



แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและช่องทางการตลาดมะเขือเทศราชินี
กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
ศิริภรณ์ พงศ์ลี¹, สรินโย สอดสี² และเกตุวดี สมบูรณ์ทวี^{3*}

**Guidelines for Improving Community enterprise and Marketing Channel of Cherry Tomatoes A
Case Study of Tambon Don Tum, Amphoe Bang Len, Province Nakhon Pathom**
Siriporn Ponglee¹, Sarinyo Sodsee² and Kedwadee Sombultawee¹

¹สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดเพชรบุรี 76120

²สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดเพชรบุรี 76120

³อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร 76120

¹Student in Marketing Major, Faculty of Management Science, Silpakorn University 76120

²Student in Marketing Major, Faculty of Management Science, Silpakorn University 76120

³Lecturer, Faculty of Management Science, Silpakorn University 76120

* siripormild11@gmail.com, sarinyothekik@gmail.com, kedwadee_so@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม และเพื่อศึกษาถึงช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าแปรรูปของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ประธานกลุ่ม นายประยงค์ วงษ์สกุล ซึ่งคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เป็นเรื่องเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและช่องทางการจัดจำหน่ายของมะเขือเทศราชินีและได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ จากเอกสารงานวิจัย บทความที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการอ้างอิง

ผลการวิจัยพบว่าแนวทางการพัฒนาที่สำคัญของวิสาหกิจชุมชนคือ การร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในการพัฒนาเครื่องมือในการผลิตมะเขือเทศราชินี การพัฒนาทักษะของสมาชิกในกลุ่ม ช่องทางการจัดจำหน่ายมะเขือเทศราชินีแบ่งตลาดออกเป็น 2 ระดับคือ ตลาดระดับบน คือห้างสรรพสินค้าห้างบิ๊กซี ท็อปซูเปอร์มาเก็ต ร้านสะดวกซื้อ (7-11) ซีเจเอ็กเพรส และร้านเพื่อสุขภาพอีกหลายแห่ง และตลาดระดับล่าง คือ ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง ปากคลองตลาด ตลาดท่องเที่ยว ตลาดน้ำดอนหวาย และตลาดน้ำลำพญา ร้านผลิตภัณฑ์โอท็อปจังหวัดนครปฐม

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา ช่องทางการตลาด วิสาหกิจชุมชน มะเขือเทศราชินี

Abstract

This research aimed to study Guidelines for Improving Community enterprise and study to Marketing Channel of Cherry Tomatoes A Case Study of Tambon Don Tum, Amphoe Bang Len, Province Nakhon Pathom. This research paper is qualitative. The primary data collection was conducted by in-depth interviews with the main informant, Mr. Prayong Wongsakul, who was interviewed about the guidelines for community enterprise development and distribution channels of the Cherry Tomatoes. And it collects data from geographic sources from research papers, related articles for reference purposes.

The results show that the main developmental guidelines for community enterprises are Collaboration with public and private organizations to develop tools for the production of queen tomatoes. Improving the skills of



group members. The queen tomato distribution channels are divided into two levels: the upper market is the Big C department store. Top Supermarket Convenience stores (7-11), CJ Express and many other health stores. The lower market is the market square market square Pak Klong market tourism market. Don Wai Floating Market and floating floating market. OTOP products in Nakhon Pathom.

Keywords: Development approach, Marketing channels, Community enterprise, Cherry Tomatoes

บทนำ

ประเทศไทยมีแนวทางในการพัฒนาประเทศมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน “ประเทศไทย 1.0” ที่เน้นภาคการเกษตร ไปสู่ “ประเทศไทย 2.0” ที่เน้นอุตสาหกรรมแต่เป็นอุตสาหกรรมเบา และก้าวสู่โมเดลปัจจุบัน “ประเทศไทย 3.0” ที่เน้นอุตสาหกรรมหนักและการส่งออก โดยรัฐบาลสมัยปัจจุบันมีแนวคิดในการพัฒนาประเทศไปสู่ยุคประเทศไทย 4.0 การปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ คือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” เปลี่ยนจากเกษตรแบบดั้งเดิมมาเป็นเกษตรแบบสมัยใหม่ เกษตรกรสามารถก้าวขึ้นมาเป็นผู้ประกอบการได้ด้วยตนเอง เกษตรกรสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของตนเองได้โดยการรู้จักพึ่งพาตัวเอง ใช้นวัตกรรมเข้ามาช่วยพัฒนาการเกษตรให้ก้าวหน้ามากขึ้น และในปัจจุบันประเทศยังต้องเผชิญกับสภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ จึงต้องให้ความสำคัญกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เพราะจะเป็นแนวทางในการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2560)

ภาคเกษตรกรรมของไทยเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของเกษตรกร ไม่ว่าจะเป็นผลผลิตทางการเกษตร ปัญหาจากภัยธรรมชาติ ปัญหาเศรษฐกิจ รวมทั้งผลผลิตมีจำนวนมากเกินความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำลง จนทำให้เกษตรกรมีภาระหนี้สิน ดังนั้นเกษตรกรควรมีวิธีการแก้ปัญหาข้อบกพร่องต่าง ๆ และความไร้ประสิทธิภาพของเทคนิคในการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินการแบบเดิม การวางแผนให้มีประสิทธิภาพ ค้นหาเทคนิควิธีการใหม่ ๆ ให้มีความก้าวหน้าทางด้านต่าง ๆ ให้มีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 คือ การยกระดับคุณภาพของกลุ่ม SMEs การเกษตรต้องเปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ เน้นการบริหารจัดการและใช้เทคโนโลยีหรือ Smart Farming นำไปสู่การเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2560)

จากการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพบว่า (ฐิติมา, 2558) ได้ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนว่าในการพัฒนานั้นต้องใช้ความรู้ที่มีระบบ มีการวางแผนการจัดการที่ดี ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ วิสาหกิจสามารถยกระดับการพัฒนาให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่ง โดยมีการพัฒนาสินค้าให้เป็น Smart Product ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ได้ว่า แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนนั้น ต้องได้รับการถ่ายทอดความรู้จากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ มีการแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับวิสาหกิจของตนเอง การกำหนดเป้าหมายและทิศทางที่มุ่งไปสู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน การเตรียมพร้อมสำหรับการลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

วิสาหกิจชุมชนตำบลอนตุม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เกิดจากการรวมกลุ่มกันของเกษตรกรที่ประกอบอาชีพปลูกผักปลอดสารพิษ แต่ประสบปัญหาราคาสินค้าตกต่ำ ทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอเลี้ยงครอบครัว เกษตรกรจึงหันมาปลูกมะเขือเทศราชินี โดยได้รับการส่งเสริมด้านเมล็ดพันธุ์จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน ระยะแรกมะเขือเทศให้ผลผลิตจำนวนมาก ส่งผลให้ผลผลิตล้นตลาด กลุ่มจึงได้แก้ไขปัญหา โดยนำมะเขือเทศที่ล้นตลาดและผลที่ไม่ได้ขนาดมาแปรรูปเป็นมะเขือเทศราชินีแช่อบแห้ง ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสหกรณ์จังหวัดนครปฐม และได้รับคัดเลือกจากคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้วิสาหกิจชุมชนแห่งหนึ่งของจังหวัดนครปฐม

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและช่องทางการตลาดที่ดีนั้นเป็นสิ่งสำคัญซึ่งจะทำให้กลุ่มเกษตรกร หรือวิสาหกิจชุมชนได้มีแนวทางในการประกอบกิจการที่เหมาะสม ดังนั้นผู้วิจัยจะศึกษาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและช่องทางการตลาดมะเขือเทศราชินี ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลอนตุม อำเภอบางเลน จังหวัด



นครปฐม ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจดังกล่าวมีความสอดคล้องกับ Smart Farming จากเกษตรกรพัฒนามาเป็นผู้ประกอบการซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจในปัจจุบัน (ฤทัยชนก, 2558) การทำวิจัยนี้เพื่อเป็นแนวทางและประโยชน์ให้เกิดผลสัมฤทธิ์ให้กับเกษตรกรยุคเก่าและใหม่รวมไปถึงกลุ่มวิสาหกิจอื่น ๆ ได้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและช่องทางการจัดจำหน่าย โดยสามารถนำไปพัฒนาต่อได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาถึงช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าแปรรูปของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

วัสดุอุปกรณ์และวิธีการ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ นายประยงค์ วงษ์สกุล ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และช่องทางการตลาดของมะเขือเทศราชินี ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารต่างเพิ่มเติม ได้แก่ หนังสือบทความ วารสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกของประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นายประยงค์ วงษ์สกุล
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาวิสาหกิจชุมชนตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2560 ถึงมีนาคม 2560

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครอบคลุมมากที่สุดโดยคำถามจะมีลักษณะแบบปลายเปิด (Open-ended Question) ให้อิสระกับผู้ตอบคำถามการวิจัยได้แสดงความคิดเห็น
2. เครื่องมือที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ คือ สมุดจดบันทึก ปากกา เครื่องบันทึกเสียง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภทที่สำคัญ ได้แก่

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ของผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) คือ นายประยงค์ วงษ์สกุล ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสารประเภทต่าง ๆ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ เอกสาร รวมถึงงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลมาเป็นพื้นฐานในการดำเนินการศึกษาวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและช่องทางการตลาดของมะเขือเทศราชินี



วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวางแผนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่มหลัก คือ นายประยงค์ วงษ์สกุล ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม และสมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและช่องทางการตลาดของมะเขือเทศราชินี ผู้วิจัยเลือกใช้คำถามปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามที่มีลักษณะเป็นคำถามเดียวกัน

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

(อรุณี อ่อนสวัสดิ์, 2551) ได้สรุปไว้ว่า เนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพไม่เน้นที่การสร้างเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ในส่วนของความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล รวมถึงการตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ จะต้องตรวจสอบขณะเก็บข้อมูลอยู่ในภาคสนาม และตรวจสอบอีกครั้งเมื่อออกจากภาคสนามว่าข้อมูลที่ได้นั้นเพียงพอที่จะตอบคำถามวิจัยหรือไม่ซึ่งในการตรวจสอบความถูกต้อง นิยมใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) โดยตรวจสอบ 3 ลักษณะ ทั้งด้านข้อมูล ด้านผู้วิจัย และด้านวิธีการดังนี้

- 1) การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูล เป็นการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านของสถานที่ เวลา และบุคคล เพื่อพิจารณาว่า ถ้าเก็บข้อมูลต่างสถานที่ ต่างเวลาและ ผู้ให้ข้อมูลไม่ใช่บุคคลคนเดียวกับข้อมูลที่ได้นั้นจะเหมือนเดิมหรือไม่
- 2) การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านผู้วิจัย เป็นการตรวจสอบข้อมูลว่าถ้ามีการเปลี่ยนผู้เก็บข้อมูลเป็นผู้อื่นที่ไม่ใช่ผู้วิจัย ข้อมูลที่ผู้เก็บข้อมูลแต่ละคนสามารถได้ข้อมูลที่มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ถ้าผู้เก็บข้อมูลทุกคนพบว่าข้อมูลที่ได้มีความเหมือน ตรงตรงกัน แสดงว่าข้อมูลที่ได้มาที่มีความถูกต้อง
- 3) การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านวิธีการ เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากวิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลายแล้วได้ข้อมูลที่มีความตรงกัน แสดงว่าข้อมูลที่ได้มีความถูกต้อง

ผลการศึกษา

ผู้วิจัยจะนำเสนอภาพรวมของวิสาหกิจชุมชนตำบลดอนตูมเพื่อเป็นพื้นฐาน และนำไปสู่การตอบคำถามถึงแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและช่องทางการจัดจำหน่ายของมะเขือเทศราชินี

ประวัติความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชน ตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

วิสาหกิจชุมชนตำบลดอนตูม ตั้งอยู่ที่ 110 หมู่ 6 ตำบลดอนตูม อำเภอบางเลนจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วยสมาชิก 104 คน โดยแต่เดิมเป็นเกษตรกรที่ประกอบอาชีพปลูกผักปลอดสารพิษและมีการรวมกลุ่มกันปลูกกระเจี๊ยบเขียว แต่มาประสบปัญหาหาราคาผลผลิตตกต่ำทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอในการเลี้ยงครอบครัว เกษตรกรจึงหันมาปลูกมะเขือเทศเชอร์รี่หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า มะเขือราชินี โดยได้รับการส่งเสริมด้านเมล็ดพันธุ์จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน การปลูกมะเขือเทศราชินีในระยะเริ่มแรกให้ผลผลิตที่มีคุณภาพดี มีราคาสูงแต่เนื่องจากมะเขือเทศราชินีเป็นพันธ์ที่ให้ผลตกมาก เมื่อเกษตรกรปลูกมากขึ้น จึงทำให้ผลผลิตล้นตลาดขายได้ราคาไม่คุ้มกับต้นทุนการผลิตหรือบางช่วงช่วงฤดูการผลิตภัยพิบัติผลผลิตเกิดความเสียหายจากฝนซุก ภัยแล้ง ไม่สามารถจำหน่ายผลสดได้กลุ่มวิสาหกิจจึงหาวิธีนำมะเขือเทศมาแปรรูป เพื่อลดความเสียหายซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของสมาชิกเป็นอย่างมาก และยังสามารถเพิ่มช่องทางการตลาดสร้างอาชีพใหม่ สร้างรายได้ เกิดการมีส่วนร่วม ความสามัคคีของสมาชิกในชุมชนและเป็นการพัฒนาอาชีพการเกษตร

ในปี 2548 กลุ่มจึงได้แก้ไขปัญห โดยได้นำมะเขือเทศที่ล้นตลาด และผลที่เสียหายจากภัยธรรมชาติแปรรูปเป็นมะเขือเทศราชินีแช่อิมมอแบ่ง และมะเทศราชินีอบแห้งสามารถ โดยการสนับสนุนจากสำนักงานสหกรณ์จังหวัดนครปฐม และเมื่อรัฐบาลประกาศให้ใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงยื่นจดทะเบียน



วิสาหกิจชุมชนและได้รับอนุมัติเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม พ.ศ. 2548 จึงได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนในการพัฒนาทางด้านการผลิตและการตลาดทั้งมะเขือเทศผลสดและมะเขือเทศแปรรูปจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างๆ เรื่อยมาจนถึงปัจจุบันและได้รับคัดเลือกจากคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครปฐมให้เป็นแหล่งเรียนรู้วิสาหกิจชุมชนแห่งหนึ่งของจังหวัดนครปฐม

แนวทางการพัฒนา

วิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญกับการวางแผนการดำเนินงานเป็นอย่างมาก ซึ่งต้องทำให้ครบวงจร คือ “ผลิตได้ ขายเป็น” กล่าวคือ เมื่อเราผลิตสินค้าได้แล้วนั้น เราต้องจัดหาช่องทางการจำหน่ายเป็นของตนเอง ไม่จำเป็นต้องพึ่งตัวกลางเพียงอย่างเดียว โดยผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ใช้ตลาดเป็นเกณฑ์ในการผลิต ทั้งปริมาณ ราคา และคุณภาพ ทำให้ผู้บริโภคพอใจในสินค้า ซึ่งในปัจจุบันมีลูกค้าจำนวนมากที่ซื้อเพื่อไปขายต่อและลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคเข้ามาซื้อมะเขือเทศราชินีที่กลุ่มวิสาหกิจโดยตรง

วิสาหกิจชุมชน ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการแปรรูปมะเขือเทศราชินี ในรูปแบบการแช่อบแห้ง และในอนาคตได้มีการวางแผนที่จะพัฒนามะเขือเทศให้อยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบบผง ซีเรียล ส่วนประกอบของเครื่องสำอาง ขนมัง

วิสาหกิจชุมชนได้พัฒนาเครื่องจักรร่วมกับคณะอาจารย์และนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต และประสิทธิภาพในการผลิต วิสาหกิจได้พัฒนาตลาดไปสู่ตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์

การจัดสรรข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ มีการจัดเก็บข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ สามารถเรียกมาใช้งานได้สะดวกและรวดเร็ว

การประชาสัมพันธ์จะเน้นที่การผลิตของดี มีคุณภาพ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดคือ ปากต่อปาก เป็นการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน จากการออกผ่านทางอินเทอร์เน็ต และโบชัวร์ต่างๆ

แนวคิดในการจัดระบบวิสาหกิจชุมชน

1. องค์ความรู้ด้านการเกษตร ปลูกมะเขือเทศคุณภาพในระบบ GAP โดยมีการวางแผนของกลุ่มอย่างเป็นระบบเพื่อให้สมาชิกกลุ่มปลูกมะเขือเทศที่ดีมีคุณภาพที่สามารถสร้างเป็นอาชีพสร้างรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่มและเกษตรกรในชุมชนได้เป็นอย่างดี โดยให้สมาชิกมีหลักการความเข้าใจก่อนเข้าร่วมโครงการ โดยสมาชิกต้องเข้าใจพืชที่ปลูกว่ามะเขือเทศมีจุดอ่อน จุดแข็งอย่างไร จะปลูกในช่วงฤดูกาลไหน ต้องใช้พันธุ์อะไร โดยหลักที่สำคัญคือตลาดต้องการมะเขือเทศคุณภาพอย่างไร ตลาดเป้าหมายอยู่ที่ไหนบ้าง

2. การแปรรูปมะเขือเทศราชินี มะเขือเทศราชินีสามารถบริโภคได้ทั้งผลสดและยังสามารถปรุงเป็นอาหารได้ทั้งอาหารหวาน อาหารคาว ผู้บริโภคหลักคือกลุ่มผู้รักสุขภาพทุกวัย เหตุที่ต้องทำการแปรรูปมะเขือเทศ คือ

2.1 สร้างอาชีพใหม่ เพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกครอบครัวเกษตรกรในชุมชน

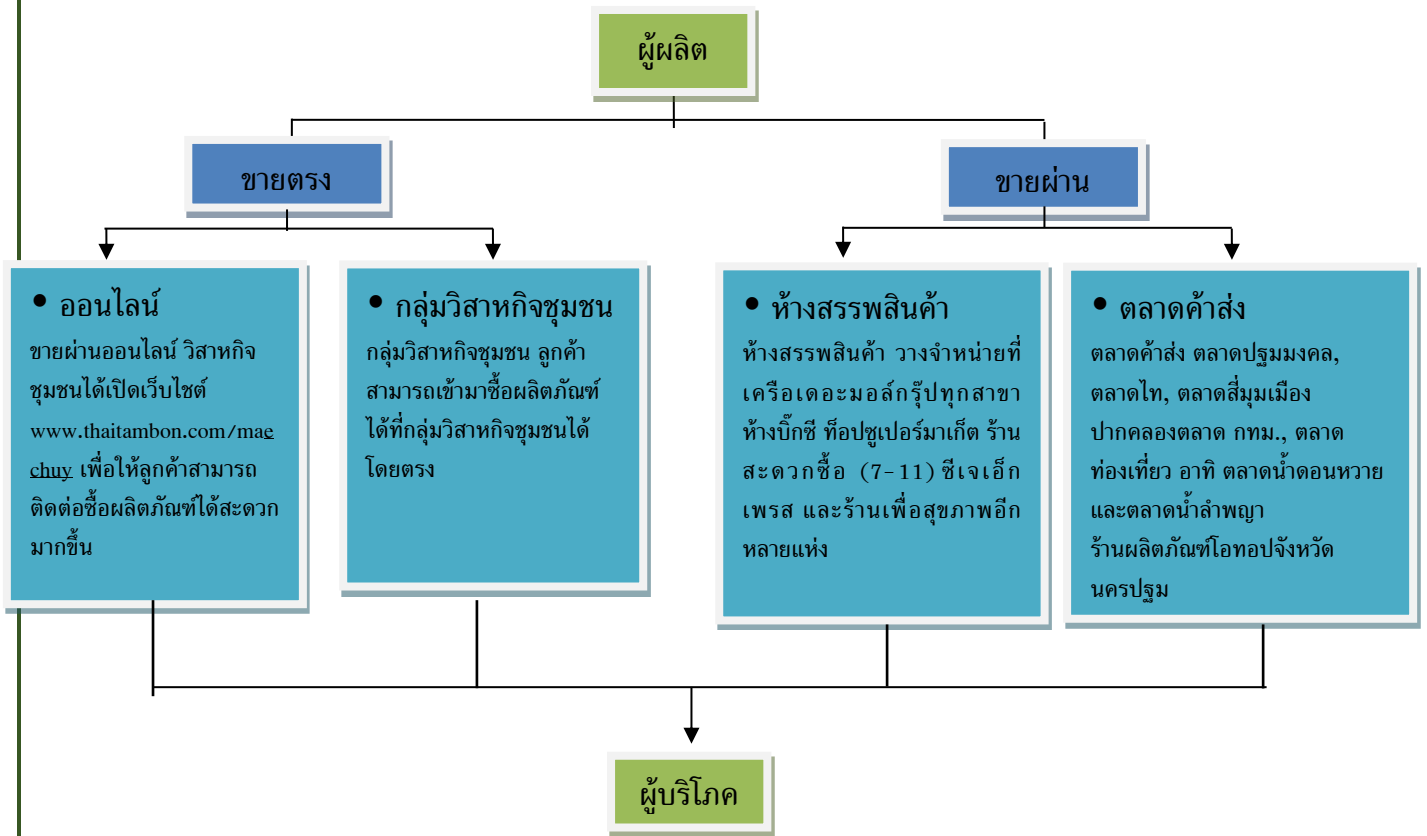
2.2 ลดผลกระทบของปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำ หรือปัญหาจากสินค้าล้นตลาด

2.3 เพื่อถนอมอาหารสามารถเก็บไว้บริโภคได้นาน เพิ่มมูลค่าผลผลิตและเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด

2.4 ความต้องการของผู้บริโภคที่มักบริโภคมะเขือเทศผลสดไม่ได้ แต่มีความต้องการที่จะได้ประโยชน์และคุณค่าของมะเขือเทศจึงต้องทำการแปรรูปที่ลดเงื่อนไขของกลิ่น และความชื้นของมะเขือเทศ เช่น การแช่อบแห้ง การทำแยมมะเขือเทศ ทำซอสมะเขือเทศ เป็นต้น



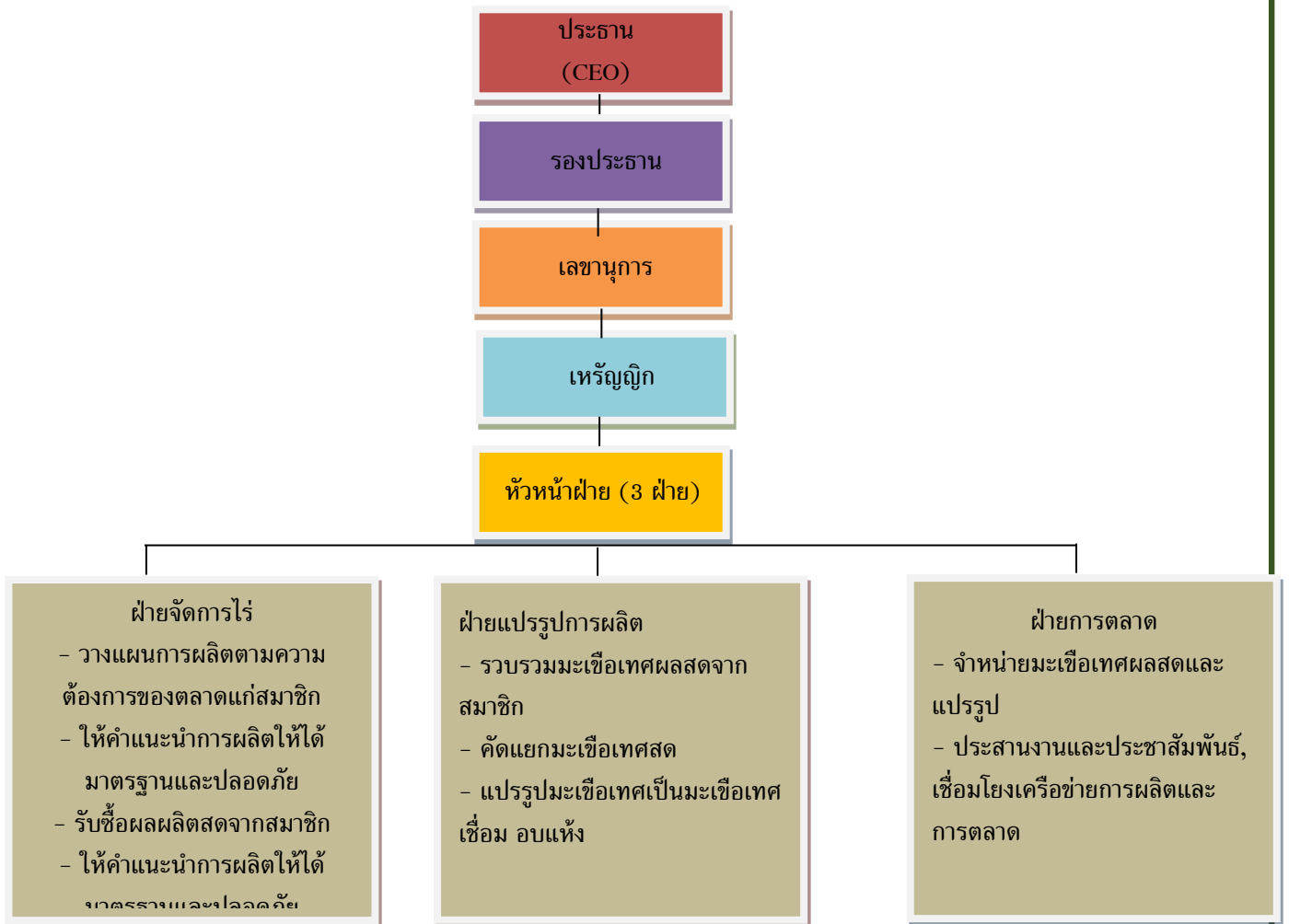
การบริหารจัดการตลาดช่องทางการจำหน่าย



การขนส่ง วิสาหกิจชุมชนจะเป็นผู้จัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เป็นการบริการให้กับลูกค้า



การวางแผนการดำเนินงาน คณะกรรมการบริหาร



อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาของวิสาหกิจชุมชน คือ จากเดิมที่เกษตรกรเคยประสบปัญหาเกี่ยวกับราคาผลผลิตตกต่ำ ทำให้ต้องผันตัวเองมารวมกลุ่มกันเพื่อปลูกมะเขือเทศราชินี (รัชนี, 2550) การรวมกลุ่มกันในรูปของวิสาหกิจชุมชนทำให้มีโอกาสที่จะได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานต่างๆ และสามารถขยายตลาดเชิงธุรกิจได้กว้างขึ้น ซึ่งในการปลูกมะเขือเทศราชินีนั้น ระยะแรกมะเขือเทศให้ผลผลิตที่มากส่งผลให้เกิดปัญหาสินค้าล้นตลาด กลุ่มจึงแก้ปัญหา ด้วยวิธีการแปรรูปเป็นมะเขือเทศราชินีเชื่อมอบแห้ง ถือเป็น การถนอมอาหารวิธีหนึ่งที่สามารถยืดอายุของมะเขือเทศให้นานขึ้น และยังเป็น การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอีกด้วย (Duangporn, 2556) ทางวิสาหกิจได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยศิลปากรในการพัฒนาเครื่องจักรเพื่อนำมาใช้ในการเพิ่มปริมาณการผลิต และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ (ปกรณ, 2538) ที่กล่าวถึงการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการพัฒนากระบวนการผลิตต่างๆ ให้รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยลดปัจจัยด้านแรงงานลง ส่งผลให้สมาชิกในกลุ่มมีเวลาที่จะดูแลกระบวนการผลิต การขนส่ง การจำหน่ายมากขึ้น

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ (งพล, 2556) ในเรื่องของแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน พบว่ามีความสอดคล้องกัน กล่าวคือ ทางวิสาหกิจชุมชนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคีต่างๆ ที่ได้เข้ามาฝึกอบรม ให้ความรู้และพัฒนาทักษะด้านต่างๆ แก่สมาชิกและเกษตรกรในพื้นที่ เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มสามารถนำความรู้มาใช้ในการทำงานอย่างมีระบบ มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจชุมชนได้ เนตเลอร์ (nadler, 1980, หน้า 4-5



อ้างอิงใน เต้นดวง คาตรง 2544 : 18) กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นคือการให้พนักงานได้ทำกิจกรรมเพื่อเพิ่มประสบการณ์และเรียนรู้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เพื่อปรับปรุงความสามารถในการทำงานให้เกิดความชำนาญในงานที่ต้องกระทำ

การจัดการช่องทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชน คือวางจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ทั้งในตลาดระดับบน (ตลาดปฐมมงคล, ตลาดไท, ตลาดสี่มุมเมือง, ปากคลองตลาด) และตลาดระดับบน (ห้างสรรพสินค้า วางจำหน่ายที่เครือข่ายเดอะมอลล์กรุ๊ปทุกสาขา ห้างบิ๊กซี ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ (7-11) ซีเจเอ็กเพรส และร้านเพื่อสุขภาพอีกหลายแห่ง) สอดคล้องกับงานวิจัยของ (รัชนิกร, 2553) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายผักปลอดสารพิษว่าผู้ผลิตควรจัดสรรผู้จัดจำหน่ายให้เหมาะสม ให้ครอบคลุมพื้นที่ตลาดได้กว้างขวาง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าของเราได้มากที่สุด แนวคิดนี้ใช้ต้นทุนต่ำเมื่อเทียบกับการที่ผู้ผลิตต้องขนส่งสินค้าไปสู่ผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

สรุปผลการศึกษา

1. จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพบว่า วิสาหกิจชุมชนได้เริ่มจากการรวมตัวของสมาชิกในชุมชนที่ต้องการสร้างรายได้ จึงได้ยื่นจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนซึ่งได้รับอนุมัติและได้รับการส่งเสริมทางต่าง ๆ โดยวิสาหกิจชุมชนนี้ได้วางแผนการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ วางเป้าหมายอย่างชัดเจน มีการรับมือกับความเสี่ยงในอนาคตจากเดิมขายผลสดเพียงอย่างเดียวแต่เมื่อเกิดปัญหาลิ้นค้าล้นตลาด จึงนำมะเขือเทศมาแปรรูปเป็นมะเขือเทศแช่อบแห้ง และจะมีการพัฒนาเป็นผงมะเขือเทศในอนาคต และยังร่วมมือกับหน่วยงานภาคีต่าง ๆ ช่วยกันพัฒนาเครื่องจักรสำหรับกระบวนการผลิตเพื่อลดจำนวนแรงงานลงและให้ได้ผลผลิตที่มากขึ้นและมีประสิทธิภาพที่คงที่

2. จากการศึกษาช่องทางการตลาดของมะเขือเทศราชินีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลอนตุม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า วิสาหกิจนี้มีช่องทางการตลาดที่หลากหลาย และในการจัดส่งกลุ่มได้ใช้เกณฑ์ตลาดในการผลิตสินค้า กล่าวคือ ดูปริมาณความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ เมื่อได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าวิสาหกิจจะจัดส่งตามความต้องการ หากสินค้าขาดตลาดหรือล้นตลาดวิสาหกิจจะจัดส่งให้เหมาะสม และมีการกระจายสินค้าได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นตลาดระดับบน หรือตลาดระดับล่าง รวมถึงส่งออกไปยังต่างประเทศ

เอกสารอ้างอิง

จิตติมา เจียมสวัสดิ์. (2558) โครงการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน (Online), accessed 24 March 2017. Available from <http://slbkb.psu.ac.th/jspui/handle/2558/1367>

งพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2556). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา. ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ปกรณ์ ปรียากร. (2538). ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาในการบริหารการพัฒนา. กรุงเทพฯ: สามเจริญพานิช.

รัชณี รูปหล่อ. (2550). แนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและเจริญเติบโตของวิสาหกิจชุมชน. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล. รัชนิกร อุตตมา. (2553). ช่องทางการจัดจำหน่าย. ช่องทางการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษของเกษตรกร ในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่.

ฤทัยชนก จริงจิตร. (2558). Smart farming (Online). accessed 24 March 2017. Available from <http://www.tpsoc.moc.go.th/sites/default/files/1074-img.pdf>

สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2560). ไทยแลนด์ 4.0 (Online), accessed 24 March 2017. Available from <http://www.posttoday.com/analysis/interview/479877>

อรุณี อ่อนสวัสดิ์. (2551). ระเบียบวิธีวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 3). ภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

Duangporn Kunapornsujarit. (2013). EFFECT OF SPRAY DRYING TEMPERATURE ON QUALITY OF LONGAN BEVERAGE POWDER.

Nadler. L. C. 1980. Corporate Human Resource Development. American Society for Training and Development. New York.