

## บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เรื่องการประเมินโครงการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิต ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ระยะที่ 3 : กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตในสังกัดสำนักงานสหกรณ์จังหวัดปัตตานี ผู้วิจัยนำเสนอตามลำดับ ดังนี้ **ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ :**

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ผลิต ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิต (2) ข้อมูลการบริหารจัดการ และ(3) ข้อมูลมาตรฐานผลิตภัณฑ์ **ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ :** 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินผลโครงการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ระยะที่ 3 ซึ่งมีขอบเขตการประเมิน 2 ด้าน ได้แก่ (1) การประเมินพฤติกรรม ประกอบด้วย ความรู้ และทักษะ และ(2) การประเมินผลลัพธ์ที่เกิดต่อองค์กร ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต และด้านการตลาด 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาในกลุ่มผู้ผลิตใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต และด้านการตลาด

### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

รายละเอียดของข้อมูลในตอนนี้ ผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลดิบมาจากสำนักงานสหกรณ์จังหวัดปัตตานี และนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้ผลิต จากข้อมูลของกลุ่มผู้ผลิตจำนวน 78 กลุ่ม ปรากฏรายละเอียดใน ตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิต

ตัวแปรที่ศึกษา	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
<b>1. ประเภทของผลิตภัณฑ์</b>		
ประเภทอาหาร	24	30.70
ประเภทจักสาน	2	2.60
ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย	47	60.30
ประเภทศิลปะประดิษฐ์	4	5.10
ประเภทสมุนไพร	1	1.30
<b>รวม</b>	<b>78</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 2 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
<b>2. จำนวนสมาชิก</b>		
11 – 20 คน	17	21.80
21 – 30 คน	42	53.80
31 – 40 คน	15	19.20
41 – 50 คน	2	2.60
51 คนขึ้นไป	2	2.60
<b>รวม</b>	<b>78</b>	<b>100.00</b>
<b>3. ประเภทรายได้</b>		
รายได้เสริม	65	83.40
รายได้หลัก	13	16.70
<b>รวม</b>	<b>78</b>	<b>100.00</b>
<b>4. ระยะเวลาดำเนินการ</b>		
0 – 5 ปี	13	16.70
6 – 10 ปี	53	67.90
11 – 15 ปี	9	11.50
16 – 20 ปี	2	2.60
21 ปีขึ้นไป	1	1.30
<b>รวม</b>	<b>78</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 2 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิต ได้ผลดังนี้

1. ประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิต พบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 47 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 60.30 ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จำนวน 24 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.70 ผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปะประดิษฐ์ จำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5.10 ผลิตภัณฑ์ประเภทจักสาน จำนวน 2 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 2.60 และผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพร จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ
2. จำนวนสมาชิกในกลุ่ม พบว่า อยู่ระหว่าง 21-30 คน จำนวน 42 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมาอยู่ระหว่าง 11-20 คน จำนวน 17 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 21.80 และระหว่าง 31-40 คน จำนวน 15 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 19.20
3. ประเภทรายได้ พบว่า การดำเนินการของกลุ่มนั้นส่วนใหญ่แล้วเพื่อประกอบเป็นอาชีพเสริม จำนวน 65 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 83.40 และเพื่อประกอบเป็นอาชีพหลัก จำนวน 13 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 16.70
4. ระยะเวลาการดำเนินการ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มมีการดำเนินการมาแล้วเป็นระยะเวลา 6-10 ปี จำนวน 53 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 67.90 ระยะเวลา 0-5 ปี จำนวน 13 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 16.70 และระยะเวลา 11-15 ปี จำนวน 9 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 11.50

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละแสดงข้อมูลการบริหารจัดการของกลุ่ม

ตัวแปรที่ศึกษา	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
<b>1. ระเบียบ/กติกา</b>		
มี เป็นลายลักษณ์อักษร	68	87.20
มี เป็นข้อตกลงร่วมกัน ไม่เป็นลายลักษณ์อักษร	10	12.80
<b>รวม</b>	<b>78</b>	<b>100.00</b>
<b>2. ประชุมคณะกรรมการ</b>		
ประชุม 2 เดือน/ครั้ง	37	47.40
ประชุม 3 เดือน/ครั้ง	10	12.80
ประชุม 4 เดือน/ครั้ง	15	19.20
เรียกประชุมเมื่อมีกิจกรรมที่ต้องปรึกษาหารือ	5	6.40
ไม่ได้ประชุมอย่างเป็นทางการแต่มีการหารืออยู่เป็นประจำ	11	14.10
<b>รวม</b>	<b>78</b>	<b>100.00</b>
<b>3. การจัดทำบัญชี</b>		
มี เป็นปัจจุบัน	74	94.90
มี ไม่เป็นปัจจุบัน	4	5.10
<b>รวม</b>	<b>78</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 3 พบว่า ข้อมูลการบริหารจัดการของกลุ่ม ได้ผลดังนี้

1. ระเบียบ/กติกา พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มมีระเบียบ/กติกา เป็นลายลักษณ์อักษร จำนวน 68 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 87.20 และกลุ่มมีระเบียบ/กติกา เป็นข้อตกลงร่วมกัน ไม่เป็นลายลักษณ์อักษร จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 12.80

2. การประชุมคณะกรรมการ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มมีการประชุมคณะกรรมการ 2 เดือน/ครั้ง จำนวน 37 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 47.70 ประชุม 4 เดือน/ครั้ง จำนวน 15 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 19.20 และไม่ได้ประชุมอย่างเป็นทางการแต่มีการหารืออยู่เป็นประจำ จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 14.10

3. การจัดทำบัญชี พบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มมีการจัดทำบัญชีเป็นปัจจุบัน จำนวน 74 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 94.90 และมีการจัดทำบัญชีแต่ไม่เป็นปัจจุบัน จำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5.10

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละและแสดงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

ตัวแปรที่ศึกษา	จำนวน (กลุ่ม)	ร้อยละ
<b>1. มาตรฐานผลิตภัณฑ์</b>		
มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)	41	52.60
องค์การอาหารและยา (อย.)	10	12.80
ฮาลาล	10	12.80
Good Manufacturing Practice (GMP)	5	6.40
มาตรฐาน Q	5	6.40
<b>รวม</b>	<b>71</b>	<b>100.00</b>
<b>2. มาตรฐาน One Thumbon One Product (OTOP)</b>		
ไม่มี	19	34.50
1 ดาว	1	1.80
2 ดาว	11	20.00
3 ดาว	14	25.40
4 ดาว	7	12.70
5 ดาว	3	5.50
<b>รวม</b>	<b>55</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4 พบว่า ข้อมูลมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้ผลดังนี้

1. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จำนวน 41 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 52.60 ได้รับมาตรฐานองค์การอาหารและยา (อย.) และฮาลาลเท่ากัน จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 12.80 และมาตรฐาน Good Manufacturing Practice (GMP) และมาตรฐาน Q เท่ากัน จำนวน 5 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 6.40

2. มาตรฐาน One Thumbon One Product (OTOP) พบว่า ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มยังไม่ได้รับมาตรฐาน OTOP จำนวน 19 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 34.50 OTOP 3 ดาว จำนวน 14 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 25.40 OTOP 2 ดาว จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 20.00 OTOP 4 ดาว จำนวน 7 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 12.70 OTOP 5 ดาว จำนวน 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5.50 และ OTOP 1 ดาว จำนวน 1 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 1.80

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การศึกษาในตอนนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผลโครงการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ระยะที่ 3 และแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ผลิตใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีของ Kirkpatrick Model เป็นต้นแบบในการประเมินโครงการ โดยมีขอบเขตการประเมิน 2 ด้าน ได้แก่ (1) การประเมินพฤติกรรม (Behavior) ประกอบด้วย ความรู้ และทักษะ และ(2) ประเมินผลลัพธ์ที่เกิดต่อองค์กร (Results)

ประกอบด้วย การบริหารจัดการ การผลิต และการการตลาด เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์แบบ กึ่งโครงสร้าง สัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิต จำนวน 20 กลุ่ม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่แนวทาง ในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ผลิต โดยการจัดสนทนากลุ่ม กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 13 คน ประกอบด้วย ประธานโครงการ 1 คน กลุ่มผู้ผลิต 7 คน หน่วยงานราชการ 4 คน และผู้วิจัย 1 คน

**1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินผลโครงการพัฒนาประสิทธิภาพการ บริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ระยะที่ 3** โดยมีขอบเขตการประเมิน 2 ด้าน ได้แก่ (1) การประเมินพฤติกรรม (Behavior) ประกอบด้วย ความรู้ และทักษะ และ(2) ประเมิน ผลลัพธ์ที่เกิดต่อองค์กร (Results) ประกอบด้วย การบริหารจัดการ การผลิต และการตลาด ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

### 1.1 การประเมินพฤติกรรม ประกอบด้วย ความรู้ และทักษะ ดังนี้

1.1.1 ความรู้ ได้แก่ 1) ความรู้จากการบริหารจัดการกลุ่ม 2) ความรู้ในการ ดำเนินงานตามแผนธุรกิจ 3) ความรู้ในการรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจ 4) การเปลี่ยนแปลงขององค์กร และ 5) ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม

1) ความรู้จากการบริหารจัดการกลุ่ม ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิต ได้กล่าวไว้ดังนี้

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 กล่าวสอดคล้องกันใน เรื่องการบริหารจัดการกลุ่มไว้ว่า

“... ถ้าเทียบกับเมื่อก่อนนะ ดีขึ้นมากค่ะ ความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ใน โครงการในตอนนั้นสามารถนำมาพัฒนากลุ่มได้เยอะเลยคะ ตอนนีกลุ่มก็มีการพัฒนาอะไรหลายๆ อย่างเช่น การทำบัญชีที่ถูกต้อง สมาชิกสามารถตรวจสอบได้ทำให้มีการเชื่อใจกันมากขึ้น มีการแบ่ง งานรับผิดชอบชัดเจน มีการตั้งกฎระเบียบภายในกลุ่ม...”

สอดคล้องกับกลุ่มผู้ผลิตประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย กลุ่มที่ 3 และกลุ่ม ที่ 4 ที่กล่าวว่า

“...กลุ่มมีการประชุมกลุ่ม 3 เดือน/ครั้ง แต่ถ้ามีงานก็จะเป็นเดือนละ 1 ครั้ง มีการตั้งระเบียบ กฎเกณฑ์ต่างๆของกลุ่ม มีการจัดทำรายงานงบการเงินเป็นปัจจุบัน สามารถตรวจสอบได้ ทำให้การบริหารงานโปร่งใส และเป็นที่ยึดถือของสมาชิก...”

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นความรู้จากการบริหารจัดการกลุ่มพบว่า กลุ่มผู้ผลิตมีการบริหารจัดการดีขึ้นกว่าเดิม ได้นำความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการไปใช้ในการ

พัฒนากลุ่ม และการวางแผนในการดำเนินงานของกลุ่ม ได้แก่ การประชุม มีการนัดประชุมเป็นประจำ การเงิน มีการจัดทำบัญชีกลุ่มเป็นปัจจุบัน ตรวจสอบได้ โปร่งใส การมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่ม มีการทำงานร่วมกัน การแบ่งงานกันรับผิดชอบ ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบกติกา โดยในแต่ละประเด็นสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. การประชุม กลุ่มผู้ผลิตมีการนัดประชุมกลุ่มบ่อยครั้ง บางกลุ่มนัดประชุมเป็นประจำ บางกลุ่ม 3 เดือนต่อครั้ง หรือหากมีงานก็จะเป็นเดือนละ 1 ครั้ง
2. การเงิน กลุ่มผู้ผลิตมีการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบันและสามารถตรวจสอบได้ การบริหารงานมีความโปร่งใส ทำให้สมาชิกมีความเชื่อใจกันมากขึ้น
3. การมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มและเห็นประโยชน์ในการทำงานร่วมกัน มีการแบ่งงานกันรับผิดชอบ มีการตั้งกฎระเบียบภายในกลุ่ม

2) ความรู้ในการดำเนินงานตามแผนธุรกิจ ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตได้กล่าวไว้ดังนี้

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 3 กล่าวสอดคล้องกันในเรื่องการดำเนินงานตามแผนธุรกิจไว้ว่า

“...กลุ่มได้ดำเนินการตามแผนธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยมีการตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะทำอย่างไร เพื่อให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น เกี่ยวกับมาตรฐานของขนมต้องมีการอบรมสมาชิกอยู่บ่อยๆ แต่ตอนนี้กลุ่มยังไม่มีเขียนโครงการของบจากหน่วยงานอื่นๆ...”

สอดคล้องกับกลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 2 กล่าวว่า

“...กลุ่มมีการจัดทำแผนธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และได้ดำเนินการตามแผนที่วางไว้ ช่วงก่อนปี 54 หน่วยงานราชการมีงบประมาณให้ กลุ่มจึงทำโครงการเพื่อของบประมาณ แต่ช่วงปี 54-55 ยังไม่มีการทำโครงการของบประมาณจากหน่วยงานอื่นๆ...”

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นการดำเนินงานตามแผนธุรกิจพบว่า กลุ่มผู้ผลิตได้มีการดำเนินงานตามแผนธุรกิจที่จัดทำไว้อย่างต่อเนื่อง สมาชิกกลุ่มมีการเข้าอบรมเพื่อพัฒนาทักษะฝีมือ และนำความรู้ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มให้ได้มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์จึงเป็นที่ยอมรับของตลาด และหน่วยงานต่างๆ เป็นผลให้ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยในแต่ละประเด็นสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. การพัฒนาทักษะฝีมือ กลุ่มมีการส่งสมาชิกเข้าอบรมและนำมาความรู้จากการอบรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเอง
2. การจัดทำแผนงาน/โครงการ กลุ่มมีการเขียนโครงการเพื่อของบประมาณจากหน่วยงานอื่นๆ

3. การวางแผนของกลุ่ม กลุ่มมีการวางแผนและตั้งเป้าในการเพิ่มรายได้ของกลุ่ม มีการดำเนินงานตามแผนที่วางไว้

3) ความรู้ในการรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตได้กล่าวไว้ดังนี้

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 1 กล่าวถึงเรื่องการรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจไว้ว่า

“...ของเรามีการรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจร่วมกับบคัสเตอร์ส้มแขก มีการจัดซื้อวัตถุดิบร่วมกัน ผลิตสินค้าร่วมกัน และมีการจัดจำหน่ายสินค้าร่วมกันอีกด้วย...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 3 และกลุ่มผู้ผลิตประเภทศิลปะประดิษฐ์ กล่าวสอดคล้องกันว่า

“...กลุ่มซื้อวัตถุดิบในท้องถิ่น มีการผลิตสินค้าร่วมกันกับกลุ่มเครือข่ายการตลาดจะแยกกัน...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทเสื้อผ้า กลุ่มที่ 1 กล่าวว่า

“...มีการจัดซื้อวัตถุดิบร่วมกันกับกลุ่มอื่นๆ ทำให้ลดต้นทุนในการสั่งซื้อวัตถุดิบได้ การผลิตสินค้าก็ร่วมกัน การจัดจำหน่ายสินค้าเมื่อสินค้ามีออเดอร์เข้ามา ก็จะรวมๆกันแล้วก็ส่ง ตอนนี้มีส่งที่บางจัน แต่ถ้าสินค้าผลิตไม่ทันก็ขอจากกลุ่มเครือข่าย...”

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นการรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจพบว่า กลุ่มมีการรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจกับกลุ่มอื่นๆ ในการดำเนินงานในส่วนต้นน้ำ ทำให้กลุ่มลดต้นทุนในการสั่งซื้อวัตถุดิบ กลางน้ำ มีการผลิตสินค้าร่วมกัน เมื่อผลิตสินค้าไม่ทันก็สามารถแบ่งปันจากกลุ่มเครือข่ายได้ ปลายน้ำ มีการทำตลาดร่วมกัน ฝากขายสินค้ากับกลุ่มเครือข่าย โดยแต่ละประเด็นสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ต้นน้ำ กลุ่มมีการจัดซื้อวัตถุดิบร่วมกับกลุ่มเครือข่าย ทำให้ลดต้นทุนในการสั่งซื้อวัตถุดิบ และทำให้มีวัตถุดิบที่เพียงพอต่อการผลิต

2. กลางน้ำ กลุ่มมีการผลิตสินค้าร่วมกันกับกลุ่มเครือข่าย เมื่อผลิตสินค้าไม่ทันก็สามารถขอจากกลุ่มเครือข่ายได้

3. ปลายน้ำ กลุ่มมีการทำตลาดร่วมกัน แต่ก็ยังมีบางกลุ่มที่แยกตลาดกัน มีการฝากขายสินค้ากับกลุ่มเครือข่าย มีการจัดจำหน่ายสินค้าตามออเดอร์ที่เข้ามา รวมสินค้ากับกลุ่มเครือข่ายแล้วทำการส่งต่อไปยังตลาดปลายทาง

4) การเปลี่ยนแปลงขององค์กร ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตได้กล่าวไว้ดังนี้

กลุ่มผู้ผลิตประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย กลุ่มที่ 1 กล่าวในเรื่องการเปลี่ยนแปลงขององค์กรไว้ว่า

“...ผู้นำกลุ่มได้นำความรู้จากโครงการมาถ่ายทอดให้สมาชิกในกลุ่มมีความกล้าแสดงออกมากขึ้น กลุ่มมีการติดต่อจำหน่ายสินค้านอกพื้นที่ จังหวัดยะลา ส่วนในปี 2553 ได้มีการจำหน่ายสินค้าออกต่างประเทศ (มีคนมารับสินค้า) ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย ตอนนี้กลุ่มมีการจัดแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้ามากขึ้นกว่าเมื่อก่อน...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 2, กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ผลิตประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย กลุ่มที่ 2 และกลุ่มผู้ผลิตประเภทสมุนไพร กลุ่มที่ 1 กล่าวสอดคล้องกันว่า

“...ผู้นำกลุ่มมีความรู้เพิ่มขึ้น และสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปถ่ายทอดต่อยังสมาชิกกลุ่มได้ เมื่อก่อนผู้นำกลุ่มพูดไม่เป็น แต่ตอนนี้พูดเก่งขึ้น และมีความกล้าแสดงออกมากขึ้น มีความมั่นใจ ความกล้าในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอกพื้นที่และต่างประเทศ กลุ่มได้รับการสนับสนุนมากขึ้น มีการออกงานแสดง/จำหน่ายสินค้าบ่อยขึ้น...”

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นการเปลี่ยนแปลงขององค์กรพบว่า องค์กรกลุ่มมีการเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น โดยที่ผู้นำกลุ่มมีการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ที่เพิ่มขึ้นและสามารถนำมาถ่ายทอดให้กับสมาชิกในกลุ่มได้พัฒนาอีกด้วย มีความกล้าแสดงออก และกล้าในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ในเรื่องการตลาดกลุ่มมีการจำหน่ายสินค้าในตลาดนอกพื้นที่และตลาดต่างประเทศ มีการจัดมหกรรมแสดงสินค้าบ่อยขึ้น ยอดขายของกลุ่มเพิ่มมากขึ้น โดยในแต่ละประเด็นสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. ผู้นำกลุ่ม มีความรู้เพิ่มขึ้น มีความกล้าแสดงออก และสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาถ่ายทอดให้กับสมาชิกในกลุ่มได้พัฒนาอีกด้วย ซึ่งต่างกับเมื่อก่อนแม้แต่ผู้นำกลุ่มก็ไม่กล้าแสดงออกเพราะไม่มีความรู้ หลังจากได้รับความรู้ก็มีความมั่นใจเพิ่มขึ้น มีความกล้าในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ

2. การตลาด กลุ่มมีการติดต่อจำหน่ายสินค้ากับตลาดนอกพื้นที่ และมีการติดต่อจำหน่ายสินค้ากับตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย ฯลฯ จึงทำให้ยอดขายของกลุ่มเพิ่มมากขึ้น มีการจัดมหกรรมแสดงสินค้าบ่อยขึ้น

5) ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตได้กล่าวไว้ดังนี้



กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 1 กล่าวในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ไว้ว่า

“...ตอนนี้กลุ่มมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพราะเวลาออกไปขายข้างนอกต้องมีการแพ็คสินค้าให้สวยและได้มาตรฐาน แต่ถ้าขายกันเฉพาะภายในก็จะขายกันเป็น กิโลราคาจะถูกกว่า เพราะราคาก่อนข้างสูง...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 2 กล่าวว่า

“...ในส่วนของมาตรฐานสินค้า ตอนนี้กลุ่มได้มาตรฐานสินค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้กลุ่มมีออเดอร์ในแต่ละวันเป็นจำนวนมาก แต่ไม่สามารถรับออเดอร์ได้ทุกออเดอร์เพราะมี วัสดุไม่เพียงพอต่อความต้องการ...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 3 กล่าวว่า

“...ตอนนี้กลุ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น มีผลไม่ตามฤดูกาลเพิ่มขึ้นมา เช่น ทุเรียนกวน ส้มแขก ตะลิงปลิง...”

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ พบว่า กลุ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง สมาชิกมีการอบรมทักษะฝีมือในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ทำให้สินค้าของกลุ่มได้มาตรฐานตรงกับความต้องการของตลาด โดยแต่ละ ประเด็นสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. มีการส่งสมาชิกอบรมในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้กลุ่มมี ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายขึ้น
2. กลุ่มมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและได้มาตรฐาน ตรงกับความต้องการของตลาด ด้วยบรรจุภัณฑ์จึงทำให้สินค้ามีราคาเพิ่มขึ้น หากขายกันภายในจึงมักไม่ใช้บรรจุ ภัณฑ์ ส่วนบรรจุภัณฑ์สวยๆ จะใช้ในกรณีที่ซื้อให้ผู้ใหญ่ หรือซื้อเป็นของฝาก
3. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับมาตรฐานเพิ่มขึ้น ผลิตภัณฑ์จึงเป็นที่ยอมรับ ของตลาดมากขึ้น ทำให้มีออเดอร์เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย แต่กลุ่มก็ยังไม่สามารถรับได้ทุกออเดอร์ เนื่องจากมีปัญหาในเรื่องของวัตถุดิบที่ไม่เพียงพอ

#### 1.1.2 ทักษะ ได้แก่ 1) ทักษะที่เกิดจากการทดสอบตลาด

- 1) ทักษะที่เกิดจากการทดสอบตลาด ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตได้ กล่าวไว้ดังนี้

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 3 กล่าวสอดคล้องกันใน เรื่องของทักษะจากการทดสอบตลาดไว้ว่า

“...กลุ่มได้ความรู้ทางด้านการตลาดและแหล่งตลาดมากขึ้น จากการได้ออกร้านแสดงสินค้าได้ ทำให้กลุ่มหุดากว้างขวางขึ้นด้วย...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 2 และกลุ่มผู้ผลิตประเภทสมุนไพร กล่าวสอดคล้องกันว่า

“...การได้ไปทดสอบตลาดครั้งนั้น ถือเป็นประสบการณ์ที่ดีของกลุ่ม ได้เห็นช่องทางการตลาดใหม่ๆ กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย กลุ่มที่ 2 และกลุ่มผู้ผลิตประเภทศิลปะประดิษฐ์ กลุ่มที่ 1 กล่าวสอดคล้องกันว่า

“...กลุ่มได้เรียนรู้วิธีการกำหนดราคา รู้ว่าสินค้าในตลาดมีหลายแบบหลายราคา ซึ่งจะเป็นข้อมูลในการทำการผลิตและเลือกตลาดที่ขายให้เหมาะสมกับราคาและคุณภาพ...”

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นการนำทักษะที่เกิดจากการทดสอบตลาด พบว่า การทดสอบตลาดของกลุ่มผู้ผลิต เป็นการสร้างประสบการณ์ตรงให้กับกลุ่ม ทำให้กลุ่มได้เห็นช่องทางการทำตลาดใหม่ๆ และกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ถือเป็นการสร้างนักขายและวิจัยตลาดไปพร้อมๆกัน เป็นการสร้างความรู้เรื่องตลาดจากการปฏิบัติจริง โดยในแต่ละประเด็นสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. สร้างประสบการณ์ตรง การทำการทดสอบตลาดด้วยตนเองนั้น เป็นการสร้างประสบการณ์ตรง และทำให้กลุ่มเห็นช่องทางการทำการตลาดใหม่ๆ
2. สร้างนักขายและวิจัยตลาดไปพร้อมๆกัน เป็นการสร้างความรู้เรื่อง การตลาดจากการปฏิบัติจริง ทำให้กลุ่มมีโอกาสที่จะขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กว้างขึ้น ทำให้เห็นช่องทางการตลาดใหม่ๆ รวมทั้งมีข้อมูลแหล่งผู้ซื้อ ทำให้รู้ว่าราคาสินค้าที่กลุ่มผลิตเขาขายในตลาดเป็นอย่างไร และกลุ่มควรกำหนดราคาสินค้าของตนเองอย่างไร นอกจากนี้ ยังเป็นการฝึกฝนการเจรจาการค้า การเจรจาต่อรองราคา การส่งเสริมการขาย การอธิบายสินค้าให้เขาซื้อ

**1.2 การประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นต่อองค์กร** ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต และด้านการตลาด

1.2.1 ด้านการบริหารจัดการ ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตได้กล่าวไว้ดังนี้

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 1 กล่าวในเรื่องการบริหารจัดการไว้ว่า

“...สำหรับกลุ่มมีการวางแผนในเรื่องการดำเนินธุรกิจ เราก็ต้องสำรวจว่า วัตถุประสงค์เป็นอย่างไร ดูผลผลิตจากปีที่แล้วว่ากี่เปอร์เซ็นต์ ถ้าปีที่แล้วออก 80 เปอร์เซ็นต์ เราก็ต้องทยอยซื้อ แต่ปีนี้ไม่ถึง 50 เปอร์เซ็นต์ เราก็ต้องเก็บประตมทุนแล้วรีบกวาดซื้อ ตอนนี้กลุ่มได้เก็บวัตถุประสงค์มาตุ๋นไว้ เลยไม่ค่อยมีปัญหา...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 กล่าวสอดคล้องกันว่า

“...คนที่ทำงาน เราก็มีเงินปันผลและค่าตอบแทนให้ ใครไม่ทำก็ไม่ได้ เป็นข้อตกลงกันในกลุ่ม งบการเงินของกลุ่มก็สามารถตรวจสอบได้ มีความโปร่งใส ทำให้สมาชิกในกลุ่มมีความเชื่อใจซึ่งกันและกัน...”

กลุ่มผู้ผลิตผ้าและเครื่องแต่งกาย กลุ่มที่ 1 กล่าวว่า

“...ตอนนี้กลุ่มเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับค่อนข้างมาก มีหน่วยงานต่างๆ เข้ามาช่วยเหลือมากมาย อาทิเช่น อบต. สำนักงานเกษตรจังหวัด พาณิชยจังหวัด สหกรณ์จังหวัด พัฒนาชุมชน ”

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นการประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นต่อองค์กร ในเรื่องการบริหารจัดการ พบว่ากลุ่มมีการจัดสรรเงินปันผล และค่าตอบแทนต่างๆ ให้กับสมาชิกในกลุ่ม มีการบริหารงานที่มีความโปร่งใส มีระเบียบข้อตกลงที่ชัดเจน มีการวางแผนในการทำงาน เป็นที่รู้จักและยอมรับจากหน่วยงานต่างๆ จึงทำให้มีการเข้ามาช่วยเหลือและผลักดันกลุ่มจากหน่วยงานต่างๆ โดยในแต่ละประเด็นสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. การจัดสรรเงินปันผลและค่าตอบแทน กลุ่มมีการจัดสรรเงินปันผลให้กับสมาชิกในกลุ่ม สำหรับค่าตอบแทนใครทำเยอะได้เยอะ ทำน้อยได้น้อย หากไม่ทำก็ไม่ได้
2. บริหารงาน กลุ่มมีการการบริหารที่มีความโปร่งใสขึ้น เป็นที่น่าเชื่อถือและได้รับความร่วมมือจากสมาชิกในกลุ่ม มีข้อตกลงในกันกลุ่มที่ชัดเจน
3. การวางแผน มีการวางแผนในเรื่องการทำงาน สำรวจวัตถุประสงค์ให้เพียงพอต่อการผลิต โดยมีการเปรียบเทียบจากปีที่ผ่านมา มา
4. กลุ่มเป็นที่รู้จักและยอมรับจากหน่วยงานภายในและภายนอกพื้นที่ มีหน่วยงานอื่นๆ เข้ามาช่วยเหลือ ผลักดันกลุ่ม หรือให้งบประมาณในการพัฒนากลุ่ม ซึ่งตอนนี้กลุ่มก็เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับมากขึ้นอีกด้วย

### 1.2.2 ด้านการผลิต ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตได้กล่าวไว้ดังนี้

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 1 กล่าวในการเรื่องการผลิตไว้ว่า

“...ตอนนี้สินค้าเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า 100% มีการนำเข้าไปจำหน่ายในบีกซี และร้านขายของฝาก เมื่อก่อนทำเดือนละวันสองวัน แต่เดี๋ยวนี้ทำเยอะ เพราะต้องออกงานเยอะ ตอนนี้เดือนหนึ่งก็ประมาณ 10 กว่าวัน ตอนนี้สมาชิกก็ได้เงินรายวันได้ประมาณ 200 บาท/วัน ถ้าทำหลายวันก็เป็นพันเลยคะ...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 2 และ 3 กล่าวสอดคล้องกันว่า

“...สินค้าของกลุ่มได้รับการยอมรับจากลูกค้า แต่ยังไม่มีการนำเข้าไปจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า หรือเซเว่น ผลิตสินค้าไม่ทันเพราะการผลิตของเรายังใช้แรงงานคน และวัตถุดิบไม่เพียงพอด้วย แต่ถ้ามีเครื่องมือ เครื่องจักรที่ทันสมัยก็จะสามารถเพิ่มออเดอร์ได้มากขึ้น...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย กลุ่มที่ 1 กล่าวว่า

“...การวางแผนคือขั้นตอนหนึ่งที่จะแก้ปัญหาของผลิตภัณฑ์ เรื่องเสื้อก็เหมือนกัน ที่จริงแล้วกลุ่มก็ทำหมดเลย ทั้งเสื้อ หมวก ตามออเดอร์ มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ชิ้นอื่นที่เป็นเสื้อแล้วแต่ออเดอร์ ชุดปากก็ทำ ทำทุกอย่าง...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทสมุนไพร กลุ่มที่ 1 กล่าวว่า

“การผลิตของกลุ่มก็ยังไม่เยอะเท่าไรครับ กลุ่มเราเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นส่วนผสมจากธรรมชาติ สารเคมีน้อย”

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นการประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นต่อองค์กร ในเรื่องการผลิต พบว่ากลุ่มมีการวางแผนการผลิตในเรื่องของวัตถุดิบ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้าของกลุ่มได้รับมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของตลาดมากขึ้น และสามารถนำสินค้าไปจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าได้อีกด้วย โดยแต่ละประเด็นสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. มีการวางแผนในเรื่องของการผลิต กลุ่มมีการผลิตสินค้ามากขึ้นเพราะต้องออกงานบ่อยขึ้น การผลิตสินค้าตามออเดอร์

2. กลุ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้าของกลุ่มได้รับมาตรฐานสินค้าเพิ่มขึ้น สินค้าจึงเป็นที่ยอมรับของตลาดมากขึ้น ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย เน้นส่วนผสมจากธรรมชาติ สารเคมีน้อย

3. กลุ่มมีการนำสินค้าไปจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า แต่ก็ยังคงมีบางกลุ่มที่ยังไม่สามารถนำไปวางขายตามห้างสรรพสินค้าได้ เนื่องจากไม่สามารถผลิตสินค้าได้ทันตามออเดอร์

### 1.2.3 ด้านการตลาด ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตได้กล่าวไว้ดังนี้

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 1 กล่าวในเรื่องการตลาดไว้ว่า

“...ยอดขายเพิ่มขึ้นเท่าตัว จากปีที่แล้ว 100,000 บาท แต่ปีนี้ได้ถึง 200,000 บาท...”

ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มผู้ผลิตประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย กลุ่มที่ 2 ที่กล่าวว่า

“...ยอดจำหน่ายของกลุ่มตอนนี้ก็เพิ่มมากขึ้น เมื่อตอนสิ้นปี 54 ประมาณ 2,500,000 บาท...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กลุ่มที่ 2 กล่าวว่า

“...สำหรับกลุ่มการตลาดก็ขยายมากขึ้น ปีหนึ่งขยาย 20 เปอร์เซ็นต์ทุกปี แต่ตลาดยิ่งขยายมาก ก็จะมีปัญหาในเรื่องของวัตถุดิบค่ะ...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย กลุ่มที่ 1 กล่าวว่า

“...กลุ่มออกตลาดบ่อย ตอนนี้เสื้อผ้าแฟชั่นอินโดมาเยอะ ของเราบางทีก็ยังไม่รู้เขาไม่ได้ทางด้านของการดีไซน์ ของเขาจะดีไซท์สวยๆ แต่ของกลุ่มไม่ค่อยมีปัญหาเพราะสินค้าของกลุ่มจะเป็นเสื้อผ้าปาเต๊ะมากกว่า แต่เราก็มีเอาของอินโดมาขายบ้างแต่น้อยมาก ส่วนยอดจำหน่ายของกลุ่มเพิ่มขึ้นเกือบ 2 เท่า...”

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นการประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นต่อองค์กร ในเรื่อง การตลาด พบว่ากลุ่มสามารถขยายตลาดได้มากขึ้นทุกปี มีการออกร้านจำหน่ายสินค้าบ่อยขึ้น มียอดขายเพิ่มขึ้น สมาชิกก็มีรายได้มากขึ้นด้วย แต่ก็ยังขาดตลาดที่ยั่งยืน โดยในแต่ละประเด็นสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. กลุ่มมีการขยายตลาดมากขึ้นทุกๆ ปี ซึ่งแต่ละปีสามารถขยายได้ 20 เปอร์เซ็นต์ แต่ตลาดยิ่งขยายมาก ก็มีปัญหาในเรื่องวัตถุดิบตามมา
2. กลุ่มผู้ผลิตมีการออกร้านจำหน่ายสินค้าบ่อยขึ้น จึงทำให้มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้น สมาชิกก็มีรายได้มากขึ้น
3. ยอดขายของกลุ่มเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว

2. ผลการวิเคราะห์แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาในกลุ่มผู้ผลิต ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ การบริหารจัดการ การผลิต และการตลาด ข้อมูลในส่วนนี้ได้มาจากการสนทนากลุ่ม ในวันที่ 10 ตุลาคม 2556 เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุม 2 คณะศึกษาศาสตร์ มีผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มจำนวน 13 คน มีการกล่าวถึง 2.1 สภาพปัญหาของกลุ่มผู้ผลิต และ 2.2 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาในกลุ่มผู้ผลิต ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

### 2.1 สภาพปัญหาของกลุ่มผู้ผลิต

2.1.1 ปัญหาเงินทุนหมุนเวียน พบว่ากลุ่มผู้ผลิตมีความจำเป็นต้องสต็อกสินค้าไว้จำนวนมาก เนื่องจากมีการออกร้านพร้อมกันหลายงาน หรือต้องตุนวัตถุดิบไว้ผลิตในช่วงเทศกาลต่างๆ โดยที่กลุ่มผู้ผลิตนั้นมีเงินทุนจำกัดจึงทำให้เกิดปัญหาเงินทุนไม่เพียงพอ ดังที่กลุ่มผู้ผลิตประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย กล่าวว่

“...ถ้ามีออเดอร์มาเยอะๆ แต่กลุ่มมีเงินทุนจำกัดในเรื่องของการซื้อวัตถุดิบเพิ่ม ในกรณีออกร้าน ถ้าออกร้านพร้อมกันสัก 2-3 ร้าน ก็ต้องแยกค้ะ จึงต้องหาทุนมาเพิ่มแล้ว แบบว่าสินค้าไม่พอ ปกติกำลังการผลิต แต่ละเดือนก็หลายรอบ เช่น สินค้าที่ขายในงานประมาณ 200 ชิ้น เสื้อผ้า ผ้าคลุมผม หมวก มูลค่าประมาณสองแสนบาทต่องาน ถ้าไป 3 งานก็จะเกิดปัญหาเลยครั้บ ซึ่งปัญหานี้ก็เจออยู่บ่อยๆ เพราะว่สิ่งที่เราส่งประจำก็มีอยู่แล้ว...”

คล้ายคลึงกับกลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร ที่กล่าวว่

“...กลุ่มมีการ Stock สินค้าไว้เยอะ ก็เลยเจอปัญหาทุนหมุนเวียนเหมือนกัน เพราะว่ตอนที่ไปขาย 6 เดือนต่อครั้บ ต้องตุนค่าแรง ตุนวัตถุดิบไว้เพื่อที่จะส่งในเดือนรอมฎอน ทุนน้อยไม่สะดวกเลย ก้าวไม่ไกล...”

2.1.2 ปัญหาวัตถุดิบ พบว่าผลิตภัณฑ์บางชนิดมีการใช้วัตถุดิบตามฤดูกาล บางช่วงที่วัตถุดิบขาดแคลน แล้วกลุ่มไม่ได้สต็อกวัตถุดิบไว้ จึงส่งผลทำให้ต้องหยุดการผลิตไปด้วยดังที่ กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กล่าวว่

“...บางช่วงที่ออกทะเลไม่ได้ จึงทำให้เกิดปัญหาขาดวัตถุดิบในการผลิต แต่ละครั้บกลุ่มจะสั่งวัตถุดิบประมาณ 30 กิโลกรัม ซึ่งประธานเป็นคนสั่ง แล้วเราเป็นคนผลิต ซึ่งเวลามีงานก็จะสั่งวัตถุดิบเยอะ และบางครั้บวัตถุดิบก็ไม่เพียงพอ กลุ่มจึงมีความจำเป็นต้องซื้อวัตถุดิบมาตุนไว้ ในส่วนนี้ก็ทำให้เกิดปัญหาด้านเงินทุนตามมา เพราะถ้าเป็นจำพวกน้ำพริกกุ้งเสียบ ก็ต้องสั่งวัตถุดิบมาจากฝั่งอันดามัน...”

2.1.3 ปัญหาการตลาด พบว่ากลยุทธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการตลาดใช้วิธีการที่สอดคล้องกับค่านิยมของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรยังใช้ในวงแคบ เพราะในเรื่องของมาตรฐานสินค้าที่ยังไม่มีงานวิจัยมารองรับเกี่ยวกับเรื่องผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ทำให้ความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ลดน้อยลง ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะขายในพื้นที่ไม่ค่อยได้ นอกพื้นที่จะขายดีกว่า โดยรวมด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเสื้อผ้าจะเจาะตลาดได้ง่ายกว่า ดังที่กลุ่มผู้ผลิตประเภทอาหาร กล่าวว่า

“...ก็ต้องนำสินค้าไปขายเองตามงาน กลุ่มมีสมาชิกประมาณ 25 คน ที่ร่วมทำกันจริงประมาณ 4-6 คน ปกติไม่ได้ทำทุกวัน แต่ถ้ามีงานก็ทำทุกวัน วันหนึ่งประมาณ 10 ลัง/รอบ มีประมาณ 140 กระปุก/ลัง ซึ่งสินค้าจำนวน 10 ลังใช้เวลาผลิตประมาณ 4 วัน ได้จำนวน 1,400 กระปุก ขายส่งกระปุกละ 28 บาท ขายปลีก กระปุกละ 35 บาท 3 กระปุก 100 บาท แต่ก็สู้กระปุกละ 10 บาทไม่ได้ เจอปัญหาคู่แข่ง 12 กระปุก 100 บาท ของจังหวัดระนอง เขาขายกระปุกละ 10 บาท เพราะบางคนทานน้อย แล้วมันก็สะดวก อร่อยไม่อร่อยก็แค่ 10 บาท แต่คนที่เคยทานของเรา เขาก็ยังซื้อของเรา ที่เจอกันในงานอีเวนต์ต่างๆ ตอนนี้มี 2 เจ้า คือของระนองและสุราษฎร์ธานี แต่ที่นั่นเขาก็บอกว่าของเขามีฮาลาลด้วยนะคะ ในกรุงเทพฯยังมีเลย ของกลุ่มเราขายตลาดทั่วประเทศ ส่วนตลาดในพื้นที่ขายได้ไม่เท่าไรหรอก ที่ศูนย์โอท็อปหน้าอาชีวะ ก็ได้ไม่เท่าไร ขายไม่ค่อยดี แต่เวลามีงานจะขายได้ เช่น งานกาชาด งานมอ. งานที่ซีเอส จะใช้วิธีการฝากขาย เราจะมีตัวแทนอยู่แล้วที่ศูนย์โอท็อป พอเวลาออกบูธก็จะมีการฝากขาย แต่ถ้าให้ไปตลาดต่างประเทศไม่ไป ขายในนี้แหละดีแล้ว ต่างประเทศขายดีแต่หมดค่าใช้จ่ายอย่างอื่น ตลาดมาเลเซีย ศบ.บต. ก็ดูแอลอยู่ ปีนัง ก็นั่งตั้ง แต่ไปขายของกินดีกว่า ถ้าอย่างแชมป์เข้าไม่ได้เลย ก็อย.ของไทย กับของมาเลเซีย ก็ต่างกันแล้ว...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทสมุนไพร กล่าวว่า

“...ส่วนมากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผมใช้กันในช่วงแคบ เรื่องที่จะไปสู้กับบริษัทใหญ่ๆ มันไม่มีทางอยู่แล้ว เพราะเรามีการโฆษณา และของเราก่อนน่าเชื่อถือก็น้อย ขนาดในกลุ่มผมมีสมาชิก 30 กว่าคน ยังใช้กันไม่ถึงครึ่ง เพราะบางคนบอกว่ามันจะดีจริงหรือเปล่า ทั้งที่ว่าของเราสารเคมีน้อยกว่า งานที่ผมไปขาย เช่น งานซึกพระที่โคกโพธิ์ ส่วนใหญ่จะเป็นงานในพื้นที่มากกว่า ไม่ได้ออกงานทั่วประเทศและต่างประเทศเหมือนกลุ่มอาหารและเสื้อผ้า เคยไปออกอยู่ครั้งสองครั้งที่เมืองทองและอิมแพค มันไม่คุ้มครับ ไหนจะค่าที่พัก ค่ากิน ขายได้นะครับไม่ใช่ขายไม่ได้ สินค้าของเรามีนายแพทย์กัณฑ์ ผ่านการวิจัย ของผมก็มีอยู่ครั้งหนึ่งที่อาจารย์ในมอ.พานักศึกษาไปเรียนอยู่พักหนึ่ง แต่ก็สู้ของเขาไม่ได้เพราะของเขาเป็นห้องวิจัย กลุ่มผมผลิตภัณฑ์แชมป์สมุนไพรที่ผสมคือ สะบ้าและดอกอัญชัน เพราะเราใช้อัญชันเป็นสี ผลิตภัณฑ์อื่น ก็มีครีมนวดอัญชัน สบู่เหลวมะเฟือง ตอนนั้นก็ทำเป็นสบู่ก้อนซึ่งมีอยู่ 3 อย่าง คือ ผงถ่าน มะเฟือง และมังคุด

ในส่วนของการกำลัการผลิตก็ไม่เยอะครับ ช่วงหลังนี้ต่างคนต่างก็ยุ่งกัน แล้วก็เรื่องเหตุการณ์มันไม่ค่อยได้ออกตลาดเท่าไร ก็จะมีออกบ้างงานที่จะถึงนี้ ก็คืองานซึกพระที่โคกโพธิ์ วันที่ 20 นี้ แล้วก็งานของปัตตานี งานกาชาด บางทีก็มีงานที่สหกรณ์มาถามว่ามาไหม ถ้าสมาชิก

กล้ามาผมก็กล้ามาส่ง แต่บางทีสมาชิกก็ไม่กล้ามา ผมยังเคยพูดกับทางกลุ่ม มันมีกลุ่มข้างๆนี่นะ เขาทำอาหารให้ขายควบคู่กันไป ของกินนั้นขายได้ และก็มีความขายโอท็อป หน้าอาชีพด้วย...”

กลุ่มผู้ผลิตประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย กล่าวว่า

“...กลุ่มของเรามีการรักษาคุณภาพของสินค้า เจาะตลาดเฉพาะ สำนักงาน โรงเรียนปอเนาะ โรงเรียนรัฐ ก็มีเหมือนกัน พอช่วยได้ขายตามโรงเรียนได้ตามออร์เดอร์ 200 ใบ 500 ใบ ตามจำนวนเด็กผู้ชาย ฉะนั้น 500 ใบ เพิ่มมาเรื่อยๆ สงขลา กระจับปี่ พังงา ไปด้วย พอดีลูกศิษย์ เยอะ คู่แข่งไม่เยอะ เพราะส่วนใหญ่เขาจะเน้นตลาด...”

2.1.4 ปัญหาการผลิต กลุ่มมีการเปลี่ยนเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการผลิต จึงทำให้กลุ่มผลิตสินค้าได้มากขึ้น เป็นผลให้ราคาสินค้าตกต่ำลงมาก ราคาจำของสมาชิกน้อยลง แต่โดยรวมยอดขายก็เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาเพราะผลิตได้เยอะ แต่ก็ยังคงมีบางกลุ่มที่มีกำลังการผลิตน้อย และยังไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด เนื่องจากการผลิตที่ยังใช้แบบดั้งเดิม คือใช้แรงงานของสมาชิกกลุ่ม ยังไม่มีการใช้เครื่องทุ่นแรง จึงทำให้ผลิตสินค้าได้ในจำนวนไม่เพียงพอต่อคำสั่งซื้อ กลุ่มยังไม่สามารถผลิตสินค้าในปริมาณที่เพียงพอและทันเวลาตามที่ตลาดต้องการ จึงทำให้กลุ่มต้องพลาดโอกาสและไม่สามารถขยายตลาดได้ ดังที่กลุ่มผู้ผลิตประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย กล่าวว่า

“...เรื่องหมวกนี้ปัญหาใหญ่ เพราะหมวกตอนนี้ทำด้วยคอมพิวเตอร์ ปัญหา ก็คือในเรื่องของราคาผลิตภัณฑ์ตกต่ำ เพราะหมวกมีเยอะ ผลิตนั้นผลิตได้ แต่มีปัญหาผมต้องตามแก้ตลอดเลย ทางแก้ตอนนี้หมวกของเราไม่ได้ส่งตลาด แต่เราจะส่งไปตามโรงเรียน เราเป็นคนนำทางในเรื่องเครื่องจักร เราจะชอบความรู้แพร่ตลาด ตอนนี้ประมาณ 200 กว่าเครื่องใน 3 จังหวัด เยอะที่สุด ใน ต.กะมียอ แรกๆมา 4 เครื่อง เครื่องหนึ่งประมาณ 700,000 บาท อยู่ที่หัวว่าก็หัว ซึ่งการใช้เครื่องจักรเข้ามาในการผลิตนั้น ส่งผลให้ราคาจำของน้อยลง แต่ผลิตได้ในปริมาณมากโดยที่รายได้ก็ขึ้นอยู่กับปริมาณการสั่งซื้อ...”

หน่วยงานราชการ การค้าภายใน กล่าวว่า

“...พอผลิตภัณฑ์เริ่มติดตลาดที่นี้เหมือนว่าความต้องการในการผลิตไม่ได้ แต่ปลายทางเขาขายอย่างต่อเนื่อง พอมีคนมาซื้อ เขาก็บอกว่าของยังไม่มา อาทิตย์จึงจะมาส่ง ซึ่งมันไม่ต่อเนื่อง สินค้าเราแทนที่จะได้กระจายทั่วไป กลับ drop อยู่ตรงนั้น เดือนสองเดือนมาที่ ปลายทางที่ เขาซื้ออยู่เป็นประจำเขาก็เบื่อเลยเปลี่ยนเจ้าอื่น จึงเป็นผลทำให้ผู้ผลิตขาดรายได้ไปเยอะ ซึ่งเหตุผลต่างๆที่ฟังมา ก็อาจจะเพราะว่าผู้ผลิตไม่ได้รวมตัวกัน วางไม่พร้อมกัน จึงทำให้ปลายทางเดือดร้อน...”

2.1.5 ปัญหาบรรจุกัญช์ พบว่ากลุ่มมีการพัฒนาบรรจุกัญช์ที่มีมาตรฐานและสวยงามแต่กลุ่มกลับไม่ค่อยได้นำมาใช้ เนื่องจากราคาสูง จึงทำให้ราคาของผลิตภัณฑ์นั้นสูงขึ้นตามไป



ด้วย รวมทั้งเมื่อกลุ่มได้รับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น กลุ่มก็ต้องทำการเปลี่ยนโลโก้ใหม่ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ดังที่กลุ่มผู้ผลิต ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย กล่าวว่า

“...เราได้ทำกล่องแล้ว ได้เงินจากโครงการฯ แต่มันไม่ค่อยได้ใช้ มันราคาสูง ใบหนึ่ง 230บาท ขาย 400 บาท หรือ380 บาท ต้องทำกล่องให้ดีให้สวย พอผ่านมาปีกว่าๆสองปี ไม่ใช้แล้ว กล่องจะใช้กรณีซื้อไปฝากผู้หลักผู้ใหญ่ แต่ถ้าขายตลาดธรรมดาไม่ใส่แล้ว...”

กลุ่มผู้ผลิต ประเภทสมุนไพร กล่าวว่า

“...กลุ่มผมก็มีปัญหาเรื่องบรรจุภัณฑ์ แต่ก่อนบรรจุภัณฑ์แบบดอกเห็ด มีฝาเปิด คนซื้อเขาต้องการบรรจุภัณฑ์สวยๆ ในเรื่องของโลโก้ของเรานั้นยังไม่นิ่ง สติ๊กเกอร์ค่าบล็อกแพง พอเราได้มาตรฐานเพิ่มเติม เช่น ได้ มผช. เราก็ต้องทำสติ๊กเกอร์ใหม่ต้องใส่ มผช.เข้าไป อีกสักพักได้ 4 ดาว ก็ต้องทำใหม่อีก...”

2.1.6 ปัญหาค่าขนส่ง เนื่องจากค่าขนส่งที่แพงขึ้นกว่าในอดีตค่อนข้างมาก จึงส่งผลให้กลุ่มต้องแบกรับภาระในส่วนนี้ แต่หากต้องการค่าขนส่งที่ถูกลงก็จะต้องแลกกับความสะดวกในการขนส่ง ดังที่กลุ่มผู้ผลิต ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย กล่าวว่า

“...กลุ่มของเรา ส่งของไปเชียงใหม่ปกติ 1,500 บาท เพิ่มขึ้นมาเป็น 1,700 บาท และวันนี้ก็เพิ่มขึ้นมาอีกเป็น 1,900 บาท ค่าบริการปกติ 200 บาท เพิ่มขึ้นมาอีก 50 บาท เป็น 250 บาท นี่ขนาดเจรจาระดับประเทศแล้วนะ ยังได้แค่นี้ คือจากปัตตานีถึงเชียงใหม่รวมเป็น 2,150 บาท กรณีเหมาโล่ ถ้ามัวร์ถไฟราคาถูกไหม มันก็ถูก แต่มันมี 2 ชั้นตอน คือ 1. เราต้องไปรอที่บางซื่อเพื่อที่จะเปลี่ยนกะไปเชียงใหม่ต่อ นี่คือปัญหา ในกรณีที่เราไม่มีฐานะที่จะนำสินค้าไปได้โดยตรง เหมาโล่นี่คือใส่เหมือนตู้คอนเทนเนอร์ เป็นแบบเหมาตู้ ปกติเสื้อผ้าใส่ได้ 6 กระสอบจะเต็มตู้ พอตีคือ 1 โล ราคา2,110 บาท นี่คือราคาโอท็อป ถ้าราคาธรรมดาแพงกว่านี้ กรณีขนส่งทางเครื่องก็ถูกไม่แพง แต่จากปัตตานีไปหาดใหญ่เหมาแท็กซี่ไป 700 บาท แล้วก็บวกกับค่าโอท็อป ประมาณกิโลละ 7.50 บาท ประมาณนั้นค่ะ แต่พอถัวเฉลี่ยแล้วก็เท่าๆกัน ส่วนไปรษณีย์จะส่งถึงที่ เมื่อก่อนบวก 200 บาท เดี๋ยวนี้บวก 250 บาท แต่ถ้าไปรถไฟ ชั่งกิโล ถ้าปริมาณเยอะก็จะได้ราคาถูก ของกลุ่ม 4 กระสอบ 600 กว่าบาท ประมาณ 120 โล ค่าขึ้น 20 บาท/กระสอบ ค่าลง 20 บาท/กระสอบ คือโดนทั้งขึ้นทั้งลงค่ะ คิดแล้วขึ้น 80 บาท ลง 80 บาท ก็เป็น 160 บาท บวกกับค่าเหมาแท็กซี่อีก 700 บาท ก็ถึงบางซื่อ กรุงเทพฯ เราก็ต้องจ้างคนมารับของไปที่เมืองทองอีก กระสอบหนึ่งก็ประมาณ 100 กว่าบาท ในส่วนของรถบริษัทขนส่งทั่วไปเขาไม่ได้ส่งให้เราถึงที่ เราต้องไปรับที่บริษัท แต่ถ้าลงมาจากกรุงเทพฯ สส.ทัวร์จะถูก แต่เราก็ต้องมารอของ เพราะเขาไม่มีสาขาในปัตตานี เราก็ต้องคอยประสานกับเขาว่าของมาถึงวันไหน กระสอบละไม่กี่บาท เพราะเขาจะเอาของใส่รถสิบล้อแล้วก็มาส่งให้ตามอำเภอต่างๆ แต่เขาก็ไม่ไป อ.มายอ เขามาแต่ในเมือง แล้วก็ต้องไปรับหาดใหญ่ต่อ พอมาถึงเขาก็จะโทรมาบอกว่าของคุณมาแล้วนะ อยู่สายนี้ เราก็ต้องรีบวิ่งตามเขา...”

2.1.7 ปัญหาสมาชิกในกลุ่ม การเข้ามามีส่วนร่วมของสมาชิกในการผลิตกับกลุ่มมีน้อยลง สาเหตุมาจากปัญหาความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ สมาชิกไม่กล้าออกพื้นที่ เพราะกลัวเหตุการณ์ความรุนแรง ต้องให้ผู้นำหรือประธานเป็นคนออกเอง อีกทั้ง ส่วนใหญ่แล้วสมาชิกกลุ่มทำเป็นรายได้เสริม จึงไม่ได้ให้ความสำคัญในส่วนของ การประชุมกลุ่มเท่าที่ควร เพราะสมาชิกจะสนใจในงานหลักของเขามากกว่า ความเสียสละ การมีส่วนร่วมต่างๆ ก็ลดน้อยลง และอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สมาชิกในกลุ่มแตกแยก คือการบริหารจัดการงบประมาณที่ได้รับมาจากภาครัฐหรือเอกชน เขาก็จะเลือกเฉพาะญาติๆ เข้ามาบริหารจัดการ ดังที่กลุ่มผู้ผลิต ประเภทสมุนไพร กล่าวว่า

“...อย่างกลุ่มของผมนะ มีสมาชิก 30 คน พอเวลาทำงานจริงคนนั้นไม่ว่าง คนนี้ก็ไม่ว่าง มาทำจริงไม่ถึง 10 คน เหมือนกับของอีกกลุ่มนั่นแหละ 5-6 คนที่มาจริงๆ คือจำหน้าได้ เรียกได้ว่าเป็นตัวยืนของกลุ่ม เหมือนอย่างวันนี้เจ้าหน้าที่โทรมา ก็บอกว่าไม่ว่างมั่ง อะไรมั่ง มันหลายอย่าง เหมือนกับตอนจะไปออกตลาด ก็กลัว แต่เราก็ไปการันตีเขาไม่ได้นะ ไปขายที่ปัตตานี เตี่ยวระเบิดมั่งอะไรมั่ง ผมบอกไม่ได้ คุณเป็นสมาชิกคุณต้องมา เตี่ยวผมขับรถมาส่งนะ แคะให้เขามาอยู่ที่บูธ เขาบอกว่าเนี่ย ถ้าเกิดระเบิดขึ้นจะว่าไง มีคนรับรองหรือ กลุ่มผมทำเป็นเพียงแค่อำไรได้เสริม ไม่ใช่รายได้หลัก เพราะเขาก็จะมีอาชีพหลักของเขาอยู่แล้ว เช่น กรีดยาง บางทีจะมาประชุมทางที่เขาจัดประชุมเขาก็ให้ค่าพาหนะ ค่ารถค่าน้ำมัน บางทีก็ 150 บาท 200 บาท แล้วแต่ระยะทาง แต่สมาชิกจะบอกว่าไปได้แค่นี้เขาอยู่กรีดยางที่บ้านดีกว่า บางครั้งตอนเข้าประชุม เขาก็มีเลี้ยงอาหารกลางวัน ถ้าประชุม 3 วันเขาก็มีที่พักให้ แต่สมาชิกมาบอกว่าค่ารถก็ยังไม่ให้เลย บางคนขี่มอเตอร์ไซด์ยังเสียค่าน้ำมันไม่เท่าไร แต่บางคนขับรถยนต์ต้องเสียค่าน้ำมันแพงกว่า แล้วสมาชิกก็มาบ่นว่าไม่ได้อะไรเลย ประธานกลุ่มจึงต้องชดเชยค่าน้ำมันรถให้เขา แต่มันก็มีอยู่ในกฎระเบียบว่าเป็นค่าพาหนะ แต่ก็ให้เขาเบิกตามจริง จริงๆแล้วก็มองว่าสมาชิกเขาก็เสียสละนะ เพราะเขากกรีดยางได้เยอะกว่านั้น แต่นั่นที่ผมมองว่ามันเป็นปัญหาของสมาชิก...”

กลุ่มผู้ผลิต ประเภทอาหาร (ลูกหยี) กล่าวว่า

“...ในเรื่องของการพูดคุยกับสมาชิกในกลุ่มมันไม่ง่ายหรอกค่ะ ยิ่งเศรษฐกิจแบบนี้มันก็ยังมีปัญหา ส่วนใหญ่ก็จะคุยกันก็เรื่องงานของเขา เขาบอกว่าเขาก็ต้องทำงาน สมาชิกไม่ค่อยมีส่วนร่วมเท่าไร แต่พอเรื่องเงิน ปันผล จะเอาเร็วๆ ถ้าเทียบการเสียสละของสมาชิกเมื่อก่อนกับตอนนี้ เมื่อก่อนดีกว่าค่ะ เพราะเมื่อก่อนเขายังไม่รู้เรื่องอะไร งานของเขาก็ยังไม่ต้องกระตือรือร้นเท่าไร แต่สมัยนี้ต้องกระตือรือร้นเรื่องงาน

แต่บางกลุ่มนั้น พบว่าสมาชิกมีการพูดคุยกันง่ายขึ้นกว่าเดิม นื่อง่ายขึ้น มีความสามัคคี สมาชิกมีความกล้าหาญ และมีความรับผิดชอบขึ้น มีความรู้เพิ่มขึ้นทำให้กล้าคิดกล้าพูดมากขึ้นกว่าเดิม ดังที่กลุ่มผู้ผลิต ประเภทอาหาร (น้ำพริก) กล่าวว่า

“...สำหรับของกลุ่มนั้น คุยกันง่ายกว่าเก่า เช่น เมื่อก่อนสมาชิกไม่ค่อยได้มาทำอะไรร่วมกันแบบนี้ เดี่ยวนี้พอจะทำน้ำพริกก็โทรไป ถ้าไม่ว่างก็เอาคนใหม่ๆมาแทน กลางคืนก็ทำ แต่ถ้าให้มาประชุมไม่ค่อยจะมา ในส่วนของเงินปันผลนั้น เราก็จะอธิบายให้สมาชิกเข้าใจอย่างชัดเจนว่าคนที่มาทำอะไรจะได้เยอะ คนที่ไม่ทำก็ไม่ได้ คุยง่ายเขาก็ยอมรับ แล้วในเรื่องของการประชุม เขาก็ไม่ได้คั่งเคย แต่ถ้ามีประชุมในหมู่บ้านเขาจะมา แต่ถ้าโรงแรมนี้ไม่มา ถึงแม้บอกว่าจะให้มาฟังอย่างเดียวเขาก็ไม่มา เขาบอกว่ากลัว เวลาเขาถามอะไรแล้วตอบไม่ได้ แค่นี้แนะนำตัว ยังไม่กล้าบอกว่าชื่ออะไรเลย สมาชิกบางคนที่เป็นมุสลิม เขาบอกว่าเขาพูดภาษากลางไม่แข็งแรง เขาจึงไม่อยากจะมา เขารู้เรื่องอยากจะทำ แต่พูดออกมาไม่ได้ สำหรับการทำงานบริหารกลุ่มของเรา เมื่อ 5 ปีก่อนกับปัจจุบันนี้ มีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น เมื่อก่อนประธานเองก็ยังไม่กล้าพูด มีประชุมก็อยู่ข้างหลัง พอเราได้รับความรู้เพิ่มขึ้นเราก็อ้างที่จะพูดกล้าทำมากขึ้น เวลาทำอะไรก็กล้าทำกล้าแสดงออก และประธานกลุ่มก็ได้นำความรู้ที่ได้ไปถ่ายทอดให้กับสมาชิกในกลุ่ม และเขาก็เข้าใจค่ะ...”

กลุ่มผู้ผลิต ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย (กะปิเยาะ) กล่าวว่า

“...ก็คล้ายๆ กับของน้ำพริก เราทำรายได้ตามการผลิต แล้วเราก็สัญญากับสมาชิกว่า ใครที่ไม่ทำคนนั้นก็ไม่ได้เป็นสมาชิก เป็นสมาชิกก็ต้องผลิตให้ได้ แต่ของเราแบ่งปีละครั้ง สมาชิกก็มีความกล้าหาญ มีความรับผิดชอบเยอะ เขาได้รู้เยอะๆ อย่างน้อยได้รู้ว่าสหกรณ์มีความสม่ำเสมอ ช่วยเหลือประชาชน มีสหกรณ์ไว้เป็นแหล่งเงินทุนให้กลุ่มได้ทำการกู้ยืม คอยช่วยถ่ายทอดความรู้ การค้าภายในก็รู้จักเหมือนกัน...”

กลุ่มผู้ผลิต ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย (สตรีกลาง) กล่าวว่า

“...ของกลุ่มสมาชิกไม่ค่อยมีปัญหา คือสมาชิกมีความสามัคคี เวลาที่มีการนัดการตัดเย็บเสื้อผ้า สมาชิกก็จะมาตามนัด ไม่ค่อยชด เวลาออกตลาด คนผลิตจริงๆมีแค่ 4 คน ก็คนเดิมๆนี้แหละที่ออกตลาด ก็คือแม่กับหนู ส่วนเรื่องการประชุมถ้าแม่ติดประชุมหนูก็มาแทน...”

หน่วยงานราชการ สถาบันฮาลาล กล่าวว่า

“...ก็มีโอกาสได้พบกลุ่มหลายๆ กลุ่มใน 3 จังหวัดนี้ และได้ทำงานร่วมกับสภาเศรษฐกิจชาวบ้านปัตตานี สภานี้ก็ได้มีการทำวิจัยในลักษณะนี้เหมือนกัน เริ่มต้นจากที่เขาสืบค้นข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้ข้อมูลมาทั้งหมดประมาณ 1,500 กว่ากลุ่ม จากนั้นเขานำข้อมูลลงพื้นที่สำรวจจริง สรุปว่ามีกลุ่มที่ดำเนินการอยู่จริงๆ 359 กลุ่ม เขาก็ได้มีการติดตามสอบถามว่ากลุ่มที่เหลือไปไหน จึงได้ผลว่าบางกลุ่มจัดตั้งเพื่อรับงบประมาณ แต่พอใช้จ่ายงบประมาณนั้นหมดก็สลายกลุ่มไป เขาใช้คำว่ากลุ่มจัดตั้ง และได้ร่างโครงการขึ้นมาเพื่อของบ มีการไปลารายชื่อคนในหมู่บ้าน พอได้ชื่อมาก็ไปของบ แล้วก็จ้างบนั้นมาบริหารจัดการ พอจบหมดก็หาย อีกอันหนึ่งก็

คือสาเหตุที่กลุ่มแตกแยกก็คือ เวลางบมาเขาก็จะเลือกแต่พวกญาติๆ ของเขามาบริหารจัดการ นี่คือปัญหาที่กลุ่มสะท้อนมาจากที่เราได้ไปนั่งร่วมรับฟัง ก็ปัญหาประมาณอย่างนี้...”

2.1.8 ปัญหาความไม่ซื่อสัตย์ พบว่าปัญหานี้จะเจอค่อนข้างบ่อย ผู้ผลิตบางรายไม่มีความจริงใจต่อลูกค้า สินค้ามีการยัดไส้ มาตรฐานของสินค้าไม่เท่ากันแต่จำหน่ายในราคาเดียวกัน ซึ่งผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดก็คือผู้บริโภค และในเรื่องของการรับปากกับหน่วยงานแล้วไม่ทำตามนัด จึงโดนบัญชี ดังที่หน่วยงานราชการ การค้าภายใน กล่าวว่

“...คือเท่าที่เจอ เพราะเราเป็นตัวกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค สิ่งที่เจอบ่อยที่สุดในเรื่องของความซื่อสัตย์ของผู้ผลิต ตอนเริ่มเปิดตลาดแรกๆ 1-3 ครั้ง เกรด A พอหลังจากเกรด A ลดเป็นเกรด B เกรด C ทั้งที่ราคาก็ยังคงเหมือนเดิม คนที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือผู้บริโภค และก็คนกลางที่ติดต่อกัน ส่วนผู้ผลิตยังได้เหมือนเดิม แต่พอสักระยะหนึ่ง ผู้บริโภคจะไม่สนใจแล้ว ทีนี้ก็มีปัญหากันระหว่างคนกลาง ทางหน่วยงานกับผู้ผลิต เราต้องไปคุยกัน เขาบอกว่าเขาผลิตกันในเกรดนี้มาตลอดเลย แต่มีการยัดไส้ อันนี้คือเรื่องจริง และที่เห็นชัดๆก็คือผู้ผลิตที่นำสินค้าไปจำหน่ายมีหลายเกรด ถ้าเป็นลูกค้าจรโดนเลย ผู้ขายก็ให้สินค้าเกรดไม่ดีไป ซึ่งตรงนี้พอลูกค้าซื้อไปแล้วไปเทียบกับที่เคยซื้อไปมันไม่โอเค ลูกค้าก็มาครั้งเดียวแหละคะ ก็ไม่มาอีกแล้ว จริงๆ แล้วไม่ว่าจะเจตนาหรือไม่ก็ตาม เราก็จะต้องบอกเขาว่าสินค้านี้เกรดอะไร บอกให้ชัด เรื่องราคาติดป้ายให้ชัดเจน เช่น เกรด A ราคา 200 บาท เกรด B ราคา 180 บาท เกรด C ราคา 150 บาท เป็นต้น ถ้าเราซื่อสัตย์ต่อตนเอง และซื่อสัตย์ต่อทุกอย่าง มันจะไปได้ดีกว่านี้ ส่วนใหญ่ก็เจอแต่ปัญหาอย่างนี้ซ้ำๆ แก้กันอยู่บ่อยๆ แล้วก็มาแก้ที่ปลายทาง จริงๆ แล้วมันเป็นปัญหาที่ต้นทาง

บางกลุ่มมีการรับปากกับทางหน่วยงานว่าจะไปออกร้าน แต่ก็เบี้ยว อาจจะเพราะไม่ทันจริงๆ แต่เขาล็อคที่ไว้แล้ว ทางนั้นเขาก็เสียหาย เหมือนกับ 3 จังหวัดเขาเล่นรับหมดเลย แล้วก็มาด่าว่าจังหวัดไหนขายได้ดีก็ไปจังหวัดนั้น ซึ่งเป็นการไม่รับผิดชอบ พอโดนบัญชีด่าก็ไปเปลี่ยนชื่อกลุ่มใหม่ นี่แหละสิ่งที่เขาขาดก็คือความซื่อสัตย์...”

## 2.2 แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนากลุ่มผู้ผลิต

### 2.2.1 การบริหารจัดการ ควรให้ความสำคัญในเรื่องต่างๆ ดังนี้

1) ฐานข้อมูลกลุ่ม หน่วยงานควรมีข้อมูลของกลุ่ม ที่เป็นจริงและเป็นปัจจุบัน เพื่อที่จะสามารถประสานงานได้โดยตรงกับกลุ่มผู้ผลิต ควรมีการจัดการฐานข้อมูลกลุ่มอาชีพ ซึ่งระบุถึงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิต หากหน่วยงานได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันก็จะเป็นผลดีในการส่งเสริมกลุ่มต่อไปในอนาคต

2) การดำเนินงานของกลุ่ม สิ่งที่ขาดไม่ได้ที่กลุ่มควรให้ความสำคัญคือเรื่องของการบริการด้วยความเต็มใจ มี service mind มีความรับผิดชอบ และความซื่อสัตย์ในผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จะสามารถทำให้กลุ่มสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างยั่งยืน

- 3) การเงินการบัญชี ควรมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกลุ่ม เพื่อความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ มีการจัดสรรเงินปันผลให้กับสมาชิกในกลุ่ม และ ค่าตอบแทนตามความเหมาะสมโดยวัดจากการทำงาน เพื่อไม่ให้เกิดการได้เปรียบหรือเสียเปรียบกัน ภายในกลุ่ม
- 4) คณะกรรมการกลุ่ม ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการกลุ่มที่ชัดเจน และ มอบหมายงานให้กับสมาชิกทุกคนได้มีส่วนร่วมในทุกกิจกรรมของการดำเนินงานต่างๆ
- 5) ระเบียบ/กติกากลุ่ม ควรมีกฎระเบียบของกลุ่มที่ชัดเจน และสมาชิก ในกลุ่มต้องปฏิบัติตามระเบียบกติกาของกลุ่มด้วย
- 6) ทุนหมุนเวียน กลุ่มผู้ผลิตสามารถกู้ยืมเงินสหกรณ์มาใช้ในการดำเนินงาน ได้ สำหรับดอกเบี้ยนั้นจะขึ้นอยู่กับสหกรณ์ต้นสังกัด ว่ากำหนดดอกเบี้ยอย่างไร
- 7) การจัดหาทุนสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มผู้ผลิตก็ เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานต่างๆ มากขึ้น อีกทั้งยังมีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือและผลักดันกลุ่ม หรือ ให้งบประมาณในการพัฒนาอีกด้วย กลุ่มผู้ผลิตจึงสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วม โครงการในการเขียนแผนธุรกิจเพื่อของบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ได้

### 2.2.2 การผลิต ควรให้ความสำคัญในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ควรมีการส่งสมาชิกเข้าอบรมเพื่อนำความรู้มา พัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง
- 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การทำบรรจุภัณฑ์ควรขึ้นอยู่กับค่านิยมของผู้บริโภคด้วย ซึ่งผู้บริโภคในปัจจุบันจะเน้นความสะดวก อาจจะมีการทำแพคเกจจิ้งที่สะดวกต่อการ พกพา
- 3) มาตรฐานสินค้า ค่านิยมของผู้บริโภคในปัจจุบันค่อนข้างเน้นในเรื่องของ ความปลอดภัย เพราะเขาจะห่วงในเรื่องของสุขภาพ ผลิตภัณฑ์จึงควรมีมาตรฐานต่างๆรองรับ จะเป็นการสร้างจุดขายให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้เช่นกัน ผลิตภัณฑ์ที่มีงานวิจัยมารองรับ ก็เป็นการ สร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้น สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค ซึ่งสถาบันฮาลาล คณะ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เห็นความสำคัญในส่วนนี้ และมีความยินดี ในการให้คำปรึกษาต่างๆ เช่น การยืดอายุของผลิตภัณฑ์ (อาหาร) การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เพื่อขอรับ มาตรฐาน ต่างๆ เช่น ออย. มผช. เป็นต้น ซึ่งสถาบันฮาลาลจะทำการวิเคราะห์ให้ฟรี หากต้องการให้ ผลิตภัณฑ์มีงานวิจัยมารองรับ ก็สามารถส่งไปยังศูนย์วิทยาศาสตร์อาหารฮาลาลตรวจวิเคราะห์ ใน ส่วนของเครื่องสำอางค์ สามารถส่งไปยังคณะเภสัช หาดใหญ่ตรวจวิเคราะห์ได้เช่นกัน
- 4) การตั้งชื่อแบรนด์และโลโก้ ควรมีการมีตั้งชื่อแบรนด์และโลโก้ของ ผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ จะทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้ง่ายขึ้น การที่ไม่มีตรา ยี่ห้อติดอยู่ที่ผลิตภัณฑ์นั้น ก็จะมีการต่อราคาเกิดขึ้น ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้นจะดีกว่าผลิตภัณฑ์ที่มี ยี่ห้อก็ตาม ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่มั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ เพราะเห็นว่ามีการถูกกว่าอาจจะทำไม่ได้ ในส่วนนี้สถาบันฮาลาล มีบริการออกแบบโลโก้และช่วยตั้งชื่อแบรนด์ผลิตภัณฑ์ให้ฟรีเช่นกัน

5) การนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการผลิต ทำให้กลุ่มสามารถผลิตสินค้าได้จำนวนมากขึ้น ลดเวลาในการผลิต

### 2.2.3 การตลาด ควรให้ความสำคัญในเรื่องต่างๆ ดังนี้

1) การส่งเสริมการตลาด การจัดงานมหกรรมแสดงสินค้า ถึงแม้ว่าจะไม่มีการจัดใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ แต่ก็ควรส่งเสริมให้กลุ่มไปออกงาน จุดประสงค์เพื่อให้กลุ่มสามารถหาตลาดใหม่ๆ และลูกค้าใหม่ๆ ในต่างจังหวัดเพราะจะขายได้ดีกว่าในจังหวัดของเราเอง การออกร้านเป็นเพียงการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดเท่านั้น เป็นการแนะนำให้คนรู้จักเรา เห็นถึงความสวยงามของเรา เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเอง

2) การสร้างตลาดที่ยั่งยืน “งานการตลาดที่แท้จริง ไม่ใช่การไปสร้างความต้องการ ลงๆให้กับผู้บริโภค แต่ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานความจริง จึงจะนำไปสู่ความยั่งยืนได้” นอกจากนี้ต้อง “ซื่อสัตย์” ซึ่งเป็นหัวใจที่จะผลักดันแนวคิดนี้ให้ประสบความสำเร็จ

3) การกระจายสินค้าออกนอกพื้นที่ ในทำเลที่เหมาะสม จะทำให้กลุ่มผู้ผลิตสามารถสร้างรายได้มากขึ้น ซึ่งในอนาคตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ควรจะมีศูนย์กระจายสินค้าในต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ เพื่อรองรับการตลาดของสินค้าสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ให้เกิดความยั่งยืนทั้งรายได้และการตลาดต่อไป

4) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ หรือ social network ต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มง่ายขึ้น

5) มีการเพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้า ควรมีการเปิดร้านจำหน่ายของกลุ่มผู้ผลิตใน 3 จังหวัดชายแดนใต้เป็นของตนเองและเป็นร้านค้าที่เข้าถึงตลาด อยู่ในพื้นที่อื่น เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของร้าน ขายเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น และสินค้าจะได้ราคาสูงขึ้น มีแหล่งจำหน่ายสินค้าแน่นอน ส่วนการออกร้านและวิธีการจำหน่ายแบบเดิมก็ให้ดำเนินการต่อไป

### ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. ความต้องการให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือกลุ่มผู้ผลิตในด้านต่างๆ ดังนี้

1.1 การผลิต กลุ่มผู้ผลิตต้องการให้ช่วยเหลือในด้านของอุปกรณ์ในการผลิตโดยเฉพาะตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์ เพราะเวลาที่กล้วยมาเยอะตู้จะไม่เพียงพอ และในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

1.2 เงินทุน กลุ่มผู้ผลิตต้องการให้ช่วยเหลือในเรื่องของงบประมาณ ซึ่งตอนนี้กลุ่มต้องใช้งบประมาณของกลุ่มเองทั้งหมด ซึ่งตอนนี้มีเงินที่แพงด้วย

1.3 ราคาสินค้า กลุ่มผู้ผลิตต้องการให้ช่วยเหลือเรื่องของราคาสินค้า เนื่องจากวัตถุดิบที่มีราคาแพงขึ้น แต่ราคาสินค้ายังคงเดิม

1.4 การสนับสนุนการตลาด ต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมทางการตลาดให้กับกลุ่ม

2. แนวคิดในการขยายตลาดของกลุ่มผู้ผลิตที่วางไว้ในอนาคต ดังนี้

2.1 หากกลุ่มมีเครื่องมือในการผลิตที่ทันสมัย กลุ่มจะสามารถผลิตสินค้าได้จำนวนมาก และสามารถขยายตลาดได้มากขึ้น

2.2 หากกลุ่มมีผลผลิตเพียงพอ กลุ่มก็จะสามารถขยายตลาดได้กว้างขึ้น เช่น ห้างสรรพสินค้า

Prince of Songkla University  
Pattani Campus