

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สืบเนื่องมาจากสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันประเทศไทยต้องเผชิญกับภาวะวิกฤตต่าง ๆ มากมาย และประสพภาวะเศรษฐกิจถดถอย จำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐบาลจะต้องเร่งรัดฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพ สิ่งหนึ่งที่รัฐบาลจะต้องดำเนินการ คือ การพัฒนาอาชีพให้แพร่หลายเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประชาชน พร้อมกับการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น เสริมสร้างความสามารถและเพิ่มศักยภาพเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้แข็งแกร่งขึ้น ซึ่งโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" (One Tambon One Product) ถือเป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลที่จัดทำขึ้น เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วม ในการสร้างงานสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ตามโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" นั้น จะให้เกิดความยั่งยืนและสามารถแข่งขันกับตลาดภายนอกได้ จำเป็นจะต้องมีวัตถุประสงค์เป็นของตนเองในท้องถิ่น คุณภาพของสินค้าดีมีราคาที่เหมาะสม ครอบคลุมความสะดวกในด้านของสถานที่จำหน่ายและการสร้างเครือข่าย มีบรรพบุรุษที่สวຍงาม มีการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่าง ๆ ซึ่งจะต้องมีการดำเนินการ และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานทุกฝ่ายทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ในลักษณะของการบูรณาการทั้งด้านแผนงาน โครงการงบประมาณ และบุคลากร

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาจะมีลักษณะเฉพาะ 3 ประการด้วยกัน คือ 1.) บางอย่างขายได้เฉพาะในท้องถิ่น 2.) บางอย่างขายได้ทั่วไปภายในประเทศ และ 3.) บางอย่างสามารถขายได้ทั้งภายในและต่างประเทศ ดังนั้น กลุ่มผู้ผลิตสินค้าแต่ละประเภทจำเป็นต้องศึกษา และทราบถึงคุณลักษณะและ "ศักยภาพ" ของสินค้าที่กลุ่มของตนผลิตขึ้น และจัดการด้านตลาดให้เหมาะสมกับศักยภาพดังกล่าว โดยคำนึงถึงหลักปรัชญาของโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ที่ว่า (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2544 : 4)

1. ต้องดำเนินการในระดับท้องถิ่น แต่ส่งผลกระทบต่อโลก กล่าวคือ มีเป้าหมายที่จะผลิตสินค้าภายในท้องถิ่น อาทิ สินค้าเกษตร วัฒนธรรมพื้นบ้าน การท่องเที่ยว ฯลฯ ให้เป็นที่

ยอมรับของสากล ซึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นท้องถิ่นมากแค่ไหน ก็ยังได้รับการประเมินค่าสูงในระดับสากลมากขึ้นเท่านั้น

2. ต้องทำด้วยจิตวิญญาณแห่งความเป็นอิสระ และพึ่งตนเอง ประชาชนคิดเอง ลงทุนเอง รัฐบาลหรือหน่วยงานท้องถิ่นไม่บังคับ ส่วนหน้าที่ของรัฐช่วยหาลาด พัฒนา เทคโนโลยี เทคนิคต่าง ๆ เช่น การแปรรูป เครื่องจักรกล การเสนอด้านข้อมูลข่าวสาร

3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ถือเป็นเรื่องสำคัญมาก กล่าวคือ ต้องมีบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ และรักท้องถิ่นรักชุมชนอย่างแท้จริง ไม่หวังประโยชน์ส่วนตัว ควรจัดตั้งสถานฝึกอบรมผู้นำที่ไม่ใช่โรงเรียน แต่เป็นสถานที่แลกเปลี่ยนสำหรับผู้นำในแต่ละเขต แต่ละตำบลที่เก่งทางด้านทฤษฎีหรือปฏิบัติ มาคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทำอย่างต่อเนื่อง

เพื่อสนับสนุนโครงการดังกล่าวตามนโยบายของรัฐบาล จังหวัดพิษณุโลกได้ดำเนินงาน เรื่อง "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" โดยส่งเสริมสนับสนุนให้จัดทำประชาคมระดับตำบล คัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ประชาชนยอมรับเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดพิษณุโลก และคณะกรรมการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" จังหวัดพิษณุโลก (นตผ.จังหวัด) ได้พิจารณาให้ความเห็นชอบผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการประชาคมระดับตำบล เป็นผลิตภัณฑ์ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดพิษณุโลก รวมทั้งสิ้น 106 ผลิตภัณฑ์

ทั้งนี้ คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพิษณุโลก ได้ประเมินศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพิษณุโลก โดยใช้แบบสอบถามสำหรับการประเมินศักยภาพชุมชน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพิษณุโลก ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กำหนดไว้ 2 ด้าน คือ ด้านตัวสินค้า และด้านความเข้มแข็งของชุมชน โดยประเมินจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ได้แก่ ด้านบริหารจัดการองค์กร/กลุ่ม ด้านการผลิตสินค้า ด้านการเงินและการลงทุน และด้านการตลาด พบว่า กลุ่มผู้ผลิตฯ ที่ได้รับการประเมินศักยภาพใน "ระดับดี" มีจำนวน 6 กลุ่ม คือ กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา (กลุ่มผู้ผลิตน้ำตาลสด) อำเภอวัดโบสถ์ กลุ่มหัตถกรรมผ้าทอมือไหมประดิษฐ์บ้านม่วงหอม อำเภอวังทอง กลุ่มทอผ้าบ้านน้ำภาคน้อยนาเมือง อำเภอชาติตระการ กลุ่มข้าวหอมมะลิบ้านผารังหมี อำเภอเนินมะปราง กลุ่มเรือนไทยทรงจั่ว อำเภอเมือง และกลุ่มสตรีสหกรณ์กระดาษสา อำเภอนครไทย กลุ่มผู้ผลิตฯ ที่ได้รับการประเมิน ศักยภาพในระดับ "ปานกลาง" มีจำนวน 39 กลุ่ม กลุ่มผู้ผลิตฯ ที่ได้รับการประเมินศักยภาพในระดับ "น้อย" มีจำนวน 24 กลุ่ม และกลุ่มผู้ผลิตฯ ที่ยังไม่ได้รับการประเมินศักยภาพ มีจำนวน 37 กลุ่ม

โดยกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดพิษณุโลกที่ได้รับการประเมินศักยภาพใน "ระดับดี" รวมจำนวน 6 กลุ่ม ดังกล่าวข้างต้นนั้น ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติคือ ค่าความถี่และร้อยละ ได้บทสรุปศักยภาพด้านต่างๆ ดังนี้

1) ด้านบริหารจัดการองค์กร/กลุ่ม wuui มีการบริหารจัดการกลุ่มที่เป็นระบบ มีการแบ่งงานกันทำตามความถนัด และมีระเบียบปฏิบัติของกลุ่มที่ชัดเจนทั้ง 6 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 100

2. ด้านการผลิต พบว่า มีกระบวนการผลิตที่เป็นระบบ เช่น มีการแบ่งหน้าที่ในการ [REDACTED] ทั้งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และสินค้ามีการตรวจสอบ และกระบวนการผลิตดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้ง 6 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 100

3. ด้านการเงินและการลงทุน wuui กลุ่มผู้ผลิตฯ จำนวน 4 กลุ่ม เงินทุนหมุนเวียนยังมีน้อย ไม่เพียงพอต่อการขยายกิจการของกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 66.67 สำหรับกลุ่มผู้ผลิตฯ จำนวน 2 กลุ่ม มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ หรือคิดเป็นร้อยละ 33.33

4. ด้านการตลาด wuui การขยายตลาดยังไม่ทั่วถึง ไม่มีตลาดที่แน่นอนขึ้นอยู่กับกระแสความนิยม สมาชิกขาดความกระตือรือร้นในการดำเนินงานด้านการตลาด และทั้ง 6 กลุ่มต้องการปรับปรุงการบริหารงานด้านการตลาด คิดเป็นร้อยละ 100

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพิษณุโลก ที่ได้รับการประเมินศักยภาพในระดับดี มีปัญหาสำคัญประการหนึ่งคือปัญหาด้านการตลาด ผู้วิจัย จึงสนใจที่จะศึกษาบริบท การดำเนินงาน และสภาพปัญหาด้านการตลาด เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดพิษณุโลก ระดับดี ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการประเมินศักยภาพด้านต่างๆ ในระดับดีที่มีระดับคะแนนจากการประเมินสูงสุดและได้รับคัดเลือกจากจังหวัดพิษณุโลกให้เป็นกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ดีเด่นของจังหวัด ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่ากลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา จะสามารถพัฒนาเป็นจุดสาธิตในการดำเนินงาน ด้านการตลาด และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาดแก่กลุ่มอื่นๆ ได้ในโอกาสต่อไป

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบท การดำเนินงาน และสภาพปัญหาด้านการตลาด ของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการตลาด ของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก

ขอบเขตของการวิจัย

I. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้เป็นการพัฒนาศาสตร์ด้านการตลาด ของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอดงบัง จังหวัดพิษณุโลก ในการดำเนินการผู้วิจัยกำหนดเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1.1 การศึกษา โดยศึกษาบริบท การดำเนินงาน และสภาพปัญหาด้านการตลาด ของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอดงบัง จังหวัดพิษณุโลก

1.2 การกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการตลาด สำหรับกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอดงบัง จังหวัดพิษณุโลก ประกอบด้วย กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และออกภาคสนาม ตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ 2546 ถึงเดือนเมษายน 2547

3. ขอบเขตด้านสถานที่ศึกษา

ผู้วิจัยกำหนดสถานที่สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอดงบัง จังหวัดพิษณุโลก โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

3.1 เป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพิษณุโลกที่ได้รับการประเมินศักยภาพในด้านต่าง ๆ ในระดับดีและได้ระดับคะแนนสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อื่นๆในระดับเดียวกัน แต่ก็ยังพบปัญหาการดำเนินงานด้านการตลาด

3.2 เป็นกลุ่มเป้าหมาย ในการส่งเสริมของกระทรวงพาณิชย์ และจังหวัดพิษณุโลก

3.3 มีความเหมาะสมที่จะพัฒนา เป็นจุดสาธิตในด้านต่างๆ ได้โดยง่าย และสะดวกในการศึกษาของผู้วิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบบริบท การดำเนินงาน และสภาพปัญหาด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอดงบัง จังหวัดพิษณุโลก

2. ทำให้ทราบยุทธศาสตร์ ด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอดงบัง จังหวัดพิษณุโลก

3. เพื่อใช้ยุทธศาสตร์ที่ได้จากการศึกษา เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพ ด้านการตลาด ของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก

4. เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาด สำหรับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อื่นๆ ทั้งในจังหวัดพิษณุโลกและจังหวัดอื่นๆ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้จัดทำประชาคมระดับตำบล คัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ประชาชนยอมรับและคณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัด(นตผ.จังหวัด) ได้พิจารณาให้ความเห็นชอบแล้ว .ตามประกาศจังหวัดพิษณุโลก เรื่องผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพิษณุโลก ลงวันที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ.2544 และวันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2545

2. ระดับศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมายถึง การจัดระดับศักยภาพตามหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพชุมชน ตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพิษณุโลก ที่คณะอนุกรรมการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพิษณุโลก (นทผ.จังหวัด) ได้พิจารณาให้ความเห็นชอบแล้ว จำแนกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

2.1 ระดับดี ■ ระดับ 3 ดาว หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้คะแนนร้อยละ 80 ขึ้นไปตามเกณฑ์การประเมินศักยภาพชุมชน

2.2 ระดับปานกลาง/ระดับ 2 ดาว หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้คะแนนร้อยละ 60-79 ตามเกณฑ์การประเมินศักยภาพชุมชน

2.3 ระดับน้อย/ระดับ 1 ดาว หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้คะแนนต่ำกว่าร้อยละ 60 ตามเกณฑ์การประเมินศักยภาพชุมชน

3. การพัฒนา หมายถึง การทำให้สมาชิกกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก มีความมั่นคง มีความก้าวหน้า สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ปริมาณมากขึ้นและมีรายได้เพิ่มขึ้น

4. ยุทธศาสตร์ด้านการตลาด หมายถึง แนวทางหลักในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดที่กำหนดไว้ ซึ่งมีทิศทางมุ่งสู่การแก้ปัญหาที่แท้จริง

5. การตลาด หมายถึง การดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่าย อย่างเป็นระบบ มีรายละเอียดดังนี้

5.1 ผลิตรภัณฑ์ ได้แก่ น้ำตาลสดพร้อมดื่ม

5.2 ราคา ได้แก่ การกำหนดราคาผลิตรภัณฑ์น้ำตาลสดพร้อมดื่ม

5.3 การจัดจำหน่าย ได้แก่ การดำเนินการขายน้ำตาลสดพร้อมดื่ม

5.4 การส่งเสริมการจำหน่าย ได้แก่ การดำเนินการติดต่อสื่อสาร เพื่อเผยแพร่ข้อมูลน้ำตาลสดพร้อมดื่ม ระหว่างกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนากับผู้ซื้อ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ แข็งขันข่าวสารให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปอย่างกว้างขวาง

6. บริบท (Context) หมายถึง สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานสำคัญของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก

7. การอภิปรายกลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) หมายถึง การประชุมพิจารณาหรืออภิปรายกันระหว่างสมาชิกกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาและผู้เกี่ยวข้อง จำนวนตั้งแต่ 6-20 คน เพื่อร่วมกันแสดงความคิดเห็น ให้ข้อเสนอแนะ ร่วมกันตัดสินใจ ร่วมติดตามตรวจสอบในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ และอยู่ในความสนใจของสมาชิกผู้เข้าร่วมประชุมหรือมีผลประโยชน์ร่วมกัน อันจะนำมาซึ่งความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา