



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัย

การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายปลาสลิดบางบ่อผ่านเครือข่าย
วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย

The Marketing Distribution Channel Development for
“Bang Bor Slid Fish” through the community enterprise
network to Thailand Market.

โดย ผศ.ดร. ชัชวารรณ มีทรัพย์ทอง และคณะ
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

31 ตุลาคม 2562

สัญญาเลขที่ RDG61A0016-8

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัย การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายปลาสดบางบ่อผ่านเครือข่าย
วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย
The Marketing Distribution Channel Development for
“Bang Bo Slid Fish” through the community enterprise
network to Thailand Market.

คณะผู้วิจัย

1. ผศ.ดร.ชัชวารวรรณ มีทรัพย์ทอง
2. อาจารย์เกษม พลายแก้ว
3. อาจารย์ ดร.ลั่นทม จอนจวบทรง
4. อาจารย์ ดร.นันทวุฒิ ครุธา

สังกัด

- มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ชุดโครงการวิจัยการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจปลาสดจังหวัดสมุทรปราการ

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

และมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (มฉก.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.และมฉก. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร
Executive Summary

สัญญาเลขที่ RDG61A0016-8

ชื่อโครงการ การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายปลาสดบางบ่อผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย

The Marketing Distribution Channel Development for “Bang Bo Slid Fish” through the community enterprise network to Thailand Market.

หัวหน้าโครงการ: ผศ.ดร.ชัชวาลวรรณ มีทรัพย์ทอง

คณะผู้วิจัย

- 1.อาจารย์เกษม พลายแก้ว
- 2.อาจารย์ ดร.ลั่นทม จอนจวบทรง
- 3.อาจารย์ ดร.นันทวุฒิ ครุธา

หน่วยงานต้นสังกัด : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ระยะเวลาดำเนินการ : 1 ปี (ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2561 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2562)

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติได้ดำเนินการวิจัยภายใต้ชุดโครงการวิจัยนวัตกรรมพัฒนาพื้นที่เพื่อเพิ่มมูลค่าของห่วงโซ่ปลาสดบางบ่อตามยุทธศาสตร์ส่งเสริมสินค้าเกษตรปลอดภัยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จังหวัดสมุทรปราการ ในปี 2561 พบว่าผู้ประกอบการปลาสดในหมู่ 11 ตำบลคลองด่าน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ มี 3 กลุ่ม คือ 1) เกษตรกรผู้เลี้ยงปลาสดอย่างเดียว 2) เกษตรกร ผู้เลี้ยงปลาสดและทำการแปรรูปด้วย 3) กลุ่ม ผู้ประกอบการแปรรูปปลาสดอย่างเดียว โดยซื้อปลามาจากเกษตรกรในพื้นที่และนอกพื้นที่ ทั้งนี้ได้มีกลุ่มเกษตรกรที่ทำการจดทะเบียนในชื่อวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป โดยมีผู้มีอำนาจทำการแทนประกอบด้วย 1. นายปรีชา สมานมิตร และ 2. นายสุธี สมานมิตร โดยมีนายปรีชา สมานมิตรเป็นประธานวิสาหกิจชุมชนฯ พร้อมทั้งยังได้รับการแต่งตั้งให้เป็น ประธานเกษตรกรแปลงใหญ่ ปลาสดอีกด้วย

นายปรีชา สมานมิตรเป็นเกษตรกรรุ่นแรกๆที่ประสบความสำเร็จจากการเลี้ยงปลาสดแบบธรรมชาติตามวิถีชีวิตของชาวบางบ่อ และได้นำพื้นที่ส่วนตัวเปิดเป็นศูนย์การเรียนรู้เพื่ออนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้กับผู้สนใจ มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมเกษตรกรในพื้นที่ให้สามารถเลี้ยงและแปรรูปปลาสดได้เอง โดยไม่ต้องรอพ่อค้าคนกลางมาซื้อแล้วไปแปรรูปจำหน่าย ทำให้เกษตรกรสามารถสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้นเป็นเท่าตัว ประกอบกับข้อมูลจากสำนักงานประมงจังหวัดสมุทรปราการพบว่า ปี 2556 มีจำนวนเกษตรกร 1,010 ราย ปี 2557 มีจำนวน 568 ราย ปี 2558-2559 มีจำนวน 609 ราย และล่าสุดข้อมูล วันที่ 26 กันยายน 2561 มี

จำนวน 416 ราย อยู่ในพื้นที่อำเภอบางบ่อ 257 ราย อำเภอเมือง 130 ราย อำเภอบางพลี 23 ราย และอำเภอบางเสาธง 6 ราย แสดงให้เห็นถึงจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาสดในจังหวัดสมุทรปราการที่กำลังลดอย่างมีนัยสำคัญ

ทีมวิจัยจึงมุ่งทำการศึกษาสภาพการณ์การบริหารจัดการองค์การของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป และได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยไว้ 3 ประการ คือ 1. ศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการองค์การของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป 2. พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูปเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3. นำเสนอแนวทางการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อ และแปรรูปผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า สภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป พบว่า วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนโดยเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาสดในจังหวัดสมุทรปราการและมีสมาชิกกลุ่มเป็นทั้งผู้เลี้ยงและผู้แปรรูป (ต้นน้ำและกลางน้ำ) วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูปมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนกลุ่มเกษตรกรเลี้ยงปลาสดแปลงใหญ่ของจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีเป้าหมายในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป คือ การสืบทอด อาชีพการเลี้ยงปลาสดและการแปรรูปแบบภูมิปัญญาดั้งเดิมของอำเภอบางบ่อแบบรุ่นสู่รุ่น และเพื่อเสริมสร้างรายได้และการมีเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับสมาชิกด้วยการส่งมอบอาหารปลอดภัยให้กับผู้บริโภค เน้นการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติเป็นส่วนประกอบรักษาคุณภาพ ความสะอาด รสชาติที่ดี และจำหน่ายสินค้าในราคายุติธรรมต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งนับว่าเป็นเจตนารมณ์การดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม สิ่งแวดล้อม และต่อโจทย์ทางเศรษฐกิจ ตามหลักการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม แต่ทว่าการดำเนินงานที่จะให้ไปถึงเป้าหมายดังกล่าวได้ จำเป็นต้องมีเงินทุนในการประกอบการระดับหนึ่ง ซึ่งในปัจจุบันวิสาหกิจฯยังคงขาดเงินทุนที่จะทำให้เกิดกระบวนการกลุ่มที่มีศักยภาพตามเจตนารมณ์เบื้องต้น ผลลัพธ์ในการดำเนินงานจึงยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูปเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการถอดบทเรียนจากวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ พบว่าวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ 3 กลุ่ม คือ วิสาหกิจชุมชนชาลิวรรณ วิสาหกิจชุมชนปลานิลแปลงใหญ่ ต.ท่าข้าม จ.ชลบุรี และกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์สนามชัยเขต จ.ฉะเชิงเทรา มีปัจจัยเรื่องภาวะผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่ม ผู้นำควรมีวิสัยทัศน์ในระยะยาว และมองหาโอกาสในทุกสถานการณ์

การเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้วยการจัดประชุมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกและนำมาพัฒนากลุ่มอย่างจริงจัง จะทำให้กลุ่มเกิดพลังในการขับเคลื่อนได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งเป็นประเด็นที่กลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปครุฑนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มอันจะทำให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินงาน และมีพลังในการขับเคลื่อนกลุ่มได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ปัจจัยด้านการเงินเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินงาน แรงจูงใจทางการเงินทำให้สมาชิกมีขวัญและกำลังใจที่ดี การจัดหาเงินทุน การบริหารเงินอย่างโปร่งใส และการแบ่งปันผลกำไรที่ยุติธรรมระหว่างสมาชิกจะสามารถสร้างความไว้วางใจระหว่างกลุ่ม (ที่มา กลุ่มปลานิลแปลงใหญ่ ต.ท่าข้าม/กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์สนามชัยเขต/กลุ่มวิสาหกิจพลาสติกชาลิวรรณ) หากขาดเงินทุนในการดำเนินการธุรกิจไม่สามารถอยู่รอดได้

การนำเสนอแนวทางการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อ และแปรรูปผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปยังไม่เคยดำเนินการจัดจำหน่ายในนามวิสาหกิจชุมชนมาก่อน และผลิตภัณฑ์พลาสติกบางบ่อที่ผู้บริโภคนิยมรับประทาน คือ พลาสติกแตกเดี่ยว และพลาสติกหอม ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจฯมีศักยภาพในการผลิต เนื่องจากมีผู้แปรรูปพลาสติกแตกเดี่ยว และพลาสติกหอมอยู่ในกลุ่มแต่ปัจจุบันยังมีปัญหาในเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บกลิ่นและยืดอายุสินค้าให้อยู่ได้นานๆ ทำให้การจัดส่งสินค้าเกิดอุปสรรคในเรื่องการเก็บกลิ่นและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ปลายทาง ถึงแม้ว่าจะมีผู้ประกอบการบางรายในอำเภอบางบ่อ ใช้ระบบสุญญากาศในการบรรจุภัณฑ์มาเป็นทางเลือก ซึ่งสามารถเก็บกลิ่นได้ดีแต่ยังไม่สามารถยืดอายุของสินค้าได้นานพอสำหรับการจัดส่งที่ต้องใช้เวลาหลายวัน และวิสาหกิจชุมชนชาลิวรรณ ซึ่งจัดจำหน่ายพลาสติกแตกเดี่ยวทั้งแบบทอดแล้วและยังไม่ได้ทอด ได้ปรึกษากับผู้วิจัยถึงการพัฒนาถุงกระดาษเก็บพลาสติกที่สามารถรักษาความเย็นไว้ได้นานเพื่อการจัดส่งพลาสติกแตกเดี่ยวแบบไม่ทอดให้กับผู้รับปลายทางที่อยู่ต่างจังหวัด ซึ่งบรรจุภัณฑ์เก็บความเย็นในลักษณะนี้ อาจเป็นนวัตกรรมของบรรจุภัณฑ์พลาสติกในอนาคต แต่อย่างไรก็ตาม การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ มีต้นทุนในการซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักร เกษตรกรบางรายที่ยังไม่มีความพร้อมทางการเงิน จึงยังใช้บรรจุภัณฑ์แบบเก่า (ใส่ถุงกระดาษและใช้ถุงพลาสติกห่อมัดปากอีกชั้น) ผู้วิจัยในฐานะผู้ที่สังกัดในสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งเป็นแหล่งความรู้และเทคโนโลยี จึงขอเสนอภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเอกชน มีการร่วมมือกันเพื่อคิดค้นบรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยสามารถใช้วัสดุอุปกรณ์มีราคาไม่แพงมากนักให้กับผู้ประกอบการพลาสติกบางบ่อ ซึ่งจะทำให้สามารถขยายตลาดและการจัดส่งไปได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำร่องช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบต่างๆ 4 รูปแบบด้วยกัน คือ 1. การจัดจำหน่ายร่วมกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในต่างพื้นที่ 2. การจัดจำหน่ายผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด 3. การจัดจำหน่ายในงานสินค้าเกษตรอินทรีย์ และ 4. การจัดจำหน่ายที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ พบว่า การจัดจำหน่ายร่วมกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในต่างพื้นที่ มีความเป็นไปได้ค่อนข้างน้อย เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ เป็นการรวมตัวของธุรกิจในระดับชุมชนเพื่อจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นตนเอง การจัดจำหน่ายเป็นการไปร่วมออกแสดงสินค้าตามงานต่างๆ หรือ การจัดจำหน่ายตามตลาดท้องถิ่น จึงยังไม่พร้อมที่จะรวมตัวกันเป็นเครือข่ายเพื่อจำหน่ายสินค้าของพันธมิตรเครือข่าย อีกทั้งอาจกล่าวได้ว่าวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ ก็กำลังกระเสือกกระสนกับการหาช่องทางการกระจายสินค้าเพื่อให้เกิดรายได้อยู่เช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงยังไม่ต้องการจะสร้างความร่วมมือกับชุมชนในพื้นที่อื่น เพราะเป็นการเพิ่มภาระให้กับผู้ประกอบการแต่อย่างใดก็ตาม ผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่ามีวิสาหกิจชุมชนบางรายที่ผู้นำเป็นคนรุ่นใหม่ มีวิสัยทัศน์ทางการตลาดแบบก้าวหน้า จึงสนใจที่จะร่วมมือเป็นเครือข่ายเพื่อการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกัน คือ วิสาหกิจชุมชนมะดันแปรรูป จ.นครนายก ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อทดลองจัดจำหน่ายในระยะต้นได้ ซึ่งผู้นำของคือ วิสาหกิจชุมชนมะดันแปรรูป จ.นครนายก ได้ตกลงที่จะร่วมมือดำเนินงานร่วมกันต่อไปในอนาคต หากมีกิจกรรมเพิ่มเติม

ในด้านการจัดจำหน่ายผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการสามารถนำสินค้าจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในประเทศไทยได้ทั่วถึงทุกภูมิภาค แต่ในเบื้องต้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ โดยเฉพาะผู้ประกอบการต้นน้ำที่ต้องการผันมาเป็นผู้แปรรูป ยังขาดความรู้เรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ผ่านระบบดิจิทัล ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ การเก็บเงินออนไลน์ และอื่นๆ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติควรให้การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการโดยการจัดอบรมวิธีการจัดจำหน่ายออนไลน์ โดยอาจจัดอบรมร่วมกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด หรือ จัดอบรมให้ความรู้ด้านการขายออนไลน์ให้กับผู้ประกอบการเป็นระยะๆ เนื่องจากผู้ประกอบการต้นน้ำยังขาดความรู้พื้นฐานด้านการขายออนไลน์ และการใช้โซเชียลมีเดียมากกว่ากลุ่มผู้ประกอบการแปรรูปซึ่งเป็นกลุ่มกลางน้ำ

การจัดจำหน่ายในงานสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อสุขภาพที่ตลาดบองมาเซ่ ถนนประชาชื่น กรุงเทพมหานคร ในงาน Green Everyday : เย็บ มัด กลัด ร้อย เป็นโอกาสที่ได้สัมผัสกับกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ แต่น่าเสียดายที่ผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์พลาสติก

บางบ่อและแปรรูปไม่สามารถเดินทางไปออกบูธได้ด้วยตนเอง มีเพียงทีมคณะนักวิจัยที่ต้องไปนำเสนอผลิตภัณฑ์แทนผู้ประกอบการ และคอยตอบข้อซักถามต่างๆ จึงทำให้ได้ข้อสรุปว่า ปลาสดเป็นที่สนใจของผู้บริโภคเนื่องจากเป็นอาหารที่ได้โปรตีนจากปลา ย่อยง่าย แต่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ต้องการข้อมูลที่ชัดเจนมากกว่ารสชาติ เช่น ส่วนผสม วิธีการปรุง ที่มาของวัตถุดิบต่างๆ เช่น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะถามว่า ใช้น้ำมันอะไรในการทอด ปลาเลี้ยงแบบไหน ให้อาหารปลาสำเร็จรูปหรือเปล่า วิธีการตากปลาเป็นอย่างไร ถูกสุขอนามัยหรือไม่ ทำไมไม่มีวันที่ผลิตและวันหมดอายุ เครื่องหมาย ออ.มี.ไหม ฯลฯ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจปลาสดบางบ่อและแปรรูปไม่มีข้อมูลที่ชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคที่สนใจในตอนแรกตัดสินใจไม่ซื้อสินค้า จึงสรุปได้ว่า ข้อมูลและมาตรฐานที่ชัดเจนเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับตลาดทางเลือกสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อสุขภาพ หากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป สามารถปรับปรุงสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ จะได้รับการยอมรับและเป็นการเปิดช่องทางการตลาดทางเลือกเพิ่มขึ้นอีก 1 ช่องทาง

การจัดจำหน่ายที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมีบุคลากรในวิทยาเขตบางนา จำนวน 1,000 คน มีจำนวนนักศึกษาทั้งสิ้น รวม 7,383 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 10 กันยายน 2562 จากสำนักทะเบียนและประมวลผล) นับได้ว่ามหาวิทยาลัยสามารถเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีศักยภาพสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป จากการวิจัยเชิงปฏิบัติการด้วยการทดลองจัดจำหน่ายที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มียอดรายได้จากการจำหน่ายที่หน้าอาคารอำนวยการ ถึง 20,000 กว่าบาทในระยะเวลาเพียง 10 วัน และยังมียอดการสั่งซื้อแบบให้นำมาส่งถึงมือจากบุคลากรอยู่ไม่น้อย โดยเฉพาะช่วงเทศกาลปีใหม่มีการสั่งซื้อมากเป็นพิเศษเพราะจะนำไปฝากครอบครัวญาติพี่น้อง นอกจากนี้ทางมหาวิทยาลัยเอง ยังได้สั่งปลาสดอบกรอบจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป มาเป็นของขวัญระลึกในงานมหาวิทยาลัยไทยยั่งยืนเพื่อมอบให้แก่คณะกรรมการบริหารจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ทำให้เกิดกระแสการสั่งซื้อติดตามมาจากผู้เข้าร่วมประชุมอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย สำหรับรูปแบบการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายแบบธุรกิจสู่ธุรกิจ (B2B) นี้เป็นอีกช่องทางที่มีศักยภาพและนำมาสู่การขยายฐานลูกค้าในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และควรจะดำเนินการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายแบบนี้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ทำการติดต่อกับ Modern Trade ที่จัดจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรเพื่อผู้บริโภค เช่น เลมอน ฟาร์ม, ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต ทำให้ได้ข้อมูลการเก็บ

ค่าธรรมเนียมสำหรับการนำสินค้าไปจัดจำหน่าย ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่สูงสำหรับผู้ประกอบการระดับ
วิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปจำหน่ายได้ ต้องมีเครื่องหมาย ออย. ซึ่งผลิตภัณฑ์ของ
วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป ยังไม่มีเครื่องหมายดังกล่าว ช่องทางการจัด
จำหน่ายผ่าน Modern Trade จึงยังไม่เหมาะสำหรับวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก เนื่องจากต้องการ
ระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสูง ทั้งในด้านการผลิต การขนส่ง การเงิน และการ
วางแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์



คำนำ

รายงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายพลาสติกบางบ่อผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยทำทนายไทยกลุ่มเรื่องนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาพื้นที่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (มฉก.) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานภายหลังการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มและทำการพัฒนาการปรับปรุงการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปผ่านโครงการวิจัย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายพลาสติกบางบ่อผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนไปยังพื้นที่ต่างๆ ของประเทศไทย

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานวิจัยฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงพลาสติก(ต้นน้ำ) ผู้แปรรูปและผู้จัดจำหน่าย(กลางน้ำและปลายน้ำ) หน่วยงานราชการในจังหวัดสมุทรปราการที่เกี่ยวข้อง นักวิจัย นักวิชาการ และผู้สนใจทั่วไป

คณะผู้วิจัย

ตุลาคม 2562

บทคัดย่อ

ปลาสดิบางบ่อ จัดเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสมุทรปราการ ดังที่ปรากฏอยู่ในคำขวัญประจำจังหวัดสมุทรปราการที่ว่า “ป้อมยุทธนาวี พระเจดีย์กลางน้ำ ฟาร์มจระเข้ใหญ่ งามวิไลเมืองโบราณ สงกรานต์พระประแดง ปลาสลิดแห้งรสดี ประเพณีรับบัว ครบถ้วนทั่วอุตสาหกรรม” อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป พื้นที่ทางการเกษตรของจังหวัดสมุทรปราการลดน้อยลงจากการขยายตัวของชุมชนเมืองและอุตสาหกรรม ปัญหาเรื่องสภาพน้ำ และอื่นๆที่ส่งผลให้จำนวนเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงปลาสลิดบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการมีจำนวนลดน้อยลงอย่างน่าเป็นห่วง ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการองค์การของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสลิดบางบ่อและแปรรูป เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสลิดบางบ่อและแปรรูปเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสลิดบางบ่อและแปรรูปผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อให้เกษตรกรผู้เลี้ยงและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสลิดบางบ่อและแปรรูปได้เริ่มดำเนินการผลิตสินค้าร่วมกันและทำการจัดจำหน่ายปลาสลิดบางบ่อผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน อันจะทำให้เกิดรายได้ที่เป็นธรรม งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสลิดและแปรรูป อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวนสมาชิก 8 ราย เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักและเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรที่สอดคล้องกับการวิจัยสามารถให้ข้อมูลในระดับลึกได้ ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสลิดบางบ่อและแปรรูป พบว่า สภาพในปัจจุบันจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงและแปรรูปปลาสลิดบางบ่อ เริ่มลดจำนวนลง เหลือเพียง 30 กว่ารายในปีนี้ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่เป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสลิดบางบ่อและแปรรูป มีผู้ประกอบการที่จัดอยู่ในห่วงโซ่ปลาสลิดนับตั้งแต่ต้นน้ำที่เป็นเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยง กลางน้ำคือผู้แปรรูป และปลายน้ำคือผู้จัดจำหน่าย การเพาะเลี้ยงเน้นการเพาะเลี้ยงปลาสลิดตามแนวเกษตรธรรมชาติใช้อาหารจากธรรมชาติเป็นหลัก ซึ่งเป็นวิธีการดั้งเดิมของชาวอำเภอบางบ่อรวมถึงการแปรรูปด้วยวิธีฝัดซึ่งแตกต่างจากการแปรรูปในพื้นที่อื่นๆ ที่ใช้การดองปลาในน้ำเกลือ ทำให้ปลาสลิดบางบ่อมีเนื้อแห้งและไม่มีการคลุกรุนแรง อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสลิดบางบ่อและแปรรูป

รูปประสบปัญหาเรื่องเงินทุนสำหรับการพัฒนาการดำเนินการ เนื่องจากสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่ประกอบไปด้วยสมาชิกเกษตรกรต้นน้ำมีเงินทุนน้อย จึงขาดความพร้อมในเรื่องเงินทุน ในงานวิจัยนี้จึงได้นำผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกกลุ่มช่วยกันผลิตขึ้นมาทดลองจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบต่างๆ โดยได้ทำการจัดจำหน่ายร่วมกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในต่างพื้นที่(B2B) การจัดจำหน่ายผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์(B2B) และการจัดจำหน่ายที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ภายหลังจากการทดลองจัดจำหน่ายพบว่า การจัดจำหน่ายการจัดจำหน่ายผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพมากกว่าช่องทางอื่นๆ เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในประเทศไทยได้ทั่วถึงทุกภูมิภาค โดยเฉพาะผู้ประกอบการต้นน้ำที่ต้องการเปลี่ยนมาเป็นผู้แปรรูป แต่ยังพบปัญหาเรื่องการขาดความรู้เรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังได้ถอดบทเรียนจากวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ 3 กลุ่ม พบว่าผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่ม โดยผู้นำคือแกนนำหลักในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่ม รวมถึงการหาทุนสนับสนุนการดำเนินงาน และการหาช่องทางในการจัดจำหน่าย

Abstract

Pla Slid Bang Bo is a famous agricultural product of Samuth Prakan Province, as shown in the motto of Samut Prakan Province “Marine Battle Fortresses, Chedi in the Water, Crocodile Farm, Exquisite Ancient City, Phra Pradaeng Songkran Festival, Tasty Dried Snakeskin Gourami, Rap Bua Festival, Industrial Estate” However, due to the changing environment The agricultural area of Samut Prakan Province is reduced according to the expansion of urban and industrial communities, water condition and others problem resulting in the number of farmers raising the Bang Bo snakeskin gourami fish Samut Prakan province has decreased dramatically. The purpose of this qualitative research is to study the current state of organization management of Bang Bo Snakeskin Gourami Processing Community Enterprise , to develop a model for community enterprise management to preserve Bang Bo Snakeskin Gourami and transform them to able to operate efficiently, and to present guidelines for managing the distribution channels of the Bang Bo Snakeskin Conservation Community Enterprise and transformed through a network of community enterprises in various areas of Thailand . The samples used in the study are community enterprise consisting of 8 members which operates Bang Bo Snakeskin Gourami by being farmers and processors of snakeskin gourami conservation and processing enterprise group Bang Bo in Bang Bo District. The representative of the population in accordance with the research can provide information in the deep of the results of the current state of management of the Bang Bo snakeskin gourami conservation and community enterprise. We find that at present the number of farmers raising and processing Bang Bo snakes began to reduce to just over 30 people this year. There are group members both the shepherd and the processor. In which the Bang Bo snakeskin gourami conservation and processing community enterprise plays an important role in driving a large plots of snakeskin gourami farmers in Samutprakan

Province. The aim of Bang Bo Snakeskin Gourami Conservation Community Enterprise and Processing is to conserve on Snakeskin Gourami Farming and Traditional Wisdom Generation from generation to generation . The farmers raising and processing snakeskin gourami fish, Bang Bo District, use traditional wisdom with natural ingredients as components and sell the products at fair prices to manufacturers and consumers. The group consists mainly of upstream farmers, therefore, and there is not much capital to be used in business development. The lack of funding factors is a fundamental problem for the snakeskin gourami farmers as a whole. In this research, the researchers have used the distribution channels in various forms as follows, namely, distributing together with community enterprise networks in different areas. Distribution through the Thai Post Company Limited Distribution, in organic products market , and distribution at Hua Chiew Chalermprakiet University. The distribution through Thai Post Company Limited is a way that entrepreneurs can distribute products to consumers in Thailand in all regions. But in the beginning, most of entrepreneurs, especially upstream entrepreneurs who want to transform into processors are still lack of knowledge about digital platform that it is an obstacle to the development in the online distribution channels. In addition, the research team have studied from three successful community enterprises and found that leadership is an important factor in the success of the group's operations. The group of Bang Bo Conservation and Processing Enterprises should be adapted for the group's operations, which will lead their group to operational success and have the power to drive the group better. In addition, the funding is an urgent problem for the conservation of Bang Bo snakeskin gourami so that the farmers can preserve the traditional careers of this area.

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
คำนำ	ช
บทคัดย่อ	ซ
ABSTRACT	ญ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูป	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมา หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
1.3 คำถามการวิจัย	4
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	5
1.6 แผนงานของโครงการ	6
1.7 เป้าหมายของผลผลิต (output) และตัวชี้วัด	7
1.8 เป้าหมายผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impact)	7
1.9 การบูรณาการการวิจัยกับการเรียนการสอน และหรือการบริการวิชาการ	8
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดการพัฒนาย่างยั่งยืน	9
2.2 ทฤษฎีองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning organization)	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเปรียบเทียบ Benchmarking	10
2.4 แนวคิดการวิจัยเพื่อท้องถิ่น	13
2.5 แนวคิดวิสาหกิจชุมชน	14
2.6 การตลาดของวิสาหกิจชุมชน	19
2.7 แนวคิดเรื่องตลาดทางเลือก	19
2.8 แนวคิดด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบประสมประสาน	20
2.9 แนวคิดการจัดการช่องทางการตลาด	21
2.10 แนวคิดการจัดการตลาด แบบ B2B, B2C และ C2C	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.11 แนวคิดการจัดการการตลาดแบบ B2C (Business-to-Consumer)	22
2.12 แนวคิดการจัดการการตลาดแบบ C2C (Consumer-to-Consumer)	23
2.14 แนวคิดการกำกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ด้วยเครื่องหมาย อย.	23
2.15 แนวคิดเครือข่ายในภาคธุรกิจ	24
2.16 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	30
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	30
3.2 วิธีการเก็บข้อมูล	30
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	31
3.4 การดำเนินงานศึกษาวิจัย	31
3.5 คุณภาพการวิจัย	34
บทที่ 4 ผลการวิจัย	36
4.1 ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ ปลาสดบางบ่อและแปรรูป	39
4.2 การถอดบทเรียนจากวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ 3 กลุ่ม คือ วิสาหกิจ ชุมชนชาลิวรรณ วิสาหกิจชุมชนปลานิลแปลงใหญ่ ต. ท่าข้าม จ.ชลบุรี และ กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์สนามชัยเขต จ.ฉะเชิงเทรา	56
4.3 การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายปลาสดบางบ่อในพื้นที่ต่างๆของ ประเทศไทย	66
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	85
5.1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการองค์การของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ ปลาสดบางบ่อและแปรรูป	85
5.2 พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและ แปรรูปเพื่อให้ สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	86
5.3 นำเสนอแนวทางการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชน อนุรักษ์ปลาสดบางบ่อ และแปรรูปผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศไทย	89
5.4 ข้อเสนอแนะ	92

สารบัญ (ต่อ)

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

หน้า

94



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	แผนงานโครงการ	6
1.2	เป้าหมายของผลผลิตและตัวชี้วัด	7
1.3	การพัฒนาโครงการแปลงใหญ่พลาสติก จ.สมุทรปราการ	43
1.4	การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน พลาสติกในจังหวัดสมุทรปราการ	61
1.5	การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน อนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป	64
1.6	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพความพร้อมในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ในการจัดจำหน่ายร่วมกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	72
1.7	ผลประกอบการจากการทดลองจัดจำหน่ายที่อาคารอำนวยการ	82
1.8	เปรียบเทียบสัดส่วนการขายสินค้า	82

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย	5
1.2	สถานที่ดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางป่อและแปรรูป	37
1.3	กรอบการวิจัย	38
1.4	วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางป่อและแปรรูป	40
1.5	การดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	50
1.6	โครงสร้างการทำงานของกลุ่ม	51
1.7	การประชุมกลุ่ม	54



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา หลักการและเหตุผล

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ได้จัดทำบนพื้นฐานของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ซึ่งเป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศ และด้วยเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนทุกระดับ โดยที่ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ 3 ด้านการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนนั้น ให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งเพื่อมุ่งให้เศรษฐกิจขยายตัวอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน อีกทั้งให้ความสำคัญกับการสร้างเสริมศักยภาพชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้วยการส่งเสริมให้เกิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ด้วยกระบวนการวิจัยถ่ายทอดองค์ความรู้ในชุมชนนำไปสู่การแก้ไขปัญหาในพื้นที่และต่อ ยอดองค์ความรู้สู่เชิงพาณิชย์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560, ออนไลน์) ซึ่งกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาเกษตรกรสู่ความเข้มแข็ง จึงได้จัดให้มีแนวทางการบริหารจัดการวิสาหกิจเกษตรแปลงใหญ่ (Mega Farm Enterprise) เพื่อยกระดับรายได้เกษตรกรดำเนินการโดยใช้ศักยภาพทุกภาคส่วนมาสนับสนุนเกษตรกรที่ยังเป็นเจ้าของที่ดิน ด้วยการหาช่องทางรับซื้อผลผลิตหรือร่วมลงทุนและให้ข้อมูลการตลาดกับเกษตรกร จัดอบรมวิธีการทำเกษตรสมัยใหม่และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นธรรม ตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมและพัฒนาระบบเกษตรพันธสัญญา พ.ศ. 2560

อำเภอบางบ่อ เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดสมุทรปราการ มีชื่อเสียงด้านการเลี้ยงและการแปรรูปพลาสติก ผู้เลี้ยงพลาสติกของอำเภอบางบ่อนิยมเลี้ยงในเชิงพาณิชย์โดยใช้ภูมิปัญญาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2510 เนื่องจากสภาพภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวย มีน้ำกร่อย มีพันธุ์หญ้า เฉพาะถิ่น เช่น หญ้าทรงกระเทียม หญ้าแพรกน้ำเค็ม หญ้าปล้อง ซึ่งพันธุ์หญ้าเหล่านี้เป็นอาหารอย่างดี เป็นเกษตรกรที่ประกอบอาชีพเลี้ยงพลาสติกแบบภูมิปัญญา โดยเลี้ยงแบบธรรมชาติในบ่อดิน เกษตรกรกลุ่มนี้มีแนวทางการพัฒนารูปแบบการเลี้ยงพลาสติกด้วยการใช้นวัตกรรมและภูมิปัญญาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ที่ตั้งมั่นบนพื้นฐานทางสายกลาง

คำนึงถึงความ พอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ, 2550, น. 12) ลักษณะพิเศษของพลาสติกบางบ่อ เป็นปลาโตเร็ว ตัวแบนอ้วนสีดำเข้ม เมื่อแปรรูปแล้วเนื้อมีลักษณะเหนียวส้อมชมพูและมีรสชาติดี ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคจนกระทั่งชาวอำเภอบางบ่อได้นำมาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มหลากหลายรูปแบบ อาทิ พลาสติกแดดเดียว พลาสติกหอม พลาสติกทอดไร้กาก พลาสติกอบกรอบ น้ำพริกพลาสติก บั๊นลึบพลาสติก เป็นต้น ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคจนกระทั่งถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งของคำขวัญจังหวัดสมุทรปราการ ที่ว่า “บ่อมยุรนาวิ พระเจดีย์กลางน้ำ ฟาร์มจระเข้ใหญ่ งามวิไลเมืองโบราณ สงกรานต์พระประแดง พลาสติกแห่งรสดี ประเพณีรับบัว ครบถ้วนทั่วอุตสาหกรรม”

การแปรรูปพลาสติก ในอำเภอบางบ่อ มีการแปรรูปพลาสติกแห้ง 2 ชนิด คือ พลาสติกแดดเดียวและพลาสติกหอม โดยเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านเพื่อถนอมอาหารให้เก็บไว้ได้นานขึ้น วิธีการคือนำพลาสติกมาตัดหัว ควักไส้แล้วใช้เกลือหมักดองเพื่อป้องกันการเน่าเสีย หลังจากนั้นนำไปตากเพื่อไล่น้ำออก ซึ่งในการนำเกลือมาหมักดองนั้น มี 2 ลักษณะ คือ การผัดเกลือ และการดองด้วยน้ำเกลือ ซึ่งการผัดเกลือจะเป็นวิธีการที่ทำกันมาส่วนใหญ่ในอดีตโดยเฉพาะพลาสติกหอม เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์และภูมิปัญญาเฉพาะถิ่นที่สืบทอดกันมาของอำเภอบางบ่อ ด้วยการใช้สูตรเฉพาะของชาวอำเภอบางบ่อแปรรูปจากพลาสติกสด เป็น “พลาสติกหอม” ซึ่งเป็นที่ยอมรับในคุณภาพและมีชื่อเสียงไปทั่วประเทศ และในปัจจุบันยังไม่มีจังหวัดใดผลิตพลาสติกหอมได้รสชาติดีเหมือนกับพลาสติกหอม ของอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ พลาสติกหอมจึงเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่สำคัญของพื้นที่นี้ (วิมลฉวี รื่นญาติ, สัมภาษณ์)

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติและคณะบริหารธุรกิจ ได้ดำเนินการวิจัยภายใต้ชุดโครงการวิจัยนวัตกรรมพัฒนาพื้นที่เพื่อเพิ่มมูลค่าของห่วงโซ่พลาสติกบางบ่อตามยุทธศาสตร์ส่งเสริมสินค้าเกษตรปลอดภัยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จังหวัดสมุทรปราการ ในปี 2561 พบว่าผู้ประกอบการพลาสติกในหมู่ 11 ตำบลคลองด่าน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ มี 3 กลุ่มคือ 1) เกษตรกรผู้เลี้ยงปลาสดอย่างเดียว 2) เกษตรกร ผู้เลี้ยงปลาสดและทำการแปรรูปด้วย 3) กลุ่มผู้ประกอบการแปรรูปพลาสติกอย่างเดียว โดยซื้อปลาจากเกษตรกรในพื้นที่และนอกพื้นที่ ทั้งนี้ได้มีกลุ่มเกษตรกรที่ทำการจดทะเบียนในชื่อวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป โดยมีผู้มีอำนาจทำการแทน ประกอบด้วย 1. นายสุธี สมานมิตร และ 2. นายปรีชา สมานมิตร แต่ยังคงขาดระบบในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปที่ชัดเจน

สมาชิกแต่ละรายยังคงประกอบธุรกิจพลาสติกภายใต้รูปแบบธุรกิจครอบครัวและมีลักษณะต่างรายต่างดำเนินการ ขาดการรวมตัวกันเพื่อบริหารให้วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปที่จัดตั้งขึ้นมีความเข้มแข็ง เพื่อให้สามารถสืบทอดภูมิปัญญาในการเลี้ยงและแปรรูปพลาสติกที่มีชื่อเสียงของตำบลคลองด่าน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และเพื่อให้เกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ อาทิ การกระจายรายได้สู่สมาชิกและชุมชน การพัฒนาช่องทาง การจัดจำหน่ายในรูปแบบเครือข่ายพันธมิตรและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจะสามารถลดผลกระทบในด้านจำนวนเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงพลาสติกที่มีจำนวนลดลงเรื่อยๆ ทุกปี จากข้อมูลสำนักงานประมงจังหวัดสมุทรปราการพบว่า ปี 2556 มีจำนวนเกษตรกร 1,010 ราย ปี 2557 มีจำนวน 568 ราย ปี 2558-2559 มีจำนวน 609 ราย และล่าสุดข้อมูล วันที่ 26 กันยายน 2561 มีจำนวน 416 ราย อยู่ในพื้นที่อำเภอบางบ่อ 257 ราย อำเภอเมือง 130 ราย อำเภอบางพลี 23 ราย และอำเภอบางเสาธง 6 ราย

ดังนั้นทีมวิจัยจึงเห็นสมควรที่จะทำการศึกษาสภาพการณ์การบริหารจัดการองค์การของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป โดยเริ่มจากการสำรวจข้อมูลสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป ว่าประกอบไปด้วยผู้ประกอบการรายใดบ้าง จัดกลุ่มแบ่งประเภท เป็นผู้ประกอบการที่เลี้ยงพลาสติกและ/หรือแปรรูปพลาสติก ขนาดพื้นที่ที่ใช้ ลักษณะของสินค้าของแต่ละราย ช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน เพื่อความรู้จักและเข้าใจสมาชิกแต่ละรายได้อย่างทั่วถึง ก่อนที่จะเริ่มสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานร่วมกัน ด้วยการจัดโครงสร้างการทำงานที่เหมาะสม การแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบ การพัฒนาระบบงานการทำการ และการสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. ศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการองค์การของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป
2. พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. นำเสนอแนวทางการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลา สลิดบางป่อและแปรรูปผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย

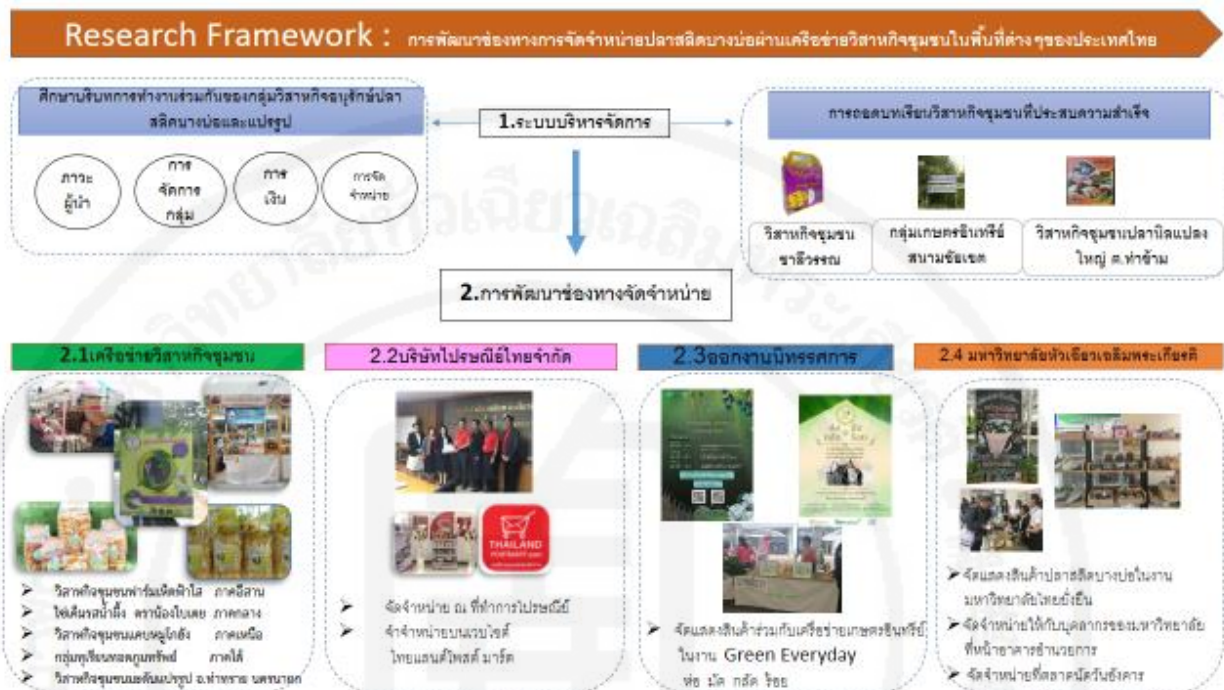
1.3 คำถามวิจัย

1. ในปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลา สลิดบางป่อและแปรรูปมีสมาชิกทั้งหมด กี่ราย มีความสัมพันธ์และมีการร่วมมือเพื่อดำเนินงานร่วมกันในด้านใดบ้าง
2. เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลา สลิดบางป่อและแปรรูป สามารถดำเนินการ ได้อย่างประสบความสำเร็จผ่านการมีส่วนร่วมของสมาชิก ควรจะมีการพัฒนา โครงสร้างองค์การในรูปแบบใด ระบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทของ ชุมชนควรเป็นอย่างไร
3. การกระตุ้นให้เกิดการกระจายรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลา สลิดบางป่อ และแปรรูป ผ่านการสร้างความสัมพันธ์กับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ควร มี กระบวนการเช่นไรจึงจะเหมาะสมและประสบความสำเร็จ

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน หมายถึง เครือข่ายทางสังคมในระดับบุคคล ระดับองค์การที่มี การแลกเปลี่ยนสัมพันธ์กันตามกฎหมายเกณฑ์ที่ตั้งไว้ร่วมกัน หรือเพื่อให้สามารถช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทรัพยากร ส่งผลให้เกิดการเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนิน ธุรกิจทั้งแก่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือตั้งแต่สองฝ่ายขึ้นไป

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.6 แผนงานของโครงการ

ตารางที่ 1.1 ระยะเวลาวิจัยเริ่มวันที่ 1 พฤศจิกายน 2561–31 ตุลาคม 2562 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 1 ปี

ขั้นตอนดำเนินงาน	เดือน											
	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
	61	61	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
1. จัดเตรียมโครงการวิจัย	←→											
2. พบปะสมาชิกและ แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากวิสาหกิจ ชุมชนที่ประสบความสำเร็จใน การดำเนินงาน				←→								
3. ทาหรือเพื่อจัดตั้งรูปแบบการ ดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน อนุรักษ์ปลาสดและแปรรูป					←→							
4. จัดตั้งโครงสร้างองค์การใน การดำเนินงานของวิสาหกิจ ชุมชนอนุรักษ์ปลาสดและแปรรูป โดยกระบวนการกลุ่มแบบมี ส่วนร่วม					←→							
5. ถอดบทเรียนจากวิสาหกิจ ชุมชนที่ประสบความสำเร็จใน การดำเนินงาน							←→					
6. พัฒนาช่องทางการจัด จำหน่าย 4 รูปแบบ							←→					
7. สร้างเครือข่ายจำหน่ายสินค้า ของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลา สดและแปรรูปกับวิสาหกิจ ชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศ ไทย								←→				

ขั้นตอนดำเนินงาน	เดือน											
	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.
	61	61	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
8. สรุปและประเมินผลการดำเนินงานทั้งหมด											←————→	

1.7 เป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด

ตารางที่ 1.2

ระยะเวลา	ผลผลิต (output)	ตัวชี้วัด
1-7 เดือน	ได้รูปแบบการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกและแปรรูปที่สามารถสร้างอัตลักษณ์และความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน	โครงสร้างการดำเนินงาน รูปแบบการบริหารจัดการ รูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วม สื่อประชาสัมพันธ์ที่เกษตรกรมีส่วนร่วมในการออกแบบ
1- 7 เดือน	เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อื่นที่ยินดีรับผลิตภัณฑ์จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกและแปรรูป ไปร่วมจำหน่ายในพื้นที่อื่นๆ	กิจกรรมจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกและแปรรูป ร่วมกับวิสาหกิจชุมชนอื่น ยอดรายได้จากการจำหน่าย

1.8 เป้าหมายผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impact)

เป้าหมายผลลัพธ์ (outcome)

1. เกษตรกรผู้เลี้ยง ผู้แปรรูปพลาสติกและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน เกิดการเรียนรู้และสามารถบริหารงานได้ด้วยตนเอง ทำให้เกิดการกระจายรายได้และเศรษฐกิจดีขึ้น
2. จังหวัดสมุทรปราการมีแหล่งจำหน่ายพลาสติกและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพ
3. ผู้บริโภคสามารถซื้อหาพลาสติกและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพได้ง่าย

4. ชุมชนได้เรียนรู้เรื่องการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการแก้ปัญหาของชุมชน

ผลกระทบ (Impact)

1. จังหวัดสมุทรปราการมีชื่อเสียงเกี่ยวกับสินค้าพลาสติกและผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. ชุมชนมีความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจชุมชนเพิ่มมากขึ้น โดยมีตัวอย่างการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปเป็นตัวอย่างและเป็นต้นแบบเริ่มต้นในการดำเนินงาน
3. ผู้ประกอบพลาสติกและผลิตภัณฑ์ชุมชนยังคงสืบทอดการประกอบอาชีพเลี้ยงพลาสติก แปรรูปพลาสติกและการประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดสมุทรปราการ

1.9 การบูรณาการการวิจัยกับการเรียนการสอน และหรือการบริการวิชาการ

โครงการวิจัยนี้สามารถนำไปบูรณาการกับรายวิชา การจัดการคุณภาพและผลิตภาพ (MG4393) ผู้นำและมนุษย์สัมพันธ์ในธุรกิจ (MG3123) พฤติกรรมองค์กร (MG3313) สัมมนาหัวข้อพิเศษทางการตลาด (MK 4633) และการนำผลการวิจัยไปนำเสนอในการพัฒนารูปแบบการจัดตั้งตลาดและการสร้างช่องทางการจำหน่ายพลาสติกสำหรับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

ผู้ร่วมดำเนินการวิจัย และผู้นำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกและแปรรูป
2. คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านอำเภอบางบ่อ
3. พัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรปราการ
4. พัฒนาชุมชนอำเภอบางบ่อ
5. ประมงจังหวัดสมุทรปราการ
6. สหกรณ์จังหวัดสมุทรปราการ
7. สมาชิกเกษตรกรแปลงใหญ่จังหวัดสมุทรปราการ

บทที่ 2

เอกสารงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายพลาสติกบางบ่อผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย ผู้วิจัยได้พิจารณาเลือกใช้แนวคิดและทฤษฎีและศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดการพัฒนายั่งยืน

การพัฒนายั่งยืนถือได้ว่าเป็นแนวคิดใหม่ในระดับสากลที่เข้ามาแทนที่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในรูปแบบดั้งเดิมที่มุ่งเน้นแต่ในเรื่องการเติบโตและความทันสมัยจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ จนทำให้เกิดปัญหาหลายอย่างตามมา แนวทางการพัฒนายั่งยืนจึงถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นทางออกของการแก้ปัญหา (Ester, 1993) อย่างไรก็ตาม ในช่วงแรกของแนวคิดยังมีลักษณะเชิงนามธรรมกระจุกตัวอยู่ในภาครัฐและองค์กรระหว่างประเทศเป็นหลัก โดยมีจุดเริ่มต้นครั้งแรกมาจากการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยมนุษยชาติและสิ่งแวดล้อม เมื่อปี.ศ. 2515 ที่ได้ตกลงและยอมรับกันว่าการพัฒนาเศรษฐกิจกับปัญหาสิ่งแวดล้อมมีความเชื่อมโยงกัน และระหว่างการรักษาสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างไหนมีความสำคัญมากกว่ากัน (Blackburn, 2008) ตามมาด้วยการจัดตั้งหน่วยงานสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนในด้านสิ่งแวดล้อมของสหประชาชาติในการกระตุ้น เผยแพร่ความรู้ อำนวยความสะดวก และส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืนในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และโลก

2.2 ทฤษฎีองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning organization)

แนวคิดเรื่องการจัดการองค์การให้เป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ได้รับการยอมรับอย่างกว้างว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์การอยู่รอดและได้เปรียบทางธุรกิจได้ (Senge, 1990) การพัฒนาและการจัดการองค์การไปสู่การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้สามารถเกิดจากวงจรการเรียนรู้ 3 แบบคือ การเรียนรู้วงจรเดียว (Monocyclic Learning) คือการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นเมื่อสมาชิกขององค์การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมผ่านข้อผิดพลาดและทำการแก้ไขแล้ว แล้ว

จะถูกนำมาเป็นรูปแบบการจัดการขององค์กร การเรียนรู้สองวงจร (Two-cyclic Learning) คือการเรียนรู้ที่ไม่เพียงควบคุมกระบวนการในปัจจุบันแต่ยังรวมถึงการแก้ไขวัฒนธรรม นโยบาย เป้าหมาย กลยุทธ์และโครงสร้างองค์กร และการเรียนรู้แบบสามวงจร (Three-cyclic Learning) คือ การเรียนรู้ที่จะมีการเปลี่ยนแปลงที่ขึ้นอยู่กับการสะท้อนความคิดเห็นของผู้คนเป็นภาพสะท้อนของวงจรแห่งการเรียนรู้ไปสู่องค์ความรู้ใหม่ทางวิทยาศาสตร์ (Argyris and Schon, 1978)

นอกจากนี้รูปแบบการเรียนรู้ที่จำเป็นอีกคือ การเรียนรู้การปรับตัว (Adaptive Learning) ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อบุคคล หรือองค์กรมีการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์และผ่านการประเมินผล ต้องเรียนรู้แบบมองไปข้างหน้า (Forward-looking Learning) จะเกิดขึ้นเมื่อองค์กรเรียนรู้ผ่านภาพในอนาคตที่คาดหวัง วิธีนี้จะเป็นการหลีกเลี่ยงผลกระทบด้านลบที่จะเกิดขึ้นโดยต้องเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับการทำงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริงเพื่อมุ่งเน้นประสิทธิผลของการแก้ปัญหา (Marquardt, 2002)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเปรียบเทียบ Benchmarking

Tim Stapenhurst (2009) กล่าวว่า Benchmarking มีความหมายที่มากกว่าคำว่า การเปรียบเทียบ เพราะการ Benchmarking นั้น เป็นการเปรียบเทียบโดยที่องค์กรสามารถนำผลของการเปรียบเทียบนั้นมาใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการปฏิบัติงานของตนเองได้ การเปรียบเทียบสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับแหล่งพื้นที่ที่เราต้องการศึกษาเปรียบเทียบ โดยเปรียบเทียบศักยภาพและการเรียนรู้จากผู้อื่น โดยการเปรียบเทียบที่ดีนั้นเราควรที่จะเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่มีศักยภาพสูง ทั้งความยากและท้าทายที่สุด เพื่อให้ได้รู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อน โดยเกิดการเปรียบเทียบกับกับศักยภาพสูงสุดของต้นแบบที่กำลังศึกษาอยู่

นอกจากนี้ บุญดี บุญญากิจและกมลวรรณ ศิริพานิช (2545) ได้กล่าวว่า Benchmarking ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 คำด้วยกันคือ คำว่า Benchmark หมายถึง Best – in – Class คือสิ่งที่ดีที่สุดที่สามารถนำมาใช้เป็นต้นแบบเพื่อวัดความสามารถในการดำเนินงานในกิจกรรมต่างๆ ได้ ส่วนคำว่า Benchmarking คือกระบวนการในการเปรียบเทียบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการปฏิบัติงาน และนำมาปรับปรุงองค์กรให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์กรไปสู่รูปแบบที่ดีที่สุด และคำว่า Best Practices คือวิธีการที่ดีที่สุดในเชิงปฏิบัติที่จะทำให้องค์กรไปสู่มุ่งหมายที่ต้องการและประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ดังนั้นการ Benchmarking จึงเป็นกระบวนการ

เริ่มต้นตั้งแต่การวางแผนเปรียบเทียบ การดำเนินงาน และการหาวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดเพื่อนำพาไป
องค์การไปสู่ศักยภาพการดำเนินงานที่ดีที่สุด

ประเภทของ Benchmarking

การ Benchmarking มีการพัฒนารูปแบบให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับสภาพของ
องค์การในแต่ละรูปแบบ ซึ่ง Bogan & English (1994) ได้แบ่ง Benchmarking ออกเป็น 3 รูปแบบ
ด้วยกันคือ

1. การเปรียบเทียบเชิงกลยุทธ์ (Strategic Benchmarking) เป็นการเปรียบเทียบโดย
ผู้บริหารจะระบุวิธีในการแข่งขันทางการตลาดที่ดีที่สุด โดยกระบวนการนี้้องค์การจะระบุกลยุทธ์ที่ดี
ที่สุดขององค์การที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งโดยปกติแล้วจะอยู่นอกอุตสาหกรรมของตนเอง และนำ
กระบวนการเชิงกลยุทธ์ดังกล่าวมาปรับใช้กับตนเอง นอกจากนี้ยังสามารถที่จะเปรียบเทียบเป้าหมาย
เชิงกลยุทธ์เพื่อหาทางเลือกเชิงกลยุทธ์รูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ

2. การเปรียบเทียบศักยภาพ (Performance Benchmarking) เป็นการเปรียบเทียบที่
มุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์และการบริการขององค์การ ซึ่งรวมถึงความเร็ว ความน่าเชื่อถือ การ
ออกแบบผลิตภัณฑ์และการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยการเปรียบเทียบดังกล่าวจะวัดทุก
อย่างที่สามารถตั้งเป็นตัวชี้วัดได้ รวมถึงกระบวนการผลิตและให้บริการ โดยการเปรียบเทียบศักยภาพ
ดังกล่าว จะพิจารณาว่า ผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีศักยภาพเป็นอย่างไรเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

3. การเปรียบเทียบกระบวนการ (Process Benchmarking) เป็นการวัดกระบวนการของ
องค์การอื่นที่มีกิจกรรมการดำเนินงานคล้ายคลึงกันเพื่อจะระบุแนวทางการปฏิบัติที่ดีที่สุดที่สามารถ
นำมาใช้กับปรับปรุงกับกระ บวนการที่มี โดยการเปรียบเทียบศักยภาพของกระบวนการเป็นการ
เปรียบเทียบที่ต้องนำมาพิจารณาแยกออกมาต่างหากจากการเปรียบเทียบรูปแบบอื่น เนื่องจากใน
เริ่มแรกจะระบุการแข่งขันโดยมุ่งเน้นไปที่จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ หรือการบริการเป็นหลัก แล้วจึงหา
กระบวนการที่สำคัญเพื่อจัดจุดอ่อนดังกล่าว ตัวอย่างเช่น องค์การที่ใช้การเปรียบเทียบศักยภาพจะ
ระบุว่าผลิตภัณฑ์ A มีคุณสมบัติที่เหนือกว่าในด้านคุณภาพทั้งคุณภาพด้านการออกแบบและการผลิต
แต่มีราคาที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ B ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ดังนั้นบริษัทจะพิจารณาว่ากระบวนการใด
ที่จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้กับต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด และหาวิธีการปรับปรุงโดยมุ่งเน้น

การเปรียบเทียบกระบวนการผลิตจากบริษัทใกล้เคียงที่มีลักษณะผลิตที่มีรูปแบบใกล้เคียงกันแต่สามารถลดต้นทุนได้ดีที่สุด

นอกเหนือจากประเภทของ Benchmarking แล้ว Bogan & English ยังได้ให้วิธีการทำ Benchmarking 4 วิธีการด้วยกัน สิ่งที่สำคัญที่สุดคือองค์การจะต้องเลือกวิธีที่ดีที่สุดที่จะช่วยลดต้นทุนและสร้างมาตรฐานที่ดีที่สุดในการดำเนินงานให้แก่องค์การได้ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้ 1. การเปรียบเทียบภายใน (Internal Benchmarking) การเปรียบเทียบภายในใช้เพื่อเปรียบเทียบการทำงานของทีมงานหรือหน่วยงาน หรือเปรียบเทียบโดยการระบุเฉพาะกลุ่มงานที่ทำงานได้ดี โดยการเปรียบเทียบนั้นอาจจะใช้วิธีการให้หน่วยงานหรือกลุ่มงานที่มีศักยภาพที่ดีแบ่งปันความรู้ให้ทั่วทั้งองค์การ หรือทีมอื่นๆ โดยเฉพาะหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นใหม่ที่ยังไม่ได้มีการสร้างระบบการทำงานที่มีมาตรฐานที่ดีพอ อาจจะสรุปได้ว่าการเปรียบเทียบภายในจะเป็นการแบ่งปันความรู้ภายในองค์การซึ่งกันและกัน 2. การเปรียบเทียบภายนอก (External Benchmarking) คือ การเปรียบเทียบทางการแข่งขันจะเป็นกระบวนการที่เปรียบเทียบตัวเองกับคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมของตน ในขณะที่การเปรียบเทียบภายนอกจะรวมถึงการเปรียบเทียบทั้งภายในและภายนอกอุตสาหกรรมด้วย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดรวมถึงการเปรียบเทียบการแข่งขันด้วย 3. การเปรียบเทียบหน้าที่การทำงาน (Functional Benchmarking) เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบการดำเนินงานตามหน้าที่ของหน่วยงาน โดยพิจารณาว่าหน่วยงานใดขององค์การสามารถทำงานได้ดีมีประสิทธิภาพ ซึ่งวิธีการนี้้องค์การสามารถเปรียบเทียบกับองค์การอื่นได้หลากหลาย โดยอาจจะไม่จำเป็นต้องเปรียบเทียบองค์การที่ดำเนินงานในลักษณะเดียวกันก็ได้ 4. การเปรียบเทียบทั่วไป เป็นการเปรียบเทียบที่เน้นกระบวนการทำงานที่ดีกว่าขององค์การอื่น กับการดำเนินงานธุรกิจขององค์กร จะเห็นว่าการเปรียบเทียบแบบทั่วไป จะเป็นการเปรียบเทียบกระบวนการในประเด็นที่สนใจอยากจะพัฒนา ซึ่งอาจจะใช้วิธีการเปรียบเทียบที่หลากหลายเข้ามาช่วยในการดำเนินงาน

การ Benchmarking มีการใช้อย่างกว้างขวาง แต่ก็ไม่มีกระบวนการสากลในการดำเนินงานดังกล่าว ซึ่งแต่ละองค์กรจะต้องมีการออกแบบเครื่องมือด้วยตนเอง ซึ่ง Robert Chap (1989) ได้กล่าวถึงกระบวนการในการทำ Benchmarking ไว้ดังนี้ 1) เลือกเฉพาะผลิตภัณฑ์ การบริการ หรือกระบวนการที่ของตัวที่มีประสิทธิภาพต่ำเท่านั้น 2) กำหนดกระบวนการที่เฉพาะเจาะจง และระมัดระวังในการเลือกกระบวนการที่กว้างเกินไปจนไม่สามารถวัดได้ 3. เตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงขององค์กรที่ต้องเอาชนะต่อการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำไปสู่แนวทางการ

ปฏิบัติที่ดีขึ้น 4) คัดเลือกทีมที่มีคุณสมบัติเหมาะสม ซึ่งไม่เพียงแต่เลือกคนที่เหมาะสมในการเปรียบเทียบเท่านั้น แต่ต้องเป็นคนที่มีความสามารถในการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ด้วย 5) ใช้หลักการมีส่วนร่วมในการเปรียบเทียบ และใช้โปรแกรมหรือซอฟต์แวร์ที่เหมาะสมเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการระบวนการ โดยการมีเครือข่ายสามารถสนับสนุนการหาพันธมิตรการเปรียบเทียบหรือหาข้อมูลที่ต้องการได้ การมีส่วนร่วมดังกล่าวจะช่วยใหักระบวนการเปรียบเทียบลดต้นทุนและลดเวลาในการหาข้อมูล รวมถึงได้ข้อมูลที่ถูกต้องอีกด้วย 6) มองหามาตรฐานและความคิดที่ดีที่สุด ซึ่งจะต้องใช้การสังเกต บางครั้งอาจจะหาคำตอบของการเปรียบเทียบจากองค์กรที่ทำงานแตกต่างจากองค์กรที่ศึกษาโดยบังเอิญได้

นอกจากนั้น Robert Chap ยังได้สร้างแบบจำลองเกณฑ์มาตรฐานการเปรียบเทียบ โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ 1) การวางแผน (Plan) รวบรวมทีม กำหนดสิ่งที่ต้องการเปรียบเทียบ ข้อมูลต่างๆ ที่ต้องการใช้ในการเปรียบเทียบให้ชัดเจน 2) การค้นหา (Fine) ระบุแหล่งที่มาของพื้นที่ที่ต้องการเปรียบเทียบ เช่น คู่แข่ง แผนภายใน หรือหน่วยงานภายนอกที่มีศักยภาพ 3) การเก็บข้อมูล (Collect) เลือกวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดรูปแบบในการเปรียบเทียบที่กำหนดไว้ 4) การวิเคราะห์ (Analyze) เป็นการเปรียบเทียบกระบวนการและระบุช่องว่างเชิงศักยภาพระหว่างองค์กรหรือหน่วยงานที่ทำการเปรียบเทียบ โดยอาจใช้วิธีการสังเกต การวิเคราะห์ผลลัพธ์ และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการปรับปรุงศักยภาพขององค์กร 5) การปรับปรุง (Improve) ดำเนินการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ การบริการ กระบวนการ หรือกลยุทธ์ ให้เป็นไปตามรูปแบบที่ได้ศึกษาและกำหนดไว้

2.4 แนวคิดการวิจัยเพื่อท้องถิ่น

ความหมายการวิจัยเพื่อท้องถิ่น เปนงานวิจัยแนวใหม่ที่เนนให้คนในชุมชนได้คิด ทบทวนสถานการณ์ ตั้งคำถาม วางแผนหาข้อมูล ทดลองทำ วิเคราะห์ สรุปผลการทำงานและหาคำตอบเพื่อปรับปรุงต่อไป ดังนั้นงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจะเปนงานวิจัยที่เนนให้คนในชุมชนเขามารวมในกระบวนการวิจัย ตั้งแต่เริ่มคิด ตั้งคำถาม การวางแผนและการคนหาคำตอบอยางเปนระบบ เบนรูปธรรมโดยการเรียนรูจากกร ปฏิบัติการจริง ซึ่งทำให้ชุมชนได้เรียนรู้ สร้างผลงาน มีความเข้มแข็งขึ้น ในการแก้ปัญหาของตนเองและ สามารถใ้กระบวนการในการแก้ไขปัญหาคื่นๆในท้องถิ่นโดยมีกระบวนการศึกษาเรียนรู้อยางเปนเหตุผล

ขั้นตอนการวิจัยเพื่อท้องถิ่น (กาญจนา, 2552) จะต้องดำเนินการตามขั้นตอนโดยแบ่งเป็น 3 ระยะดังนี้ ระยะที่ 1 การเตรียมชุมชน เป็น ขั้นตอนการเขาสูชุมชน เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกชุมชน กลุ่มเป้าหมาย ประเด็นปัญหาที่จะทำการวิจัย เป็นการหาโจทย์วิจัยรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน ในหมู่บ้านทุกกลุ่มเพราะเวลาปฏิบัติการวิจัยจะได้ครอบคลุมทุกกลุ่มจึงจะทำให้งานประสบผลสำเร็จได้ ระยะที่ 2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเป็นขั้นตอนของการเก็บข้อมูล จะเป็งานด้านเอกสาร ด้านการศึกษาบริบทชุมชน และด้านการวิเคราะห์ปัญหาชุมชนอย่างเป็น ระบบเพื่อพิจารณาความเหมาะสม และความเป็นไปได้ ของวิธีการ ทิศทางที่จะนำมาสู่การแก้ปัญหาได้ โดยดูที่ทุนเดิมของชุมชน ทั้งในสวนของ บทเรียน ประสบการณ์ที่ผ่านมา ความรู้ภูมิปัญญาคนในท้องถิ่นของตนเอง เพื่อนำมากำหนดแผนงานใน การเคลื่อนงานวิจัยรวมทั้งการบริหารจัดการไม่ว่าจะเป็นการกำหนดผู้รับผิดชอบ ระยะเวลางบประมาณที่ใช่ ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยซึ่งเน้นการทำงานของคนทุกฝ่าย โดยมีชุมชนเป็นหลักแล้วจึงนำแผนนั้นมาสู่การ ปฏิบัติ ซึ่งต้องมีการทดลองปฏิบัติก่อนจึงจะได้ขอสรุป ในระหว่างดำเนินการก็จะมีการประเมินผลทุกขั้นตอนโดยการประชุมสรุปงานเป็นระยะ ระยะที่ 3 ขั้นตอนของการสรุปผลและขั้นของการเขียนงานวิจัย ถ้ามีการเก็บข้อมูลทุกอย่างอย่างเป็นระบบ มีระเบียบ มีการสรุปการประชุมทุกครั้ง มีการบันทึกอย่างต่อเนื่อง จะทำให้การเขียน รายงานฉบับสมบูรณ์ได้ดี

2.5 แนวคิดวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ Small and micro community enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นิติบุคคลใน รูปแบบใด หรือไม่เป็นิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน

วิสาหกิจชุมชนคือการให้ให้แนวทางจัดการชุมชน ที่จะทำให้ชุมชนเกิดการปรับเปลี่ยนวิถีการพึ่งพิงปัจจัยต่างๆ ไปสู่การพึ่งพาตนเอง โดยอาศัยทรัพยากรและปัจจัยต่างๆ ที่ชุมชนมี เช่น บุคลากร วัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ประโยชน์และนำมาจัดการอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ชุมชนสามารถดำรงอยู่ได้จาก

ผลลัพธ์ที่ชุมชนดำเนินการในรูปแบบต่างๆ เช่น ผลผลิต รายได้ หรือกำไรจากการดำเนินงาน (สังจา บรรจงศิริ, พนิดา ไพรนารี 2554, นุรน์ชมาร์ แวโด 2557)

ความหมายของวิสาหกิจชุมชน โดยสรุปคือ การประกอบการเพื่อการจัดการ “ทุนของชุมชน” อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเองนั่นเอง

ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน

นุรน์ชมาร์ แวโด (2557) ให้คำจำกัดความของลักษณะของวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า เป็นการดำเนินงานที่มุ่งเน้นในเรื่องของศักยภาพของชุมชน โดยมีเป้าหมายที่สำคัญคือการพึ่งพาตนเอง โดยใช้ในการเรียนรู้เป็นองค์ ประกอบสำคัญในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน เพราะความรู้เป็นทุนทางปัญญาที่สามารถนำมาบูรณาการให้การดำเนินงานวิสาหกิจนั้นเป็นไปอย่างยั่งยืนและเข้มแข็ง โดยลักษณะของวิสาหกิจชุมชนอันจะก่อให้เกิดความยั่งยืนได้นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ดังนี้คือ 1) ชุมชนจะต้องเป็นผู้ดำเนินการและมีอำนาจการตัดสินใจในฐานะความเป็นเจ้าของ 2) ผลผลิตหรือ Output นั้นจะต้องมาจากการดำเนินงานของชุมชน 3) ชุมชนเป็นผู้ริเริ่มคิดค้นภูมิปัญญาต่างๆ ขึ้น อันก่อให้เกิดนวัตกรรมในการดำเนินการ 4) การดำเนินงานในวิสาหกิจนั้น ชุมชนจะต้องมีการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ในการดำเนินงานอย่างมีระบบ 5) ทุกกระบวนการในการบริหารงานในวิสาหกิจจะต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้ควบคู่กันด้วยเสมอ 6) มุ่งเน้นการพึ่งพาตนเองและช่วยเหลือกันภายในชุมชนให้มากที่สุด

ความหมายของ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน โดยสรุปคือ คณะบุคคลที่รวมตัวกันโดยมีวัตถุประสงค์ในการทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

การบริหารวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง

ชนพงษ์ อภรณ์พิศาล (2560) ได้กล่าวว่า แนวทางในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนนั้น จะต้องมุ่งเน้นวัตถุประสงค์ที่สำคัญนั้นคือการ สร้างคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน โดยมีการเรียนรู้ ค้นคว้าแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยความคิดสร้างสรรค์อันก่อให้เกิดนวัตกรรม โดยการพึ่งพาตนเอง เช่น ให้มีพอกินพอใช้ในครอบครัว ชุมชนและเครือข่าย มีการจัดการและเรียนรู้ร่วมกัน โดยเริ่มต้นจากการนำผลผลิตที่ได้มาบริโภคร่วมกัน และนำส่วนที่เหลือจำหน่ายสู่ตลาด และสามารถพัฒนาก้าวไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ในอนาคต ซึ่งสิ่งสำคัญที่จะทำให้การบริหาร

วิสาหกิจชุมชนเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนได้นั้น การบริหารจัดการเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้วิสาหกิจชุมชนนั้นสามารถที่จะดำเนินการต่อไปได้อย่างยั่งยืนได้หรือไม่ โดยต้องบริหารงานให้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้ (มินระดา โคตรศรีวงศ์ : 2559)

ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการสร้างวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จและเข้มแข็ง

ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาสรุปปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ (ชนพงษ์ อภรณ์พิศาล , 2560)

1. สมาชิกกลุ่มและคณะกรรมการบริหาร โดยมีประธานกลุ่มเป็นกลไกหลักในการบริหารกลุ่มวิสาหกิจและกำหนดทิศทางในการดำเนินงาน ทั้งในเรื่องของการตัดสินใจในการบริหาร เป็นตัวแทนของกลุ่มสมาชิกในการติดต่อประสานงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ เช่น ติดต่องานด้านการตลาด ผู้จัดจำหน่าย ชุมชนผู้เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต และผลักดันให้กลุ่มมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงาน สร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้นภายในกลุ่ม อันจะทำให้กลุ่มมีความเข้มแข็ง เป็นตัวกลางในการไกล่เกลี่ยและแก้ไขปัญหาต่างๆ ในการดำเนินงาน ดังนั้น ชนพงษ์ อภรณ์พิศาล (2560) กล่าวโดยสรุปว่า ประธานกลุ่มวิสาหกิจจะต้องมีลักษณะองค์ประกอบของภาวะผู้นำ โดยผู้นำจะต้องแสวงหาความเต็มใจและยินยอมพร้อมใจจากสมาชิกกลุ่ม ที่จะนำพากลุ่มไปสู่เป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกและรูปแบบการบริหารจัดการ ที่จะทำให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิผลต่อไป

2.การบริหารจัดการกลุ่ม เนื่องจากการทำงานในวิสาหกิจนั้น จะต้องรวบรวมความสามารถที่หลากหลายของสมาชิกในกลุ่ม เพื่อการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งในด้านการผลิต การดำเนินงาน การบริหารการตลาด การบริหารด้านการเงิน โดยผู้นำกลุ่มจะต้องมีการปรับปรุงรูปแบบการทำงานให้มีความเหมาะสม โดยการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายของวิสาหกิจ มีความชัดเจน โปร่งใส และมีการเข้าร่วมการประชุมเพื่อปรึกษาหารืออย่างต่อเนื่องอยู่เสมอ ส่งเสริมให้สมาชิกในวิสาหกิจมีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้มากที่สุด ซึ่งจะทำให้ชุมชนเกิดความรับผิดชอบต่อสังคมและมีสำนึกความเป็นเจ้าของร่วมกัน อันจะส่งผลให้กลุ่มมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

3. การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม เปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารในทุกกระบวนการ ทั้งในด้านการจัดการกลุ่ม การเลือกคณะกรรมการหรือผู้นำกลุ่ม ร่วมกันแก้ไขปัญหา

วางแผนในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดผลสำเร็จ การมีส่วนร่วม ในการได้รับผลประโยชน์และการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลสามารถที่จะทำให้กิจการ ดำเนินการตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์การ สามารถส่งเสริมให้เกิดประสิทธิผลสร้างความ พึงพอใจกับสมาชิกในองค์การ ส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการประกอบกิจการสร้างรายได้ ให้กับสมาชิกและองค์การ ซึ่งเป็นผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การในการบริหารจัดการองค์การต่อไป

4. การส่งเสริมการเรียนรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการพัฒนากระบวนการผลิตอย่างสม่ำเสมอ โดยการฝึกทักษะในการ ผลิตจากการฝึกอบรม และการศึกษาดูงานที่ทางราชการหรือหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องจัดขึ้น สร้างองค์ความรู้ที่ได้จากการสั่งสมความรู้และประสบการณ์ต่างๆของชุมชนที่มีการ สืบทอดมาเป็นระยะเวลายาวนาน โดยมี ความสัมพันธ์เพื่อให้อใช้ในการดำเนินชีวิตให้เป็นสุข มีการ คิดค้นปรับเปลี่ยนผสมผสานกับความรู้ใหม่ และพัฒนาให้เหมาะสมจากชุมชนหนึ่งสู่ชุมชนหนึ่งจนทำให้ สังคมชาวบ้านมีความเป็นปึกแผ่นมั่นคง ผ่านกระบวนการพัฒนาให้สอดคล้องกับกาลเวลา

5. การสนับสนุนด้านเงินทุน กลุ่มมีแหล่งเงินทุนหมุนเวียนจากภายในชุมชน และการจัดตั้ง กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการ ผลิต ได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐแบบทุนให้เปล่า มีการสร้างผลกำไรจากการ ดำเนินงานทุกปี และมีการจัด การด้านการเงิน และการจัดสรรผลกำไรอย่างเป็นสัดส่วนตามระเบียบ ที่วางไว้อย่างชัดเจน

6. ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มมีผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม มีทั้งลวดลายดั้งเดิมและลายประยุกต์ ซึ่งมีมากมายหลายรูปแบบให้เลือก ทำให้เข้าถึงการตลาดที่กว้างขึ้นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับรางวัล ต่างๆมากมายทั้งใน ระดับจังหวัดและระดับประเทศ

7. มีแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการ การดำเนินงานโดยนี้ถึงผลกระทบต่อต้นทุนกำไร การที่จะทำให้วิสาหกิจยังคงอยู่ได้อย่างยั่งยืนนั้น สิ่งที่สำคัญก็คือวิสาหกิจและคนในชุมชน จะต้อง ได้รับผลประโยชน์ในแง่ของผลผลิตหรือรายได้หรือกำไรอย่างเหมาะสม ที่จะทำให้วิสาหกิจยังคงอยู่ได้ อย่างยั่งยืน ทั้งนี้จะต้องมีการประสาน งานกันระหว่างผู้บริหาร ชุมชนและการบริหารด้านการเงินการ บัญชี เพื่อที่จะสามารถตรวจสอบการดำเนินงานของวิสาหกิจได้ตลอดเวลา

8. การบริหารและการจัดการดำเนินงาน โดยการทำงานนั้นจะทำให้เกิดผลผลิตที่เป็นที่ ต้องการและนำมาใช้ประโยชน์ได้แก่สมาชิกในชุมชน หรือนำไปจำหน่ายต่อเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ วิสาหกิจ ซึ่งหากจะให้กลุ่มวิสาหกิจมีความยั่งยืนและเข้มแข็งได้นั้น วิสาหกิจควรจะต้องให้ความสำคัญ ต่อกระบวนการจัดการดำเนินงาน 1.ด้านวัตถุดิบ ต้องค้นหาและคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพและ

มีมาตรฐาน โดยเฉพาะวัตถุประสงค์ทางการเกษตร จะต้องได้รับมาตรฐานทั้งในเชิงคุณภาพและความปลอดภัยต่อการบริโภค 2. ด้านการผลิต ควรจะมีระบบควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของ ออกแบบกระบวนการผลิตที่มีศักยภาพสูง 3. ด้านการตลาด มีผู้รับผิดชอบ ประสาน งานด้านการตลาดที่ชัดเจน มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่มีความหลากหลาย มีการกำหนดราคา ซึ่งสมาชิกกลุ่มและคณะกรรมการกลุ่มควรจะเป็นผู้กำหนดราคาขายให้มีความเหมาะสมต่อความต้องการของตลาด 4. ด้านการบริการ มีการสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้า มีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก ผ่านสื่อต่างๆที่หลากหลาย และควรจะคงไว้ซึ่งสถานที่และอุปกรณ์ในการผลิตที่มีความดั้งเดิมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้ที่สนใจ

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการสร้างวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จและเข้มแข็ง

1. เครือข่าย ควรจะมีเครือข่ายที่สามารถสร้างประโยชน์ให้แก่วิสาหกิจได้ เช่นสถานที่ทำการ ผักขาย หรือแลกเปลี่ยนสินค้าภายในจังหวัด ซึ่งทำให้กลุ่มมีการตลาดที่กว้างขึ้น และทำให้สินค้าของวิสาหกิจเป็นที่รู้จักมากขึ้น

2. การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ได้รับการสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมด้านต่าง ๆ จากหน่วย งานราชการที่เกี่ยวข้อง ทั้งการส่งเสริมให้มีการจัดตั้งกลุ่มขึ้น การอุดหนุนงบประมาณเพื่อเป็นทุนหมุนเวียน การให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในด้านวัสดุอุปกรณ์ในการผลิต การส่งเสริมด้านการตลาดและการออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ รวมทั้งให้การอบรมความรู้ในเรื่องของการบริหารจัดการกลุ่ม ทำให้กลุ่มเกิดการพัฒนา เกิดความยั่งยืนและเข้มแข็ง

สรุป วิสาหกิจชุมชนจะเกิดความเข้มแข็งได้นั้น จะต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์ประกอบทั้งจากภายในและภายนอก โดยเฉพาะกระบวนการภายในที่จะต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับคนได้แก่ คนในชุมชน และผู้นำกลุ่ม ซึ่งจะเป็นแกนหลักในการนำพาวิสาหกิจไปอยู่ความเข้มแข็งได้ นอกจากนี้ จะต้องให้ความสำคัญต่อกระบวนการบริหารจัดการ ทั้งในด้านของการผลิต การดำเนินงาน การเงินและการบริหารต้นทุน รวมถึงการตลาดและช่อง ทางในการนำผลผลิตและสินค้าออกสู่ตลาด เพื่อสร้างรายได้ให้แก่วิสาหกิจได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นวิสาหกิจเองก็ควรที่จะแสวงหาประโยชน์จากปัจจัยภายนอกเช่น เครือข่าย หรือหน่วยงานภาครัฐ ที่จะช่วยสนับสนุนให้วิสาหกิจดำเนินงานได้อย่างสะดวก และมีการพัฒนาให้เกิดความเข้มแข็งอย่างต่อเนื่อง

2.6 การตลาดของวิสาหกิจชุมชน

ประกอบไปด้วย

1. วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน ได้แก่ การดำเนินการต่างๆเพื่อกินเพื่อใช้ในชุมชนเพื่อให้ครอบครัวพึ่งตนเองได้ ให้ชุมชนเกิดความพอเพียงอย่างน้อยให้พออยู่พอกินหรือพอกินพอใช้ ที่สำคัญคือการลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นทำให้มีเงินหมุนเวียนในครอบครัวและชุมชนเพิ่มมากขึ้นได้ เป็นการทำให้บริโภคในครอบครัวในชุมชนและระหว่างชุมชนที่เป็นเครือข่ายในระดับตำบลและระหว่างตำบล

2. วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า ได้แก่ การนำผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเข้าสู่ตลาดบริโภคและรวมไปถึงผลผลิตทั่วไปที่เหลือกินเหลือใช้ในท้องถิ่นนำออกสู่ตลาดบริโภค โดยการปรับปรุงคุณภาพผลผลิต หีบห่อ การตลาด และการจัดวางต่างๆเพื่อให้สามารถ “แข่งขัน” ได้ โดยเน้นผลิตภัณฑ์บางตัวที่เก่งพอที่จะออกไปสู่ตลาดใหญ่ได้

3. ประเภทตลาดผลิตภัณฑ์ของชุมชน ตลาดอาจแบ่งได้เป็น 3 ตลาดใหญ่ คือ 1.ตลาดในท้องถิ่น ได้แก่ตลาดในหมู่บ้าน ระหว่างหมู่บ้าน เครือข่ายชุมชน 2. ตลาดทั่วไป หรือ ตลาดบริโภคที่ผู้บริโภคนิยมไปจับจ่ายใช้สอย และ 3. ตลาดผูกพัน เกิดจากความร่วมมือของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน ประชาสังคม ที่จะสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน โดยการตกลงที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชนหนึ่งหรือ เครือข่ายหนึ่ง การสร้างตลาดของวิสาหกิจชุมชนยังมีแนวคิดที่หลากหลายประกอบไปด้วย

2.7 แนวคิดเรื่องตลาดทางเลือก

แนวคิดเรื่องตลาดทางเลือกเกิดขึ้น เนื่องจากตลาดในปัจจุบันอยู่ภายใต้สถานการณ์ตลาดโลกที่ซับซ้อน ด้วยระบบทุนนิยมที่มุ่งเน้นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยการผลิตเพื่อขาย ในปริมาณมากๆ ไขว่ปัจจัยต่างๆที่ลดต้นทุน โดยไม่ได้คำนึงถึงคุณภาพความปลอดภัยของผลผลิต ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อมที่อยู่ภายใต้ระบบ ตลาดทางเลือกจึงเกิดขึ้นโดยมีแนวคิดสวนทางกับตลาดกระแสหลักอย่างสิ้นเชิง เช่น ใช้ปัจจัยการผลิตที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น และราคาประหยัด มีความหลากหลายของผลผลิต มีการผลิตแบบไม่ใช้สารพิษ สารเคมีโดยใช้กระบวนการผลิตตามศักยภาพของเกษตรกร ใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยของผู้ผลิต ผู้บริโภค กำหนดราคาที่เป็นธรรม นอกจากนี้ตลาดทางเลือกยังเน้นเสริมพลังให้กับเกษตรกรรายย่อยเพื่อสร้างอำนาจในการต่อรอง (บัวขาว สีเต๋า และคณะ ,2559)

2.8 แนวคิดด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน

แนวคิดด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน เป็นแนวคิดที่มีรากฐานมาจากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4Ps) ที่ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นแนวคิดที่ Edmund Jerome McCarthy (McCarthy, 1962) ได้นำเสนอ ซึ่งเป็นที่ยอมรับและใช้กันมาเป็นเวลานาน แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อเวลาผ่านไปการนำส่วนประสมทางการตลาดมาบริหารจัดการงานทางการตลาดเริ่มเปลี่ยนไป นักการตลาดไม่สามารถใช้ การจัดการการตลาดในลักษณะ ตลาดรวม (Mass Market) แบบสมัยก่อนได้อีกต่อไป ดังนั้น นักการตลาดจึงเริ่มปรับตัว โดยปรับส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่เน้นไปการคิดแบบภายในสู่ภายนอก โดยที่คนในองค์กรคิดเอง (Business Centric) ให้กลายเป็นการคิดแบบภายนอกสู่ภายใน โดยเน้นไปที่ความต้องการของผู้บริโภค (Customer Centric) มากขึ้น ซึ่งเป็นที่มาของแนวคิด 4Cs (Consumer-Cost -Convenience-Communication) ซึ่ง Robert F. Lauterborn ได้นำเสนอไว้ เมื่อปี 1990 ซึ่งแนวคิด 4Cs ดังนี้ (Lauterborn, 1990) 1.สินค้า มุมมองของ 4Cs นั้น แทนที่จะให้ความสำคัญกับสินค้าแบบสมัยก่อนก็กลับมาสนใจที่ตัวผู้บริโภคมากขึ้น ดังนั้นก่อนที่จะผลิตหรือนำสินค้ามาขายควรต้องรู้ก่อนว่า ลูกค้าหรือผู้บริโภคต้องการสินค้าแบบไหน ไม่ได้เกิดจากการผลิตมาก่อนแล้วค่อยสร้างตลาดแบบเดิม 2.ราคาไม่ใช่แค่เรื่องของเงิน รวมถึงทุกอย่างที่ลูกค้าจำเป็นต้องแลกเปลี่ยนเพื่อที่จะสามารถได้ใช้บริการหรือสินค้านั้นได้ ราคาที่ว่าสามารถรวมไปถึงเรื่องของเวลา ความรู้สึกต่างๆ ได้ด้วย 3.ความสะดวกของลูกค้าในช่องทางการซื้อสินค้า การตลาดยุคใหม่ต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นหลัก การอำนวยความสะดวกที่ทำให้ลูกค้าสะดวก ในการใช้บริการและสินค้าให้มีมากและดีที่สุด มีการเพิ่มช่องทางในการซื้อให้กับลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น 4.การสื่อสารการตลาด มีความหมายอาจจะคล้ายๆ กับการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของส่วนประสมทางการตลาด จะเน้นเรื่องการสื่อสารร่วม ไปกับผู้บริโภค กล่าวคือการสื่อสารที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของผู้บริโภคด้วย การดำเนินกิจกรรมดังกล่าวจะใช้แนวคิดด้านการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integration Marketing Communication:IMC) มาเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้เงินจำนวนน้อยที่สุดที่จำเป็นเพื่อให้บรรลุภารกิจทางการตลาดอย่างครบถ้วน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้านการตลาดโดยรวม (Boone, 2011)

นอกจากนี้การตลาดแบบประสมประสานยังเป็นแนวทางในการบรรลุวัตถุประสงค์ของแคมเปญ (Campaign) การตลาดผ่านการใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันโดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างซึ่งกันและกัน ปัจจุบันตลาดแบบประสมประสานนั้นหมายถึงการสร้างเนื้อหา ข้อความ การสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ที่หลากหลาย (Belch, 2004)

แนวคิดด้านการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน (Integration Marketing Communication:IMC) นั้นสามารถใช้ได้กับผู้ประกอบการในทุกๆระดับไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็ก กลาง หรือใหญ่ หากนำแนวคิด IMC มาประยุกต์ใช้ จะทำให้สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคได้เหมาะสมมากขึ้น

2.9 แนวคิดการจัดการช่องทางการตลาด

การจัดการช่องทางการตลาด เป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาดที่เรียกว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการที่เริ่มตั้งแต่การเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากผู้ผลิต ผ่านคนกลางในระดับต่างๆ เพื่อกระจายสินค้าและสนองต่อความต้องการไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดและสามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค (ยุพิน พิทยาวัฒน์ชัย, 2550) ทั้งนี้ช่องทางการตลาดในประเทศไทย สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ช่องทางการตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional Outlet/Conventional Marketing) หมายถึง ช่องทางการตลาดที่เน้นในเรื่องของร้านค้าปลีกและส่ง เป็นร้านค้าที่เกิดขึ้นตามแหล่งชุมชนหรือตลาดสด สามารถจัดหน้าร้านเป็นที่วางจำหน่ายสินค้า มีการเก็บสต็อกสินค้าไว้ในร้าน เน้นการขายด้วยพนักงานขาย 2) ช่องทางการตลาดที่ทันสมัย (Modern Trade Outlet/Modern Trade Channels) เน้นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ตกแต่งร้านอย่างทันสมัย ติดเครื่องปรับอากาศ แยกแยะชนิดของสินค้าอย่างชัดเจน ใช้เทคโนโลยีในการบริการช่องทางการตลาด เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต ซูเปอร์สโตร์

สำหรับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศไทย ในปัจจุบัน เป็นยุคการค้าแบบอีเลคทรอนิกส์ (E-Commerce) และช่องทางการตลาดที่ทันสมัย (Modern Trade Channels) การพัฒนาด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการค้าขายบนอินเทอร์เน็ตได้กลายมาเป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญของผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีก และการจัดส่งกำลังบำรุงธุรกิจ หรือ Logistics กำลังมีบทบาทสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนี้ การพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ๆ เช่น

ช่องทางการตลาดโดยตรง ช่องทางการตลาดส่วนย่อย และช่องทางการตลาดผ่านโทรศัพท์มือถือ กำลังเข้ามามีบทบาททดแทนช่องทางการตลาดแบบดั้งเดิมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ อย่างไรก็ตามช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีหน้าร้านก็ยังเป็นสิ่งจำเป็น เพราะผู้บริโภคส่วนหนึ่งยังคงต้องการที่จะสัมผัสสินค้า และทดลองผลิตภัณฑ์ก่อนซื้อ

2.10 แนวคิดการจัดการตลาด แบบ B2B, B2C และ C2C

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด นับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จทางการตลาดเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้ธุรกิจยุคใหม่จึงทำการแบ่งตลาดเป้าหมายออกตามลักษณะเฉพาะตัวของตลาดนั้นๆ ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามรายละเอียด ทั้งนี้การจัดการการตลาดแบบ B2B หมายถึง ธุรกิจที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ผู้ประกอบการด้วยกัน เป็นการทำธุรกิจ ระหว่างภาคธุรกิจด้วยกันเอง (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ อังอิงใน ชญานิศ จิตรปลี้ม, 2558) การทำการตลาดของธุรกิจ B2B ในอดีตมักจะใช้เครื่องมือในรูปแบบ Traditional ในการทำการตลาด เช่น การทำโบชัวร์ การออกตลาดโดยพนักงานขาย การออกงานแสดงสินค้า (ชญานิศ จิตรปลี้ม, 2558) ซึ่งปัจจุบันธุรกิจแบบ B2B เปลี่ยนไปมากเริ่มทำตลาดในรูปแบบใหม่ๆ เพิ่มขึ้นเมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล โดยส่วนใหญ่จำนวนลูกค้าของธุรกิจ B2B มีจำกัด จึงจำเป็นต้องสื่อสารข้อมูลข่าวสาร ให้ถึงตัวกลุ่ม เป้าหมายได้อย่างตรงมากขึ้น การโฆษณาดิจิทัลจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ธุรกิจ B2B เลือกใช้ทำ เช่น การใช้การตลาดอีเมล (Email Marketing) การค้นหาผ่านเครื่องมือการค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์ (Google Search) รวมถึงการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบ Re-Targeting บนเครื่องขายสังคมออนไลน์ อย่างเฟซบุ๊กด้วย กล่าวโดยสรุปแล้ว การตลาดของธุรกิจ B2B จะมีความแตกต่าง จากการตลาดของธุรกิจ B2C เนื่องจากปริมาณของผู้รับสารหรือลูกค้าของธุรกิจ B2C มีจำนวนมากกว่า ปริมาณของผู้รับสารหรือลูกค้าของธุรกิจ B2B ดังนั้นหากจะทำการตลาดดิจิทัล กับธุรกิจประเภทนี้จึง ต้องศึกษาวิจัยถึงแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารตลาดของธุรกิจ B2B ด้วย (กิตติชัย ปรีน้อย 2560)

2.11 แนวคิดการจัดการการตลาดแบบ B2C (Business-to-Consumer)

B2C หมายถึง การขายสินค้าไปยังผู้บริโภคทั่วโลกโดยตรง โดยบริษัทหรือองค์กรธุรกิจที่ขาย ด้วยวิธีนี้เป็นการตัดตัวกลาง ไม่ว่าจะเป็นผู้นำเข้า ผู้จัดการจำหน่าย พ่อค้าส่ง และพ่อค้าปลีกออกหมด ทั้งนี้

เพื่อต้องการทำกำไรได้มากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็สามารถขายสินค้าได้ถูกลงด้วย เนื่องจากไม่ต้องแบ่งกำไรให้พ่อค้าคนกลาง

2.12 แนวคิดการจัดการการตลาดแบบ C2C (Consumer-to-Consumer)

C2C หมายถึง การทำธุรกิจที่ติดต่อกันโดยตรงระหว่างลูกค้ารายย่อยที่ซื้อขายกันเอง จุดเด่นของธุรกิจในลักษณะนี้ คือ การที่แต่ละคนจะเป็นเจ้าของสินค้าและเปิดร้านค้าของตนเอง แต่ปริมาณสินค้าของตนยังน้อยอยู่ไม่คุ้มค่าที่จะลงทุนทำ E-business จึงมักจะมีตัวกันเป็นกลุ่ม หรือมีตัวแทนรวบรวมเจ้าของเจ้าของสินค้ารายย่อยเหล่านี้ไว้ด้วยกัน แล้วจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้เช่น สร้างโฮมเพจให้ จัดการระบบเก็บเงิน และ ระบบส่งของให้ คล้ายๆ กับกิจกรรม เปิดท้ายขายของ ตามที่ต่างๆ นั่นเอง สำหรับตัวอย่างของระบบ C2C นี้ได้แก่ โฮมเพจของ Thai.com ที่อนุญาตให้เราเข้าไปเปิดร้านค้าย่อยบนอินเทอร์เน็ตได้ รูปแบบ E-business ที่ผ่านได้เล่าให้ฟังนั้นระบบ B2B และ B2C ดูเหมือนว่าจะเห็นผลมากกว่าระบบ C2C เนื่องจากระบบปริมาณสินค้ามาก จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายต่ำ ในขณะที่ได้รับผลประโยชน์สูง

2.14 แนวคิดการกำกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ด้วยเครื่องหมาย อย.

ผลิตภัณฑ์ชุมชนในปัจจุบันก็เป็นสินค้านวัตกรรมที่มีการดัดแปลงมาจากของพื้นเมือง เพื่อให้มีลักษณะที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้ชุมชนได้สร้างรายได้ และพัฒนาคุณภาพชีวิตในด้านอื่น ๆ ที่นอกจากทางเศรษฐกิจด้วย แต่การยกคุณภาพของสินค้าชุมชนไม่ใช่แค่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้ตรงความต้องการของผู้บริโภคเท่านั้น แต่ต้องมีความน่าเชื่อถือ หรือความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค ระบบมาตรฐานต่าง ๆ จะเป็นตัวช่วยยก ระดับสินค้าชุมชน ซึ่งอาหารและผลิตภัณฑ์บำรุง และความงามต่าง ๆ ก็มี มาตรฐาน อย. ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือมาตรฐาน Primary GMP และ GMP ซึ่งสำนักงานฯ ได้ขับเคลื่อนให้อาหารพื้นเมืองของชุมชนต่าง ๆ ได้ยกระดับ ด้วยการได้รับมาตรฐานนี้ตามนโยบาย Thailand 4.0 ซึ่งสินค้าประเภทอาหารและเครื่อง ต้มของชุมชน ได้มีกรมวิทยาศาสตร์และบริการ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีช่วยยกระดับให้เข้าสู่ กระบวน การรับรองมาตรฐานให้ได้เกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเพื่อขอรับมาตรฐาน Primary GMP และ GMP ของ อย. และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จากสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) โดยตัวอย่างที่ทางกรมได้ช่วยปรับปรุงให้ได้มาตรฐาน ได้แก่อาหารทอด ขนมไทย ไข่เค็ม ปลา

ส้ม ฯลฯ โดยตัวอย่างปลาส้ม ได้ปรับปรุงกระบวนการ การผลิตเพื่อลดการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ให้ได้ตามหลัก GMP (ปริญญา จิยพงศ์, 2560)

ปัจจุบันมีหลายชุมชนและหลายผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐาน Primary GMP แล้ว เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านปริง ตำบลนบปริง อำเภอเมือง จังหวัดพังงา (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2561) ในปี พ.ศ. 2561 ได้มีวิสาหกิจและสินค้าชุมชนขึ้นทะเบียน Primary GMP แล้ว 5,319 รายทั่วประเทศโดย ออย. ได้มีเกณฑ์ประเมิน 3 ด้าน คือ การป้องกันการปนเปื้อนเบื้องต้น ยับยั้งจุลินทรีย์ก่อโรค และป้องกันการปนเปื้อนซ้ำหลังแปรรูป โดยจะครอบคลุมทุกส่วนของกระบวนการผลิต ทั้งกระบวนการ วัตถุดิบ สถานที่ บุคลากร โดยหน่วยงานที่จะได้รับมาตรฐาน Primary GMP ต้องมีคะแนน 60 คะแนน ซึ่งในปี พ.ศ. 2558 คัดเลือกมาได้ 77 ราย ที่ได้คะแนนเต็ม 100 คะแนน (สิรวุฒิ รวีไชยวัฒน์, 2561)

2.15 แนวคิดเครือข่ายในภาคธุรกิจ

เครือข่ายในธุรกิจ หมายถึง เครื่องผูกมัดทางสังคมระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องในระดับปัจเจก และระดับองค์การ แนวคิดเครือข่ายในภาคธุรกิจ ได้รับความนิยมในช่วงทศวรรษที่ 1970 เริ่มจากการใช้ความสัมพันธ์ของบุคคลและองค์การต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย โดยคำว่า “เครือข่าย” ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น เกิดจากสาเหตุ 3 ประการคือ 1. การแข่งขันใหม่ (new competition) เนื่องจากโครงสร้างองค์การในแนวตั้งเริ่มหมดไปเพราะไม่สามารถนำองค์การให้บรรลุเป้าหมายได้ ในขณะที่เครือข่ายหรือความสัมพันธ์ในแนวนอนสามารถตอบโจทย์การบริหารในยุคปัจจุบันได้มากกว่า 2. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้การติดต่อสื่อสารทำให้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ 3. ความก้าวหน้าทางวิชาการที่ทำให้ให้เกิดการวิเคราะห์โครงสร้างสังคมในลักษณะที่เป็นเครือข่าย และเกิดเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกขึ้นในองค์การต่างๆ เป็นเครือข่ายที่ขยายได้อย่างอิสระ ไม่ใช่การจำกัดอยู่เพียงกลุ่มผู้บริหารบางคนหรือผู้ปฏิบัติงานบางคนเช่นในอดีต

2.16 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กษมาพร พวงประยงค์ และนพพร จันทร์นำชู (2556) ได้ทำการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับการพัฒนาและศึกษาแนวทางการพัฒนา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ ใน

จังหวัดสมุทรสงครามการวิจัยประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 280 คนและผู้ให้ข้อมูลหลักในการสนทนา กลุ่มจำนวน 8 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ การวิเคราะห์เชิงคุณภาพใช้ การสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย จากการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วย อายุ สถานภาพและระดับการศึกษา แตกต่าง กันมีแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยการสนับสนุน จากภายนอก ปัจจัยภูมิปัญญาท้องถิ่นและปัจจัยการบริหารองค์กร สามารถ ทำนายแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนร่วมกันได้ร้อยละ 76.70 และจากการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ควรสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง สร้างการเรียนรู้ให้คนในชุมชน และเป็นแหล่งเรียนรู้ให้ คนนอกชุมชน แล้วนำมาพัฒนาและประยุกต์ใช้กับ กลุ่มของตน พัฒนาช่องทางข้อมูลข่าวสาร โดย การจัดกิจกรรมเชื่อมโยงเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลระหว่างกลุ่ม

เชิดชัย ฐระแพง(2551) ศึกษาการพัฒนาารูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มช่อง ทางการจัดจำหน่ายสินค้าของโครงการตามพระราชประสงค์ดอนขุนห้วย จังหวัดเพชรบุรี กลุ่มเป้าหมายมีทั้งหมด 6 กลุ่ม คือ กลุ่มการแปรรูปสับปะรด กลุ่มโครงการศิลปาชีพเลี้ยงไหม กลุ่ม การแปรรูปขนุนทอด กลุ่มสมุนไพร กลุ่มปุ๋ยชีวภาพ และกลุ่มแปลงผักเกษตร ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาและอุปสรรคประกอบไปด้วยปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ต้นทุนสูงรายได้ต่ำ ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานการเดินทางเพื่อไปจำหน่ายสินค้าไม่ได้รับความ สะดวก ปัญหาด้านแหล่งน้ำ ขาดแคลนน้ำอุปโภคบริโภค ปัญหาด้านสาธารณสุข สารพิษตกค้าง ปัญหายุงลาย การฉีดวัคซีนป้องกันพิษสุนัขบ้า ถึงขยะไม่เพียงพอ ปัญหาด้านการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมท้องถิ่น ขาดทุนการศึกษา ทั้งนี้การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าได้ดำเนินการ ภายใต้งาน 5 ด้าน คือ แผนงานสร้างการเรียนรู้และความสามารถในการจัดการของชุมชน แผนงานกำหนดตำแหน่งการพัฒนาอาชีพของชุมชนภายใต้ระบบและกลไกการตลาดวิสาหกิจชุมชน แผนงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน แผนงานสนับสนุนชุมชนให้มีบทบาทรองรับความอ่อนแอของระบบ ครอบครัวยุคใหม่ และแผนงานดูแลความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของ ชุมชน

สุพัตรา รักการศิลป์ ปิยาภรณ์ ศิริภูพานมาศ และสาธิต ผลเจริญ (2557) ทำการศึกษาบทบาทของผู้นำที่มีต่อกระบวนการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จภายใต้โครงการสินค้าประเภทหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาว ของจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มตั้งอย่างเป็นวิสาหกิจชุมชนจำนวน 4 กลุ่ม ได้จากการเลือกแบบเจาะจง แต่ละกลุ่มประกอบด้วยประธานและคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 34 คน ใช้การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม พบการวิจัยพบว่า บทบาทผู้นำมี 3 ด้าน คือ ด้านอำนวยความสะดวก ด้านเอื้อประโยชน์ และด้านประสานเชื่อมโยงเครือข่าย ด้านอำนวยความสะดวก คือ บทบาทในการบ่งชี้ความรู้ การสร้างและการแสวงหาความรู้ และการจัดความรู้ให้เป็นระบบ ด้านเอื้อประโยชน์ คือ บทบาทในการประมวลและกลั่นกรองความรู้ บทบาทในการเข้าถึงความรู้ และบทบาทในการแลกเปลี่ยนความรู้ ด้านประสานเชื่อมโยงเครือข่าย คือ บทบาทในเรื่องการเรียนรู้ร่วมกัน

วรางคนา อติศรประเสริฐ(2557) ได้ศึกษา แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดสำหรับผู้ประกอบการสตรีในชุมชน กรณีศึกษา วิสาหกิจขนาดย่อมผลิตภัณฑ์กระดาษสา โดยศึกษาในเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคและ แนวโน้มพฤติกรรมการซื้อขายกระดาษสา กลุ่มตัวอย่างมีสองกลุ่ม กลุ่มแรกคือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์กระดาษสา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามทัศนคติของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขาย และช่องทางจัดจำหน่าย แนวโน้มการซื้อขาย และกลุ่มที่สองเป็นผู้ประกอบการสตรีในชุมชนอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 15 ราย โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างประกอบด้วยลักษณะ รูปแบบการดำเนินงานด้านการตลาด ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์กระดาษสา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเน้นการพัฒนาแบบลดรายให้มีเอกลักษณ์และที่สำคัญควรจะมีจุดเน้น การสร้างตราสินค้า ด้านราคา ควรกำหนดราคาตามคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย ควรจะมีการเพิ่มช่องทางทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น เพื่อเป็นการกระจายสินค้าให้ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้ครอบคลุม เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจ และกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ

สัญญา เคนาภูมิ (2558) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาประสิทธิผลของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ จังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างเป็นวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จำนวน 335 แห่ง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม จัดสนทนากลุ่ม Focus Group Discussion จาก Best practise ที่ได้รับการคัดเลือก จำนวน 10 แห่ง ผู้ให้ข้อมูลเป็นตัวแทนวิสาหกิจชุมชนแห่งละ 3 คน ผลการวิจัย

พบว่าแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพประกอบ ด้วย 1.กลยุทธ์เชิงรุก โดยการพัฒนาศักยภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานคุณภาพ ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ขยายพัฒนาเครือข่ายทางธุรกิจ เพื่อส่งเสริมการกระจายสินค้า 2.กลยุทธ์เชิงพัฒนา ด้วยการเสริมสร้างขีดความสามารถการบริหารจัดการ สนับสนุนงบประมาณและบุคลากร สร้างการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ 3.กลยุทธ์เชิงตั้งรับ ด้วยการพัฒนาศักยภาพแรงงานและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พัฒนาเครือข่ายให้เข้มแข็ง วิจัยนวัตกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพ สร้างความร่วมมือเพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้

กรกมล ชื่นสุวรรณ และคณะ (2560) ทำการศึกษาการพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิต ภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส จังหวัดสตูล วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส มีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ในด้านการทำขนมพื้นเมือง ผลิตภัณฑ์กลุ่ม ได้แก่ ขนมลากรอบ ขนมไข่โบราณ ขนมบุหงาบูตะ ขนมกลีบลำดวน ขนมทองม้วน ขนมทองพับ ขนมถั่วอัด ขนมปะการัง และขนมกลีบบัว โดยมี ขนมลากรอบเป็นขนมขึ้นชื่อ ผู้วิจัยโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตอิเล็กทรอนิกส์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส จังหวัดสตูล ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้โปรแกรมเวิร์ดเพรส ร่วมกับการ โปรโมทเว็บไซต์ ผลการวิจัยพบว่าระบบสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบออนไลน์ และสามารถเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใสได้ และจาก การประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจที่มีต่อระบบจากสมาชิกในกลุ่มจำนวน 19 คนพบว่า อยู่ในเกณฑ์ดี

อุทัย ปริญาสุทธินันท์ (2560) ได้ทำการศึกษาวิสาหกิจเพื่อสังคมของชุมชนทุ่งตำเสา ในด้านรูปแบบสถาบันการเงิน สหกรณ์และกลุ่มอาชีพ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้การสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้นำวิสาหกิจจำนวน 4 คน ผู้นำชุมชน 3 คน ชาว บ้านในชุมชน 30 คน ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ 20 คน เจ้าหน้าที่องค์การปกครองท้องถิ่น 5 คน และนักวิชาการ 5 คน ผลการ วิจัยพบว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมของชุมชนทุ่งตำเสา สามารถแบ่งออกเป็น สองกลุ่มคือ กลุ่มที่ประสบความสำเร็จและกลุ่มที่มีแนวโน้มไม่มั่นคงหรือไม่ยั่งยืน โดยเป็นลักษณะการดำเนินกิจการเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน รวมทั้งเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจภายในท้องถิ่น แม้จะให้ผลดี แต่ก็ยังไม่ สามารถสร้างผลลัพธ์ทางสังคมที่โดดเด่นได้ เนื่องจากกิจการส่วนใหญ่มีขนาดเล็กหรือเป็นธุรกิจที่อยู่ในระยะเริ่มต้น ซึ่งยัง ต้องการการสนับสนุน

ทั้งเชิงนโยบายและแหล่งเงินทุน เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง อันจัก ช่วยให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและคนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี

พิมพ์ิกา พูลสวัสดิ์ และ สุวิต ศรีไหม (2560) ได้นำเสนอบทความวิชาการที่นำเสนอวิสาหกิจเพื่อสังคมในฐานะที่เป็นการค้าเงินธุรกิจรูปแบบหนึ่ง ที่ทำให้เกิดการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน โดยการวิเคราะห์แนวคิดและนำเสนอกรณีตัวอย่างในต่างประเทศและ ตัวอย่างการนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในประเทศไทย การดำเนินธุรกิจในลักษณะวิสาหกิจเพื่อสังคมถึงแม้จะมี พันธกิจที่ต่างกัน แต่มีองค์ประกอบหลักเหมือนกัน ได้แก่ การมีเป้าหมายเพื่อสังคมเป็นจุดเริ่มต้น การแก้ไขปัญหาของสังคมและสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สังคม การสร้างความยั่งยืนทางการเงิน และคนในสังคมมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ วิสาหกิจเพื่อสังคมสะท้อนให้เห็นคุณค่าที่แต่ละสังคมสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนา สังคมโดยไม่รอความช่วยเหลือจากภาครัฐหรือหน่วยงานอื่น ๆ เท่านั้น ตัวอย่างของวิสาหกิจเพื่อสังคม ทั้งต่างประเทศและในประเทศไทยทำให้เกิดการสร้างสังคมที่ดี และทำให้เกิดการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืนได้

รัฐพล สังคะสุข และคณะ(2560) ได้ศึกษาการจัดจำหน่ายและการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ผู้วิจัยได้ออกแบบระบบการจัดจำหน่ายสินค้า บนช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการกลุ่ม สินค้าวิสาหกิจชุมชนจำนวน 150 รายและกลุ่มผู้บริโภคสินค้าวิสาหกิจชุมชนจำนวน 50 ราย ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการ มีช่องทางการจัดจำหน่ายเรียงตามลำดับยอดขาย ได้แก่ การออกบูธ 133 ราย หน้าร้านตัวเอง 100 ราย ออนไลน์ 22 ราย ขายตรง 11ราย และฝากขาย 10 ราย ผลสำรวจผู้บริโภคพบว่าสินค้าวิสาหกิจชุมชนที่ผู้บริโภคเคยซื้อหรือสนใจจะซื้อผ่านระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อาหาร เสื้อผ้าเครื่องประดับ ของใช้ในครัวเรือน สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เครื่องดื่ม ตามลำดับ ผู้วิจัยได้ใช้กลยุทธ์การตลาด คือ 1.การรับประกันราคา 2.การจัดชุดสินค้า 3.การจัดกระเช้าของขวัญ 4.การสร้างเรื่องราวให้สินค้า 5.การเข้าถึงช่องทางจำหน่ายออนไลน์ ผลการทดลองจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นและมีกำไรขั้นต้นสูงสุด ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ของใช้ของตกแต่งบ้านและเสื้อผ้าเครื่องประดับ และเมื่อทำการเปรียบเทียบรายได้จากการขายของเว็บไซต์ที่สร้างกับเฟซบุ๊กพบว่าเฟซบุ๊กมีรายได้สูงกว่าในทุกหมวดแสดงว่าเฟซบุ๊กเป็นช่องทางที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกมากกว่า

ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และ ชีรศักดิ์ อุ่นอารมณฺ์เลิศ (2561) ได้ทำการศึกษาและวิจัยการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในจังหวัดนครปฐม การวิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสนทนากลุ่ม กลุ่มผู้รู้จำนวน 10 คน แบบสอบถามประเมินความรู้ก่อนและหลัง แบบสอบถามทดสอบผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่ม โดยการรวมตัวกันผลิตสินค้าแปรรูป มีแนวคิดคือการนำวัตถุดิบภายในชุมชนที่เหลือจากการจำหน่ายมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน แต่ยังขาดความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบ SCPD Integrated Model และมีการจัดอบรมหัวข้อเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อ พัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามแนวคิดผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์ (ต้นแบบ) 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มอาชีพผลไม้สด และผลผลิตเกษตรแปรรูป จังหวัด นครปฐม พัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ เค้กเพลินบานาน่า (เค้กกล้วยหอมทองผสมข้าวไรซ์เบอร์รี่ สอดไส้คัสตาร์ด รสกล้วย) ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม พัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ข้าวเกรียบเห็ด 3 อย่าง ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนาการ (Research and Development) แบบการศึกษาติดตามกลุ่ม (Cohort Study) มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างหรือค้นหาแนวคิด แนวทาง วิธีปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์เพื่อนำไปใช้พัฒนากลุ่มคน หน่วยงาน หรือองค์การ เพื่อผลลัพธ์ในการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เช่น แนวคิด พฤติกรรม วิธีปฏิบัติ ที่คาดว่าจะดีขึ้น (ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล และสุภาพ ฉัตรภรณ์, 2555) ดำเนินการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป ซึ่งมีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 8 ราย และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการแปรรูปและจัดจำหน่ายพลาสติกบางบ่อ ในเขตอำเภอบางบ่อ อีก 4 ราย ประกอบด้วยวิสาหกิจชุมชนแม่อำนวยพลาสติกบางบ่อ, วิสาหกิจชุมชนแสนสมบูรณ์พลาสติกบางบ่อ, วิสาหกิจชุมชนแม่नियाบางบ่อ และ สลัดสลัดพลาสติกบางบ่อ

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ถูกกำหนดโดยไม่ใช่หลักทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็นเกษตรกรและผู้แปรรูปของกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์และแปรรูปพลาสติกบางบ่อ และเกษตรกรและผู้แปรรูปรายอื่น ๆ ที่มีความสนใจจะเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกัน ทั้งนี้ตัวแทนของกลุ่มประชากรที่สอดคล้องกับการวิจัยสามารถเป็นผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) ในระดับลึกได้ (Patton, 2002) และสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นมา เอกลักษณ์ และรายละเอียดอื่นๆเกี่ยวกับพลาสติกบางบ่อ จ.สมุทรปราการได้

3.2 วิธีการเก็บข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีการเก็บข้อมูล 3 วิธี ดังนี้

1) การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) สัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์และแปรรูปพลาสติกบางบ่อ จำนวนทั้งสิ้น 8 คน

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในเรื่องการค้าดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ที่เป็นต้นแบบที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน เพื่อนำมาเสนอเป็นแนวทางให้วิสาหกิจอนุรักษ์ และแปรรูปพลาสติกบางบ่อใช้เป็นแนวทางวางแผนการตลาดของกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย วิสาหกิจชุมชนพลาสติกชาลิวรรณ วิสาหกิจแปรรูปปลานิลแปลงใหญ่ ต.ท่าข้าม อําเภอพุนสนิม จังหวัดชลบุรี และกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์อําเภอสยามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา

3) การประชุมกลุ่ม (Focus group) กับกลุ่มอนุรักษ์และแปรรูปพลาสติกบางบ่อ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ที่ทำธุรกิจพลาสติกอีก 4 ราย คือ วิสาหกิจชุมชนแม่อำวนวยพลาสติกบางบ่อ, วิสาหกิจชุมชนแสนสมบูรณ์พลาสติกบางบ่อ, วิสาหกิจชุมชนแม่นิตยาบางบ่อ และ สลัดสลัด พลาสติกบางบ่อ เพื่อค้นหาช่องทางการจัดจำหน่ายพลาสติก และผลิตภัณฑ์พลาสติกบางบ่อ

4) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participate Observation) โดยทีมวิจัยในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อค้นหาช่องทางการจัดจำหน่ายพลาสติก และผลิตภัณฑ์พลาสติกบางบ่อ

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยหลักการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็น 3 ขั้นตอนหลัก คือการจัดระเบียบข้อมูล การจัดหมวดหมู่ และการเชื่อมโยงข้อมูล (Connection) เพื่อนำเสนอสิ่งที่ค้นพบ (Dey, 1993) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยมีการกำหนดหมวดหมู่ด้วยกำหนดตามประเด็นเนื้อหาข้อมูลที่เก็บมาได้ และนำมาจัดโครงสร้าง เพราะจัดกลุ่มข้อมูลที่เก็บมาได้จากวิธีการต่าง ๆ

3.4 การดำเนินงานศึกษาวิจัย

การดำเนินการวิจัยแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การศึกษาบริบทเบื้องต้นในการดำเนินร่วมกันของกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อ และแปรรูป

2. การศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์อนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปและการศึกษากลุ่มวิสาหกิจตัวอย่าง โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ทำการศึกษากลุ่มวิสาหกิจทางด้านการเกษตรทั้งสิ้น 3 กลุ่ม ได้แก่ วิสาหกิจพลาสติกชาลิวรรณ วิสาหกิจปลานิลแปลงใหญ่ ต.ท่าข้าม

และกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา และการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกับบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ด้วยวิธีการวิจัยดังนี้

1) วิสาหกิจชุมชนพลาสติกชาลีวรรณ ผู้วิจัยทำการศึกษาศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับประธานกลุ่ม

2) วิสาหกิจชุมชนปลานิลแปลงใหญ่ ต.ท่าข้าม ผู้วิจัยทำการศึกษาศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับประธานกลุ่ม หลังจากนั้นจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยการจัดประชุมกลุ่มพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่าง 2 กลุ่ม ภายใต้หัวข้อที่นักวิจัยได้จัดเตรียม คือ การบริหารจัดการกลุ่ม การบริหารสมาชิก การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย การวางแผนและการพัฒนาการดำเนินการในปัจจุบันและในอนาคต และเปิดโอกาสให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปได้ซักถามประเด็นที่สงสัยและข้อมูลเพิ่มเติมในด้านต่างตามอัธยาศัย

3) กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา ทำการศึกษาศึกษาด้วย 1 วิธีคือการสัมภาษณ์เชิงลึกกับสมาชิกกลุ่มฯ และการประชุมกลุ่มภายใต้หัวข้อที่นักวิจัยได้กำหนดไว้ คือ การบริหารจัดการกลุ่ม การบริหารสมาชิก การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย การวางแผนและการพัฒนาการดำเนินการในปัจจุบันและในอนาคต โดยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และสอบถามถึงประเด็นต่างๆที่ต้องการทราบ

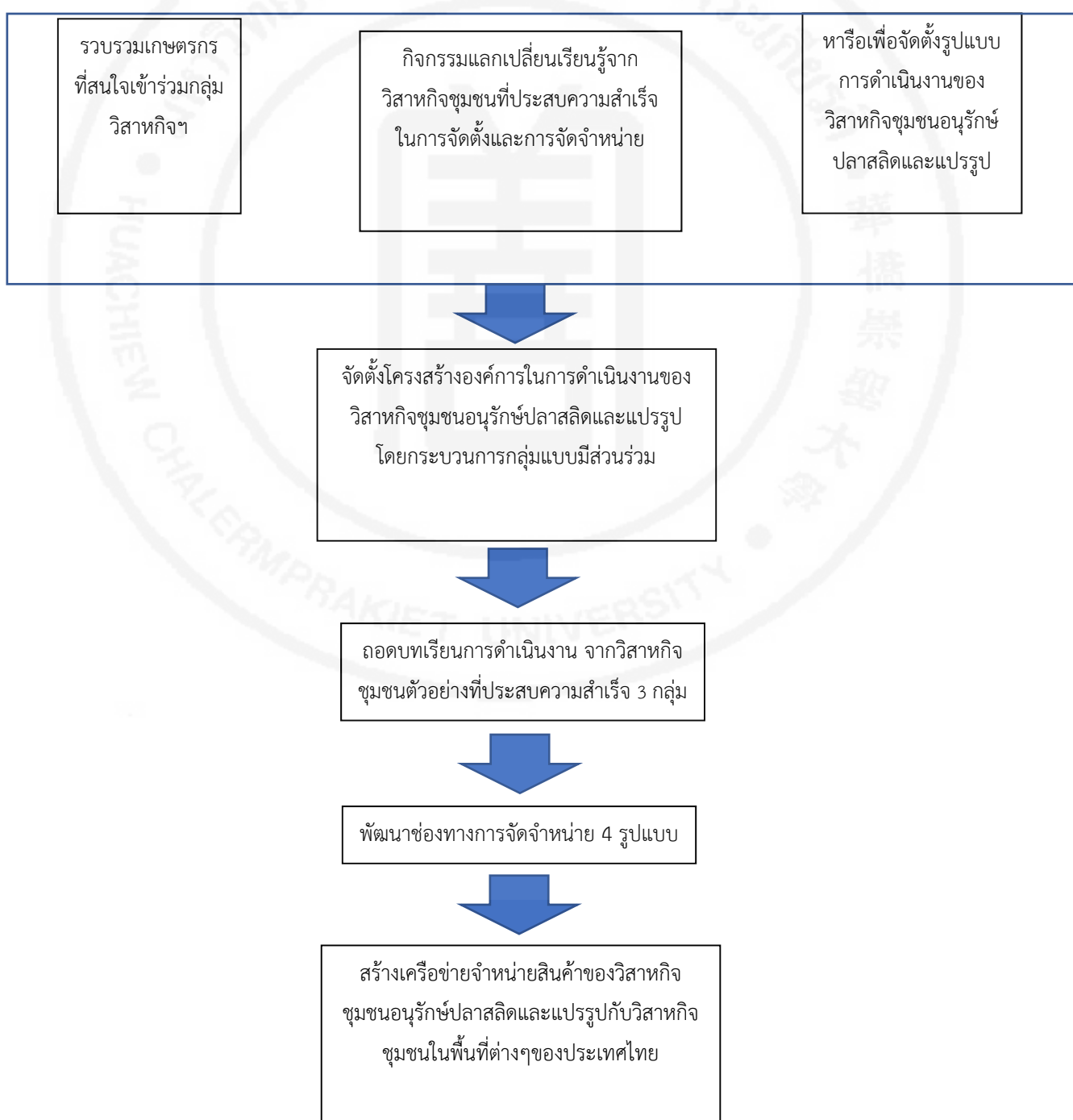
4) การจำหน่ายกับไปรษณีย์ไทย เป็นการเก็บข้อมูลแบบประชุมกลุ่มเชิงปฏิบัติการ โดยนักวิจัยได้เชิญ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มานำเสนอรูปแบบการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของไปรษณีย์ ทั้งรูปแบบการจัดจำหน่ายออนไลน์ และออฟไลน์ พร้อมทั้งสาธิตการลงทะเบียนผ่านระบบปฏิบัติการบนมือถือ ให้เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมประชุมได้ทดลองทำตามพร้อมเปิดโอกาสให้ซักถามข้อสงสัยต่างๆ

3. การนำเสนอการศึกษาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตัวอย่างต่อกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป การนำเสนอบทสรุปการศึกษากลุ่มวิสาหกิจตัวอย่างเป็นการประชุมกลุ่ม ทั้งแบบภายในกลุ่ม และการประชุมกลุ่มร่วมกับกลุ่มตัวอย่างฯ มาเสนอการดำเนินงานของกลุ่ม เพื่อให้คณะกรรมการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อได้แสดงความคิดเห็นกับหลักการบริหารจัดการของแต่ละกลุ่ม และแสดงความเห็นในการนำมาปรับใช้

4. การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์และแปรรูปพลาสติกบางบ่อ โดยทางกลุ่มฯ เลือกดำเนินการจำหน่ายพลาสติกผ่านช่องทางจำหน่ายที่ไม่เคยจำหน่ายเพิ่มเติม คือ

นำมาจำหน่ายในงานสินค้าและอาหารเพื่อสุขภาพงาน Green Everyday : เย็บ มัด ถัก ร้อย (ตลาด บ่อมาเช่) /จำหน่ายที่อาคารอำนวยการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ/ แลกเปลี่ยนการจำหน่ายสินค้าร่วมกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต่างพื้นที่/การจัดจำหน่ายออนไลน์/การจัดจำหน่ายร่วมกับหน่วยงานกระจายสินค้า คือ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

แผนภาพการดำเนินงานวิจัย



3.5 คุณภาพการวิจัย

การดำเนินกิจกรรม การเก็บและการวิเคราะห์ข้อมูลจะต้องคำนึงถึงคุณภาพงานวิจัย ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้มีทั้งส่วนที่เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ คุณภาพของงานวิจัยจะมุ่งเน้นที่ความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือ ดังนี้

1. ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ (Validity and trustworthiness) โดยความถูกต้องจะมุ่งเน้นที่ความถูกต้องในการตีความหมายและรายงานผลการศึกษานักวิจัย ซึ่งจะเน้นที่ 3 ส่วน คือการอธิบายข้อมูลถูกต้อง การตีความได้ถูกต้อง และความถูกต้องด้านการใช้ทฤษฎีที่ถูกต้อง ซึ่งมีการดำเนินการ ดังนี้

1) การอธิบายข้อมูลถูกต้อง (Descriptive validity) เพื่อความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูล นักวิจัยมีการบันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก และประชุมกลุ่มด้วยเครื่องบันทึกเพื่อเก็บข้อมูลได้ครบถ้วน และเมื่อถอดคำแล้วมีการสัมภาษณ์หรือสอบถามผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่ชัดเจน

2) การตีความได้ถูกต้อง (Interpretive validity) เพื่อนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ถูกต้อง การวิจัยครั้งนี้ใช้การเก็บข้อมูลหลาย ๆ (Data Triangulation) เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลให้ชัดเจน และการนำเสนอรายงานวิจัยแบบการพรรณนารายละเอียดของข้อมูลที่ได้ (Thick description) พร้อมข้อมูลดิบจากผู้ให้ข้อมูล

3) ความถูกต้องด้านการใช้ทฤษฎีที่ถูกต้อง (Theoretical validity) การอภิปรายผลกับทฤษฎีต่าง ๆ จะมีการพรรณนาข้อมูลเพื่อให้เกิดการถ่ายทอดเนื้อหาสู่ทฤษฎีได้ชัดเจน ซึ่ง Guba และ Lincoln (1994) ได้เสนอไว้ว่าการนำเสนอรายงานวิจัยแบบการพรรณนารายละเอียดสามารถเพิ่มความสามรถในการถ่ายทอดเรื่องราว (Transferability) และการสรุปสู่กว้าง (Generalization) ได้

2. ความน่าเชื่อถือสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ (Credibility) เนื่องจากงานวิจัยเชิงคุณภาพมีลักษณะเป็นอัตวิสัย (Subjective) เป็นการตีความของนักวิจัยด้วยแหล่งให้ข้อมูลจำนวนไม่มากนักวิจัยจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือในข้อมูลที่ได้มา และความถูกต้องตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น ซึ่งเป็นความถูกต้องภายใน (Internal reliability) ซึ่งจะต้องเน้นการอธิบายผลด้วยข้อมูลดิบ หรือการใช้คำพูดของผู้ให้ข้อมูล และบริบท เพื่อให้ผู้อ่านงานวิจัยได้เห็นถึงบริบทของพื้นที่ศึกษาวิจัย (Drisko, 1997)

3. ความเชื่อมั่น (Reliability) ความคงที่ของงานวิจัยทางคุณภาพจะเน้นที่การแปลผลข้อมูลที่ได้โดยนักวิจัยที่แตกต่างกันจะต้องได้ผลใกล้เคียงกัน จัดเป็นความเชื่อมั่นภายใน (Internal reliability) (Bryman. 2004) การวิจัยครั้งนี้จะวิธีการเก็บข้อมูลแบบทดลอง (Preliminary inquiry) ในแนวคำถามที่ใช้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยทำการสัมภาษณ์กับสมาชิกวิสาหกิจฯ บางคนก่อน แล้วนำมาปรับปรุงก่อนทำการสัมภาษณ์กับคนต่อ ๆ ไป ในส่วนของการสังเกตการณ์ นักวิจัยได้สังเกตการณ์มากกว่า 1 คน และทำซ้ำมากกว่า 1 ครั้ง ในกิจกรรมเดียวกันตามหลักการของเทคนิคการทดสอบข้อมูลซ้ำ (Test-retest method) คือการเก็บข้อมูลเดิมซ้ำ 2 ครั้ง (Babbie. 2000)



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายพลาสติกบางบ่อผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3 ประการ คือ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการ การองค์กรของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป 2) พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) นำเสนอแนวทางการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content analysis) และนำเสนอผลการวิจัยเป็น 3 ตอน ตามการกำหนดคำถามของการวิจัย 3 ข้อ คือ 1) ในปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปมีสมาชิกทั้งหมดกี่ราย มีความสัมพันธ์และมีการร่วมมือเพื่อดำเนินงานร่วมกันในด้านใดบ้าง 2) เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปสามารถดำเนินการได้อย่างประสบความสำเร็จผ่านการมีส่วนร่วมของสมาชิก ควรจะมีการพัฒนาโครงสร้างองค์กรในรูปแบบใด ระบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนควรเป็นอย่างไร 3) การกระตุ้นให้เกิดการกระจายรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป ผ่านการสร้างความสัมพันธ์กับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ควรมีกระบวนการเช่นไรจึงจะเหมาะสมและประสบความสำเร็จ

ทั้งนี้ การนำเสนอผลงานวิจัยมี 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 สภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อ
และแปรรูป



ภาพที่ 1.2 สถานที่ดำเนินการ

ตอนที่ 2 การถอดบทเรียนจากวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ 3 กลุ่ม คือ วิสาหกิจ
ชุมชน ปลาสดชาลิวรรณ วิสาหกิจชุมชนปลานิล และกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์
สนามชัยเขต

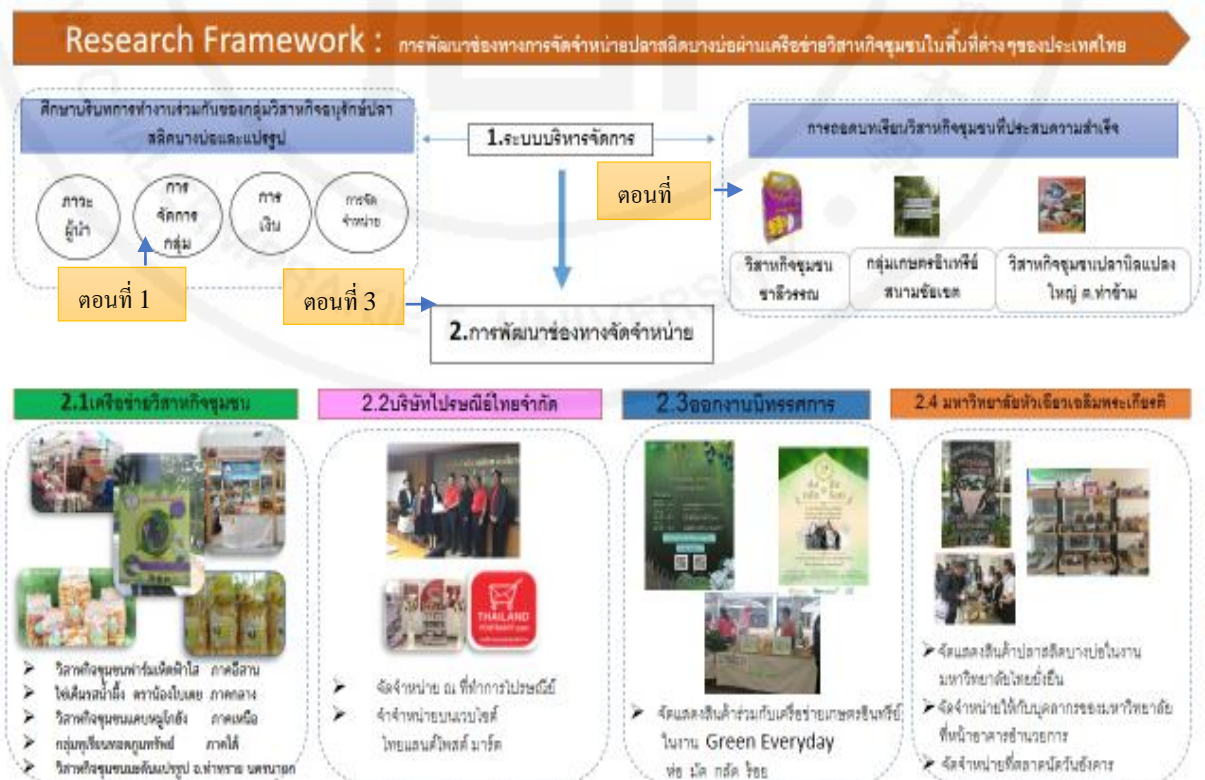


ตอนที่ 3 การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายพลาสติกบางบ่อในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย



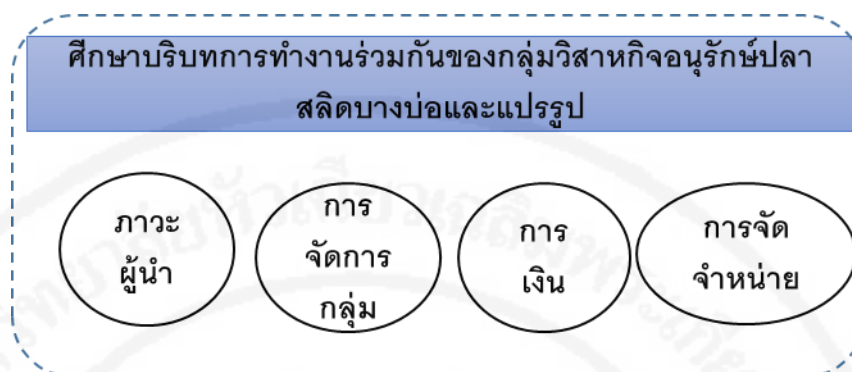


ทั้งนี้นิยามศัพท์เฉพาะสำหรับ “เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน” หมายถึง เครือข่ายทางสังคมในระดับบุคคล ระดับองค์การที่มีการแลกเปลี่ยนสัมพันธ์กันตามกฎหมายที่ตั้งไว้ร่วมกัน หรือเพื่อให้สามารถช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทรัพยากร ส่งผลให้เกิดการเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจทั้งแก่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรือตั้งแต่สองฝ่ายขึ้นไป ดังแสดงในภาพที่ 1.3



ภาพที่ 1.3 กรอบการวิจัย

4.1 ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป



1.ภาวะผู้นำ

วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปก่อตั้งขึ้นโดยนายปรีชา สมานมิตร เกษตรกรผู้เลี้ยงและแปรรูปพลาสติก อำเภอบางบ่อ โดยมีความคิดว่าถ้าไม่อนุรักษ์ไว้ในอนาคต อาชีพเลี้ยงพลาสติกจะหมดไป จึงเป็นผู้นำในการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อขึ้น ประกอบกับ ผู้นำกลุ่มได้รับการยอมรับจากภาครัฐให้เป็น “ปราชญ์พลาสติก” ซึ่งเกิดจากการรวมตัวกันของ ชาวบ้าน จากเริ่มแรก 90 คน แต่ในปัจจุบันเหลือเพียง 37 คน ซึ่งได้รวมตัวกันเป็นสมาชิกของ เกษตรกรแปลงใหญ่ กลุ่มพลาสติก จังหวัดสมุทรปราการ และใน 37 คน เป็นสมาชิกของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป จำนวน 8 ราย ดังภาพที่ 1.4



ภาพที่ 1.4 วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์และแปรรูปพลาสติกบางบ่อ

อย่างไรก็ตาม จากสภาพในปัจจุบันจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงและแปรรูปพลาสติกบางบ่อ เริ่มลดจำนวนลงเรื่อยมา จากปีที่แล้วมีประมาณ 40 กว่าราย เหลือเพียง 30 กว่ารายในปี นี้ จนน่าเป็นห่วงว่า อีกไม่นานคำว่า “พลาสติกบางบ่อ” อาจจะถูกกลืนไป เพราะมีพลาสติกจากจังหวัดอื่นๆ เช่น จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดเพชรบุรี เข้ามาครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จากสาเหตุที่เกิดจากปัจจัยภายนอก คือการขยายตัวของเศรษฐกิจและความเจริญทำให้พื้นที่ทางการเกษตรถูกเปลี่ยนเป็นพื้นที่สำหรับที่อยู่อาศัย รวมทั้งการนำพื้นที่มาใช้สำหรับการอุตสาหกรรมอีกด้วย และสำหรับปัจจัยภายในคือตัวเกษตรกรเองนั้น ปรากฏว่าเกษตรกรหลายรายตัดสินใจเปลี่ยนอาชีพไปทำอย่างอื่น หรือเปลี่ยนจากการเลี้ยงพลาสติกไปเลี้ยงพันธุ์สัตว์น้ำอื่น เนื่องจากมีผลตอบแทนที่มากกว่าและรอบการเลี้ยงเร็วกว่าพลาสติก ประกอบกับกรมประมงได้เข้ามาส่งเสริมเกษตรกรกลุ่มอนุรักษ์พลาสติก บางบ่อ ตำบลคลองด่าน อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ และได้เชิญชวนให้เข้าร่วมโครงการระบบส่งเสริมเกษตรแบบแปลงใหญ่ด้านประมง ในปี 2561 มีจำนวนสมาชิก 30 คน รวมพื้นที่ 889 ไร่ จัดเป็นแปลงใหญ่ปลาน้ำจืดนำร่องแปลงเดียวของประเทศ โดยต้องการสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงพลาสติกบางบ่อให้สามารถพัฒนา

ศักยภาพของผลผลิตเข้าสู่มาตรฐานสากล และช่วยอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อซึ่งเป็นสัตว์น้ำพื้นถิ่นให้คงอยู่ในพื้นที่ต่อไป และได้มีการการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารกลุ่มแปลงใหญ่และโครงสร้างการบริหารงาน มีมติจากการประชุม ได้เลือกตั้งคณะกรรมการบริหารกลุ่มแปลงใหญ่ดังนี้

- | | |
|----------------------------|---------|
| 1. นายปรีชา สมานมิตร | ประธาน |
| 2. นายสุธี สมานมิตร | กรรมการ |
| 3. นางมาเลียม เกิดบัว | กรรมการ |
| 4. นางสร้อยภรณ์ ฉิมบ้านไร่ | กรรมการ |
| 5. นายเฉียบ อำแพง | กรรมการ |
| 6. นายทรงเกียรติ โชติมัน | กรรมการ |
| 7. นายสมชาย กล่อมสกุล | กรรมการ |

คณะกรรมการบริหารกลุ่มแปลงใหญ่ได้มีการเลือกตั้งในกลุ่มเพื่อจัดโครงสร้างการบริหารงาน ดังนี้

- | | |
|----------------------------|------------------|
| 1. นายปรีชา สมานมิตร | ประธาน |
| 2. นายเฉียบ อำแพง | รองประธานกรรมการ |
| 3. นางสร้อยภรณ์ ฉิมบ้านไร่ | เลขานุการ |
| 4. นางมาเลียม เกิดบัว | เหรัญญิก |
| 5. นายทรงเกียรติ โชติมัน | กรรมการ |
| 6. นายสุธี สมานมิตร | กรรมการ |
| 7. นายสมชาย กล่อมสกุล | กรรมการ |

จากข้อมูลเบื้องต้น จะเห็นได้ว่ากลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป ซึ่งนำโดยนายปรีชา สมานมิตร สังกัดอยู่ในกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่พลาสติก ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปจึงได้เริ่มรวมตัวกันเพื่อหาแนวทางในการพัฒนากลุ่ม ให้มีการทำงานอย่างชัดเจนและมีแบบแผน ผนวกกับประมงจังหวัดสมุทรปราการได้เข้ามารวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ พลาสติก ในช่วงเดือน มีนาคม ถึง พฤษภาคม 2562 เพื่อนำข้อมูลไป

ประกอบการเขียนแผนธุรกิจประกอบการกู้เงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์มาดำเนินการ จำนวน 10 ล้านบาท โดยมีดอกเบี้ยต่ำเพียง ร้อยละ 0.01 นายปรีชาในฐานะประธานวิสาหกิจชุมชน อนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป และประธานเกษตรกรแปลงใหญ่พลาสติก จึงได้ออกมา ขับเคลื่อนกลุ่ม เพื่อขออนุมัติสินเชื่อสำหรับเกษตรกรแปลงใหญ่ ซึ่งสมาชิกได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ในระหว่างการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจ อนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป ถ้าหากการขอสินเชื่อในครั้งนี้ได้รับการอนุมัติ ออกมา 4 ประการด้วยกัน คือ

1. การประหยัดจากขนาด Economy of Scale

นโยบายเกษตรกรแปลงใหญ่ จากแนวทางสนับสนุนและส่งเสริมของภาครัฐในการรวมกลุ่ม เกษตรกรในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Area-bases Approach) มุ่งพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และ ปลายน้ำ ด้วยการดำเนินงานในลักษณะการบูรณาการร่วมกันหลายฝ่าย เพื่อลดต้นทุนการผลิต เพิ่ม โอกาสในการแข่งขัน รูปแบบของเกษตรกรแปลงใหญ่ โดยมีเป้าหมายในการพัฒนา 5 ด้าน ได้แก่ ลด ต้นทุนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต พัฒนาคุณภาพ การตลาด และการบริหารจัดการ ส่งผล ให้กลุ่มอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อที่เข้าร่วมกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม สามารถรวมพลังกันเพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการลดต้นทุน และแบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน โดยมีกระทรวง เกษตรและสหกรณ์ได้กำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกร เป้าหมายหลักเพื่อลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกรรายย่อย เพิ่มผลผลิตต่อไร่ เพิ่มศักยภาพในการผลิตของกลุ่ม เกษตรแปลงใหญ่ เพิ่มโอกาสในการแข่งขัน

2. การมีส่วนร่วมของกลุ่มและความเข้มแข็งในการดำเนินงาน Group Participation and Operational Strength

สำหรับกลุ่มอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อ มีการประชุมและสำรวจข้อคิดเห็นของผู้เลี้ยงพลาสติก มาหลายครั้ง ทางกลุ่มสามารถรวบรวมรายชื่อผู้เลี้ยงพลาสติกได้จำนวน 30 คนมีพื้นที่รวม 889 ไร่ และได้จัดตั้งกลุ่มแปลงใหญ่พลาสติก เพื่อให้การผลิต การแปรรูปรวมถึงการตลาดได้มาตรฐานรักษา

ชื่อเสียงของพลาสติกบางบ่อให้ยั่งยืน นอกจากนี้ทางกลุ่มได้กำหนดชื่อแปลงใหญ่ คือ “กลุ่มแปลงใหญ่อนุรักษ์พลาสติกบางบ่อ” เป้าหมายเพื่อพัฒนาสินค้า เลี้ยงพลาสติกเพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐาน GAP และ GI มีคุณสมบัติเฉพาะและมีชื่อเสียงมายาวนาน และจะทำการแปรรูปสินค้าให้ผ่านการรับรองมาตรฐาน ออย. และ ฮาฮาน และอื่นๆ มีการเลือกตั้งในกลุ่มอย่างโปร่งใสและเป็นประชาธิปไตย จนได้คณะกรรมการบริหารกลุ่มแปลงใหญ่ได้มีการเลือกตั้งในกลุ่มเพื่อจัดโครงสร้างการบริหารงานดังนี้

- | | |
|----------------------------|------------------|
| 1. นายปรีชา สมานมิตร | ประธาน |
| 2. นายเฉียบ อำแพง | รองประธานกรรมการ |
| 3. นางสร้อยภรณ์ ฉิมบ้านไร่ | เลขานุการ |
| 4. นางมาเลียม เกิดบัว | เหรัญญิก |
| 5. นายทรงเกียรติ โชติมัน | กรรมการ |
| 6. นายสุธี สมานมิตร | กรรมการ |
| 7. นายสมชาย กล่อมสกุล | กรรมการ |

โดยแบ่งหน้าที่ให้มีผู้ดูแลในด้านต่างๆ ดังนี้

- | | |
|--------------------------------|-------------------------|
| 1. ด้านการผลิต | นายปรีชา สมานมิตร |
| 2. ด้านการแปรรูป | นายสุธี สมานมิตร |
| 3. ด้านการควบคุมคุณภาพ | นางสร้อยภรณ์ ฉิมบ้านไร่ |
| 4. ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ | นายสมชาย กล่อมสกุล |

ทั้งนี้ กลุ่มแปลงใหญ่มีมติมอบหมายให้ นาย ปรีชา สมานมิตร เป็นผู้แทนยื่นใบสมัครเข้าร่วมโครงการแปลงใหญ่ตามนโยบายของรัฐบาล พร้อมบัญชีรายชื่อเกษตรกรแปลงใหญ่โครงสร้างกลุ่มตามมติที่ประชุมและเป้าหมายในการพัฒนา 5 ด้าน ดังนี้

ตารางที่ 1.3 การพัฒนาโครงการแปลงใหญ่พลาสติก จ.สมุทรปราการ

ลำดับที่	ประเด็นพัฒนา	เป้าหมายการพัฒนา
1.	ลดต้นทุนการผลิต	1. เพาะเลี้ยงพันธุ์ปลาขึ้นเองภายในกลุ่ม 2. สมาชิกผลิตอาหารปลาขึ้นเองภายในกลุ่ม 3. ลดต้นทุนการผลิต 25 บาทต่อกิโลกรัม ลดลงเหลือ 20 บาทต่อกิโลกรัม (ลด 20 %)
2.	เพิ่มการผลิต	1. คัดเลือกพันธุ์พลาสติกให้มีคุณภาพและสมบูรณ์ 2. การพัฒนาอาหารพลาสติกให้มีคุณภาพเพื่อเพิ่มการเจริญเติบโต

		3. ผลผลิตเดิม 200 กิโลกรัมต่อไร่ เพิ่มผลผลิตเป็น 240 กิโลกรัมต่อไร่ (เพิ่ม 20%)
3.	เพิ่มคุณภาพ	1. สร้างมาตรฐานการผลิต เพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐาน GAP และ GI 2. ควบคุมการผลิตให้มีคุณภาพ
4.	การตลาด	1. เพิ่มช่องทางการตลาด 2. นำสินค้าสู่ตลาดประชารัฐ
5.	การบริหารจัดการ	1. วางแผนการผลิตเพื่อให้ผลผลิตออกตรงตามเวลา และมีรายได้เพิ่มขึ้น ชุมชนเข้มแข็ง 2. นำหลักการบริหารกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์มาใช้ในการบริหารจัดการ 3. สร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกในกลุ่ม เพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการผลิต สร้างมาตรฐานของการผลิต ทั้งปริมาณและคุณภาพ พร้อมคัดเลือกสินค้าสู่ตลาดประชารัฐซึ่งเป็นศูนย์กระจายสินค้าสู่ชุมชน

3. การสนับสนุนและการส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐบาลและหน่วยงานเอกชน

Support and promotion from government agencies and private agencies

กลุ่มแปลงใหญ่นุรักษ์ปลาสลิดบางบ่อ ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากนโยบายเกษตรแปลงใหญ่ อันเป็นแนวทางสนับสนุนและส่งเสริมของภาครัฐในการรวมกลุ่มเกษตรกรในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Area-bases Approach) เป็นการการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดต้นทุนการผลิต เพิ่มโอกาสในการแข่งขัน โดยมีเป้าหมายในการพัฒนา 5 ด้าน ได้แก่ ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต พัฒนาคุณภาพ การตลาด และการบริหารจัดการ โดยมีกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นผู้ขับเคลื่อนการแก้ปัญหาที่สำคัญ กำหนดแผนที่สำคัญ กำหนดแผนสำหรับการพัฒนา (Road Map) คือ การปรับโครงสร้างการผลิตสินค้าเกษตร ด้านสินค้าพืช ปศุสัตว์ และสินค้าประมง เริ่มตั้งแต่ปีพ.ศ. 2558 และมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักคือกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หน่วยงานรับผิดชอบรอง ได้แก่ กรมปศุสัตว์ กรมประมง กรมชลประทาน กรมวิชาการเกษตร กรมการข้าว กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมพัฒนาที่ดิน กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม กรมหม่อนไหม สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (วิจัย คล้ายแดง, 2561) รวมทั้งมีผู้ซื้อสินค้าเกษตรกร เข้าร่วมลงนามบันทึกข้อตกลง MOU ดังนี้ 1. บริษัทประชารัฐรักสามัคคี

สมุทรปราการ 2. สหกรณ์บริการโรงพยาบาลสำโรงการแพทย์ จำกัด 3. สหกรณ์บริการเพื่อการศึกษาและพัฒนาอาชีพ จำกัด 4. สหกรณ์การเกษตรบางบ่อ จำกัด

4. ความเป็นเอกลักษณ์ของปลาสดบางบ่อ The uniqueness of Bang Bor Fish

แหล่งเลี้ยงและแปรรูปปลาสดที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดี อยู่ที่ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยตำบลที่มีการเลี้ยงและแปรรูปผลผลิตมากที่สุด คือตำบลคลองด่านซึ่งพบว่าในปี 2557 มีพื้นที่เลี้ยงทั้งหมด 5,942.50ไร่ มีเกษตรกร 232 ราย และปริมาณผลผลิตทั้งหมด 1,219,580 กิโลกรัม ทั้งนี้เกษตรกรในตำบลคลองด่านจะมีวิธีการเลี้ยงปลาสดแบบธรรมชาติ โดยเลี้ยงในพื้นที่แปลงนาข้าวที่ไม่ได้ปลูกข้าวแล้ว อาศัยแหล่งน้ำตามธรรมชาติในการเลี้ยงและพินหญ้าท้องถิ่น ได้แก่ หญ้าทรงกระเทียม ที่ขึ้นในแปลงนาข้าว หมักทิ้งไว้เพื่อให้ย่อยสลายเกิดแพลงก์ตอน ซึ่งเป็นอาหารของปลาสดทำให้ปลาสดที่เพาะเลี้ยงได้ มีเนื้อแน่น รสชาติดี และเมื่อนำมาแปรรูปเป็นปลาเค็มตากแห้ง “ปลาสดแดดเดียว” และ “ปลาสดหอม” โดยกรรมวิธีเฉพาะของชุมชนในอำเภอบางบ่อทำให้มีรสชาติดีกลมกล่อม เป็นที่นิยมบริโภคของคนไทย และได้รับการเรียกขานกันว่า “ปลาสดบางบ่อ” และด้วยความมีชื่อเสียงของการเลี้ยงและแปรรูปปลาสดนี้เองปลาสดจึงถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งของคำขวัญของจังหวัดสมุทรปราการที่ว่า “ป้อมยุทธนาวี พระเจดีย์กลางน้ำ ฟาร์มจระเข้ใหญ่ งามวิไลเมืองโบราณ สงกรานต์พระประแดง ปลาสดแห่งรสดี ประเพณีรับบัว ครบถ้วนทั่วอุตสาหกรรม” แต่ในปัจจุบันพบว่า เนื้อที่เลี้ยงปลาสดและจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาสดในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการมีปริมาณลดลงอย่างมาก (ตารางที่ 1.6) เนื่องจากจังหวัดสมุทรปราการได้พัฒนาไปสู่ความเจริญ มีการนำที่ดินมาพัฒนาเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยและแหล่งอุตสาหกรรม ส่งผลให้ราคาที่ดินสูงขึ้น ประกอบกับแหล่งน้ำตามธรรมชาติหลายแห่งเริ่มเน่าเสีย ปริมาณน้ำตามธรรมชาติมีน้อยลงเนื่องจากสภาพภูมิอากาศมีการเปลี่ยนแปลง ฝนไม่ตกตามฤดูกาล ทำให้การเลี้ยงปลาสดด้วยวิธีธรรมชาติเริ่มทำได้ยาก ผลผลิตปลาสดลดลง แต่อย่างไรก็ตาม ปลาสดบางบ่อ ยังคงเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง มีอัตลักษณ์ทั้งในรูปแบบการเพาะเลี้ยงและการแปรรูปเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วประเทศ

2.การจัดการกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียน โดยเกษตรกรผู้เลี้ยงพลาสติกในจังหวัดสมุทรปราการและมีสมาชิกกลุ่มเป็นทั้งผู้เลี้ยงและผู้แปรรูป (ต้นน้ำและกลางน้ำ) สังกัดอยู่ในสมาชิกกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงพลาสติกแปลงใหญ่ จังหวัดสมุทรปราการ ผู้นำคือนายปรีชา สมานมิตร ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นประธานกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงพลาสติกแปลงใหญ่อีกด้วย จากการสังเกตของคณะผู้วิจัย พบว่าวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงพลาสติกแปลงใหญ่ เนื่องจากประธานกลุ่ม คือ นายปรีชา สมานมิตรได้รับการยอมรับให้เป็นผู้นำ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก พบว่าเมื่อได้เริ่มจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2560 โดยมีนายปรีชา สมานมิตร เป็นประธานกลุ่ม มีพื้นที่ในเลี้ยงรวม 38 ไร่ ประกอบไปด้วยสมาชิกในกลุ่มอีก 8 รายด้วยกัน โดยที่ผ่านมาจนกระทั่งถึงเดือน พ.ค. ปี พ.ศ. 2562 ยังคงมิได้มีการดำเนินงานใดๆเกิดขึ้นลักษณะของการทำงานรวมกลุ่มกันในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน มีเพียง นายปรีชา และครอบครัวได้จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้เพื่ออนุรักษ์พลาสติกบางบ่อขึ้นมาภายในบริเวณบ้านของตนเองเนื่องจากเห็น ความสำคัญของภูมิปัญญาในการเลี้ยงและการแปรรูปพลาสติกแบบดั้งเดิมตามภูมิปัญญาของชาวสมุทรปราการ และต้องการอนุรักษ์เอาไว้ จึงได้จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้เพื่ออนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป ขึ้นมาภายในบริเวณ พื้นที่ทางเกษตรกรรมของตนเอง เพื่อเผยแพร่วิธีการเลี้ยงแบบธรรมชาติดั้งเดิมให้กับผู้สนใจทั่วไปได้เข้าเยี่ยมชม ซึ่งในปีที่ผ่านมาได้มีผู้มาขอเยี่ยมชม ทั้งในแบบกลุ่มคณะและแบบส่วนตัว เป็นจำนวนร้อยกว่าราย รวมทั้งการเข้ามาทำรายการของสื่อต่างๆ แต่เป็นที่น่าเสียดายที่นายปรีชายังไม่มีการต่อยอดการเผยแพร่องค์ความรู้ ด้วยการรวบรวมข้อมูลของหน่วยงานที่เข้ามาขอเยี่ยมชม รวมถึงยังขาดการนำเอาความรู้ที่ได้รับจากการเยี่ยมชมศูนย์การเรียนรู้เพื่ออนุรักษ์พลาสติกบางบ่อไปขยายผลให้เกิดประโยชน์ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนการขอเข้าเยี่ยมชมศูนย์การเรียนรู้เพื่ออนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป

ผู้ต้องการเข้าเยี่ยมชมโทรศัพท์ติดต่อกับนายปรีชาสมานมิตรเพื่อเตรียมการนัดหมายวันและเวลา และจำนวนผู้มาเยี่ยมชม



เข้าเยี่ยมชมการสาธิตการเลี้ยงแบบธรรมชาติดั้งเดิมและการแปรรูป โดยมีนายปรีชา สมานมิตร และ/หรือ นายสุธี สมานมิตร เป็นผู้ให้ข้อมูลและตอบข้อซักถาม

ทั้งนี้แกนนำของกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์และแปรรูปพลาสติกบางบ่อ ได้แสดงให้เห็นถึงเจตนาและความมุ่งมั่นที่จะสร้างความมั่นคงยั่งยืนให้กับกลุ่มผู้เลี้ยงพลาสติกบางบ่อ โดยเน้นถึงความโปร่งใส มิได้ปิดกั้นว่าการรวมกลุ่มจัดขึ้นสำหรับสมาชิกเพียงอย่างเดียว แต่หากว่าใครต้องการจะมาเข้าร่วมเป็นสมาชิกและร่วมทำงานด้วย กันนั้น ทางกลุ่มมีความยินดีต้อนรับ และถึงแม้ว่าต้องต่อสู้ฝ่าฟันอุปสรรคมาโดยตลอด เกิดความท้อแท้และอยากเลิกล้มบ้างในบางครั้ง แต่ก็ยังยืนหยัดทำงานเพื่อชุมชนต่อไป

สมาชิกรายที่สอง คือ บุตรชายของนายปรีชา สมานมิตร ที่หันมาประกอบกิจการแปรรูปพลาสติก ภายใต้แบรนด์ “อ้ายอี” มีพื้นที่ในการเลี้ยง 9 ไร่ และมีโรงเรือนสำหรับแปรรูปซึ่งได้ก่อสร้างในปี พ.ศ. 2562 และอยู่ในระหว่างดำเนินการขอเครื่องหมาย ออย. จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข การแปรรูปนั้น คุณสุธีได้เริ่มลงมือพัฒนาการแปรรูปพลาสติกบางบ่อ เป็นพลาสติกแตกเดี่ยว พลาสติกหอม พลาสติกทอดกรอบ และพลาสติกไร่ก้าง มาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2555 พร้อมกับได้ก่อสร้างโรงเรือนในการแปรรูปขึ้นใหม่ ขนาด 4x6 เมตร ซึ่งอยู่ในระหว่างการดำเนินการยื่นขอจด ออย. และได้มีเจ้าหน้าที่จาก ออย. เดินทางมาตรวจสอบพร้อมกับแนะนำให้มีการกันห้องเพิ่มเติม เพื่อเป็นส่วนเปลี่ยนเครื่องแบบและล้างมือ ซึ่งเป็นการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมอีกเล็กน้อย คาดว่าโรงเรือนในการแปรรูปของคุณปรีชาและคุณสุธี จะได้รับการอนุมัติเครื่องหมาย ออย. ภายในสิ้นปี พ.ศ.2562 ซึ่งในระหว่างนี้ โรงเรือนสามารถใช้งานเพื่อผลิตพลาสติกแปรรูป ให้กับลูกค้าที่สั่งสินค้าได้แล้ว แล้ว โดยมีคุณสุธีเป็นผู้ผลิตและควบคุมการผลิตแต่เพียงผู้เดียวเนื่องจากยังไม่ได้มีการรวมกลุ่มกัน แต่คาดว่าเมื่อมีการรวมกลุ่มและมีแผนการพัฒนากลุ่มฯ

พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายขึ้น จะทำการจ้างพนักงาน เพื่อมาช่วยการผลิตเพิ่มขึ้นอีก 2 คน โดยเป็นคนในชุมชนเอง เพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้ และการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

สมาชิกรายที่สาม คือ นายสมชาย กล่อมสกุล เกษตรกรผู้เลี้ยงปลาสดและแปรรูปปลาสด
หอมมีพื้นที่ในการเลี้ยง 110 ไร่

สมาชิกรายที่สี่ คือ นางสาวธรรณ ฉิมบ้านไร่ เกษตรกรผู้เลี้ยงปลาสด มีพื้นที่ในการเลี้ยง
22 ไร่

สมาชิกรายที่ห้า คือ นางมาเรียม เกิดบัว เกษตรกรผู้เลี้ยงปลาสด มีพื้นที่ในการเลี้ยง
17 ไร่

สมาชิกรายที่หก คือ นางเรืองลออ ดั่งคะสมบูรณ์ เกษตรกรผู้เลี้ยงปลาสด มีพื้นที่ในการ
เลี้ยง 15 ไร่

สมาชิกรายที่เจ็ด คือ นายสำเภา ขำน้อย เกษตรกรผู้เลี้ยงปลาสด มีพื้นที่ในการเลี้ยง
48 ไร่

สมาชิกรายที่แปด คือ นางอนงค์ แจ่มจรัส เกษตรกรผู้เลี้ยงปลาสด มีพื้นที่ในการเลี้ยง
50 ไร่

ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่ม พบว่าที่ผ่านมาวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป ยังไม่เคยร่วมดำเนินงานทางธุรกิจด้วยกันมาก่อน เป็นเพียงจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนเอาไว้ ดังนั้นเมื่อผู้วิจัยได้เริ่มดำเนินกรวิจัยเชิงปฏิบัติการโดยกระบวนการแบบมีส่วนร่วมเพื่อหาแนวทางการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูปร่วมกับสมาชิกกลุ่ม เพื่อสร้างแนวทางในการดำเนินธุรกิจในอนาคตของวิสาหกิจชุมชนฯ ผ่านการดำเนินการแบบเป็นทางการ โดยจัดให้มีการจัดประชุม การแสดงความคิดเห็น การระดมสมอง และการแบ่งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของกลุ่ม ภายใต้การดำเนินงานของคณะกรรมการบริหารกลุ่ม ประกอบด้วย การจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ การติดตามงานและการแก้ไขปัญหาอย่างมีส่วนร่วมของกลุ่ม และการทำให้เป็นมาตรฐานในการทำงานของกลุ่ม

การจัดตั้งคณะกรรมการบริหารกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป

นายปรีชา	สมานมิตร	ประธาน
นายสุธี	สมานมิตร	รองประธาน
นางสร้อยภรณ์	ฉิมบ้านไร่	เลขานุการ
นางมาเลียม	เกิดบัว	เหรัญญิก
นางอนงค์	แจ่มจำรัส	กรรมการ
นายสำเภา	ชำนาญ	กรรมการ
นายสมชาย	กล่อมสกุล	กรรมการ

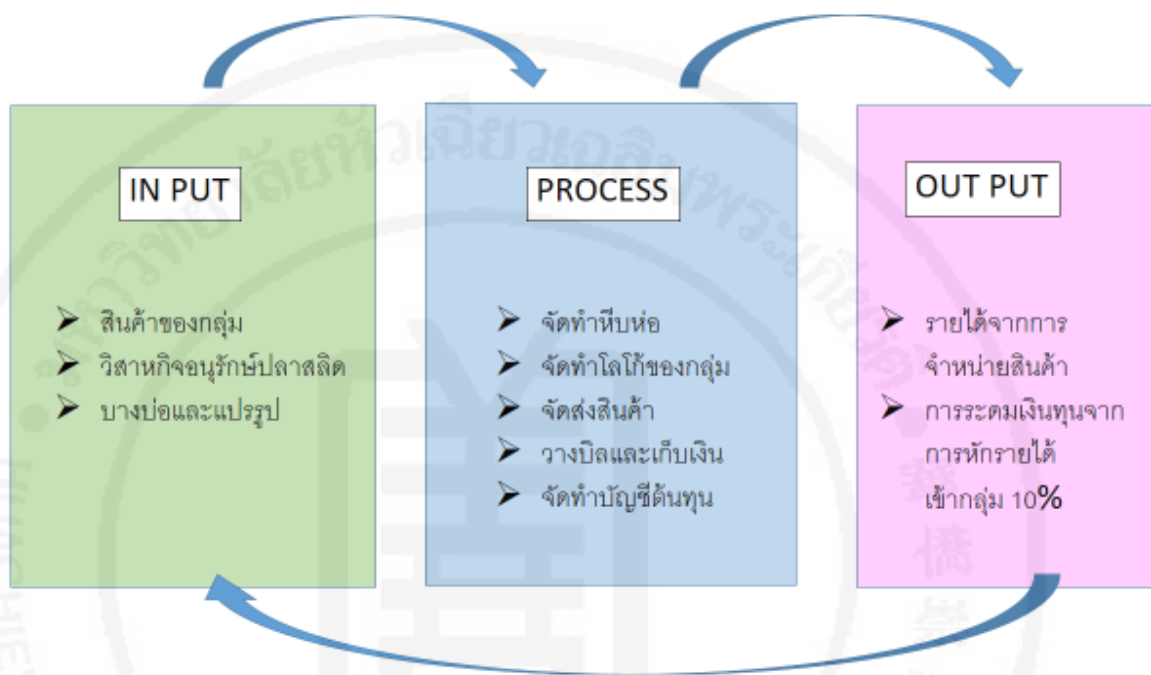
ทั้งนี้ภายใต้การดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของคณะนักวิจัยและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ได้มีการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปขึ้นมา 4 ประการ ในงานประชุมกลุ่ม วันที่ 8 สิงหาคม 2562 ดังนี้

เป้าหมายในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป

1. สืบทอด อาชีพการเลี้ยงปลาสลิดและการแปรรูปแบบภูมิปัญญาดั้งเดิมแบบรุ่นสู่รุ่น ของเกษตรกรผู้เลี้ยงและแปรรูปปลาสลิด คลองด่าน อำเภอบางบ่อ แบบภูมิปัญญาดั้งเดิม
2. เสริมสร้างรายได้และการมีเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับสมาชิก
3. ส่งมอบอาหารปลอดภัยให้กับผู้บริโภค โดยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติเป็นส่วนประกอบ เน้นคุณภาพ ความสะอาด รสชาติที่ดี ทำให้ลูกค้าได้ทานเหมือนกับของที่แม่ค้าทานเอง
4. จำหน่ายสินค้าในราคายุติธรรมต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค

ภายใต้เป้าหมายการดำเนินการร่วมกันนี้ ที่ประชุมซึ่งประกอบไปด้วยคณะนักวิจัยและสมาชิกกลุ่มได้กำหนดโครงสร้างการทำงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขึ้นมา เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการดำเนินงานทั้ง 4 ประการ โดยมุ่งให้เกิดรายได้หมุนเวียนและสร้างเงินทุนในการดำเนินการร่วมกัน ทั้งนี้ช่วงเริ่มต้นที่ประชุมได้พิจารณาถึงการระดมทุนจากสมาชิกทุกคนเพื่อนำมาใช้เป็นต้นทุนในการดำเนินงานร่วมกัน แต่เนื่องจากสมาชิกยังไม่มีความพร้อม จึงลงความเห็นให้ทดลองจัดจำหน่ายไปก่อนโดยยังไม่ต้องระดมทุน แต่เมื่อมีรายได้จากการจัดจำหน่ายเข้ามาแล้วให้หัก

เงินออกจากกำไรที่ได้จำนวนร้อยละ 10 เพื่อนำมาเป็นต้นทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม โดยค่อยๆ สะสมทุนในการดำเนินการให้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และเพื่อให้สมาชิกมีรายได้หมุนเวียนจนสามารถระดม ทุนด้วยการซื้อหุ้นในภายหลัง ดังแสดงในภาพที่ 1.5



ภาพที่ 1.5 การดำเนินการของกลุ่ม

ข้อสรุปการทำงานร่วมกันในเบื้องต้นของสมาชิก

- 1.กลุ่มมีเป้าหมายในการดำเนินงานจากการร่วมกันแสดงความคิดเห็นของสมาชิกและแสดงการยอมรับเป้าหมายที่กำหนดขึ้นร่วมกัน
- 2.กลุ่มตกลงจะนำสินค้าจากสมาชิกทุกคนไปจำหน่ายในนามวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติก บางบ่อและแปรรูป โดยใช้สต็อกเกอร์ที่ทำการผลิตขึ้นมาสำหรับงานนี้(ทีมวิจัยเป็นผู้จัดเตรียมให้) ติดบนสินค้าทุกประเภท
- 3.กำไรที่ได้จากการจำหน่ายสินค้า จะถูกหัก 10 % เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานต่อไป
- 4.เปิดโอกาสในการเพิ่มสมาชิก ด้วยการถือหุ้น ในลำดับต่อไป (หุ้นละ 10 บาท สมาชิก 1 คน ถือได้ไม่เกิน 10 หุ้นในระยะถัดไป)

โครงสร้างการทำงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป



ภาพที่ 1.6 โครงสร้างการทำงานของกลุ่ม

จากแผนภูมิโครงสร้างการทำงานของกลุ่มฯที่ได้ร่วมกันกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ ให้สมาชิกแต่ละคนมีหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจน เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการและการติดต่อประสานงาน โดยกำหนดให้

นายปรีชา สมานมิตร ประธานกลุ่ม ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานและคอยอำนวยความสะดวกและแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานให้กับสมาชิกกลุ่ม

นายสุธี สมานมิตร รองประธานกลุ่ม ทำหน้าที่ผลิตพลาสติกแสดเดี่ยว พลาสติกครอบ น้ำพริกพลาสติก และจัดส่งสินค้าของสมาชิกกลุ่มไปยังจุดจำหน่ายสินค้า

นางเรื่องละออง ตั้งคะสมบูรณ์ กรรมการ ทำหน้าที่ผลิตขนมลูกซูป วันเป็ด เพื่อส่งออกจำหน่าย

นายสมชาย กล่อมสกุล ทำหน้าที่ผลิตพลาสติกหอม น้ำพริกพลาสติก และจัดส่งสินค้าให้กับสมาชิกกลุ่มโดยสลับกับนายสุธี สมานมิตร

นางสร้อยกรณณ์ ฉิมบ้านไร่ ทำหน้าที่ผลิตขนมเม็ดขนุน ก๊วยม้วน

นางมาเลียม เกิดบัว ทำหน้าที่ผลิตผลไม้แช่อิ่ม และเป็นเลขานุการพร้อมทั้งเป็นเหรียญก

ของกลุ่ม





ภาพที่ 1.7 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มต่างๆ

3. ปัจจัยด้านการเงิน

จากการศึกษาพบว่า เมื่อได้มีการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางป่อ และแปรรูป กลุ่มยังคงขาดเงินทุนสำหรับการดำเนินงาน ในปี พ.ศ. 2562 ได้มีการนำเสนอแผนธุรกิจของกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่อนุรักษ์พลาสติกบางป่อในนามวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางป่อและแปรรูปเพื่อขอสนับสนุนสินเชื่อจากโครงการสนับสนุนสินเชื่อเพื่อพัฒนาการเกษตรแบบแปลงใหญ่ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นจำนวน 10 ล้านบาท โดยมีเป้าหมายเพื่อนำมาใช้ในการลดต้นทุนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ พัฒนาการตลาด โดยการจัดซื้อปัจจัยการผลิตในนามของกลุ่มทำให้เกิดศักยภาพในการต่อรองราคา การร่วมกลุ่มพัฒนาปรับปรุงบ่อเลี้ยงให้ได้ตามมาตรฐาน การสร้างห้องเย็นขนาดเล็กเพื่อ รับฝาก-เช่า ผลผลิตของพลาสติกในพื้นที่ลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง การประกันราคาผลผลิต และการพัฒนาการแปรรูปโดยการปรับปรุงสถานที่การผลิตให้ได้มาตรฐาน อ.ย. เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การยื่นขอสินเชื่อผ่านโครงการดังกล่าวไม่ประสบผลสำเร็จเนื่องจาก คณะกรรมการ ระดับจังหวัดได้วิเคราะห์และพิจารณาแผนธุรกิจของกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่อนุรักษ์

พลาสติกบางบ่อแล้ว มีความเห็นว่ากลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่อนุรักษ์พลาสติกบางบ่อยังขาดความพร้อม ในแสดงศักยภาพการคืนเงินกู้ภายในระยะเวลาที่กำหนด แผนธุรกิจนี้จึงไม่ได้รับการอนุมัติ

กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่อนุรักษ์พลาสติกบางบ่อ ร่วมกันธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร ประมงอำเภอ และสหกรณ์จังหวัด และคณะผู้วิจัยมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระ เกียรติจึงได้จัดการประชุมขึ้นอีกครั้งในวันที่ 9 กันยายน 2562 เพื่อพิจารณาโครงการสินเชื่อ ปรับเปลี่ยนการผลิต (XYZ) เพื่อเป็นอีกทางเลือกให้กับเกษตรกร ซึ่งมติดจากที่ประชุมไม่เห็นด้วยกับ การขอสินเชื่อจากโครงการ XYZ เนื่องจากเงื่อนไขการขอสินเชื่อคือจำเป็นต้องมีข้อตกลงในการสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์เป็นมูลค่าเท่ากับสินเชื่อ หรือใช้การประกันสินเชื่อในนามของคณะ กรรมการ ทำให้ที่ ประชุมลงมติว่านโยบายดังกล่าวไม่สอดคล้องกับการดำเนินการของกลุ่ม ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน อนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป ซึ่งเป็นแกนนำของกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่จังหวัดสมุทรปราการ ยังคงขาดเงินทุนในการดำเนินงาน



ภาพที่ 1.8 การประชุมกลุ่ม

4. การจัดจำหน่าย

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสัมภาษณ์กลุ่มของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลา สลิดและแปรรูป พบว่ากลุ่มยังไม่มีเคยการจัดจำหน่ายร่วมกันมาก่อน ต่างรายต่างดำเนินการ ซึ่ง สมาชิกของกลุ่มนี้ มีผู้แปรรูปหลักๆ เพียง 3 ราย คือ นายปรีชา สมานมิตร และ นายสุธี สมาน มิตร สินค้าประกอบไปด้วย พลาสติกแตกเดี่ยว พลาสติกอบกรอบ พลาสติกไร่ก้าง น้ำพริกปลา

สลิต ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “อ้ายอี” ซึ่งมีนายสุธี สมานมิตร เป็นผู้ประกอบการหลัก และนายสมชาย กล่อมสกุล ซึ่งเป็นทั้งผู้เลี้ยงและผู้แปรรูป ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “ป่าจุก” สินค้าหลักประกอบไปด้วย ปลาสลิดหอม น้ำพริกปลาสลิด

ในด้านการจัดจำหน่ายของ ผลิตภัณฑ์อ้ายอี ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก นายสุธี สมานมิตร นั้นเป็นบุตรชายของนายปรีชา สมานมิตรซึ่งเป็นเกษตรกรผู้เพาะเลี้ยงและแปรรูปปลาสลิดบางบ่อแบบภูมิปัญญาดั้งเดิมของจังหวัดสมุทรปราการ ได้รับการยกย่องจากหน่วยงานราชการและกลุ่มผู้เพาะเลี้ยงปลาสลิด จังหวัดสมุทรปราการว่า เป็น “ปราชญ์ปลาสลิด” ทำให้นายสุธี เกิดการซึมซับความรู้ในการเพาะเลี้ยงและการแปรรูปจากบิดา ถึงแม้จะเคยทำงานในภาคเอกชน แต่พบว่าการออกมาทำธุรกิจปลาสลิดด้วยตนเอง และสืบต่อภูมิปัญญาดั้งเดิมเป็นสิ่งที่เขามีความภาคภูมิใจมากกว่า จึงได้ออกจากงานเดิมและมาทดลองแปรรูปปลาสลิดให้มีความแปลกใหม่ทันสมัยเป็นปลาสลิดอบกรอบ ที่มีรสชาติถูกใจผู้บริโภค สามารถเก็บรักษาได้นานกว่าปลาสลิดแดดเดียว และสามารถรับประทานเป็นของว่างทานเล่นได้ แทนที่จะเป็นเพียงอาหารคาวเท่านั้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ “อ้ายอี” ได้รับความสนใจ จากผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผู้ประกอบการเคยนำสินค้าปลาสลิด ไปจัดจำหน่ายที่ห้าง สรรพสินค้าเอ็มโพเรียม สยามพารากอน และเอ็มควอเทีย และร่วมออกบูทในงาน OTOP และที่ Ginger Farm Market ตลาดนัดสี่เขี้ยว True digital park, สุขุมวิท 101 รวมทั้งจัดส่งปลาสลิดให้ลูกค้าในต่างประเทศเพื่อนำเข้าภัตตาคารไปประกอบอาหาร อย่างไรก็ตามเมื่อผู้วิจัย ได้พยายามติดต่อกับ Modern Trade เช่น Golden Place, Lemon Farm และ Top supermarket เพื่อทดลองนำผลิตภัณฑ์ “อ้ายอี” ในนามของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสลิดบางบ่อและแปรรูปไปจัดจำหน่าย โดยมีตราวิสาหกิจชุมชนประทับอยู่ที่บรรจุภัณฑ์ พบว่าเงื่อนไขที่จำเป็นต้องมีเพื่อการจัดจำหน่ายใน Modern Trade คือ เครื่องหมาย อย. จึงทำให้ปฏิบัติการต้องหยุดชะงักลง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์ปลาสลิดบางบ่อและแปรรูปยังไม่มี อย. จึงเป็นว่า การจัดจำหน่ายที่เกิดขึ้นก่อนหน้าการทำวิจัยในครั้งนี้ เป็นการจัดจำหน่ายโดยผู้ประกอบการ “อ้ายอี” เท่านั้น

ในด้านการจัดจำหน่ายของ ผลิตภัณฑ์ “ป่าจุก” ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลว่า ครอบครัวเป็นเกษตรกรเลี้ยงปลาสลิดมาตั้งแต่รุ่นพ่อรุ่นแม่ และเมื่อตกมาถึงรุ่นลูกยังคงสืบทอดการเลี้ยงปลาสลิด โดยมีพื้นที่ บ่อโดยรวม 110 ไร่ และมีพี่สาวที่ชื่อ ป่าจุก เป็นผู้ดูแลกิจการหลัก ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง คือ ปลาสลิดหอม ซึ่งใช้วิธีการผัดเกลือแบบโบราณ และมีน้ำพริกปลาสลิด แบบธรรมดา

และน้ำพริกพลาสติกปลาร้า ในด้านการจัดจำหน่ายนายสมชาย ได้ให้ข้อมูลว่า เนื่องจากที่บ้านเป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงเป็นหลัก จึงไม่ค่อยมีความชำนาญในการจัดจำหน่าย ที่ผ่านมาเมื่อวิดบ่อได้ปลามาแล้ว จะทำการตากแห้งแปรรูปเป็นพลาสติกหอม และนำไปส่งร้านค้าปลีกริมถนนเพชรรัตน์ ซึ่งเวลาที่นำปลาไปส่งที่ร้าน ทางร้านจะให้ช่วยเรียงปลาที่หน้าร้านให้ด้วย ทำให้ทราบว่าปลาที่ไปส่งในราคา กิโลกรัมละ 300 บาท ทางร้านขายในราคา กิโลกรัมละ 450 บาท โดยที่ทางร้านไม่ต้องทำอะไรเลย จัดหน้าร้านก็ไม่ต้อง ขายอย่างเดียวได้กำไรประมาณ กิโลกรัมละ 150-200 บาท ทำให้นายสมชาย เกิดความคิดอยากจะพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายแบบผู้ผลิตถึงผู้บริโภคโดยตรง (B2C) เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในธุรกิจและสามารถดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานมากยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบันเวลาที่มีลูกค้ามาสั่งซื้อปลาที่บ้าน ยังใช้วิธีนำปลาใส่ถุงกระดาษสีน้ำตาล แล้วห่อด้วยถุงพลาสติก ทำให้เก็บกลิ่นได้ไม่ติดนัก อนาคตอาจจะต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบสุญญากาศขึ้นมา

4.2 การถอดบทเรียนจากวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ 3 กลุ่ม คือ วิสาหกิจชุมชนชาลิวรรณ วิสาหกิจชุมชนปลานิลแปลงใหญ่ ต.ท่าข้าม จ.ชลบุรี และกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์สนามชัยเขต จ.ฉะเชิงเทรา



สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนย่อย ได้ 3 แห่ง คือ

4.2.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลานิลแปลงใหญ่ ตำบลท่าข้าม อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี
ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2561 มี สมาชิก จำนวน 30 ราย

การเข้าร่วมกับกลุ่ม

สามารถเข้าร่วมกลุ่มได้ด้วยการถือหุ้นตามจำนวนที่กำหนด

ความร่วมมือ

ยินดีให้ความร่วมมือและเป็นเครือข่ายในการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

การบริหารงาน

กรรมการบริหารกลุ่ม โดยมี ประธานกลุ่มคือ นางสาวนุจรี บุญมี ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 6 ตำบลท่าข้าม อำเภอพนัสนิคม แบ่งระบบการจัดการ เป็น ทีมผลิต ทีมขาย ทีมตลาด ทีมการเงิน

กิจกรรมกลุ่ม ประกอบด้วย

1.กิจกรรมทางธุรกิจ

- จัดจำหน่ายปลานิลแดดเดียว ปลานิลสูตรดั้งเดิม ปลานิลสูตรสมุนไพร ปลานิลจืดทอดมันปลานิล
- เน้นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ด้านสุขภาพของผู้บริโภค
- มีมาตรฐาน อ.ย. ได้รับรางวัลอันดับ 1 จากการประกวดอาหารของสภาวัฒนธรรมจังหวัดชลบุรี (ปลานิลแดดเดียว)
- ศูนย์การเรียนรู้ เปิดให้เข้าเยี่ยมชมงานและสาธิตการแปรรูป ที่บ้านผู้ใหญ่บ้าน
- เน้นการทำงานเป็นกลุ่ม มีการแชร์ และแบ่งปัน แบ่งงาน งานผลิต งานแปรรูป งานจัดการ เพื่อกระจายงานกัน
- กลุ่มชนะเลิศในลำดับ 1 ในเรื่องของการแปรรูปสินค้าของกรมประมง

2.การดำเนินงานด้านการจำหน่าย

- 1) มีหน้าร้านที่วัดบางพลีใหญ่ใน
- 2) จัดจำหน่ายตามงานแสดงสินค้า ร่วมกับหน่วยงานราชการ
- 3) จัดจำหน่ายตามตลาดนัด OTOP
- 4) จัดจำหน่ายผ่าน Facebook, Line

3.กิจกรรมพัฒนา

มีการประชุมร่วมกับพัฒนาชุมชน และหน่วยงานราชการที่ติดต่อเข้ามาอย่างสม่ำเสมอ

ปัจจัยในการประสบความสำเร็จ

- 1) มีระบบการทำบัญชีที่ชัดเจน
- 2) ปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่อย่างสม่ำเสมอ เช่น การบรรจุด้วยขวดแก้ว
ถุงพลาสติกสุญญากาศ

4.2.2 กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา

ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2544

สมาชิก

400 ราย 4 จังหวัด ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรี และสระแก้ว รวมพื้นที่ 2
หมื่นกว่าไร่มีการรับสมัครสมาชิก และทำฐานข้อมูลประวัติ

การเข้าร่วมกับกลุ่ม

ต้องเป็นสมาชิก ดำเนินการผลิตแบบอินทรีย์ รับก็จะมารับรองมาตรฐานให้ ส่ง
สินค้าขายกับเราได้ และขายเองได้ด้วย

ความร่วมมือกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสลิดบางบ่อและแปรรูป

ยินดีร่วมเป็นเครือข่าย รับผลผลิตมาจำหน่าย แต่ต้องเป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ถ้าแปรรูป
วัตถุดิบที่ใช้ต้องเป็นอินทรีย์ด้วย โดยทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสลิด
บางบ่อและแปรรูป หรือรายบุคคลสามารถมาสมัครเป็นสมาชิกกลุ่มฯ แล้วทำเรื่อง
ของรับรองมาตรฐานกับเรา โดยเริ่มจากการตรวจฟาร์ม และสมาชิกต้องมีการ
พบปะพูดคุยกันเดือนละ 1 ครั้ง เรื่องแผนการผลิต แผนการตลาด เพื่อการ
ดำเนินการเป็นกลุ่มเพื่อเพิ่มทุน เพิ่มพื้นที่ เพิ่มผลผลิต และความสามารถในการ
ต่อรอง เชื่อมโยงเป็นภาคี เพื่อขยายตลาดและกำลังการผลิต

การบริหารงาน

กรรมการบริหารกลุ่ม ได้มาด้วยวิธีเลือกตั้ง ประกอบด้วยตำแหน่งต่าง ๆ ดังนี้

- ประธานกลุ่ม
- ทีมตลาด
- กรรมการมาตรฐาน แยกเป็น กรรมการตรวจฟาร์ม กรรมการรับรอง

กิจกรรมกลุ่ม

1.กิจกรรมทางธุรกิจ

- การปลูกผักอินทรีย์โดยเน้นที่ผักพื้นบ้านเพื่อจำหน่าย จะเน้นการทำแพ็คเกจเพื่อส่งตลาดสู่ผู้บริโภคโดยตรง
 - สินค้าจากเกษตรอินทรีย์มีทั้งพืชผัก ผลไม้ ไข่ ไก่เนื้อ
 - เน้นพืชพันธุ์ท้องถิ่นที่มีคุณค่าทางอาหาร ทางยา มีความหลากหลายทางชนิดพืช ในการทำตลาด
 - มีมาตรฐานสากล 3 มาตรฐาน IFOAM, EU และ Canada แต่มีระบบตรวจสอบภายในก่อน แล้วหน่วยงานเข้ามารับรอง มีฝ่ายตรวจฟาร์ม ฝ่ายรับรองฟาร์ม อันนี้เป็นกลไกเบื้องต้นนะคะ แล้วก็กำหนดให้มีคู่มือ คู่มือของเราที่สมาชิกจะต้องปฏิบัติตาม
 - เน้นการทำงานเป็นกลุ่ม มีการแชร์ และแบ่งปัน แบ่งงาน งานผลิต งานแปรรูป งานจัดการ เพื่อกระจายงานกัน
2. การดำเนินงานด้านการจำหน่ายผัก
- กลุ่มไปส่งเสริมแล้วกลุ่มจะรับซื้อผลผลิต พร้อมประกันราคา 120 รายการ
 - เน้นระบบการค้าที่เป็นธรรม เกษตรกรเป็นผู้กำหนดราคา โดยต้องรู้ต้นทุนการผลิต
 - มีทีมตลาดจะมีจุดรับผักและแพ็คเกจ 2 จุด
 - จำหน่ายกับตลาดอินทรีย์เท่านั้น ซึ่งมามาก ที่ทางกลุ่มขายมี 2 ทาง คือ
 - ขายตรงกับผู้บริโภคในจุดต่าง ๆ คือ รพ.สนามชัยเขต รีเจนท์ ตามงานกิจกรรม
 - ขายส่งให้เลมอนฟาร์ม
 - เราต้องช่วยกันมองช่องทางการตลาดด้วย และแปรรูปสินค้าด้วย
 - กลุ่มจะทำหน้าที่กระจายการผลิตด้วยว่ากลุ่มไหนผลิตอะไร และสินค้าไหนส่งกลุ่มตลาดไหน
3. กิจกรรมพัฒนา
- กิจกรรมการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้เกษตรกรเตรียมรับมือ
 - มีการยกระดับปัญหาทำเป็นงานวิจัย

ปัจจัยในการประสบความสำเร็จ

- 1) การทำงานเป็นกลุ่ม มีเครือข่าย
- 2) การส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ ด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน และการค้าเชิงพาณิชย์เพื่อการสร้างรายได้

- 3) มีการเสริมความรู้ การจัดการการผลิต และการตลาด มีโรงเรียนเกษตรกร
- 4) มีการวางแผนการผลิต และแผนรายได้ที่ต้องการ
- 5) ต้องมีแผนงานที่แก้ปัญหาได้ ไม่งั้นสมาชิกหนี
- 6) แผนการผลิต ดูมาจากตลาด ทำให้เราเพิ่มขีดความสามารถ
- 7) เน้นเตรียมปัจจัยการผลิตเอง ตั้งแต่เมล็ดพันธ์
- 8) เน้นความหลากหลายชนิดสินค้า เพื่อลดความเสี่ยงของเรา และมีสิ่งค้ามาก การมีเครือข่ายการผลิต ตลาดก็ยิ่งเพิ่ม
- 9) มีระบบออมทรัพย์ เพื่อมีเงินหมุนเวียน ทำให้สมาชิกมีเงินหมุนเวียนมาทำกิจกรรม
- 10) เน้นความมั่นคงทางอาหาร และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

4.2.3 การวิเคราะห์ระดับความสามารถประกอบการของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อ และแปรรูป

จากการศึกษารูปแบบการดำเนินงานและการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายในวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ 3 กลุ่ม ซึ่งประกอบไปด้วย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชาลิวรรณ จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์สนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลานิลแปลงใหญ่ อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี

ผลจากการศึกษาพบรูปแบบของช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในช่องทางแบบออฟไลน์ คือการจัดจำหน่ายผ่านหน้าร้านค้า การจัดจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าของหน่วยงานต่างๆ การจัดจำหน่ายผ่านห้างร้าน/บริษัท/หน่วยงานที่เป็นตัวกลาง และการจัดจำหน่ายในช่องทางแบบออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊กส์ ไลน์ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนแต่ละราย จะเลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายตามที่ตนเองถนัดและส่วนใหญ่ใช้การจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์ แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์ปลาสดโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ผ่านการทอด หรือการอบกรอบ เช่น ปลาสดแดดเดียว และปลาสดหอม จะมีกลิ่นคาวปลาพร้อมกับน้ำมันปลา ทำให้ผู้ประกอบการบางรายที่มีทุนสามารถซื้อเครื่องบรรจุภัณฑ์แบบสุญญากาศมาใช้ เลือกใช้วิธีการเก็บรักษาด้วยการบรรจุแบบสุญญากาศ ซึ่งสามารถกันกลิ่นได้แต่ยังไม่สามารถยืดอายุสินค้าได้เท่าที่ควร และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังใช้บรรจุภัณฑ์แบบเดิม เพราะมีต้นทุนที่ต่ำกว่า เช่น การบรรจุในถุงกระดาษและถุงพลาสติก

ทั้งนี้ วิสาหกิจชุมชนชาลิวรรณ กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์สนามชัยเขต และวิสาหกิจชุมชนปลานิลแปลงใหญ่ เป็นวิสาหกิจชุมชนตัวอย่างที่รูปแบบการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ มีการพัฒนาการตลาดรวมทั้งผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ อาทิ ปลาสดขอยที่บรรจุในขวดแก้วสุญญากาศของวิสาหกิจชุมชนชาลิวรรณ สินค้าผักและขนมจากเกษตร

อินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์สนามชัยเขตที่มีบรรจุภัณฑ์สวยงามน่ารับประทานและจัดจำหน่ายในเลมอนฟาร์ม และในตลาดเกษตรกรอินทรีย์ต่างๆ และผลิตภัณฑ์จ๊อบลาเนิลของวิสาหกิจชุมชนปลาเนิลแปลงใหญ่ อ.พนสนิมคม จ.ชลบุรี ที่บรรจุโดยใช้ระบบฟรีซดราย ทำให้สามารถเก็บสินค้าไว้ในตู้เย็นได้นานหลายเดือน

โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ของวิสาหกิจชุมชนตัวอย่างทั้ง 3 ราย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป ได้ดังนี้

ตารางที่ 1.4 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค ของวิสาหกิจชุมชนปลาสด

ชื่อวิสาหกิจชุมชน	จุดอ่อน	จุดแข็ง	โอกาส	อุปสรรค
วิสาหกิจชุมชน ชาลีวรรณ	มีการจัดจำหน่ายออนไลน์ แต่ยังคงขาดความชำนาญและกำลังคนในด้านการทำตลาดออนไลน์	- มีผู้นำที่รักการเรียนรู้และชอบการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง - มีแผนธุรกิจและมีระบบบัญชีที่ชัดเจน - มีโรงเรือนแปรรูปที่ได้รับ อย. - มีความรู้และความสามารถในการแปรรูปปลาสดบางบ่อตามภูมิปัญญาแบบดั้งเดิม เคยได้รับรางวัล OTOP 4 ดาว - มีหน้าร้านของตนเองสำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์	เนื่องจากสินค้าของกลุ่มนี้มีความหลากหลายและบรรจุภัณฑ์สามารถเก็บความสดใหม่ของสินค้าไว้ได้นาน กลุ่มจึงมีโอกาสนำมาขยายตลาดออนไลน์ได้อีก	ขาดกำลังคนในการพัฒนาตลาดออนไลน์
กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์สนามชัยเขต	มีเงื่อนไขในการเปิดรับสมาชิก เนื่องจากเป็นกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์สมาชิกใหม่ต้องสามารถดำเนินการตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของทางกลุ่มได้	- มีกลุ่มผู้นำที่มีความรู้เรื่องการทำเกษตรอินทรีย์ และการตลาดสามารถนำสินค้าออกจำหน่ายในต่างประเทศได้ - มีการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อจำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดสารพิษจำนวน 400กว่าราย - มีระบบการดำเนินงาน	ตลอดสินค้าเกษตรอินทรีย์กำลังเป็นที่นิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้สินค้าการเกษตรจากกลุ่มสามารถจัดจำหน่ายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศในราคาที่สูงกว่าสินค้าทางการเกษตรทั่วไป ทำให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้และ	ในตอนนี้งานกลุ่มยังขาดสินค้าประเภทปลา จึงทำให้กลุ่มต้องแสวงหาความร่วมมือกับเกษตรกรต้นน้ำและผู้แปรรูปที่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้

ชื่อวิสาหกิจชุมชน	จุดอ่อน	จุดแข็ง	โอกาส	อุปสรรค
		ที่ชัดเจน มีโครงสร้างการทำงานและการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ	มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นกว่าเดิม	
วิสาหกิจชุมชนปลานิลแปลงใหญ่	-ขาดความรู้และความชำนาญด้านการตลาดออนไลน์ -ไม่มีหน้าร้านที่แน่นอน ใช้วิธีออกจำหน่ายตามงานต่างๆ หรือจัดจำหน่ายที่บ้านของผู้นำ	- มีผู้นำที่รักการเรียนรู้และชอบการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง - ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ เช่น พัฒนาชุมชน ประมง	สินค้าของกลุ่มปลานิลมีความหลากหลาย และตอบโจทย์เทรนด์รักสุขภาพ เหมาะกับสังคมผู้สูงอายุ จึงมีโอกาสนำมาขายตลาดได้อีกมาก เช่น จ๊อบปลานิล ปลานิลแดดเดียวสูตรสมุนไพร ทอดมันปลานิล	ยังขาดบุคลากรที่สามารถพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์

สรุปผลที่ได้จากการถอดบทเรียนจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มเบื้องต้น พบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน จำเป็นต้องปรับวิธีการดำเนินงานในด้านต่างเพื่อให้เกิดความสามารถในด้านการแข่งขัน ดังต่อไปนี้

1. บทบาทภาวะผู้นำ

บทบาทของผู้นำของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ผู้นำจะทำหน้าที่เปรียบเสมือนกับผู้บริหารระดับสูงขององค์กรหรือเจ้าของกิจการ โดยผู้นำจะร่วมดำเนินการและมีความใกล้ชิดกับกลุ่ม และรับรู้ข้อมูล ข่าวสารในด้านต่างโดยข่าวสารทั้งหมดจะไหลผ่านตัวผู้นำซึ่งเป็นแกนสำคัญในการดำเนินงาน และเป็นผู้ทำการตัดสินใจว่าจะเลือกดำเนินการไปในทิศทางใด จะลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด ซึ่งรวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายแบบไหนอย่างไร

2. การสร้างระบบสารสนเทศเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน

ข้อมูลเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการสร้างความสามารถในการแข่งขันและการอยู่รอดของธุรกิจ กลุ่ม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม จะมีระบบสำหรับการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานอย่างจริงจัง เช่น ข้อมูลด้านการผลิต ข้อมูลด้านบัญชี ข้อมูลด้านการตลาด ข้อมูลลูกค้า เพื่อนำมาใช้ในการวางแผน พัฒนาการดำเนินงานให้สามารถสร้างผลประกอบการและกำไรที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ระบบสารสนเทศของกลุ่ม วิสาหกิจไม่จำเป็นต้องใช้โปรแกรมสารสนเทศที่มีราคาแพงซึ่งอาจทำให้มีต้นทุนสูงเกินความจำเป็น แต่สามารถใช้ โปรแกรม excel มาช่วยในการ

วิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นหมวดหมู่ และการเปรียบเทียบโดยการทำกราฟ ซึ่งกลุ่ม ตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มได้นำโปรแกรม excel มาใช้เพื่อการจัดเก็บข้อมูลเช่นเดียวกัน

3.การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม มีการวัดผลในด้านการตอบสนองจากลูกค้า และใส่ใจต่อปฏิกิริยาของลูกค้า เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงการทำงาน เช่น การจัดส่งสินค้าให้ได้รวดเร็ว เทคนิคการถนอมอาหารเพื่อความสดใหม่ก่อนส่งถึงมือลูกค้า การวิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มความต้องการสินค้า ยกตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ที่ให้แคลเซียมตามธรรมชาติจากก้างปลา เป็นต้น

4.การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ใช้การบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการทำงาน รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน จนทำให้เกิดการยอมรับความแตกต่างในรูปร่าง ของความรู้ นิสัย ค่านิยมต่าง แต่ก็สามารถปรับตัวเพื่อการทำงานร่วมกันอย่างมีเป้าหมายของกลุ่มตนเองได้ และทั้งสามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตัวอย่าง เน้นการช่วยให้สมาชิกสามารถคิดช่วยตนเอง ด้วยการลงมือทำ มีจิตสำนึกในการทำงานเพื่อส่วนรวมหรือเพื่อการดำรงอยู่ของกลุ่ม โดยเน้นการทำงานที่โปร่งใสเพื่อให้เกิดการยอมรับและสามารถตัดสินใจร่วมกันอย่างเข้มแข็งได้ ทำให้กลุ่มรู้สึกว่าเขาคือผู้ที่สามารถควบคุมทิศทางการดำเนินงานด้วยตนเองได้ มีความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของงาน ไม่ใช่การตัดสินใจจากผู้อื่นที่เขาไม่ไว้วางใจ

5.การจัดการกระบวนการ

กลุ่มที่ประสบความสำเร็จจะมีโครงสร้างในการทำงานและแผนบริหารงานเพื่อใช้เป็นแผนที่สำหรับสมาชิก โดยแบ่งหน้าที่ออกเป็นหมวดหมู่และมีผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน เพื่อป้องกันความสับสนการทำงานซ้ำซ้อน หรือความผิดพลาดเนื่องจากการเกี่ยวงานหรือละทิ้งงานไม่ว่าจะด้วยความตั้งใจหรือไม่เจตนาก็ตาม การออกแบบและการจัดลำดับกิจกรรมในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้กลุ่มบริหารงานได้ดีตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ นับแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต และการตลาดซึ่งเกี่ยวข้องกับกลุ่มลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการกำหนดราคาที่เหมาะสม เช่น หากขายในสวนลุมพินีซึ่งผู้ซื้อที่กำลังในการซื้อราคาจะแพงกว่าที่ตลาดนัดชุมชน เป็นต้น สถานที่จัดจำหน่ายและหน้าร้านที่ลูกค้าสามารถมาเลือกซื้อสินค้าได้ ระบบการเก็บเงิน การวางบิล ใบเสร็จต่างๆ การส่งเสริมการขายเพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อ รวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้า

ตารางที่ 1.5 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติก บางบ่อและแปรรูป

ชื่อวิสาหกิจชุมชน	จุดอ่อน	จุดแข็ง	โอกาส	อุปสรรค
วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดเงินทุนสำหรับใช้ใน การ ดำ เนิน งาน ร่วมกันของกลุ่ม - กลุ่มเริ่มดำเนินงานในนามวิสาหกิจร่วมกัน แต่ยังเป็นเพียงการเริ่มต้น ยังขาดระบบที่ดีประสิทธิภาพในการจัดจำหน่าย - กลุ่มยังไม่มีระบบการทำบัญชีสำหรับธุรกิจ - กำลังในการผลิตยังทำได้ ค รั้ง ละ ไม่ มาก เนื่องจาก ยัง เป็น ลักษณะการผลิตโดยผู้ประกอบการรายเดียว - โรงเรือนสำหรับการแปรรูปที่สามารถใช้ได้ อยู่ระหว่าง การ ยื่น ขอ อย. - ไม่มีจุดจำหน่ายที่แน่นอนของกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - มีผู้นำมีความรู้ในด้าน การ เลี้ยว และการแปรรูปพลาสติกบางบ่อตามภูมิปัญญาดั้งเดิม ในระดับปราชญ์พลาสติกของจังหวัดสมุทรปราการ - สมาชิกของกลุ่มสังกัดสมาชิกของเกษตรกรแปลงใหญ่พลาสติก ทำให้ได้ รับ การ พัฒนา ส่งเสริมการเลี้ยงปลา สติมาโดยตลอด - พลาสติกบางบ่อได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 	<ul style="list-style-type: none"> - พลาสติกบางบ่อเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมาเป็นเวลานาน ทำให้มีผู้นิยมซื้อไปบริโภค ด้วยรสชาติเฉพาะจากการ เลี้ยว และการแปรรูปแบบดั้งเดิม จึงมีรสชาติอร่อยไม่เหมือนใคร 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนของวัตถุดิบในการ เลี้ยว และการแปรรูปเพิ่มขึ้น - ค่าน้ำมันในการขนส่งสินค้าในระยะเริ่มต้นมีราคาแพงไม่คุ้มค่าการขนส่ง - ระบบการจ่ายเงินของสถานประกอบการหลายที่เปลี่ยนมาใช้งานจ่ายเงินออนไลน์ แต่ทางสมาชิกกลุ่มยังไม่ถนัดพอในเรื่องนี้

เมื่อเปรียบเทียบผลที่ได้จากการการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปกับกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 3 กลุ่มเบื้องต้นที่นำมาถอดบทเรียน พบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปยังคงต้องปรับวิธีการดำเนินงานในด้านต่างเพื่อให้เกิดความสามารถในด้านการแข่งขัน ดังต่อไปนี้

1. บทบาทภาวะผู้นำ

เมื่อเปรียบเทียบบทบาทผู้นำของกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มแล้ว พบว่าผู้นำของกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปควรนำรูปแบบการดำเนินงานในเชิงรุกเข้ามาใช้ให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้นำตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม

จะมีรูปแบบการบริหารที่เน้นการทำงานในเชิงรุก มองหาโอกาสในการทำธุรกิจจากช่องว่างทางการตลาด รวมถึงการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเมื่อได้รับการร้องขอ เช่น การพัฒนาสินค้าเพื่อประกวดสินค้า OTOP ทำให้มีเงินทุนสนับสนุนเข้ามาใช้เพื่อการดำเนินงานของกลุ่ม

2. การสร้างระบบสารสนเทศเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน

เมื่อเปรียบเทียบระบบสารสนเทศของกลุ่มวิสาหกิจนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตัวอย่าง ทั้ง 3 กลุ่มแล้ว พบว่า กลุ่มกลุ่มวิสาหกิจนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปยังคงขาดระบบในการจัดเก็บข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องการเร่งหาวิธีการเพื่อการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เช่น การบันทึกตัวเลขค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน รายชื่อลูกค้า ยอดการสั่งซื้อ ฯลฯ

3. การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด

ในด้านการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ถึงแม้ว่ากลุ่มวิสาหกิจนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปยังอยู่ในระหว่างการทดลองดำเนินการ จากการวิจัยพบว่า สินค้าพลาสติกพลาสติกอบกรอบที่กลุ่มนำมาจัดจำหน่าย ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี แต่เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ยังขาดข้อมูลด้านวันที่ผลิต วันหมดอายุ คุณค่าทางอาหาร ส่วนผสม และยังไม่มีเครื่องหมาย อย. เนื่องจากอยู่ในระหว่างการดำเนินการขอเลขหมาย อย. จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อสร้างความเชื่อถือและความไว้วางใจในตัวสินค้า

4. การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล

สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปมีความสัมพันธ์อันดี เนื่องจากเป็นกลุ่มเกษตรกรที่อาศัยอยู่ในอำเภอบางบ่อและรู้จักกันเป็นอย่างดี ทำให้การทำงานร่วมกันมีความราบรื่น สมาชิกรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันและเห็นแก่ประโยชน์ของกลุ่มเป็นหลัก มีความต้องการให้เกิดรายได้หมุนเวียนเพื่อให้เกิดรายได้และสามารถสะสมทุนเพื่อมาพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

5. การจัดการกระบวนการ

สมาชิกทุกคนมีความกระตือรือร้นและสนใจที่จะร่วมดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าในนามวิสาหกิจชุมชนนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป มีการจัดโครงสร้างการทำงานร่วมกัน ด้วยการแบ่งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในด้านต่างๆ เช่น ฝ่ายผลิต ฝ่ายขนส่ง ฝ่ายการเงิน แต่อย่างไรก็ตาม

ตาม กลุ่มยังต้องมีการพัฒนาการดำเนินการให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น เช่น บรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน การขนส่งสินค้าให้ตรงเวลาตามนัดหมาย เอกสารการเงินและระบบการจัดเก็บค่าสินค้า เป็นต้น

4.3 การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายพลาสติกบางบ่อในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย



การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายพลาสติกบางบ่อในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่าย ได้ดังนี้

4.3.1 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต่างพื้นที่

ผู้วิจัยได้ทำการทดลองติดต่อวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ต่างพื้นที่ เพื่อหาแนวทางการร่วมมือในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกัน โดยได้ทำการสุ่มติดต่อไปยัง วิสาหกิจชุมชนภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ ได้ผลดังนี้

วิสาหกิจชุมชนในภาคเหนือ

วิสาหกิจชุมชนแคบหมูโก๋ฮ้าง จังหวัดน่าน ผู้ประกอบการไม่สนใจที่ร่วมพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกัน เพราะต้องการพัฒนาสินค้าแคบหมูเป็นหลัก ให้มีคนสนใจมากกว่านี้

วิสาหกิจชุมชนในภาคกลาง

กลุ่มไข่เค็มรสน้ำผึ้ง ทรายทองโมเสก (สินค้า OTOP) ไม่สนใจให้ความร่วมมือเนื่องจากไม่สะดวกในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อื่น เพราะจำหน่ายเฉพาะสินค้าที่ผลิตได้เท่านั้น ไม่มีการเก็บสต็อกสินค้า

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มะดันแปรรูป ต.ท่าข้าม จ.นครนายก สนใจที่จะร่วมมือกันพัฒนาช่องทางจัดจำหน่าย เนื่องจากเห็นว่าการร่วมมือกันจะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในวงกว้างยิ่งขึ้น และสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

วิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ไม่ได้รับความร่วมมือ เนื่องจากราคาสินค้าของพลาสติกอบกรอบมีราคาแพงเกินไป (วิสาหกิจชุมชนฟาร์มเห็ดฟ้าใส จ.ศรีสะเกษ)

วิสาหกิจชุมชนในภาคใต้

ผลจากการติดต่อพบว่า วิสาหกิจชุมชนในภาคใต้ไม่สนใจจะร่วมมือกันพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่าย เพราะทางภาคใต้มีพลาสติกอยู่แล้ว ข้อมูลจากกลุ่มทุเรียนกวนบ้านนุเกะ จ.นราธิวาส / และกลุ่มจำหน่ายสินค้าโดยการออกบูทเป็นส่วนใหญ่จึงไม่สามารถคำนวณปริมาณในการขายและการจัดเก็บสินค้าได้ดีพอ ข้อมูลจากกลุ่มไต้ปลาแห้ง จ.พัทลุง / มีความต้องการสินค้าที่มีตราฮาลาล เพราะจำหน่ายให้ลูกค้าชาวมุสลิมเป็นหลัก ข้อมูลจากกลุ่มพริกแกงบ้านดิน จ.สงขลา/ วิสาหกิจชุมชนไสขามตะวันตก จ.สุราษฎร์ ไม่สนใจร่วมมือกันพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายเนื่องจากสินค้าพลาสติกอบกรอบมีราคาแพงเกินไป/วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตทางเกษตรบ้านมะม่วงหวาน ไม่สนใจ เพราะ ไม่ชอบกินพลาสติกและปลาน้ำจืด/ วิสาหกิจชุมชนปลาหมึกแห้งบ้านโฉลกหล้า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่สนใจ เพราะ ไม่นิยมใช้ปลาน้ำจืดเพราะส่วนใหญ่ใช้ปลาทะเล

สรุปผลการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต่างพื้นที่

ประสบความสำเร็จในการสร้างเครือข่ายเพื่อร่วมกันพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่าย 1 ราย คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มะดันแปรรูป ต.ท่าข้าม จ.นครนายก โดยทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มะดันแปรรูป ต.ท่าข้าม จ.นครนายก ได้รับพลาสติกอบกรอบไปจำหน่ายร่วมกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในการออกบูธสินค้าร่วมกับหน่วยราชการ และทีมวิจัยได้รับสินค้าของกลุ่มมะดัน มาจำหน่ายให้กับบุคลากรของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ และได้เชิญกลุ่มมะดันมาร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ

1. ปัญหาด้านเศรษฐกิจ ที่เกิดจากต้นทุนการผลิตสูง แต่มีรายได้น้อย เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นธุรกิจขนาดเล็กมีเงินทุนในการดำเนินงานไม่มากนัก การขยายโอกาสทางการตลาดด้วยการนำสินค้าอื่นๆมาร่วมจัดจำหน่ายทำให้มีต้นทุนเพิ่มในด้านต่างๆ เช่น การจัดเก็บสินค้า การขนส่ง พื้นที่สำหรับจัดแสดงสินค้า ฯลฯ จึงทำให้วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ปฏิเสธที่จะแลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อการจัดจำหน่ายร่วมกัน
2. ปัญหาด้านการดำเนินงาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นการรวมตัวกันของคนในชุมชนเพื่อการผลิตสินค้าที่กลุ่มมีความเชี่ยวชาญโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรจากภายในท้องถิ่น ดังนั้นรูปแบบวิธีการดำเนินงานจะไม่ซับซ้อน โดยรับวัตถุดิบในการผลิตมาทำการแปรรูป บรรจุในถุงพลาสติก หรือถุงกระดาษ หรือกล่องพลาสติก ในรูปแบบต่างๆ และนำไปจัดจำหน่ายโดยการออกงานแสดงสินค้านร่วมกับหน่วยงานต่างๆ หรือหน้าร้านถ้ามี และจากการวิจัยพบว่า มีการจัดจำหน่ายผ่านทางเฟสบุ๊กส์ หรือไลน์บ้าง แต่เป็นส่วนน้อย วิสาหกิจชุมชนบางราย นอกจากการนำสินค้าไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้าแล้ว แทบจะไม่มีหน้าร้านหรือแหล่งจำหน่ายสินค้าในที่อื่นอีก จากการวิจัยพบว่ารายได้ส่วนใหญ่ของวิสาหกิจชุมชนจะมาจากการนำไปจัดแสดงสินค้าในที่ต่างๆ จึงแสดงให้เห็นว่า แม้กระทั่งสินค้าของกลุ่มตนเองยังต้องพยายามหาช่องทางในการจัดจำหน่ายให้เพียงพอ การจะรับสินค้าจากกลุ่มอื่นๆมาจัดจำหน่ายจึงเป็นไปได้ยาก นอกจากนี้ ซึ่งเมื่อนำพิจารณาถึงความพร้อมในการดำเนินธุรกิจแล้ว วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ยังอยู่ในขั้นที่ต้องพัฒนาอีกหลายด้าน จึงมีความต้องการที่จะพัฒนากลุ่มของตนเองให้ดีขึ้นก่อน ก่อนที่จะสนับสนุนกลุ่มอื่นๆ
3. ปัญหาด้านผลประโยชน์ตอบแทนสำหรับสมาชิก การรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สมาชิกกลุ่มจะได้รับผลประโยชน์ในรูปแบบต่างกัน ตามข้อกำหนดของแต่ละกลุ่ม บางกลุ่มเปิดโอกาสให้สมาชิกถือหุ้น และนำเงินที่ได้จากการดำเนินการมาปันผลตามสัดส่วนหุ้นที่ครอบครอง บางกลุ่มใช้การปันผลตามแรงงานที่ทุ่มเท เช่น การคำนวณชั่วโมงในการทำงานแล้วนำมาหารเฉลี่ยกับผลประกอบการ เป็นต้น และการรับสินค้าอื่นมาจำหน่ายเป็นการรบกวนระบบเดิมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทำให้ไม่อยากจะร่วมกันพัฒนาช่องทางจัดจำหน่าย

4. ปัญหาด้านการตลาด วิสาหกิจชุมชนเน้นความร่วมมือของคนในชุมชนเพื่อทำกิจกรรมในการพึ่งตนเอง การทำธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนจึงมีความชำนาญในการทำการตลาดไม่มากนัก ไม่เหมือนภาคธุรกิจเอกชนที่สามารถทำการตลาดทั่วถึงทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเมื่อวิสาหกิจชุมชนต้องการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลายและทั่วถึงมากยิ่งขึ้นกลับต้องเผชิญหน้ากับปัญหาหลายประการ อาทิ การทำการตลาดออนไลน์ กำลังการผลิตที่ไม่เพียงพอ การรักษาคุณภาพของสินค้าให้สดใหม่อยู่ได้นานๆ โดยเหตุนี้ ทำให้วิสาหกิจชุมชนไม่พร้อมที่จะรับสินค้าจากกลุ่มอื่น ๆ ไปร่วมจัดจำหน่ายเพราะระบบการตลาดของตนเองยังมีปัญหาอยู่ด้วยเช่นกัน

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงได้ข้อสรุปว่า แนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับวิสาหกิจชุมชนที่มีประสิทธิภาพนั้น ควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหรือองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญในการทำการตลาด หรือสามารถช่วยผลักดันสินค้าของวิสาหกิจชุมชนให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายได้โดยไม่จำเป็นต้องใช้ต้นทุนในการดำเนินการที่สูง โดยที่จะสามารถแก้ไข ปัญหาในเรื่องกำลังการผลิตที่ไม่เพียงพอหากสามารถทำการตลาดได้กว้างขวางมากขึ้น ด้วยการจับมือร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจที่แปรรูปปลาสดบางบ่อ ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้รูปแบบการจัดจำหน่ายแบบ B2B คือ การจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งเป็นองค์กรตัวกลางที่จะช่วยผลักดันสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูปไปยังพื้นที่ต่างของประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว

4.3.2 บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

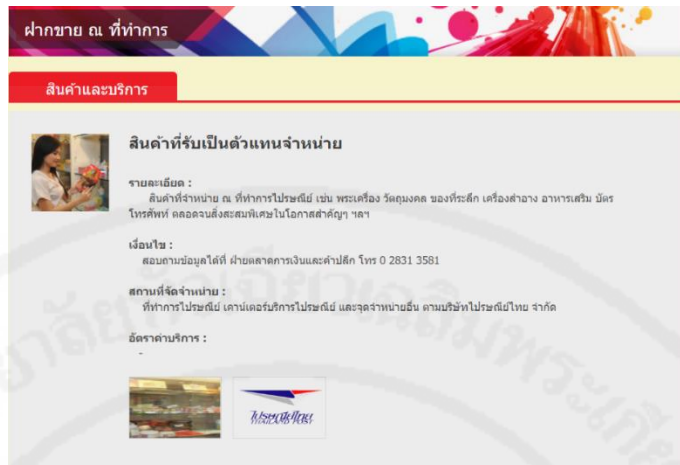


เพื่อให้ผลิตภัณฑ์จากพลาสติกบางบ่อ มีช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนไปยังพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้พัฒนารูปแบบการจัดจำหน่ายผ่านตัวกลาง (Good Boy) ที่ส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศไทย ให้สามารถจัดจำหน่ายสินค้าทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพตามแนวคิดการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายจากธุรกิจผ่านผู้กระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค (Business to Distributor to Consumer หรือ B2D2C) ซึ่งบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นองค์การด้านกิจการสื่อสารที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาเป็นเวลานานนับตั้งแต่รัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่ได้มีการจัดตั้งกรมไปรษณีย์ในประเทศไทยขึ้นมาเป็นครั้งแรก ปัจจุบัน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด มุ่งมั่นในการเป็นผู้นำธุรกิจไปรษณีย์และให้บริการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของธุรกิจและคนไทยในทุกระดับ ทุกพื้นที่ ด้วยศักยภาพของเครือข่ายที่ทำการไปรษณีย์กว่า 1,200 แห่ง และศูนย์ไปรษณีย์ 13 แห่ง ทั้งในกรุงเทพฯ และภูมิภาค พร้อมด้วยบุคลากรที่ชำนาญงาน ตลอดจนเครื่องมืออันทันสมัย และการพัฒนาที่ไม่หยุดนิ่ง เพื่อเชื่อมโยงเข้ากับเครือข่ายไปรษณีย์ทั่วโลก บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัดในปัจจุบัน มีวิสัยทัศน์ในการดำเนินงาน คือ “ เป็นผู้ให้บริการไปรษณีย์และบริการ e-Commerce Logistics ครบวงจรด้วยมาตรฐานสากลที่ผู้ใช้บริการไทยนึกถึงเป็นลำดับแรก” โดยมีพันธกิจองค์กร 4 ประการ คือ

1. ให้บริการจัดส่งสิ่งของ ข่าวสาร ข้อมูล และโอนเงินทั่วโลกที่ลูกค้าเข้าถึงได้อย่าง สะดวก มีคุณภาพ มีมาตรฐานสากล ราคาสมเหตุสมผล และเชื่อถือได้
2. พัฒนาให้ไปรษณีย์ไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจไปรษณีย์และบริการ Logistics สำหรับธุรกิจ e-Commerce ของประเทศ
3. บริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากข้อมูลการดำเนินงานในการสร้างฐานความรู้และนวัตกรรมเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจของลูกค้าให้เติบโตไปด้วยกัน
4. ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม)

จากวิสัยทัศน์และพันธกิจทั้ง 4 ประการ ไปรษณีย์ไทยได้จัดตั้งหน่วยงานสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนขึ้น เพื่อการจัดจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศ โดยการจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ และจัดจำหน่ายบนเว็บไซต์ Thailandpostmart.com

การฝากขาย ณ ที่ทำการ



ฝากขาย ณ ที่ทำการ

สินค้าและบริการ

สินค้าที่รับเป็นตัวแทนจำหน่าย

รายละเอียด :
สินค้าที่จำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ เช่น พระเครื่อง วัสดุมงคล ของที่ระลึก เครื่องสำอาง อาหารเสริม นวัตกรรมที่ทันสมัยสิ่งสมมติพิเศษในโอกาสสำคัญ ฯลฯ

เงื่อนไข :
สอบถามข้อมูลได้ที่ ฝ่ายตลาดการเงินและค้าปลีก โทร 0 2831 3581

สถานที่จัดจำหน่าย :
ที่ทำการไปรษณีย์ เคาน์เตอร์บริการไปรษณีย์ และจุดจำหน่ายอื่น ตามบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด

อัตราค่าบริการ :
-

ฝากขายผ่าน เว็บไซต์ Thailandpostmart.com



THAILANDPOSTMART.com

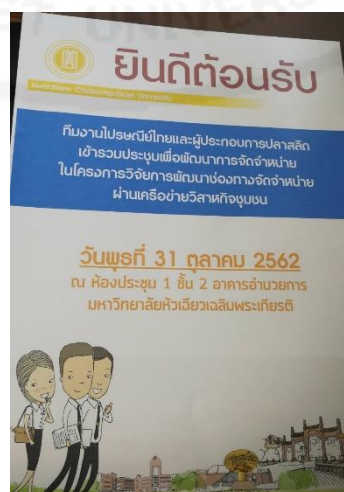
ค้นหาสินค้า... **ส่งเสริมการขาย**

สมัครสมาชิก | สินค้าแนะนำ | สินค้าใหม่

สร้างอาชีพ เพิ่มรายได้
ยกระดับคุณภาพชีวิตคนไทย เติบโตอย่างยั่งยืน

ชิม ช้อป ใช้ แจกจัดหนัก!!
รับช้อปใช้ 12 ล้านบาท

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด



ยินดีต้อนรับ

ทีมจากไปรษณีย์ไทยและผู้ประกอบการปลาสลิด
เข้าร่วมประชุมเพื่อพัฒนาการจัดจำหน่าย
ใบโครงการวิจัยการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่าย
ผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

วันพุธที่ 31 ตุลาคม 2562
ณ ห้องประชุม 1 ชั้น 2 อาคารอำนวยการ
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

เมื่อผู้วิจัยได้ติดต่อประสานกับ บริษัท ไพรชณีย์ไทย จำกัด เพื่อเริ่มดำเนินการนำผลิตภัณฑ์พลาสติกบางบ่อจัดจำหน่ายผ่านช่องทางจำหน่ายสินค้าทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์กับบริษัท ไพรชณีย์ไทย จำกัด ในเบื้องต้นแล้ว ได้ทำการติดต่อวิสาหกิจชุมชนพลาสติกบางบ่อ จำนวนทั้งหมด 5 ราย และวิสาหกิจที่แสดงความต้องการเป็นเครือข่ายร่วมดำเนินการด้วย อีก 1 ราย ประกอบด้วย วิสาหกิจชุมชนชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป วิสาหกิจชุมชนชนแม่อำนวยพลาสติกบางบ่อ วิสาหกิจชุมชนชนแสนสมบูรณ์พลาสติกบางบ่อ วิสาหกิจชุมชนชนแม่ניתยาบางบ่อ สลิต์ผลิตพลาสติกบางบ่อ และอีก 1 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนคือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดัน ตำบลท่าทราย จังหวัดนครนายก เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการพร้อมกัน โดยมีเจ้าหน้าที่จากบริษัท ไพรชณีย์ไทย จำกัด มาให้ข้อมูลสำหรับการดำเนินจัดจำหน่ายผ่านไพรชณีย์ไทย ณ ห้องประชุม 1 อาคาร อำนวยการมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพความพร้อมในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการที่เชิญมาร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการการจัดจำหน่ายร่วมกับไพรชณีย์ไทย

ตารางที่ 1.6

แบรนด์ พลาสติก	การจดทะเบียน	ประเภท ผู้ประกอบการ/ ระยะเวลา	ผลิตภัณฑ์	ช่องทาง จำหน่าย	มาตรฐาน อย.
1 อ้ายอี	จดทะเบียนเป็น วิสาหกิจชุมชน จดทะเบียน OTOP	เป็นผู้เลี้ยงและผู้ แปรรูป	พลาสติกแตก เดี่ยว พลาสติก อบกรอบ/ปลา สติกทอดไร้ก้าง/ น้ำพริกนรก พลาสติก	การออกบูทขาย ในงานต่างๆ ขายออนไลน์ ผ่านไลน์ ผ่าน เฟสบุ๊ก	อยู่ระหว่างการ ดำเนินการขอ
1.แม่อำนวย พลาสติกบาง บ่อ	จดทะเบียนเป็น วิสาหกิจชุมชน จดทะเบียน OTOP	ผู้ประกอบการ แปรรูปอย่าง เดียว 14 ปี	พลาสติกทอดไร้ ก้าง/ พลาสติก ปรุงรส/ เนื้อ พลาสติกเส้น/ น้ำพริกนรก พลาสติก	ขายหน้าร้าน การขายออนไลน์ การออกบูทขาย ในงาน	กำลังทำ โรงเรือน/มี อย.
2.แสนสมบูรณ์ พลาสติกบาง	จดทะเบียนเป็น วิสาหกิจชุมชน	ผู้ประกอบการ แปรรูปอย่าง	พลาสติกแตก เดี่ยว/ พลาสติก	ขายหน้าร้าน การขาย	กำลังทำ โรงเรือนเพิ่ม /

แบรนด์ พลาสติก	การจดทะเบียน	ประเภท ผู้ประกอบการ/ ระยะเวลา	ผลิตภัณฑ์	ช่องทาง จำหน่าย	มาตรฐาน อย.
บ่อ	จดทะเบียน OTOP	เดี่ยว 22 ปี	หอม/ น้ำพริก นรกพลาสติก/ น้ำพริกเผาปลา สลิด/ น้ำพริกตา แดง/ พลาสติก ทอดกรอบรสต้ม ยำ/ เนื้อปลา สลิดผัดพริกขิง	ออนไลน์ การออกบูทขาย ในงาน	มี อย.
3.พลาสติก แม่เหนียวบาง บ่อ	จดทะเบียนเป็น วิสาหกิจชุมชน จดทะเบียน OTOP	ผู้ประกอบการ แปรรูปอย่าง เดี่ยว 2 ปี	พลาสติกอบ กรอบ/ น้ำพริก นรกพลาสติก/ น้ำพริกพลาสติก ผัดซีเม่า/ เนื้อ พลาสติกผัด พริกขิง/ เนื้อ พลาสติกผัด สามรส/ เนื้อ พลาสติกผัด กระเพรา	การขาย ออนไลน์ การออกบูทขาย ในงาน	กำลังทำ โรงเรือน / บางผลิตภัณฑ์ได้ อย.จาก OEM
4.สลัด สลิต พลาสติก บางบ่อ	จดทะเบียน OTOP	ผู้ประกอบการ บรรจุและจัด จำหน่าย 2 ปี	พลาสติกทอดไร่ ก้าง /พลาสติก ทอดกรอบ	ขายออนไลน์ / กำลังจะทำ ตลาดกับ ร้านอาหาร	มี อย.
5.พลาสติก แม่จุก/อบต. สมชาย	จดทะเบียนเป็น วิสาหกิจชุมชน	มากกว่า 10 ปี	พลาสติกหอม/ น้ำพริกพลาสติก	หน้าร้าน/ขาย ส่ง/ออนไลน์	ไม่มี



ภายในงานประชุม วิชาหกิจชุมชนที่มาร่วมเป็นเครือข่ายได้นำตัวอย่างสินค้าที่สามารถจัดจำหน่ายร่วมกับไปรษณีย์ได้มาแสดง พร้อมทั้งดำเนินการลงทะเบียนสมัครจำหน่ายสินค้าชุมชนกับไปรษณีย์ไทย ทั้งนี้ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้ยกเว้นการเก็บค่าดำเนินการในการเปิดจำหน่ายสินค้าให้กับผู้มาเข้าร่วมประชุมทั้งหมดเป็นกรณีพิเศษ โดยค่าธรรมเนียมที่ได้รับการยกเว้นเป็นจำนวนเงิน 20,000 – 80,000 บาท (ขึ้นอยู่กับจำนวนสินค้าที่ผู้ประกอบการนำมาเปิดจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์)

หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการให้บริการรับเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าฝากขาย/สินค้าเบ็ดเตล็ด ณ ที่ทำการไปรษณีย์ และจุดจำหน่ายของ ปณท.

โดยบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ได้นำเสนอหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการให้บริการรับเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าฝากขาย/สินค้าเบ็ดเตล็ด ณ ที่ทำการไปรษณีย์ และจุดจำหน่ายของ ปณท. ดังนี้

1. ค่าตอบแทนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่น ๆ

1.1 บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (ปณท) คิดค่าตอบแทนในการจำหน่ายสินค้าในอัตราขั้นต่ำ 25% ของราคาจำหน่าย (บาท) โดย ปณท จะหักเงินค่าตอบแทนตามอัตรา

ดังกล่าวก่อนชำระค่าสินค้า ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงที่จะจัดทำขึ้นระหว่าง ปณท กับผู้ฝากวางจำหน่าย

1.2 ค่าดำเนินการในการเปิดจำหน่ายสินค้าในแต่ละครั้ง ซึ่งเป็นการเรียกเก็บครั้งเดียว มีดังนี้

- จำนวนสินค้าไม่เกิน 4 รายการ คิดค่าดำเนินการ 20,000 บาท
- จำนวนสินค้า 5 – 10 รายการ คิดค่าดำเนินการ 50,000 บาท
- จำนวนสินค้ามากกว่า 10 รายการ คิดค่าดำเนินการ 80,000 บาท

1.3 เงินประกันในการดำเนินการรับเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า มีดังนี้

- มูลค่าตามราคาสินค้าที่นำมาวางจำหน่ายทั้งหมด มีมูลค่าไม่เกิน 1 ล้านบาท คิดเงินประกัน 50,000 บาท

- มูลค่าตามราคาสินค้าที่นำมาวางจำหน่ายทั้งหมด มีมูลค่าเกิน 1 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 5 ล้านบาท คิดเงินประกัน 80,000 บาท

- มูลค่าตามราคาสินค้าที่นำมาวางจำหน่ายทั้งหมด มีมูลค่าเกินกว่า 5 ล้านบาท ขึ้นไป คิดเงินประกัน 100,000 บาท

1.4 ค่าจัดส่ง/กระจายสินค้า ถึงที่ทำการไปรษณีย์ที่จำหน่ายคิดในอัตราค่าฝากส่งพัสดุไปรษณีย์ในประเทศ หรือไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ หรือ Logispost บวกค่าดำเนินการ 30 บาท/กล่อง โดยผู้ฝากวางจำหน่ายจะต้องมีการบรรจุสิ่งของในกล่องในจำนวนที่เหมาะสม และเป็นไปตามที่แจ้งให้ ปณท ทราบ เพื่อจัดส่งให้แก่ที่ทำการไปรษณีย์ที่จะวางจำหน่าย หาก ปณท ต้องมีการนำสินค้ามาบรรจุกล่องใหม่เพื่อจัดส่งให้จุดจำหน่ายและมีค่าใช้จ่าย ผู้ฝากวางจำหน่ายจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด

1.5 ค่าส่งคืนสินค้าเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาการจำหน่ายคิดในอัตราค่าฝากส่งพัสดุไปรษณีย์ในประเทศ หรือ ไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศ กรณีจำหน่ายสินค้าไม่หมดในแต่ละเดือน ผู้ฝากวางจำหน่ายที่เป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม จะต้องจัดทำใบลดหนี้ให้แก่ ปณท ทั้งนี้ ปณท จะหักเงินค่าจัดส่งสินค้าคืนและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ก่อนที่จะชำระค่าสินค้า

2. เมื่อครบกำหนดระยะเวลาการจำหน่าย 6 เดือน หากสินค้าไม่ได้รับความนิยม ปณท จะยกเลิกการวางจำหน่าย (มียอดขายอย่างน้อย ไม่ต่ำกว่า 40,000 บาทต่อเดือน) หากได้รับความนิยมนั้นก็จะวางจำหน่ายต่อไปตามระยะเวลาที่ตกลงกัน (โดยมีค่าขยายระยะเวลา 10,000 บาท/ 6 เดือน) โดยผู้ฝากวางจำหน่ายที่มีความประสงค์จะขยายระยะเวลาการจำหน่ายหรือยกเลิกการวางจำหน่ายจะต้องแจ้งให้ ปณท ทราบเป็นลายลักษณ์อักษรก่อนสิ้นสุดระยะเวลาไม่น้อยกว่า 45 วัน รวมทั้งหากผู้ฝากวางจำหน่ายต้องการเปลี่ยนแปลง รายละเอียดเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้า ได้แก่ ราคาจำหน่าย ที่ทำการไปรษณีย์ จุดจำหน่าย ฯลฯ ต้องแจ้งความประสงค์ให้ ปณท ทราบล่วงหน้า อย่างน้อย 60 วัน เพื่อให้ ปณท มีความพร้อมในการดำเนินการต่อไป
3. ปณท จะส่งคืนสินค้าที่เหลือทั้งหมดคืนให้ผู้ฝากวางจำหน่าย หลังจากสิ้นสุดระยะเวลาการจำหน่าย โดยคิดค่าใช้จ่ายในการส่งคืนสินค้า ในอัตราตามข้อ 1.5
4. กรณีที่สินค้าชำรุดเสียหายในระหว่างที่ผู้ฝากวางจำหน่าย จัดส่งให้แก่ ปณท และสินค้าหมดอายุในระหว่างการจัดจำหน่าย/รอส่งคืน ตามข้อ 3. ปณท สามารถเปลี่ยนคืนสินค้าได้รวมทั้ง กรณีที่ผู้ฝากวางจำหน่าย จัดส่งสินค้าให้แก่ ปณท ไม่ครบตามจำนวนที่แจ้งไว้ จะต้องทำการจัดส่งเพิ่มเติมให้ครบถ้วน
5. ปณท จะชำระเงินค่าสินค้าให้แก่ผู้ฝากวางจำหน่าย ตามยอดที่จำหน่ายได้ในแต่ละเดือน และเป็นยอดเงินที่หักค่าตอบแทนตามข้อ 1.1 แล้วภายในเดือนถัดไป และหากผู้ฝากวางจำหน่ายไม่มาติดต่อเงินค่าสินค้านี้ดังกล่าวภายใน 1 ปี ปณท มีสิทธิ์รับเงินค่าสินค้านี้ดังกล่าวได้
6. ผู้ฝากวางจำหน่ายจะต้องจัดทำรหัสบาร์โค้ดติดที่ตัวสินค้าทุกรายการที่จะจำหน่ายผ่านที่ทำการไปรษณีย์
7. ผู้ฝากวางจำหน่ายจะต้องแสดงราคาสินค้าบนผลิตภัณฑ์สินค้าทุกรายการที่จะจำหน่ายผ่านที่ทำการไปรษณีย์
8. ผู้ฝากวางจำหน่ายจะต้องจัดทำใบลดหนี้และใบแจ้งหนี้ทุกไตรมาส ซึ่งเป็นการจัดทำเอกสารเท่านั้น ไม่มีการส่งคืนสินค้าจริง จนกว่าจะสิ้นสุดการจำหน่าย
9. สินค้าที่เกี่ยวข้องกับ ยาสามัญประจำบ้าน เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ผู้ฝากวางจำหน่ายจะต้องมีเอกสารที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่ง ปณท จะมีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะนำมาวางจำหน่าย

10. กรณีผู้ฝากวางจำหน่ายได้รับสิทธิเป็นผู้จัดจำหน่ายจากผู้ผลิตสินค้า ต้องมีหนังสือรับรองผลิตภัณฑ์/ยินยอมการให้สิทธิในการจำหน่าย
11. ผู้ฝากวางจำหน่ายจะต้องเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย และผู้ฝากวางจำหน่ายต้องไม่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายหรือขายตรง
12. ปณท ขอสงวนสิทธิ์ในการยกเลิกการจำหน่ายสินค้าได้ทุกกรณี

ผลที่ได้รับจากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ

1. วิสาหกิจชุมชนที่เชิญมาร่วมงาน จำนวน 6 ราย มีความสนใจและเห็นประโยชน์ที่จะจัดจำหน่ายร่วมกับไปรษณีย์ไทย เนื่องจากเป็นองค์การของคนไทยด้วยกัน ใช้ภาษาเดียวกัน และมีวิธีการดำเนินงานที่มีขั้นตอนไม่ยุ่งยากเหมือนการจัดจำหน่ายผ่านตัวกลางประเภทอื่น เช่น Modern Trade ที่จำเป็นต้องมีมาตรฐานตามที่ตัวกลางกำหนด และต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้าทั้งไปและกลับสูงถึงร้อยละ 25 ของยอดจำหน่ายต่อรอบ ยังไม่รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ อีก จึงได้ดำเนินการลงทะเบียนเพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจร่วมกับไปรษณีย์ผ่านการลงทะเบียนทางโทรศัพท์มือถือพร้อมกันในที่ประชุมเชิงปฏิบัติการครั้งนี้
2. บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด โดยความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ได้ทำการยกเว้นค่าธรรมเนียมเปิดดำเนินการจำหน่ายสินค้า ในข้อ 1.1-1.5 ตามเอกสารหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการให้บริการรับเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า ให้กับผู้ร่วมประชุม และคิดค่าขนส่งสินค้าเพียงกิโลละ 8 บาทซึ่งเป็นอัตราพิเศษจากการร่วมกับมือกับมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ (อัตราปกติกิโลละ 20 บาท)
3. ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญของช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์และช่องทางการจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการไปรษณีย์ และต้องการให้จัดอบรมเพิ่มเติมอีกครั้ง เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายยังไม่ค่อยเข้าใจวิธีการกรอกข้อมูล และขั้นตอนการนำภาพสินค้ามาโพสต์ขาย วิธีการถ่ายภาพสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายออนไลน์ วิธีการจัดการหีบห่อที่มีคุณภาพสำหรับการจัดส่งทางไปรษณีย์ ดังนั้นที่ประชุมร่วมกับไปรษณีย์ไทย จึงได้ตกลงจะจัดประชุมเชิงปฏิบัติการให้กับผู้ประกอบการอีกครั้ง โดยจะใช้ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเรียนรู้พร้อมๆกันไปทีละขั้นตอน

4.3.3 การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกับเครือข่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์



สินค้าทางการเกษตรส่วนใหญ่จะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ไม่เกิดความโดดเด่น ในขณะที่ปลา สลิดบางบ่อของกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์ปลา สลิดบางบ่อและแปรรูป เป็นปลา สลิดที่มีความแตกต่างใน ด้านการเลี้ยงและการแปรรูปด้วยภูมิปัญญาแบบดั้งเดิมที่ใช้ธรรมชาติเป็นหลัก ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัย จึงต้องการผลักดันให้มีการศึกษาความสนใจและความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ตลาดบนที่ใส่ใจในเรื่องสุขภาพและมีกำลังซื้อมากกว่าตลาดทั่วไป จึงได้ประสานไปยังผู้จัดงาน Green Everyday : ห่อ มัด กลัด ร้อย เพื่อให้ผู้ประกอบการทดลองนำ

สินค้าไปจำหน่าย และได้แลกเปลี่ยนพูดคุยกับกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าเพื่อสุขภาพ โดยงานมีขึ้นระหว่างวันที่ 6-8 กันยายน 2562

ผลที่ได้จากการร่วมงาน

1. จากที่ประชุมในเบื้องต้น พบว่าสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 2 ราย คือ อ้ายอี และป่าจุก มีความสนใจที่จะนำสินค้าไปแสดงและจัดจำหน่าย ทีมวิจัยจึงได้ประสานกับผู้จัดงานเพื่อการออกบูธ
2. ก่อนวันงานจริง ผู้ประกอบการทั้ง 2 ราย ไม่สะดวกเดินทางไปร่วมงาน จึงได้ฝากสินค้ากับทีมวิจัยเพื่อนำไปออกงาน
3. ทีมวิจัยได้เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในงาน พบว่าพลาสติกอบกรอบของอ้ายอี ไม่มีคำอธิบายที่บรรจุภัณฑ์ว่าอบหรือทอดด้วยน้ำมันอะไร ประกอบไปด้วยส่วนผสมอะไรบ้าง ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงปฏิเสธที่จะซื้อ
4. เมื่อทีมวิจัยได้เปิดช่องพลาสติกอบกรอบออกเพื่อให้ลูกค้าทดลองชิม ปรากฏว่ามีเส้นผมติดอยู่ในช่อง ทีมวิจัยรีบหยิบออก และกลับมาแจ้งให้ผู้ประกอบการรับทราบ
5. โดยสรุป ผลิตภัณฑ์ยังไม่สามารถดึงดูดลูกค้าในตลาดสุขภาพได้ เพราะยังขาดองค์ประกอบที่จะทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่น เช่น รายละเอียดส่วนผสม วันที่ผลิต วันที่หมดอายุ เครื่องหมาย อย.

4.3.4 จัดจำหน่ายที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ



ช่องทางที่ 1. บริเวณจำหน่ายผักปลอดสารที่หน้าอาคารอำนวยการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร และต้องการให้บุคลากรของมหาวิทยาลัยได้บริโภคอาหารปลอดภัย จึงเกิดโครงการผักปลอดสารพิษจากมหาวิทยาลัยขึ้น โดยผักที่นำมาจำหน่ายเป็นผักที่มหาวิทยาลัยทำการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวเอง ไม่ใช้สารเคมีใดๆที่เป็นอันตรายต่อร่างกายมนุษย์ และนำมาจำหน่ายให้บุคลากรของมหาวิทยาลัยในราคาย่อมเยา ในช่วงเช้าจะมีบุคลากรแวะเวียนมาซื้อผักเอาไว้เพื่อนำกลับไปประกอบอาหารที่บ้าน ผักที่ซื้อไปมีความสด อร่อย และปลอดภัย ส่งเสริมให้บุคลากรของมหาวิทยาลัยมีสุขภาพที่ดีแข็งแรง

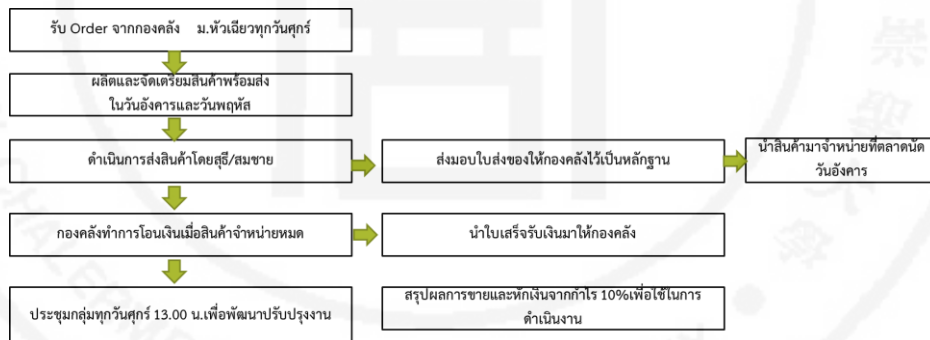
การจัดจำหน่ายผักปลอดสารให้กับบุคลากรของมหาวิทยาลัย ทำให้เกิดพื้นที่สำหรับการจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภค บริโภค สำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ซึ่งมีจำนวนไม่น้อย ประมาณ 2,000 คน ในปี พ.ศ. 2562 ดังนั้นคณะผู้วิจัยร่วมกับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป ได้ร่วมหารือกันถึงการนำสินค้าของกลุ่มมาจัดจำหน่ายที่มหาวิทยาลัย เนื่องจากเป็นช่องทางจัดจำหน่ายที่มีศักยภาพอีกช่องทางหนึ่ง และเหมาะสำหรับการทดลองปฏิบัติการจัดจำหน่าย เพราะสามารถเก็บข้อมูลที่เกี่ยวกับการดำเนินงานได้ทุกระยะการปฏิบัติการจริง ซึ่งสินค้าพลาสติกของกลุ่มฯ ประกอบไปด้วย สินค้าพลาสติก ทรายอ้ายอี และสินค้าพลาสติก ทรายป่าจุก อย่างไรก็ตาม จากการประชุมร่วมกับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป โดยมี นายปรีชา สมานมิตรเป็นประธานในที่ประชุม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปลงมติว่า โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. กลุ่มฯต้องการให้สมาชิกทุกรายมีบทบาทและมีรายได้จากการดำเนินงานเท่าเทียมกัน จึงลงความเห็นให้สมาชิกสามารถนำสินค้าที่เกี่ยวกับการบริโภคมาร่วมจำหน่ายด้วย
2. การระดมเงินทุนสำหรับการดำเนินงานของกลุ่ม ให้หักจากกำไรในการขายสินค้า ร้อยละ 10
3. สินค้าทุกประเภทของกลุ่มฯ จะถูกติดสติ๊กเกอร์ วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป เพื่อบ่งบอกถึงที่มาของสินค้า และเพื่อรับประกันคุณภาพของสินค้าโดยกลุ่มฯเอง

4. ในอนาคต หากมีสมาชิกใหม่เพิ่ม กลุ่มฯเปิดโอกาสในการเพิ่มสมาชิก ด้วยการถือหุ้น
หุ้นละ 10 บาท และไม่เกิน 10 หุ้นต่อคน ในระยะเริ่มต้น
5. ที่ประชุมได้กำหนดโครงสร้างการดำเนินงานของกลุ่มไว้ ดังนี้



6. แผนผังการดำเนินงานของกลุ่ม



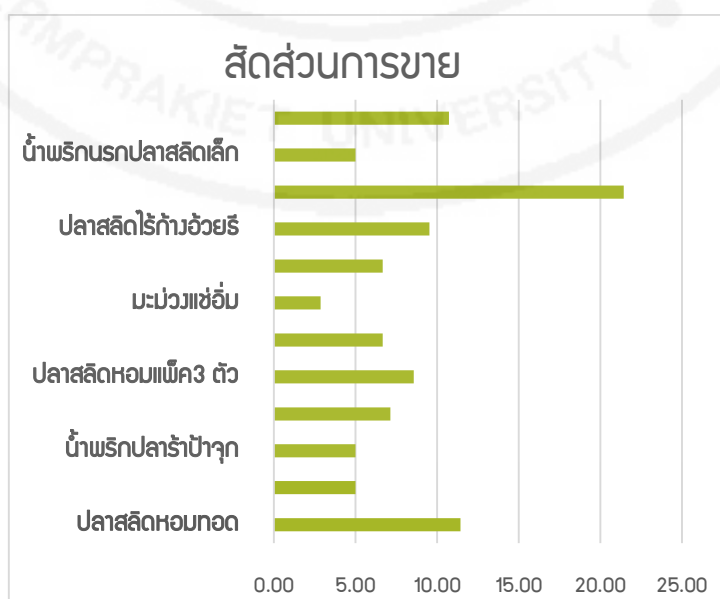
7. ผลประกอบการจากการทดลองจัดจำหน่ายที่หน้าอาคารอำนวยการ ระหว่างวันที่ 13-23 สิงหาคม 2562

ตารางที่ 1.7 ตารางแสดงผลประกอบการของการจัดจำหน่ายที่อาคารอำนวยการ ม.หัวเฉียว เฉลิมพระเกียรติ

ลำดับ	สินค้า	ราคาต่อหน่วย	จำนวนที่ขาย	รายรับรวม	กำไรต่อหน่วย	ต้นทุนต่อหน่วย	ต้นทุนรวม	กำไรรวม	หักเข้ากลุ่ม10%
1	พลาสติกหอมทอด	80	30	2,400	40	40	1200	1200	120
2	น้ำพริกพลาสติกป่าจุก	35	30	1,050	23	12	360	690	69
3	น้ำพริกปลาร้าป่าจุก	35	30	1,050	23	12	360	690	69
4	ย៉ามะม่วงพลาสติก	50	30	1,500	25	25	750	750	75
5	พลาสติกหอมแพ็ค3 ตัว	120	15	1,800	60	60	930	870	87
6	มะม่วงแช่อิ่ม	35	40	1,400	23	12	480	920	92
7	มะม่วงแช่อิ่ม	20	30	600	12	8	240	360	36
8	กระถ่อนแช่อิ่ม	35	40	1,400	20	15	600	800	80
9	พลาสติกไร้ก้างอ้วยซี	100	20	2000	30	70	1400	600	60
10	พลาสติกครอบอ้วยซี	150	30	4,500	50	100	3000	1,500	150
11	น้ำพริกนรกพลาสติกเล็ก	35	30	1,050	23	12	360	690	69
12	น้ำพริกนรกพลาสติกใหญ่	75	30	2,250	45	30	900	1,350	135
			355	21,000			10580	10420	1042

8. เปรียบเทียบสัดส่วนการขายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป ระหว่างวันที่ 13-23 สิงหาคม 2562

ตารางที่ 1.8 เปรียบเทียบสัดส่วนการขาย



สรุปผลจากการดำเนินงานของกลุ่ม

1. พบว่าบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจยังขาดมาตรฐานหลายจุด สำหรับพลาสติกหอม ของป้าจุก ซึ่งบรรจุในกล่องพลาสติกแบบใส มีน้ำมันจากตัวปลาไหล รั่วออกมาภายนอก ทำให้เปื้อนมือและมีกลิ่นพลาสติกที่มือ



2. ผลิตภัณฑ์ อ้ายอี ซึ่งเป็นปลาอบกรอบบรรจุในถุงกระดาษแบบมีซิปล บางถุงมี น้ำมันซีมออกมาเป็นวงที่ข้างของ และน้ำหนักแต่ละของไม่เท่ากัน ขาดข้อมูลอธิบายส่วนประกอบ วิธีการผลิต วันที่ผลิต วันหมดอายุ และหมายเลข อย.
3. ผลิตภัณฑ์มะม่วงแช่อิ่ม และกระท้อนแช่อิ่ม ใช้กล่องพลาสติกและถุงพลาสติก ที่ไม่ได้บรรจุแน่นหนา ทำให้มีน้ำเชื่อมหกออกมา
4. การจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม ขาดใบส่งของและใบเสร็จ ใช้วิธีการจดใส่กระดาษ ทำให้กองคลังมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติต้องขอให้ผู้ประกอบการหาซื้อใบส่งของมาใช้ให้ถูกต้อง
5. เนื่องจากทางกลุ่มยังขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน การขนส่งสินค้า จำเป็นต้องอาศัยการนำสินค้ามารวมกันที่บ้านนายสุธี จึงทำให้การส่งสินค้าไม่มีความสม่ำเสมอ เนื่องจากสมาชิกมาไม่ทันบ้าง ฝากคนอื่นมาส่งแต่เขาไม่ได้มาส่งบ้าง

6. ผู้ประกอบการไม่เคยชินกับการโอนค่าสินค้าทางมือถือ ทำให้ทางกองคลังต้องใช้วิธีจ่ายเงินสด ทำให้การรับเงินค่าสินค้ามีความล่าช้า หรือบางรายใช้เลขที่บัญชีของผู้อื่นทำให้ไม่ทราบว่าได้รับค่าสินค้าหรือยัง
7. ผู้ประกอบการขาดความรู้ในการทำบัญชีต้นทุน จึงตั้งราคาสินค้าโดยมิได้คำนวณต้นทุนให้ถี่ถ้วนเสียก่อน เช่น ลืมบวกค่าขนส่ง ค่ากล่อง ค่าสินค้าส่งคืน ฯลฯ

ช่องทางที่ 2. มหาวิทยาลัยสั่งซื้อพลาสติกอบกรอบเพื่อเป็นของที่ระลึกในงานวาระโอกาสพิเศษ

วันที่	รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	รวม
1	พลาสติกอบกรอบ	100	4.90	490.00
2	พลาสติกอบกรอบ	100	4.90	490.00
3	พลาสติกอบกรอบ	100	4.90	490.00
4	พลาสติกอบกรอบ	100	4.90	490.00
5	พลาสติกอบกรอบ	100	4.90	490.00
6	พลาสติกอบกรอบ	100	4.90	490.00
7	พลาสติกอบกรอบ	100	4.90	490.00
8	พลาสติกอบกรอบ	100	4.90	490.00
9	พลาสติกอบกรอบ	100	4.90	490.00
10	พลาสติกอบกรอบ	100	4.90	490.00
รวม				4900.00



มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเป็นมหาวิทยาลัยขนาดกลาง มีการจัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานต่างๆ อยู่เป็นระยะๆ ซึ่งในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง จำเป็นต้องจัดเตรียมอาหารว่าง ของที่ระลึก ของขวัญสำหรับผู้เดินทางมาร่วมงาน ทีมวิจัยจึงมองเห็นโอกาสในการสร้างช่องทางการตลาดในรูปแบบ B2B หรือธุรกิจสู่ธุรกิจ ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์พลาสติกให้เป็นของที่ระลึก ของขวัญ หรือของว่างในการจัดสัมมนา จัดประชุม หรือเป็นของขวัญสำหรับเทศกาลต่างๆ นับเป็นโอกาสในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์พลาสติกบางบ่อ ไปด้วยในขณะเดียว ผลที่ได้จากการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายในรูปแบบนี้ ทำให้ผู้รับผลิตภัณฑ์เป็นของขวัญ/ของฝาก เกิดความประทับใจในรสชาติ และกลับมาซื้อซ้ำ

ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบ B2B จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ครั้งละมากๆ และทำให้ขยายช่องทางการตลาดไปสู่ B2C ได้อีกด้วย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

ในงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการองค์การของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป 2. พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3. นำเสนอแนวทางการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อ และแปรรูปผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่วิสาหกิจชุมชน ที่ดำเนินธุรกิจพลาสติกบางบ่อ ในเขตอำเภอบางบ่อ จำนวนสมาชิก 8 ราย โดยเป็นเกษตรกรและผู้แปรรูปของกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์และแปรรูปพลาสติกบางบ่อ และเกษตรกรและผู้แปรรูปรายอื่น ๆ ที่มีความสนใจจะเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกัน ทั้งนี้ตัวแทนของกลุ่มประชากรที่สอดคล้องกับการวิจัยสามารถเป็นผู้ให้ข้อมูล ในระดับลึกได้ และสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นมา เอกลักษณะ และรายละเอียดอื่นๆเกี่ยวกับพลาสติกบางบ่อ จ.สมุทรปราการได้

5.1 . ศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการองค์การของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป

จากผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป พบว่า วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนโดยเกษตรกรผู้เลี้ยงพลาสติกในจังหวัดสมุทรปราการและมีสมาชิกกลุ่มเป็นทั้งผู้เลี้ยงและผู้แปรรูป (ต้นน้ำและกลางน้ำ) วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนกลุ่มเกษตรกรเลี้ยงพลาสติกแปลงใหญ่ของจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีเป้าหมายในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป คือ การสืบทอด อาชีพการเลี้ยงพลาสติกและการแปรรูปแบบภูมิปัญญาดั้งเดิมของอำเภอบางบ่อแบบรุ่นสู่รุ่น และเพื่อเสริมสร้างรายได้และการมีเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับสมาชิก ด้วยการส่งมอบอาหารปลอดภัยให้กับผู้บริโภค เน้นการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติเป็นส่วนประกอบ รักษาคุณภาพ ความสะอาด รสชาติที่ดี และจำหน่ายสินค้าในราคายุติธรรมต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งนับว่าเป็นเจตนารมณ์

การดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม สิ่งแวดล้อม และตอบโจทย์ทางเศรษฐกิจ ตามหลักการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม แต่ทว่าการดำเนินงานที่จะให้ไปถึงเป้าหมายดังกล่าวได้ จำเป็นต้องมี เงินทุนในการประกอบการระดับหนึ่ง ซึ่งในปัจจุบันวิสาหกิจฯยังคงขาดเงินทุนที่จะทำให้เกิด กระบวนการกลุ่มที่มีศักยภาพตามเจตนารมณ์เบื้องต้น ผลลัพธ์ในการดำเนินงานจึงยังไม่เป็นไปตาม เป้าหมาย

5.2 พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การถอดบทเรียนจากวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ 3 กลุ่ม คือ วิสาหกิจชุมชน ชาลีวรรณ วิสาหกิจชุมชนปลานิลแปลงใหญ่ ต.ท่าข้าม จ.ชลบุรี และกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์สนามชัยเขต จ.ฉะเชิงเทรา พบว่าภาวะผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่ม ผู้นำควรมี วิสัยทัศน์ในระยะยาว และมองหาโอกาสในทุกสถานการณ์ การเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วน ร่วมในการดำเนินงานด้วยการจัดประชุมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกและนำมา พัฒนากลุ่มอย่างจริงจัง จะทำให้กลุ่มเกิดพลังในการขับเคลื่อนได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งเป็นประเด็นที่กลุ่ม วิสาหกิจอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปควรนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มอันจะทำให้ เกิดความสำเร็จในการดำเนินงาน และมีพลังในการขับเคลื่อนกลุ่มได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Senge, 1990) ที่ว่าการเรียนรู้เกิดขึ้นเมื่อสมาชิกขององค์กรตอบสนองต่อ สิ่งแวดล้อมผ่านข้อผิดพลาดและทำการแก้ไขแล้ว แล้วจะถูกนำมาเป็นรูปแบบการจัดการของ องค์กรการเรียนรู้ไม่เพียงควบคุมกระบวนการในปัจจุบันแต่ยังรวมถึงการแก้ไขวัฒนธรรม นโยบาย เป้าหมายกลยุทธ์และโครงสร้างองค์กร การเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับการสะท้อนความคิดเห็นของผู้คน เป็นภาพสะท้อนของวงจรแห่งการเรียนรู้ไปสู่องค์ความรู้ใหม่ทางวิทยาศาสตร์ (Argyris and Schon, 1978) ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปจึงควรนำมาประยุกต์โดยผ่าน การเรียนรู้จากปฏิบัติร่วมกันกับนักวิจัย อีกทั้งในกลุ่มยังไม่มีกระบวนการ Benchmarking (Stapenhurst ,2009; Bogan & English,1994) ที่ชัดเจน ในการเปรียบเทียบเชิงกลยุทธ์ การ เปรียบเทียบศักยภาพ และการเปรียบเทียบกระบวนการที่นักวิจัยได้นำข้อมูล จากการถอดบทเรียน จากวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ 3 กลุ่ม คือ วิสาหกิจชุมชนชาลีวรรณ วิสาหกิจชุมชนปลา นิลแปลงใหญ่ ต.ท่าข้าม จ. และกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์สนามชัยเขต จ.ฉะเชิงเทรา และมีการจัด

กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน แต่ยังไม่เห็นผลที่ชัดเจนมากนัก โดยกลุ่มปลานิลแปลงใหญ่สามารถสร้างกระบวนการบริหารกลุ่มได้อย่างเข้มแข็ง มีการจ่ายเงินปันผลและสวัสดิการให้กับสมาชิกกลุ่ม มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ เช่น จ้อปลานิล ทอดมันปลานิล ยอปลานิล หลังจากผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลยังพบอีกว่าเกษตรกรมีการรวมกลุ่มสอดคล้องกับแนวคิดวิสาหกิจชุมชน คือ การให้ให้แนวทางจัดการกลุ่ม ที่จะทำให้กลุ่มเกิดการปรับเปลี่ยนวิธีการพึ่งพิงปัจจัยต่างๆ ไปสู่การพึ่งพาตนเอง โดยอาศัยทรัพยากรและปัจจัยต่างๆ ที่ชุมชนมี เพื่อให้ชุมชนสามารถดำรงอยู่ได้จากผลลัพธ์ที่ชุมชนดำเนินการในรูปแบบต่างๆ เช่น ผลผลิต รายได้ หรือกำไรจากการดำเนินงาน (สัจจาบรรจงศิริ, พนิดา ไพรนารี 2554, นุรณัชมาตร์ แวโต 2557) โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลานิลแปลงใหญ่สามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มในระดับ 100,000-200,000 บาทต่อเดือน โดยมีสมาชิกกลุ่มประมาณ 20 คน กลุ่มมีโครงสร้างในการทำงานที่ชัดเจน แต่อย่างไรก็ตามวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่นในอำเภอบางบ่อ ยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น เป็นการดำเนินการร่วมกันจากสมาชิกในชุมชนอย่างแท้จริงไม่ใช่การดำเนินการโดยคนหรือกลุ่มคนเพียงไม่กี่คนที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน ซึ่งทำให้วิสาหกิจชุมชนขาดความเข้มแข็ง ทั้งในเรื่อง สมาชิกกลุ่มและคณะกรรมการบริหาร การบริหารจัดการกลุ่ม การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม การส่งเสริมการเรียนรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสนับสนุนด้านเงินทุน ขาดแนวคิดปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และขาดแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการ (ชนพงษ์ อภรณ์พิศาล , 2560)

ทั้งนี้วิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูปยังขาดเครือข่ายและการสนับสนุนจากภายนอกที่เป็นวิสาหกิจชุมชนด้วยกัน โดยผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมเพื่อให้ทางกลุ่มฯสามารถสร้างเครือข่ายและช่องทางการหาการสนับสนุนจากภายนอก ในแง่มุมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้การดำเนินงานกับกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ สนามชัยเขต และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลานิลแปลงใหญ่ ต.ท่าข้าม การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายกับ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ร่วมกับวิสาหกิจผู้แปรรูปปลาสดบางบ่ออื่น ๆ ที่ไม่อยู่ในกลุ่มอีก 4 ราย

สำหรับแนวคิดการดำเนินงานแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยใช้แบบจำลองความเชื่อมโยงหลักการ Triple Bottom Line (Elkington, 1999) ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ พบว่ากลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป มีความต้องการในการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองของสังคม คือ การผลิตสินค้าที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค แต่ยังไม่สามารถเชื่อมโยงเพื่อให้เกิดความยั่งยืนตามแนวคิดวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคมได้ ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อ

และแปรรูปมีปัญหาในการดำเนินในหลายด้าน แต่ที่สำคัญคือการขาดเงินทุนสำหรับพัฒนาการดำเนินการ ซึ่งในเบื้องต้น ผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมเพื่อให้ทางกลุ่มตระหนักถึงการผลิตสินค้าเพื่อให้ได้มาตรฐาน อย. ก่อน โดยในปัจจุบันพบว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอยู่ในระหว่างการยื่นขอ อย.บางรายการเท่านั้น

สำหรับในภาพรวมของการดำเนินการของกลุ่ม พบว่าความต้องการและแนวทางการดำเนินงานสอดคล้องกับงานวิจัยของ กษมาพร พวงประยงค์ และนพพร จันทรนำชู (2556) ที่ได้ทำการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับการพัฒนาและศึกษาแนวทางการพัฒนา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยทางกลุ่มยังมีความร่วมมือกันภายในไม่เข้มแข็ง และจากการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า การสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง สร้างการเรียนรู้ให้คนในชุมชน และเป็นแหล่งเรียนรู้ให้คนนอกชุมชน แล้วนำมาพัฒนาและประยุกต์ใช้กับ กลุ่มของตน พัฒนาช่องทางข้อมูลข่าวสาร โดยการจัดกิจกรรมเชื่อมโยงเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลระหว่างกลุ่ม เป็นประเด็นสำคัญในการนำมาพัฒนากลุ่มให้มีความเข้มแข็ง ปัญหาและอุปสรรคก็มีเช่นเดียวกับงานวิจัยของเชิดชัย ธุระแพง(2551) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาารูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของโครงการตามพระราชประสงค์ดอนขุนห้วย จังหวัดเพชรบุรี เช่น ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ต้นทุนสูงรายได้ต่ำ ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานการเดินทางเพื่อไปจำหน่ายสินค้าไม่ได้รับความสะดวก ปัญหาด้านแหล่งน้ำ ขาดแคลนน้ำอุปโภคบริโภค ปัญหาด้านสาธารณสุข สารพิษตกค้าง ปัญหาหุงถาย ถึงขยะไม่เพียงพอ ปัญหาด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ขาดทุนการศึกษา สอดคล้องกับการดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางป่อและแปรรูปที่มีความต้องการการสนับสนุนทางด้านการเงิน ทั้งนี้บทบาทผู้นำกลุ่มก็มีความสำคัญสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพัตรา รักการศิลป์ ปิยาภรณ์ ศิริภาณุมาศ และสาธิต ผลเจริญ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาบทบาทของผู้นำที่มีต่อกระบวนการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จภายใต้โครงการสินค้าประเภทหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาว ของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยพบว่า บทบาทผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางป่อและแปรรูป มีหลายด้าน เช่น ด้านอำนวยความสะดวกเพื่อกลุ่มด้วยการประสานงานติดต่อกับหน่วยงานราชการต่างๆ การเอื้อประโยชน์ด้วยการเปิดโอกาสสมาชิกที่ต้องการเข้าร่วมกลุ่มสามารถเข้ามาเป็นสมาชิกได้ แต่อย่างไรก็ตาม พบว่าในด้านการประสานเชื่อมโยงเครือข่าย และการเรียนรู้ร่วมกันยังคงมีไม่เพียงพอที่จะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมภายในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาวิจัย

5.3 นำเสนอแนวทางการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลา สลิดบางบ่อ และแปรรูปผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย

ในด้านการจัดจำหน่าย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสลิดบางบ่อและแปรรูปยังไม่เคยดำเนินการจัดจำหน่ายในนามวิสาหกิจชุมชนมาก่อน ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่าการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายปลาสลิดบางบ่อ ผลิตภัณฑ์ปลาสลิดบางบ่อที่ผู้บริโภคนิยมรับประทาน คือ ปลาสลิดแดดเดียว และปลาสลิดหอม ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจมีศักยภาพในการผลิต เนื่องจากมีผู้แปรรูปปลาสลิดแดดเดียว และปลาสลิดหอมอยู่ในกลุ่มแต่ปัจจุบันยังมีปัญหาในเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บกลิ่นและยืดอายุสินค้าให้อยู่ได้นานๆ ทำให้การจัดส่งสินค้าเกิดอุปสรรคในเรื่องการเก็บกลิ่นและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ปลายทาง ถึงแม้ว่าจะมีผู้ประกอบการบางรายในอำเภอบางบ่อ ใช้ระบบสุญญากาศในการบรรจุภัณฑ์มาเป็นทางเลือก ซึ่งสามารถเก็บกลิ่นได้ดีแต่ยังไม่สามารถยืดอายุของสินค้าได้นานพอสำหรับการจัดส่งที่ต้องใช้เวลาหลายวัน และวิสาหกิจชุมชนชาสิวรรณ ซึ่งจัดจำหน่ายปลาสลิดแดดเดียวทั้งแบบทอดแล้วและยังไม่ได้ทอด ได้ปรึกษากับผู้วิจัยถึงการพัฒนาถุงกระดาษเก็บปลาสลิดที่สามารถรักษาความเย็นไว้ได้นานเพื่อการจัดส่งปลาสลิดแดดเดียวแบบไม่ทอดให้กับผู้รับปลายทางที่ต่างจังหวัด ซึ่งบรรจุภัณฑ์เก็บความเย็นในลักษณะนี้ อาจเป็นนวัตกรรมของบรรจุภัณฑ์ปลาสลิดในอนาคต แต่อย่างไรก็ตาม การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ มีต้นทุนในการซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักร เกษตรกรบางรายที่ยังไม่มีความพร้อมทางการเงิน จึงยังใช้บรรจุภัณฑ์แบบเก่า (ใส่ถุงกระดาษและใช้ถุงพลาสติกห่อมัดปากอีกชั้น) ผู้วิจัยในฐานะผู้ที่สังกัดในสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งเป็นแหล่งความรู้และเทคโนโลยี จึงขอเสนอภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเอกชน มีการร่วมมือกันเพื่อคิดค้นบรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยสามารถใช้วัสดุอุปกรณ์มีราคาไม่แพงมากนักให้กับผู้ประกอบการปลาสลิดบางบ่อ ซึ่งจะทำให้สามารถขยายตลาดและการจัดส่งไปได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำร่องช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบต่างๆ 4 รูปแบบด้วยกัน คือ 1. การจัดจำหน่ายร่วมกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในต่างพื้นที่ 2. การจัดจำหน่ายผ่านบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด 3. การจัดจำหน่ายในงานสินค้าเกษตรอินทรีย์ และ 4. การจัดจำหน่ายที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ พบว่า

การจัดจำหน่ายร่วมกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ มีความเป็นไปได้ค่อนข้างน้อย เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ เป็นการรวมตัวของธุรกิจในระดับชุมชนเพื่อจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นตนเอง การจัดจำหน่ายเป็นการไปร่วมออกแสดงสินค้าตามงานต่างๆ หรือ การจัดจำหน่ายตามตลาดท้องถิ่น จึงยังไม่พร้อมที่จะรวมตัวกันเป็นเครือข่ายเพื่อจำหน่ายสินค้าของพันธมิตรเครือข่าย อีกทั้งอาจกล่าวได้ว่าวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ ก็กำลังกระเสือกกระสนกับการหาช่องทางการกระจายสินค้าเพื่อให้เกิดรายได้อยู่เช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงยังไม่ต้องการจะสร้างความร่วมมือกับชุมชนในพื้นที่อื่น เพราะเป็นการเพิ่มภาระให้กับผู้ประกอบการ แต่อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่ามีวิสาหกิจชุมชนบางรายที่ผู้นำเป็นคนรุ่นใหม่ มีวิสัยทัศน์ทางการตลาดแบบก้าวหน้า จึงสนใจที่จะร่วมมือเป็นเครือข่ายเพื่อการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายร่วมกัน คือ วิสาหกิจชุมชนมะดันแปรรูป จ.นครนายก ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อทดลองจัดจำหน่ายในระยะต้นได้ ซึ่งผู้นำของคือวิสาหกิจชุมชนมะดันแปรรูป จ.นครนายก ได้ตกลงที่จะร่วมมือดำเนินงานร่วมกันต่อไปในอนาคต หากมีกิจกรรมเพิ่มเติม

ในด้านการจัดจำหน่ายผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการสามารถนำสินค้าจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในประเทศไทยได้ทั่วถึงทุกภูมิภาค แต่ในเบื้องต้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ โดยเฉพาะผู้ประกอบการต้นน้ำที่ต้องการผันมาเป็นผู้แปรรูป ยังขาดความรู้เรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ผ่านระบบดิจิทัล ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ การเก็บเงินออนไลน์ และอื่นๆ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติควรให้การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการโดยการจัดอบรมวิธีการจัดจำหน่ายออนไลน์ โดยอาจจัดอบรมร่วมกับบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด หรือ จัดอบรมให้ความรู้ด้านการขายออนไลน์ให้กับผู้ประกอบการเป็นระยะๆ เนื่องจากผู้ประกอบการต้นน้ำยังขาดความรู้พื้นฐานด้านการขายออนไลน์ และการใช้โซเชียลมีเดียมากกว่ากลุ่มผู้ประกอบการแปรรูปซึ่งเป็นกลุ่มกลางน้ำ

แนวคิดด้านการตลาดของกลุ่ม ผู้วิจัยได้ทดลองใช้แนวคิด ตลาดทางเลือก หรือ ตลาดเพื่อสุขภาพ (บัวขาว สีเฒ่า และคณะ ,2559) พบว่า ระดับการเพาะเลี้ยงปลาสดของกลุ่มฯ จากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มบางราย ยังคงใช้สารเคมีในการเพาะเลี้ยง เช่น สารเคมีในการกำจัดวัชพืช และการใช้อาหารปลาในช่วง 2 เดือนสุดท้าย รวมทั้งคุณภาพน้ำยังมีการใช้น้ำจากลำคลองที่ติดเขตอุตสาหกรรม ทำให้ผลผลิตไม่เข้าเกณฑ์ตลาดเพื่อสุขภาพ ประกอบกับสมาชิกบางรายยังไม่ผ่านมาตรฐานบ่อเพาะเลี้ยง SL ของกรมประมง นอกจากนี้ ในขั้นตอนการนำมาแปรรูป ยังมีความ

หลากหลายในการใช้วัตถุดิบที่ไม่ตอบโจทย์อาหารเพื่อสุขภาพ จึงทำให้ไม่สามารถพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับตลาดเพื่อสุขภาพต่อไปได้ ยกเว้นจะมีการปรับปรุงการเลี้ยงและการแปรรูปให้ได้ตามเกณฑ์อาหารปลอดภัยในระยะต่อไป การจัดจำหน่ายในงานสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อสุขภาพที่ตลาดบองมาเซ่ ถนนประชาชื่น เป็นประสบการณ์ที่ได้สัมผัสกับกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ แต่เป็นที่น่าเสียดายที่ผู้ประกอบการจากกลุ่มวิสาหกิจอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูปไม่สามารถไปอยู่ประจำบูธได้ด้วยตนเอง มีเพียงทีมคณะนักวิจัยที่ต้องไปนำเสนอผลิตภัณฑ์แทนผู้ประกอบการ และคอยตอบข้อซักถามต่างๆ จึงทำให้ได้ข้อสรุปว่า ปลาสดเป็นที่สนใจของผู้บริโภคเนื่องจากเป็นอาหารที่ได้โปรตีนจากปลา ย่อยง่าย แต่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ต้องการข้อมูลที่ชัดเจนมากกว่ารสชาติ เช่น ส่วนผสม วิธีการปรุง ที่มาของวัตถุดิบต่างๆ เช่น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะถามว่า ใช้น้ำมันอะไรในการทอด ปลาเลี้ยงแบบไหน ให้อาหารปลาสำเร็จรูปหรือเปล่า วิธีการตากปลาเป็นอย่างไร ถูกสุขอนามัยหรือไม่ ทำไมไม่มีวันที่ผลิตและวันหมดอายุ เครื่องหมาย อย.มีไหม ฯลฯ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจปลาสดบางบ่อและแปรรูปไม่มีข้อมูลที่ชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคที่สนใจในตอนแรกตัดสินใจไม่ซื้อสินค้า จึงสรุปได้ว่า ข้อมูลและมาตรฐานที่ชัดเจนเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับตลาดทางเลือกสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อสุขภาพ หากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป สามารถปรับปรุงสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ จะได้รับการยอมรับและเป็นการเปิดช่องทางการตลาดทางเลือกเพิ่มขึ้นอีก 1 ช่องทาง

การจัดจำหน่ายที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมีบุคลากรในวิทยาเขตบางนา จำนวน 1,000 คน มีจำนวนนักศึกษาทั้งสิ้น รวม 7,383 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 10 กันยายน 2562 จากสำนักทะเบียนและประมวลผล) นับได้ว่ามหาวิทยาลัยสามารถเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีศักยภาพสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป จากการวิจัยเชิงปฏิบัติการด้วยการทดลองจัดจำหน่ายที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มียอดรายได้จากการจำหน่ายที่หน้าอาคารอำนวยการ ถึง 20,000 กว่าบาทในระยะเวลาเพียง 10 วัน และยังมียอดการสั่งซื้อแบบให้นำมาส่งถึงมือจากบุคลากรอยู่ไม่น้อย โดยเฉพาะช่วงเทศกาลปีใหม่มีการสั่งซื้อมากเป็นพิเศษเพราะจะนำไปฝากครอบครัวญาติพี่น้อง นอกจากนี้ทางมหาวิทยาลัยเอง ยังได้สั่งปลาสดอบกรอบจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป มาเป็นของขวัญระลึกในงานมหาวิทยาลัยไทยยั่งยืนเพื่อมอบให้แก่ คณะกรรมการบริหารจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ทำให้เกิดกระแสการสั่งซื้อติดตามมาจากผู้เข้าร่วมประชุมอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัย

สรุปผลการวิจัย สำหรับรูปแบบการพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายแบบธุรกิจสู่ธุรกิจ (B2B) นี้เป็นอีกช่องทางที่มีศักยภาพและนำมาสู่การขยายฐานลูกค้าในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และควรจะดำเนินการพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายแบบนี้อย่างต่อเนื่อง

5.4 ข้อเสนอแนะ

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป เป็นกลุ่มที่ประกอบไปด้วยสมาชิกเกษตรกรต้นน้ำเป็นหลัก จึงมีเงินทุนที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาการประกอบธุรกิจไม่มากนัก ถึงแม้ว่าจะมองเห็นช่องทางในการบริหารจัดการที่สามารถลดต้นทุนในการดำเนินการได้หลายประการตามที่ได้เขียนไว้ในแผนธุรกิจเพื่อขอสนับสนุนสินเชื่อ แต่ไม่สามารถลงมือทำได้ เพราะขาดปัจจัยด้านเงินทุนซึ่งเป็นปัญหาพื้นฐานของเกษตรกรพลาสติกในภาพรวม การหาทุนสนับสนุนเป็นปัญหาสำคัญเร่งด่วนสำหรับการอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อ เพื่อให้เกษตรกรสามารถรักษาอาชีพดั้งเดิมของพื้นที่นี้เอาไว้ได้ ดังนั้นการให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐและภาคเอกชน ควรจะมีขึ้นอย่างเร่งด่วน

2. ปัญหาในการจัดจำหน่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป จะแตกต่างจากกลุ่มผู้แปรรูปพลาสติกกลางน้ำที่มีหน้าร้านอยู่ในบริเวณถนนสุขุมวิทสายเก่า เนื่องจากไม่มีหน้าร้านที่แน่นอน ทำให้การจัดจำหน่ายต้องเปลี่ยนที่ไปเรื่อยๆ ตามโอกาสต่างๆ ประกอบกับยังขาดโรงเรือนกลางสำหรับการผลิตสินค้าในนามวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป ทำให้การรวมกลุ่มมีอุปสรรค เพราะต่างคนต่างเลี้ยงและแปรรูปที่บ้านของตนเอง การขนส่งมีต้นทุนที่ต่างกันตามระยะทางใกล้ไกลที่ต่างกัน ทำให้สมาชิกเกิดความท้อที่จะส่งสินค้าจากบ้านตนเองมารวมกลุ่มกัน ดังนั้นจึงควรหาทางสร้างโรงเรือนแปรรูปสำหรับกลุ่มขึ้นมาเพื่อเป็นสถานที่ผลิตสถานที่จัดการ สถานที่ประชุม สถานที่ในการพัฒนางาน เหมือนกับกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์สนามชัยเขต กลุ่มวิสาหกิจปลาแปรรูปใหญ่ ต.ท่าข้าม และกลุ่มวิสาหกิจชาลีวรรณ ที่ต่าง มีโรงเรือนและสถานที่ปฏิบัติงานของกลุ่มด้วยกันทั้งสิ้น

3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปยังขาดความรู้ในด้านการทำบัญชีต้นทุนสินค้า ใช้การตั้งราคาสินค้าตามความเคยชิน ทำให้สูญเสียกำไรที่ควรจะได้เนื่องจากความไม่รอบคอบในการคำนวณต้นทุน ภาครัฐและมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติควรให้การสนับสนุนจัดอบรมให้ความรู้ด้านการทำบัญชี ไม่ว่าจะเป็น บัญชีครัวเรือน หรือบัญชีต้นทุนในการทำธุรกิจ

3. พลาสติก เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องสุขภาพให้ความสนใจ เพราะมีโอเมก้าและให้โปรตีนที่ดีต่อร่างกาย ประกอบกับสังคมไทยได้กลายเป็นสังคมผู้สูงอายุแล้ว ดังนั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูปควรปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการในด้านสุขภาพ ใช้น้ำมันที่ดีต่อสุขภาพ เช่น น้ำมันรำข้าว น้ำมันเมล็ดทานตะวัน มีข้อมูลในการผลิตที่ชัดเจน เช่น ส่วนประกอบ กรรมวิธีในการผลิต วันที่ผลิต วันหมดอายุ และมีเครื่องหมายรับรองความปลอดภัยของอาหาร อย. จะให้สินค้าสามารถยกระดับไปสู่ตลาดเฉพาะที่ใส่ใจในสุขภาพและเป็นผู้บริโภคในระดับบนได้



บรรณานุกรม

- เกษมาพร พวงประยงค์ และนพพร จันทรนำชู (2556) . แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย 5(1) : 108-120.
- กรกมล ชื่นสุวรรณ และคณะ (2560). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับจัดการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม แม่บ้านควนน้ำใส จังหวัดสตูล .การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 8. 22 มิถุนายน 2560 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- กิตติชัย ปรีน้อย (2560). กลยุทธ์ Re-Targeting กับการตัดสินใจซื้อสินค้าของธุรกิจ SMEs ประเภทวัสดุ อุปกรณ์ และวัตถุดิบ ที่ใช้สำหรับการผลิตและแปรรูป (B2B).วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชญาณีศ จิตรีปลี้ม (2558). กลยุทธ์การทำรีมาร์เก็ตติ้งผ่าน Google Display Network กับประสิทธิภาพของการโฆษณาสำหรับธุรกิจ B2B ประเภท โรงงานผลิตเครื่องสำอาง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชนพงษ์ อภรณ์พิศาล (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในภาคกลางของไทย.** กรุงเทพฯ : ดุษฎีนิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยสยาม.
- เชิดชัย ธุระแพง(2551) การพัฒนารูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าในการดำเนินของ โครงการตามพระ ราชประสงค์ดอนขุนห้วย จังหวัดเพชรบุรี. รายงานการวิจัย.
- นุรน์จมาร์ แวดโต (2557). **ปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส.** สงขลา: วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- บุญดี บุญญากิจ และคณะ (2545). **Benchmarking ทางลัดสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ.** กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- ปริญญา จิยพงศ์. (2560). *อาหาร OTOP ของไทย ก้าวไกลไปกับ วศ.* สืบค้นเมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2562, จาก http://lib3.dss.go.th/fulltext/dss_j/2559_64_201_p28-29.pdf.

ผ่องพรรณ ตรัมย์มงคลกุล และ สุภาพ ฉัตรราภรณ์ (2555). การออกแบบการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7.

กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พิมพ์ิกา พูลสวัสดิ์ และ สุวิต ศรีใหม่ (2560). Social Enterprise and Sustainable Social Development: Lessons Learned from Foreign Countries and Development in Thailand. Journal of Business, Economics and Communications Volume 13(3):15-32.

มินระดา โคตรศรีวงศ์ (2559). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหม บ้านห้วยหลิม ตำบลมะบัว อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด. วารสาร Veridian – E journal 9(3) หน้า 1632 – 1645.

ยุพิน พิทยาวัฒน์ชัย (2550). การจัดการช่องทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ซี.วี.แอล การพิมพ์

รัฐพล สังคะสุข และคณะ(2560) . DEVELOPMENT OF E-COMMERCE CHANNEL AMONG COMMUNITY ENTERPRISES NETWORK. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร 12(1) มกราคม-มิถุนายน 2560.

วรางคณา อติศรประเสริฐ (2557). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดสำหรับผู้ประกอบการสตรี ในชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดย่อมผลิตภัณฑ์กระดาษสา. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 17.มกราคม-ธันวาคม.184-199.

ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และ ชีรศักดิ์ อุ่นอารมณเลิศ (2561). การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์.วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย 10(1): 131-144

สัจจา บรรจงสิริและคณะ (2554). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. วารสาร อิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 1(1), 178-197.

สัญญา เคนาภูมิ (2559). บทวิเคราะห์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : ความเชื่อมโยงแนวปฏิบัติทฤษฎีอื่น. ว.มรม. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) 10(2) : พฤษภาคม - สิงหาคม 2559. 69-84.

สุพัตรา รักการศิลป์ ปิยาภรณ์ ศิริภาณุมาศ และสาธิต ผลเจริญ (2557). บทบาทของผู้นำที่มีต่อ กระบวนการจัดการความรู้ วิสาหกิจชุมชน ที่ประสบความสำเร็จ ภายใต้โครงการ สินค้า

- ประเภทหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาว จังหวัดบุรีรัมย์ : ถอดบทเรียน. Rajabhat Maha Sarakham University Journal 8(3): กันยายน - ธันวาคม 2557 (September-December 2014).
- สิริวุฒิ รัชไชยวัฒน์ (2561). *คัตเน้นัน ๗ 77 สุดยอดอาหารตัวท็อปมาตรฐาน Primary GMP ออย. สืบค้นเมื่อ* - พฤษภาคม 2562, จาก <http://truehits.net/stat.php?login=manager>
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (2561). ออย. 4.0 ส่งเสริมการผลิตอาหารพื้นเมืองด้วยนวัตกรรมเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์สร้างความมั่งคั่งให้เศรษฐกิจไทย ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี. *ข่าวประชาสัมพันธ์*, (กุมภาพันธ์ 2561).
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ, (2550), ออนไลน์
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, (2560), ออนไลน์
- อุทัย ปริญาสุทธีรัตน์ (2560). “วิสาหกิจชุมชน” ปฏิเสธศรัทธาในการแข่งขันทางธุรกิจ. วารสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร 37(2) (May-August 2017).
- Argyris and Schon (1978). *Organizational learning: A theory of action perspective*, Reading, Mass: Addison Wesley.
- Babbie, E. (2001). *The practice of social research* (9th ed.). Belmont, CA.: Wadsworth.
- Belch George E. and Belch M. A. (2004). **Advertising and promotion: An integrated Marketing communications perspective. (6 th ed.)**. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Bogan, C. E., & English, M. J. (1994). **Benchmarking for best practices: Winning through innovative adaptation**. McGraw-Hill.
- Bryman, A. (2004). *Social research methods*. New York: Oxford University Press.
- Camp, R.C. (1989). **Benchmarking. The Search for Industry Best Practices That Lead to Superior Performance**. ASQC Quality Press.
- Dey, I. (1993). *Qualitative data analysis: A user-friendly guide for social scientists*. London: Routledge.

- Drisko, J.W. (1997). Strengthening qualitative studies and reports: Standards to promote academic integrity. *Journal of Social Work Education*, 33(1), 185-197.
- Edmund Jerome McCarthy (1962). **Basic Marketing: A Managerial Approach**. Madison: R.D. Irwin.
- Elkington John (1999). **Cannibals with forks : the triple bottom line of 21st century business**. Oxford: Oxford : Capstone.
- Freer Spreckley (1981). **Social Audit – A Management Tool for Co-operative Working**. Leeds: Beechwood College Ltd.
- Guba, E.G. and Lincoln, Y.S. (1994). Completing paradigms in qualitative research. In N.K. Denzin and V.S. Lincoln (Eds.). *Handbook of qualitative research*, (pp. 105-117). London: SAGE Publications.
- Marquardt, M.J. (2002). *Building the learning organization: A system approach to quantum improvement and global success*. New York: McGraw-Hill.
- Marc J. Lane. (2012). **Social Enterprise: Empowering Mission-Driven Entrepreneurs**. (1st ed.). Chicago: American Bar Association.
- Patton, M.Q. (2002). *Qualitative evaluation and research methods*. Newbury Park, Calif.: Sage Publications.
- Robert F. Lauterborn. (1990). *Ad*. North Carolina: Advertising Age.
- Senge, P. M. (1990). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*. New York: Doubleday.
- Stapenhurst Tim (2009). **The Benchmarking Book A How-to-guide to Best Practice for Managers and Practitioners**. UK: Elsevier.
- TEDxChange (2013). **Mechai Viravaidya: How Mr. Condom made Thailand a better place** / Video on.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ภาพการดำเนินกิจกรรมในโครงการวิจัย



กิจกรรมพบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็น
ระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางบ่อและแปรรูป
ร่วมกับสมาชิกกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์สนามชัยเขต



กิจกรรมประชุมกลุ่มกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป

เพื่อวางแผนการดำเนินงานของกลุ่ม ครั้งที่ 1



กิจกรรมประชุมกลุ่มกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป

เพื่อวางแผนการดำเนินงานของกลุ่ม ครั้งที่ 2



กิจกรรมประชุมกลุ่มกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป

เพื่อวางแผนการดำเนินงานของกลุ่ม ครั้งที่ 3



กิจกรรมประชุมกลุ่มกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสดบางป่อและแปรรูป

เพื่อวางแผนการดำเนินงานของกลุ่ม ครั้งที่ 4



กิจกรรมถอดบทเรียนจากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ 1



กิจกรรมถอดบทเรียนจากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ 2



กิจกรรมจัดจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ปลาสลิดบางบ่อและแปรรูป

ในมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ



กิจกรรมประชาสัมพันธ์สินค้าของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางป่อและแปรรูป

ในงานประชุมมหาวิทยาลัยยั่งยืนแห่งประเทศไทย



กิจกรรมประชาสัมพันธ์สินค้าของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางป่อและแปรรูป

ในงาน Everyday Green เข็มขัดกล้วยร้อย ตลาดบ่อมาเช่



กิจกรรมพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า
ของวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์พลาสติกบางบ่อและแปรรูป
ร่วมกับบริษัท ไพรษณีย์ไทย จำกัด

ผู้ร่วมวิจัย

ชื่อสกุล

นายเกษม พลายแก้ว

ประวัติการศึกษา

วท.ม (เทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม) มหาวิทยาลัยมหิดล

สถานที่ติดต่อ

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสมุทรปราการ

