพอื่นรองรับ ส่วนการทำขนมอบเป็นอาชีพเสริมเท่านั้น ทำให้ไม่มีแรงผลักดันที่จะหาตลาดนอกพื้นที่

3. สินค้าชุมชนรายเดียวของ นางจันทร์แก้ว สาระติ

3.1 ประวัติการก่อตั้ง

ครอบครัวของนางจันทร์แก้ว สาระติ ประกอบอาชีพการทำพริกตากเป็นกิจการสืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยปู่ย่าแล้ว เป็นกิจการที่สร้างรายได้หลักให้แก่ครอบครัวเรื่อยมา ซึ่งวัตถุดิบหลักเป็นวัตถุดิบที่หาได้ในชุมชน และวิธีการในการผลิตเป็นการสืบทอดวิธีการมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายขึ้น

3.2 การตัดสินใจด้านการผลิต

การดำเนินการผลิตนั้น นางจันทร์แก้ว สาระติ และสมาชิกในครอบครัว จะผลิตสินค้าทุกวันเพื่อการจำหน่ายเองและผลิตตามคำสั่งซื้อ ในการผลิต สมาชิกของครอบครัวจะช่วยกันดำเนินงานในขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุภัณฑ์ การจำหน่ายสินค้า การเงินและบัญชี และมีการคัดแยกและตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบก่อนการผลิตและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนการจำหน่ายให้ลูกค้า เพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการสร้างรายได้หลักให้แก่ครอบครัว และเป็นกิจการของครอบครัวมาตั้งแต่บรรพบุรุษซึ่งได้รับการสืบทอดต่อกันมา จึงยังคงเป็นกิจการที่สร้างรายได้หลักให้ครอบครัวจนถึงทุกวันนี้ ในส่วนของวิธีการผลิต เป็นวิธีการที่ได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดต่อกันมา โดยได้ใช้โรงเรือนที่ต่อเติมจากที่พักอาศัย ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 133 บ้านช่างคำ หมู่ 5 ตำบลบ้านแหวน อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

3.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

กิจการไม่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการจำหน่ายจะจำหน่ายตามความต้องการของผู้บริโภค เช่น 2 จีต หรือ 1 กิโลกรัม โดยจะบรรจุในถุงพลาสติกใสและมัดปากถุงให้สนิท อีกทั้งไม่มีฉลากแสดงส่วนประกอบและตราผลิตภัณฑ์ แต่มีการตั้งชื่อสินค้าว่า “พริกตากลุงหมอเมิด” เป็นป้ายติด ณ ร้านจำหน่าย



ภาพที่ 5.21 ผลิตภัณฑ์พริกกลาบ “ลูกหมอมืด”

3.4 การบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิต

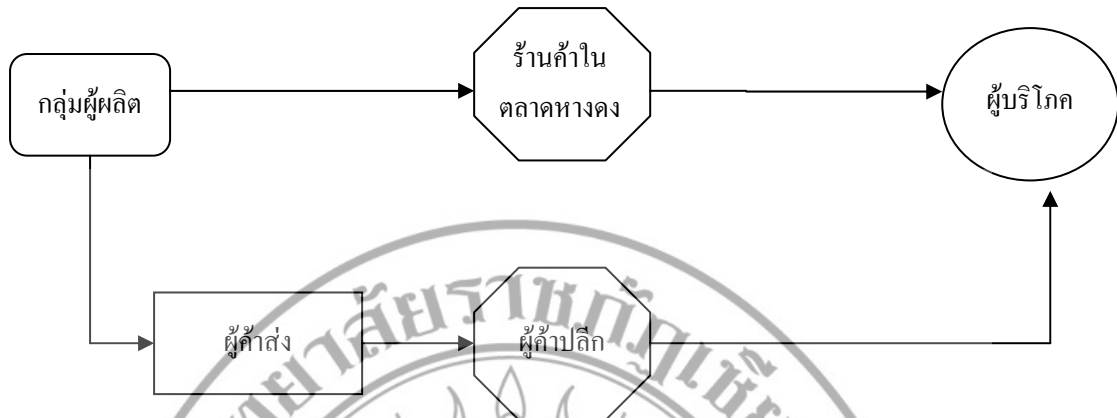
ในการบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิตนั้น นางชั้นแก้ว สาระติ ได้ใช้ทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น และได้ใช้วิธีการผลิตตามการสั่งซื้อของผู้บริโภค โดยผลิตให้มีจำนวนมากกว่าที่มีผู้สั่งซื้อเล็กน้อยเพื่อนำไปขายหน้าร้าน ทั้งนี้เป็นวิธีการขยายการตลาด ซึ่งถือเป็นยุทธศาสตร์ในการขายที่ได้ผล ส่งผลให้ พริกกลาบ “ลูกหมอมืด” มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

3.5 การบริหารจัดการด้านบุคลากร

การดำเนินกิจการของนางชั้นแก้ว สาระติ เป็นกิจการของครอบครัว โดยจะแบ่งหน้าที่ในการดำเนินงานให้แก่สมาชิกในครอบครัว ตามความถนัดและความสามารถของแต่ละคน ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุ การตรวจคุณภาพ การตลาด และการเงินการบัญชี โดยรายได้ที่ได้รับจากกิจการจะถือเป็นรายได้ของครอบครัว

3.6 การบริหารจัดการด้านการตลาด

การตลาดของผลิตภัณฑ์พริกกลาบ “ลูกหมอมืด” จะทำการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าและผลิตเพื่อจำหน่ายเอง โดยจำหน่ายที่ร้านค้าของตนเอง ซึ่ง ตั้งอยู่ในตลาดหางดง และจำหน่ายให้ผู้ค้าส่งเพื่อนำไปจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภค และพบว่าการผลิตเพื่อจำหน่ายเองด้วยนั้น เป็นการขยายการตลาดวิธีหนึ่งด้วย



แผนภูมิที่ 5.13 การตลาดผลิตภัณฑ์ของกิจการของ นางจันทร์ แซ่ดำ

3.7 การบริหารจัดการด้านการเงิน

แหล่งที่มาของเงินทุนในการดำเนินการได้จากเงินลงทุนของครอบครัว มีการวางแผนการบริหารจัดการด้านการเงินในลักษณะการบริหารแบบครอบครัวคือ จะนำกำไรหลังหักค่าใช้จ่ายและเงินทุนในการผลิตครั้งต่อมาเป็นค่าใช้จ่ายในครอบครัว และเงินออมของสมาชิกในครอบครัว ทั้งนี้มีการจัดทำบัญชีเพื่อควบคุมการดำเนินการขึ้นด้วย

ส่วนการกำหนดราคาสินค้า จำหน่ายกิโลกรัมละ 300 บาท คิดเป็นต้นทุนการผลิตกิโลกรัมละ 200 บาท

3.8 ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจนั้น ธุรกิจนี้ต้องการพัฒนาการต่อไปนี้

1) ด้านการผลิต ต้องการความช่วยเหลือโดยการสนับสนุนต้นทุนการผลิต เนื่องจากต้นทุนของวัตถุดิบในปัจจุบันมีราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้การดำเนินงานอาจได้ผลกำไรไม่คุ้มกับต้นทุน

2) ต้องการเครื่องหมายรับรอง อย. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสินค้ามากขึ้น

3.9 ความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ

กิจการพริกอบ “ลุงหมอเม็ค” ยังคงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและยังผลิตสินค้าอื่น เช่น พริกแกง จำหน่ายสมุนไพรที่ใช้เป็นเครื่องปรุง แสดงให้เห็นว่า กิจการสามารถดำเนินต่อไปเป็นรายได้ของครอบครัวอีกทางหนึ่ง

3.10 การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT

ในการวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจด้วย SWOT นั้น ผู้วิจัยและธุรกิจได้ร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

จุดแข็ง

1. มีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า และได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า เนื่องจากมั่นใจในคุณภาพ
2. วัตถุดิบสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียง
3. ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตและถ่ายทอด
4. มีแผนจำหน่ายสินค้าที่ตลาดหางดง ซึ่งเป็นแผงของกิจการเอง
5. ไม่ใช้วัตถุดิบเสีย

จุดอ่อน

1. ยังไม่ได้รับการรับรองและเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ อย.

โอกาส

1. ได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เช่น การให้การอบรมการดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ เป็นต้น
2. ลูกค้ามีความพึงพอใจและชื่นชอบรสชาติของสินค้า

ข้อจำกัด

1. มีคู่แข่งในตลาดจำนวนมาก
2. การผลิตเพื่อจำหน่ายในพื้นที่เท่านั้น
3. การผลิตเป็นการผลิตในครัวเรือน

การวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจของสินค้ารายเดี่ยวของนางจันแก้ว สาระติ พบว่า ธุรกิจนี้มีโอกาสที่จะขยายตลาดได้ เนื่องจากน้ำพริกกลายเป็นอาหารประจำวันของคนภาคเหนือ แต่สินค้าของนางจันแก้ว สาระติ ไม่ใช้วัตถุดิบเสียให้อายุของสินค้าสั้น ซึ่งเป็นข้อดีของสินค้า แต่ทำให้การขยายตลาดเป็นไปได้ยากและนางจันแก้ว สาระติ มีความพึงพอใจต่อการผลิตและการตลาดในปัจจุบัน