

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากนโยบายของรัฐบาลในการสร้างรายได้ในการพัฒนาตลาดในประเทศไทยและสร้างความเข้มแข็งสู่ชนบทที่สนับสนุนให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน โดยสนับสนุนให้ชุมชนมีอาชีพในท้องถิ่นของตนเอง จึงได้เกิดโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นโครงการนำวัตถุดิบที่มีความจำเป็นจำนวนมากในชุมชน โดยการแปรรูปเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดรายได้ ซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจภายในชุมชนดีขึ้น (www.thaitumbon.com)

แนวคิดเกี่ยวกับ“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ว่าเป็นแนวคิดที่เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน หรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุน และส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีกิจกรรมการคิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและต้องการของตลาดสากล โดยท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self - Reliance) เป็นหลัก ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องในขบวนการนี้ จำเป็นต้องอุทิศพลังงาน (Energy) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และความปรารถนา (Desire) ที่ จะใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะเกิดการสร้างงานสร้างรายได้ และนำไปสู่ เป้าหมายของการกินดีอยู่ดี คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน แสวงหารากฐานที่สำคัญของประเทศ นอกจากนี้เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป สร้างความภาคภูมิใจให้กับ คนรุ่นต่อ ๆ ไป และวางรากฐานที่สำคัญของประเทศ และสังคมไทยขณะอนุกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (2545: 3-6) โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ถือได้ว่าเป็นโครงการที่ทำให้ชุมชนมีอาชีพในท้องถิ่นของตนเอง ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ประจำท้องถิ่นสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้ จึงทำให้มีกลุ่มหรือชุมชนที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก นโยบายที่สำคัญซึ่งต่อการดำเนินธุรกิจและอุตสาหกรรมชุมชนคือ การตลาดยังมีน้อยและปฏิบัติได้ในขอบเขตจำกัด อีกทั้งยังเป็นมาตรการตั้งรับในระยะสั้นมากกว่าจะเป็นการสร้างความรู้และทักษะในการวิเคราะห์และจัดการตลาด แม้ว่าผลการดำเนินงานก็แสดงให้เห็นถึงการเติบโตในเชิงปริมาณทั้งในจำนวนกลุ่ม จำนวนสมาชิกและการสะสมทุนภายในกลุ่มเพิ่ม

มากขึ้นเป็นลำดับ แต่ในเชิงคุณภาพของกลุ่มและองค์การยังต้องการพัฒนาเป็นอันมาก เพราะกลุ่มต่างๆ เกือบร้อยละ 50 ประสบความล้มเหลว ทำให้กลุ่มหรือชุมชนต้องกลับไปพึ่งตนเอง และส่วนใหญ่ก็กลับไปทำอาชีพเดิม ซึ่งก็เป็นอาชีพด้านเกษตรกรรมที่ต้องประสบปัญหาความยากจนอย่างเดิม หนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวคิดที่ต้องดำเนินงานเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าชุมชนของแต่ละพื้นที่ ที่มีตลาดรองรับและทำเป็นธุรกิจที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบทรัพยากรท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพท้องถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจกิจกรรมทางเศรษฐกิจ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” นี้จะเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการการเรียนรู้ของชุมชน เกิดการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนา (Unit of Development) เบื้องต้นและรวมเป็นเครือข่ายภายในตำบล นอกจากนั้นยังเป็นแนวทางอันหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน จะสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนได้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายและสอดคล้องกับวัฒนธรรมในท้องถิ่นเพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก (กรมพัฒนาชุมชน, 2545 : 6)

จังหวัดมหาสารคามมี 13 อำเภอ 156 ตำบล และในจำนวนดังกล่าวก็มีตำบลที่รวมกลุ่มเข้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทุกอำเภอ อำเภอเมือง สภาพเศรษฐกิจมีปัจจัยส่งผล 3 ด้านคือ ด้านพาณิชยกรรม รายได้ส่วนใหญ่ของประชาชนชาวอำเภอเมืองส่วนมากมาจากการค้าขาย ทำนา ด้านเกษตรกรรมและเลี้ยงสัตว์ จะปรากฏมากในตัวอำเภอและกระจายตามหมู่บ้านเป็นส่วนมาก อำเภอเมืองมหาสารคาม มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง ไม่มีภูเขา มีพื้นที่ราบชานนาใช้ในการทำนาปลูกข้าว ส่วนที่เนินสูงใช้ในการทำไร่ เช่น ปลูกดอกไม้ มันสำปะหลังและปอ ซึ่งเป็นพืชที่นิยมปลูกมากที่สุดในเขตอำเภอเมือง มีรายได้จากการขายดอกไม้ในราคาที่ไม่สูงนัก รวมไปถึงชาวบ้านทุ่งนาเราด้วย

กลุ่มสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 14 หมู่ที่ 8 ตำบลเกิ้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งห่างจากตัวอำเภอประมาณ 1 กิโลเมตร เป็นอีกหมู่บ้านหนึ่งที่ได้รวมกลุ่มในการเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ชาวบ้านได้เกิดแนวคิดที่จะนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตนเองมาแปรรูปหลังจากที่เห็นกลุ่มอื่น ๆ ประสบผลสำเร็จ จึงได้นำเอาดอกไม้มาศึกษาและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หลาย ๆ อย่าง ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มอาชีพสตรีบ้านทุ่งนาเรา ยังไม่ได้รับทุนส่งเสริมจากหน่วยงานใด ๆ ทำให้กลุ่มมีรายได้น้อย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

1.4.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่อาศัยในบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเก็ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 8,065 คน (ที่มา : ที่ทำการปกครองจังหวัดมหาสารคาม เดือนมิถุนายน : 2551)

1.4.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่อาศัยในบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเก็ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 8,065 คน ซึ่งสามารถระบุจำนวนประชากรได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณ ขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามานะ (Taro Yamane, กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2544 : 29) จำนวน 381 คน

1.4.3 ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่ เดือน กรกฎาคม-เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2551

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยดังต่อไปนี้คือ

- 1.5.1. ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ในธุรกิจชุมชน
- 1.5.2. ได้แนวทางที่สามารถส่งผลต่อตลาดผลิตภัณฑ์ได้อย่างยั่งยืน
- 1.5.3. ได้เครือข่ายร่วมกันในการนำไปพัฒนาธุรกิจของชุมชนให้ยั่งยืน

1.6 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ตลาด หมายถึง กลุ่มคนซึ่งมีความต้องการที่จะตอบสนองและมีเงินที่จะใช้สอย ตลอดจนมีความเต็มใจจะใช้จ่ายจัดหาสิ่งต่าง ๆ เข้ามา ตามความหมายนี้ “ตลาด” จึงมีเงื่อนไขอยู่ 3 ประการคือ ความต้องการ เงินหรืออำนาจซื้อ ความเต็มใจที่จะซื้อหรือพฤติกรรมการซื้อ

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่จะมาตอบสนองความต้องการ หรือบำบัดความอยากของมนุษย์เป็นสิ่งที่ทำให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์นั้น ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเท่านั้น แต่หมายถึงสินค้าบริการ บุคคล องค์กร สถานที่ กิจกรรม ตลอดจนแนวความคิดที่จะทำให้ยอมรับ เกิดความปรารถนา สามารถบำบัดความต้องการได้ ส่วนสำคัญที่สุดเรื่องผลิตภัณฑ์นี้ คือ การมุ่งพยายามพัฒนาให้มีสิ่งซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

ธุรกิจชุมชน หมายถึง การดำเนินธุรกิจขององค์กรชุมชน เช่น สหกรณ์ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มออมทรัพย์ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และเพื่อร่วมกันจัดการทั้งทางด้านการแปรรูป และการตลาดโดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมกำหนดทิศทางและการบริหารจัดการตนเอง ซึ่งในที่นี้หมายถึงขนมกะหรี่ปั๊บ

ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลสำเร็จต่อตลาดผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่กลุ่มสตรีบ้านทุ่งนาเราเสนอขายต่อตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจอยากเป็นเจ้าของและซื้อมาเพื่ออุปโภคบริโภค เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการ ซึ่งในที่นี้หมายถึงขนมกะหรี่ปั๊บ

ราคา หมายถึง มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่แสดงออกมาในรูปจำนวนเงิน หรือเป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยนในรูปเงินตรา

การจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มบุคคลและองค์กรซึ่งอำนาจการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังลูกค้า

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ

กลุ่มสตรี หมายถึง กลุ่มสตรีบ้านทุ่งนาเรา ตำบลเก็ง อำเภอเมือง จังหวัด