รายงานการวิจัย

วิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา : การทำคุกกี้งาเมือง อาชีพท้องถิ่นของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด ตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

เสนอ

อ.ดร. ไพรัช กาญจนการุญ

โดย

นางสาว นันทิยา แสนโกศิก

รหัสประจำตัวนักศึกษา 4616042

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา Research Exercise in Economics (751409)

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาเชียงใหม่

ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2549

คำนำ

แบบฝึกหัดการวิจัยฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 751409(Research Exercise in Economics) เป็นการศึกษาวิจัยเรื่อง “วิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา : การทำคุกกี้งาเมือง อาชีพท้องถิ่นของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด ตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่”โดยได้ทำการสัมภาษณ์ประธานของกลุ่ม

แบบฝึกหัดวิจัยฉบับนี้ เป็นการวิเคราะห์ศักยภาพในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน การบริหารจัดการ การผลิต การตลาดและการเงิน รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของกลุ่ม

ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ไม่มากก็น้อย สำหรับนักศึกษาและบุคคลที่สนใจ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

นันทิยา แสนโกศิก

30 กันยายน 2549

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
คำนำ	ข
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.4 ขอบเขตการวิจัย	2
1.5 นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	4
2.2 แนวคิดด้านวิสาหกิจชุมชน	5
2.3 แนวความคิดด้านธุรกิจชุมชน	8
2.4การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (Participatory Development)	11
2.5 แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์	11
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม	16
4.2 การบริหารงาน	17
4.3 การผลิต	20
4.4 การตลาด	30
4.5 การเงิน	38
4.6 การวิเคราะห์ SWOT	39
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	41
บรรณานุกรม	43

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้จัดทำตามวัตถุประสงค์ของรายวิชา 751409 (Research Exercise in Economics) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้ทำการฝึกหัดตนเองในการประยุกต์ใช้ทฤษฎีและแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ในการทำวิจัย ผู้ทำการวิจัยได้ทำการศึกษาวิสาหกิจชุมชนกรณีศึกษา : การทำคุกกี้งาเมือง อาชีพท้องถิ่นของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด ตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาจาก อาจารย์ ดร.ไพรัช กาญจนการุณ อาจารย์ที่ปรึกษาการทำวิจัย ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษาและตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนงานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ คุณรัตนา ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) ที่ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการศึกษา พี่สุขุมและพี่นายที่ให้คำแนะนำและอนุเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งคุณพ่อ คุณแม่ ที่ให้กำลังใจและส่งเสริมมาโดยตลอด รวมทั้งเพื่อนๆที่คอยเป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะสามารถเป็นประโยชน์ได้ไม่มากก็น้อย ทั้งนี้ผู้วิจัยขอมอบประโยชน์และส่วนดีให้แก่ผู้ที่มีส่วนสนับสนุนทุกท่าน หากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อบกพร่องประการใด ทางผู้วิจัยใคร่ขออภัยมาไว้ ณ ที่นี้ด้วย

นันทิยา แสนโกศิก

กันยายน 2549

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2540 โดยเริ่มจากภาวะวิกฤตสถาบันการเงิน และลุกลามไปยังธุรกิจเกือบทุกสาขา ผลที่เกิดจากเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้อำนาจการซื้อขาย การบริโภคของประชาชนลดน้อยลง ธุรกิจเกิดการชะลอตัว หรือ ลดการผลิต มีการเลิกจ้างงาน เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาการว่างงาน ความสูญเสียทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบลุกลามกลายเป็นปัญหาสังคมที่ต้องเร่งรัดดำเนินการแก้ไขให้ความช่วยเหลือ โดยความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและเอกชน ในการที่จะกระตุ้น สนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนสามารถพัฒนาอาชีพแบบพึ่งพาตนเองได้โดยใช้ปัญญา ซึ่งเป็นพื้นฐานของครอบครัวและชุมชน

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการที่รัฐบาลได้จัดตั้งขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาในช่วงวิกฤต2540 ในการที่สนับสนุนนโยบายการแก้ปัญหา การฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศและประชาชนที่ได้รับผลกระทบ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและใช้วัตถุดิบที่มีภายในชุมชน มาพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีจุดเด่น มีมูลค่าเพิ่ม มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ เป็นการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของชาวบ้าน อีกทั้งยังสามารถลดปัญหาการอพยพเข้าสู่เมืองเพื่อหางานทำ และเป็นการสร้างความเข้มแข็งของภาคชนบท (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ , 2544)

การพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจระดับชุมชน ที่มุ่งแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจในระดับฐานราก ทั้งระดับตำบลและหมู่บ้าน ส่งเสริมให้ชุมชนทำธุรกิจที่สอดคล้องกับเงื่อนไขของตนเอง โดยการพัฒนาความสามารถของชุมชนในการผลิต การแปรรูป การบริการ รวมทั้งโอกาสและกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างครบวงจร การส่งเสริมให้เกษตรกรแปรรูปผลผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่า ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำ อีกทั้งยังเป็นการสร้างงานให้เกิดขึ้นภายในชุมชนอีกด้วย ทำให้เกิดการพึ่งพาตนเองในชนบทได้ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ที่เน้นการพัฒนาความเข้มแข็งของครอบครัวและชุมชน ต่อเนื่องมาถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ซึ่งเน้นการฟื้นฟูเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็งยั่งยืน มีเสถียรภาพ

วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ Small and Micro Community Enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็น

นิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (ศูนย์สารสนเทศ กรมส่งเสริมการเกษตร)

ปัจจุบัน เห็นได้ว่า วิสาหกิจชุมชนได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาฯฉบับที่ 9 ให้ความสำคัญในเรื่องธุรกิจชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับรายได้ พัฒนาศักยภาพของชาวบ้าน ให้พึ่งพิงตนเองได้อย่างแท้จริง และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนโดยรวม และถึงแม้ว่าภาพรวมของวิสาหกิจชุมชนจะเติบโตได้อย่างเห็นได้ชัด โดยการสนับสนุนจากนโยบายต่างๆจากภาครัฐ แต่เมื่อพิจารณาในระดับหน่วยย่อยของแต่ละธุรกิจ พบว่ายังคงประสบปัญหาในเรื่องของคุณภาพสินค้า ประสิทธิภาพการผลิตที่ต่ำ อุปสรรคในด้านการตลาด รวมถึงการจัดการองค์กร (พีรพงษ์ ปราบริบู, 2547, 2)

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) กรณีศึกษาการทำคุกกี้งาเมือง ในด้านต่างๆ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) กรณีศึกษาการทำคุกกี้งาเมือง

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อเราทราบสภาพทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) กรณีศึกษาการทำคุกกี้งาเมือง สามารถนำไปปรับใช้ให้เป็นประโยชน์ในการดำเนินการส่งเสริมสนับสนุน กลุ่มวิสาหกิจให้มีศักยภาพในการแข่งขันเพื่อให้ไปสู่ความสำเร็จต่อไป

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในครั้งนี้ ขอบเขตการวิจัย คือ กลุ่มเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) กรณีศึกษา การทำคุกกี้งาเมือง 90 หมู่1 ตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่ตาด นอกจากจะมีกลุ่มกิจกรรมขนมอบแล้ว ยังมีกิจกรรมผ้าปัก กิจกรรมทำน้ำพริก เป็นต้น

1.5 นิยามศัพท์

วิสาหกิจชุมชน (community enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกัน

ประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

ความหมายของวิสาหกิจชุมชนโดยสรุป คือ การประกอบการเพื่อการจัดการ "ทุนของชุมชน" อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง

ทุนของชุมชน หมายถึง ถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม

ศักยภาพ หมายถึง ขีดความสามารถของชุมชนในการระดมทุน และการจัดสรรทรัพยากรชุมชน เพื่อให้พึ่งตัวเองได้ทางด้านเศรษฐกิจ

ทมยนฺติ อตฺตานํ ปณฺฑิตา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ.๒๕๐๗
ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

"เศรษฐกิจพอเพียง" เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอดนานกว่า 25 ปี ตั้งแต่ก่อนวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ และเมื่อภายหลังได้ทรงเน้นย้ำแนวทางการแก้ไขเพื่อให้รอดพ้น และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

ในแผนพัฒนาฉบับที่9ได้อัญเชิญ"แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง" ตามแนวพระราชดำริพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 มาใช้ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศ โดยในแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงจะชี้ถึงแนวการใช้ชีวิตและปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับสังคมประเทศ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปใน*ทางสายกลาง* โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวหน้าทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์

แนวความคิดนี้ได้ให้ความหมายของความพอเพียงโดยหมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควร ต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำความรู้ต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจ ให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชนจนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ความพอเพียง หมายถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผลรวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่ง ในการนำวิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎีและนักธุรกิจในทุกระดับให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้

มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

ซึ่งในแผนพัฒนา ฉบับที่ 9 ได้กล่าวถึงการพัฒนาไปสู่ความมีดุลยภาพที่เน้น “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” การพัฒนาสู่ “สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้” และพัฒนาเป็น“สังคมแห่งความเอื้ออาทร การพึ่งพาอาศัยกัน”

2.2 แนวคิดด้านวิสาหกิจชุมชน

รูปแบบและความหมายของวิสาหกิจชุมชน

คำว่า “ วิสาหกิจ” แปลจากภาษาอังกฤษว่า “ Enterprise” ซึ่งจะแปลว่า การประกอบการ แต่เรามักจะคุ้นกับคำว่า “รัฐวิสาหกิจ” เท่านั้น วันนี้สถานการณ์เปลี่ยนไป มีคำว่า วิสาหกิจชุมชน เกิดขึ้นผู้คนเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับวิสาหกิจชุมชนจนกล่าวได้ว่าเป็นยุคแห่งวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติ หรือสร้างผลิตภัณฑ์หรือผลิตผลโดยครอบครัวในชุมชนโดยองค์กรชุมชน และเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้แก่ชุ่มชนโดยมีหลักการคิดที่สำคัญคือ สร้างความหลากหลายของผลผลิตและผลิตภัณฑ์ในชุมชนเพื่อการบริโภคแบบพึ่งพาตนเอง ลดรายจ่ายให้ครอบครัว สร้างเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีให้ตนเอง และมีคุณธรรมรับผิดชอบต่อสมาชิกคนอื่นๆ ที่อยู่ร่วมในชุมชน ไม่เห็นแก่ประโยชน์ด้านกำไรสูงสุดและเอาเปรียบผู้บริโภค

วิสาหกิจชุมชนจะเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่เลี้ยงตนเองได้ พึ่งตนเองได้ ซึ่งมิได้หมายถึงการพึ่งพาภายนอก วิสาหกิจชุมชนจะเป็นการเพิ่มศักยภาพของระบบเศรษฐกิจระดับชุมชนในการพัฒนาความร่วมมือกับระบบเศรษฐกิจภาพรวม เพราะการที่ชุมชนไม่ต้องพึ่งพาเศรษฐกิจภายนอก ย่อมหมายถึงโอกาสในการพัฒนาความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกันจะเป็นไปได้มากขึ้น อันเป็นหลักการที่นำไปสู่ “ การเป็นฐานรากทางเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจระดับประเทศอย่างแท้จริง “

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอนโดยภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือ เครือข่ายองค์กร

หมายถึง วิสาหกิจของชุมชนที่มุ่งประกอบการเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชน และระหว่างชุมชนโดยนำวัตถุดิบทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชนรวมทั้งงานวิจัยต้นแบบมาสร้างสรรค์ผลผลิตเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน

หมายถึง การประกอบการขนาดย่อมและขนาดจิ๋วของธุรกิจชุมชน เพื่อการจัดการ ทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง (SMCE – Small and Micro Community Enterprise)

วิสาหกิจของชุมชน เป็นแนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติ หรือสร้างผลิตภัณฑ์โดยครอบครัวในชุมชน โดยองค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมีหลักคิดสำคัญ คือ สร้างความหลากหลายของผลผลิตและผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อการบริโภคแบบพึ่งพาตัวเอง ลดรายจ่ายให้ครอบครัวสร้างเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีให้ตนเอง และมีคุณธรรมรับผิดชอบต่อสมาชิกคนอื่น ๆ ที่อยู่ร่วมกันในชุมชน ไม่เห็นแก่ประโยชน์ด้านกำไรสูงสุดและเอาเปรียบผู้บริโภค

ด้วยเหตุดังกล่าว การพัฒนาวิสาหกิจของชุมชนจึงตั้งอยู่บนฐานสำคัญ ดังนี้

1.วิสาหกิจชุมชนระดับครอบครัว เป็นจุดเริ่มต้นของการแปรรูปหรือสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อการอุปโภคบริโภคของตนเองภายในครัวเรือนเป็นหลัก สมาชิกในชุมชนจะสร้างผลิตภัณฑ์ในลักษณะหลากหลาย เพื่อการพึ่งตนเอง ลดรายจ่ายที่เสียไปจากการซื้อ และป้องกันไม่ให้เงินของชุมชนไหลออกไปนอกชุมชนโดยไม่จำเป็น ซึ่งจะส่งผลให้การหมุนของเงินอยู่ในหมู่บ้าน และแพร่สะพัดในหมู่บ้าน

2.วิสาหกิจชุมชนระดับชุมชน เมื่อวิสาหกิจของชุมชนบรรลุวัตถุประสงค์ขั้นแรก เพื่อลดรายจ่ายหรือเพื่อการพึ่งตัวเองได้แล้วจึงค่อยขยับขยายออกไปสู่เพื่อนบ้าน ผู้ผลิตเองไม่ได้ ต้องซื้อสินค้าจากภายนอก เพราะการพึ่งตนเองในบางกรณีไม่สามารถทำได้โดยลำพังครอบครัวเดียว วิสาหกิจชุมชนขั้นที่สองจึงเป็นวิสาหกิจชุมชนที่เกื้อหนุนให้เกิดการพึ่งพาอาศัยระหว่างครอบครัวในชุมชนเดียวกัน เป็นการลดภาระการซื้อของแพงหรือช่วยลดรายจ่ายให้แก่เพื่อนบ้าน เงินไม่ออกไปจากหมู่บ้าน

3.วิสาหกิจชุมชนระดับเครือข่าย การพึ่งตนเองในบางกรณี ชุมชนไม่สามารถดำเนินการได้โดยลำพังชุมชนเดียว แต่เป็นไปได้เมื่อหลายชุมชนร่วมมือกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของทุกชุมชน วิสาหกิจระดับเครือข่าย จึงเป็นระบบพึ่งพาอาศัยระหว่างชุมชนที่มีผลผลิตและทรัพยากรแตกต่างกัน

4.วิสาหกิจชุมชนเพื่อการจัดการผลผลิตส่วนเกิน เป็นวิสาหกิจที่ดำเนินการแปรรูปผลผลิตหรือทรัพยากรของชุมชน สร้างผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มมูลค่า และตอบสนองการตลาดภายนอกชุมชนและเครือข่าย

วิสาหกิจชุมชนจึงแตกต่างกับธุรกิจ-อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) เพราะไม่สามารถใช้กฎเกณฑ์เรื่อง “ทุน” และ “แรงงาน” มาวัดขนาดและความสำเร็จ เพราะวิสาหกิจชุมชนไม่ได้มุ่งเน้นการสร้างผลกำไรเพียงด้านเดียว แต่วิสาหกิจชุมชนเน้นการพึ่งตัวเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชนหรือเครือข่าย ไม่ได้มุ่งแสวงหากำไรให้มากที่สุด แต่ตอบสนองการอยู่ร่วมกัน การมีสุขภาพอนามัยที่ดี และมีคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน

วิสาหกิจชุมชนจึงมีลักษณะเป็นการแปรรูปในครัวเรือน หรือการร่วมมือกันของหลายครอบครัวในรูปองค์กรชุมชน และหลายชุมชนในรูปเครือข่ายองค์กรชุมชน มีทั้งที่ไม่ต้องใช้เครื่องจักร การใช้อุปกรณ์อย่างง่าย ๆ จนถึงเครื่องจักรขนาดเล็กและขนาดกลาง

วิสาหกิจชุมชนจะเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่เลี้ยงตัวเองได้ พึ่งตนเองได้ ซึ่งมิได้หมายถึงการพึ่งตนเองด้านเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว แต่หมายถึงการพัฒนาโดยรวม ซึ่งรวมถึงการพัฒนาสาธารณประโยชน์ หรือโครงสร้างพื้นฐานของชุมชนด้วยตนเอง โดยไม่เป็นภาระให้กับรัฐหรือต้องพึ่งพาภายนอก

วิสาหกิจชุมชนจะเป็นการเพิ่มศักยภาพของระบบเศรษฐกิจระดับชุมชนในการพัฒนาความร่วมมือกับระบบเศรษฐกิจภาพรวมเพราะการที่ชุมชนไม่ต้องพึ่งพาเศรษฐกิจภายนอก ย่อมหมายถึงโอกาสในการพัฒนาความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกันจะเป็นไปได้มากขึ้น อันเป็นหลักการที่นำไปสู่ “การเป็นฐานรากทางเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจระดับประเทศอย่างแท้จริง”

เป้าหมายของวิสาหกิจชุมชน

เมื่อองค์กรชุมชนหรือเครือข่ายองค์กรชุมชนพัฒนากิจกรรมแล้ว จะมีการเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบทำให้เกิด “ระบบวิสาหกิจชุมชน” ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อ

1. สนับสนุนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของชุมชน โดยชุมชนเพื่อชุมชน แก้จุดอ่อนเสริมจุดแข็งให้ชุมชน ใช้ประโยชน์จากทรัพยากร และทุนทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

2. สร้างกระบวนการเรียนรู้และระบบการพัฒนา เพื่อการพึ่งพาตนเองของชุมชนที่ครอบคลุมการจัดการทุกด้านให้มีระบบการจัดการ การผลิต การแปรรูป การตลาด การอนุรักสิ่งแวดล้อม การจัดสวัสดิการชุมชน เป็น ซึ่งดำเนินการโดยองค์กรชุมชน ในการวางแผนดำเนินการ และประสานความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน

3. พัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนที่มีอิสระ พึ่งตนเองได้ มีระบบการจัดการที่เหมาะสมสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน มีต้นทุนการจัดการต่ำ และเป็นสถาบันทางสังคมที่ชาวบ้านพึ่งพาอาศัยได้

4. พัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนที่กระจายการพัฒนาไปสู่ทุกส่วนของชุมชน ไม่ใช่ระบบที่ให้โอกาสกับผู้ที่เหนือกว่าทางด้านเศรษฐกิจหรือการเมือง

ระบบตลาดแบบวิสาหกิจชุมชน

ตลาดของวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นระบบที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากระบบตลาดโครงสร้างหลักเพราะปัจจัยหลักที่กำหนดตลาด คือ การพึ่งตนเอง การพึ่งพาอาศัย การเน้นคุณภาพและคุณธรรม

ตลาดในระดับแรก คือ การอุปโภคบริโภคในครอบครัว ระดับที่สองคือ เพื่อนบ้านในชุมชนเดียวกัน ระดับที่สาม คือ ชุมชนในเครือข่ายเดียวกัน

การตลาดขั้นสุดท้ายคือ การตลาดนอกชุมชน นำเอาสินค้าที่เหลือจากการใช้ภายในชุมชนแล้วออกจำหน่าย นำรายได้จากภายนอกเข้าสู่ชุมชน เสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจชุมชน ประเภทของผลิตภัณฑ์ในตลาดขั้นสุดท้ายของวิสาหกิจชุมชน จึงเป็นไปในแนวทางเดียวกับนโยบาย "หนึ่งหมู่บ้าน-หนึ่งผลิตภัณฑ์"

รูปแบบและความหมายโดยสรุป จากแนวคิดในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนข้างต้น กำหนดรูปแบบและความหมายของวิสาหกิจชุมชนได้ดังนี้

วิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบการซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ของชุมชน

วิสาหกิจชุมชนจึงมีความหมายครอบคลุมกิจกรรมดังต่อไปนี้

(1) การแปรรูปหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตของชุมชน เป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องจากการผลิตทางการเกษตร เพื่อการพึ่งตนเองและเพิ่มมูลค่าของผลผลิตทางการเกษตรขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายองค์กรชุมชน

(2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ไวน์ผลไม้พื้นบ้าน การแปรรูปพืชผักผลไม้พื้นบ้านรูปแบบต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน แหล่งท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น

(3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองการพึ่งตนเองขององค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชน เช่น น้ำปลา ปุ๋ย เครื่องมือ เครื่องใช้ อาหารและยาสมุนไพร เป็นต้น

(4) การพัฒนาระบบการตลาด การบริการและสวัสดิการชุมชน เช่น ร้านค้าชุมชน ศูนย์สุขภาพพื้นบ้าน เป็นต้น

และเมื่อองค์กรชุมชนหรือเครือข่ายองค์กรชุมชนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนครบทั้ง ๔ กลุ่ม และเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ จะเกิด "ระบบวิสาหกิจ"

2.3 แนวความคิดด้านธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน หมายถึง การดำเนินกิจกรรมโดยอาศัยปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในท้องถิ่นเป็นหลัก เป็นกิจกรรมที่เป็นทั้งการผลิต และการบริการที่เกื้อกูลกัน เหมาะสมต่อวิถีชีวิต ตลอดจนระบบนิเวศของแต่ละชมชน ธุรกิจชุมชนเกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่นเป็นหลัก โดยมุ่งหวังให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในกระบานการตัดสินใน (Decision Making Process) ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่

การทำการผลิตไปจนถึงการจัดจำหน่าย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของคนส่วนใหญ่ในชมชน และเพื่อให้ชาวบ้านมีความพร้อมที่จะพึ่งพาตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ธุรกิจชุมชนนี้นอกจากจะเกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านแล้วยังอาจเกิดจากการเข้ามามีส่วนร่วมของสถาบันต่าง ๆ ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนองค์กรพัฒนาเอกชน และฝ่ายวิชาการ ด้วยการเข้าร่วมเป็นที่ปรึกษาของชุมชนแต่ทั้งนี้หน่วยงานจากภายนอกเหล่านี้จำเป็นต้องมีการถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยีต่าง ๆ มาสู่ชุมชนด้าย ธุรกิจชุมชนไม่มีรูปแบบตายตัวแน่นอน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสภาวการณ์ของแต่ละชุมชน ดังนั้นจึงสามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้ นอกจากนี้การผลิตของธุรกิจชุมชนเป็นการผลิตที่มิได้มุ่งหวัง หรือเน้นผลตอบแทนในรูปของผลกำไรเท่านั้น หากแต่ยังเน้นให้ผลตอบแทนที่ได้รับกระจายไปสู่สมาชิกของชุมชนให้มากที่สุด นอกเหนือจากการใช้ไปเพื่อขยายกิจการในส่วนของกระบวนการมีส่วนร่วมนั้นสมาชิกทุกคนมีสิทธิเท่าเทียมกันในการเสนอความคิดเห็นแต่การออกเสียงชี้ขาดเป็นไปตามจำนวนหุ้นที่แต่ละบุคคลถือครอง ทั้งนี้ สมาชิกในชุมชนจะต้องเลือกเป็นผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่ในกรณีที่มีการจัดตั้งเป็นบริษัทสำหรับหัวใจของการดำเนินการในแนวทางเลือก “ธุรกิจชุมชน” ได้แก่ การพึ่งตนเองให้มากที่สุดทั้งในด้านการผลิต และที่สำคัญคือ ด้านการตลาด (ใจมานัส พลอยดี ,๒๕๔๐ : ๑๘)

จากความหมายและลักษณะขององค์กรธุรกิจชุมชนดังกล่าวนี้ จะเห็นว่า องค์กรธุรกิจชุมชนมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัวที่แตกต่างจากกิจกรรมอื่นของชุมชน และธุรกิจโดยทั่วไป กล่าวคือ เมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรมอื่นจะเห็นได้ว่า ตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจชุมชนมักจะเป็นตัวแปรจากภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของชาวบ้านค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นความต้องการของตลาด การกำหนดราคา การติดตามข่าวสารข้อมูลจากภายนอก และเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจทั่วไปจะเห็นข้อแตกต่างในเรื่องของการทำกำไร แม้ว่าการทำองค์กรธุรกิจชุมชมจะต้องมีเป้าหมายอยู่ที่การทำกำไรเช่นเดียวกัน แต่ทว่า “กำไร” ก็มิใช่เป้าหมายเพียงประการเดียว เพราะนอกเหนือจากกำไรแล้วองค์กรธุรกิจชุมชนยังมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาคน รวมทั้งต้องเป็นธุรกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ในส่วนของการบริหารจัดการขององค์กรธุรกิจชุมชน ส่วนใหญ่จะเน้นระบบการบริหารจัดการกลุ่มหรือองค์กรที่มีความสอดคล้องกับชุมชน โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการพึ่งตนเอง และการร่วมมือกันในชุมชน รวมทั้งเปิดโอกาสให้สมาชิกได้เรียนรู้การจัดการของกลุ่มในด้านต่าง ๆ

องค์ประกอบขององค์กรธุรกิจชุมชน มีลักษณะคล้ายคลึงกับการจัดการธุรกิจโดยทั่วไปที่มีการจัดการในด้านต่าง ๆ คือ การผลิต การแปรรูป การตลาด การเงิน การบัญชี การบริหารบุคลากร โดยผ่านกระบวนการจัดการคือ การวางแผน การจัดองค์กร การจัดบุคลากร การอำนวยการ และการควบคุมตรวจสอบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะงานในธุรกิจทั่งไปแบ่งออกได้ดังนี้ (1) การผลิต (2) การตลาด (3) งานบุคลากร (4) การบัญชีและการควบคุม (5) การเงินและต้นทุนของกิจการ (6) งานสถิติและข้อมูล

นอกจากนั้น แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชนบท ที่แบ่งการจัดการออกเป็นการบริหารการผลิต การบริหารการตลาด การบริหารการเงิน การบริหารกำลังคนและการบริหารทั่วไป โดยมีกระบวนการในการจัดการที่สำคัญคือ การวางแผน การจัดระบบ การจัดกำลังคน การอำนวยการและการควบคุมผลงาน

จากแนวคิดเหล่านี้ จะเห็นว่า ลักษณะการจัดการธุรกิจทั่วไป และการจัดการธุรกิจขององค์กรชุมชน มีส่วนคล้ายคลึงกันคือ มีการแบ่งลักษณะงานออกเป็นหลาย ๆ ด้าน ส่วนงานในแต่ละด้านจะแบ่งแยกออกไปละเอียดเพียงใดนั้น ก็ขึ้นอยู่กับขนาดของกิจการ

เป้าหมายขององค์กรธุรกิจชุมชน

1.) เพื่อมุ่งหวังผลกำไร กำไรเป็นผลตอบแทนกลับคืนให้กับกลุ่มชุมชน

2.) เพื่อมุ่งหวังที่จะทำให้กิจการอยู่รอด เมื่อได้ลงทุนดำเนินการต่างมุ่งหวังให้กิจการดำเนินงานต่อไปอย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงัก สามารถผลิตสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด ขยายสาขาเพิ่มลงทุนในธุรกิจใหม่ ทำให้กิจการมีฐานะและสินทรัพย์เพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

3.) เพิ่มมุ่งหวังสนองความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรธุรกิจชุมชนต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกกิจการ เช่นมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า สิ่งแวดล้อม ต่าง ๆ แหล่งชุมชน ไม่เอารัดเอาเปรียบ หรือสร้างปัญหาให้กับสังคม

ในประเทศที่มีคนยากจนมาก รัฐบาลได้พยายามที่จะให้ประชาชนกินดีอยู่ดี ด้วยการนำกลวิธีชุมชนมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน โดยมีกระบวนการที่สำคัญ 2 ประการคือ

(1) ความร่วมมือของประชาชนด้วยศรัทธา เพื่อจะสร้างเสริมระดับความเป็นอยู่ของตนให้ดีขึ้นโดยอาศัยความริเริ่มของตนเองเป็นสำคัญ

(2) การกำหนดให้มีหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคและวิธีการ เพื่อให้ความคิดริเริ่มการช่วยตนเองและความช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีการรวมกลุ่มองค์กรธุรกิจชุมชน

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการนำหลักการไปปฏิบัติในธุรกิจ ควรมีการรวมกลุ่มดังต่อไปนี้

1.รวมคน คือรวมคนที่มีปัญหาเหมือนกันหรือคล้ายกัน มีความต้องการ จุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมายที่เหมือนกัน คนที่มารวมกันจะต้องพร้อมและสมัครใจที่จะร่วมแรงร่วมมือ และไม่ใช่เป็นคนที่เข้ามาหวังประโยชน์ส่วนคน โดยไม่คำนึงถึงคนอื่น

2.รวมเงิน คือ การรวมเงินจากสมาชิกเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในการแก้ไขปัญหากับสมาชิกที่เดือดร้อนในรูปการบริการเงินกู้ เงินที่สมาชิกนำมารวมกันเรียกว่า “เงินค่าหุ้น” สมาชิกจะนำเงินลงทุนหรือเงินฝากเท่าไรก็ได้ ขึ้นอยู่กับข้อตกลงในกลุ่ม

3.รวมความคิด คือ ในการทำงานกลุ่มองค์กรธุรกิจชุมชนต้องกำหนดจากความคิดของสมาชิกทุกคน เพื่อนำไปใช้ในการบริหารงาน ซึ่งสมาชิกทุกคนจะต้องร่วมกันคิด มาร่วมกันทำงาน กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตลอดจนวางแผนเพื่อพัฒนากลุ่มร่วมกัน

4.รวมใจ คือ เป็นการรวมคนที่ค่อนข้างมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้านทั้งความคิด จิตใจ ฐานะทางการเงิน การศึกษา คุณวุฒิ และวัยวุฒิ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้โดยทั่วไปมักเป็นอุปสรรค์ จำเป็นต้องสลายความแตกต่างเหล่านี้ออกไปให้หมด โดยอาศัยความช่วยเหลือของสมาชิกทุกคนเพื่อให้เกิดพลังที่เข้มแข็ง ความร่วมมือคงเป็นไปได้ยากหากไม่เริ่มที่การ “รวมใจ” เข้าด้วยกันก่อน และการทำให้เกิดการรวมใจได้ คนที่มารวมกันคงต้องคนหาก่อนว่าอะไรคือ “จุดมุ่งหมายสูงสุดร่วมกัน”

2.4การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (Participatory Development)

เป็นการพัฒนาที่เน้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือเป็นหุ้นส่วนในการพัฒนา (Partnership in Development) อันเป็นกระแสแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาและอยู่ในแผน ฉบับที่ 8 โดยความคิดพื้นฐานที่สำคัญคือ ประชาชนในชุมชนควรเป็นผู้ระบุปัญหา ความต้องการ ตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหาของชุมชน ซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนจะมีผลทำให้มีการเพิ่มบทบาทการมีส่วนของประชาชนในการพัฒนา อีกทั้งเพิ่มความรู้สึกร่วมในการเป็นเจ้าของท้องถิ่นของตนเอง และการพัฒนาชนบทหากมองในภาพกว้าง ๆ ภาคการพัฒนาต่าง ๆ ที่มาประกอบเป็นหุ้นส่วนการพัฒนาชนบทที่มีบทบาทเกี่ยวข้องโดยตรง นั้นยังประกอบด้วยภาคต่าง ๆ ได้แก่ ภาคราชการ ภาคประชาชนและชุมชน ภาคองค์กรพัฒนาเอกชน ภาคธุรกิจ และภาคอื่น ๆ เช่น นักวิชาการ สื่อมวลชน ซึ่งภาคต่าง ๆ ต้องมีส่วนร่วมในการปฏิบัติตามหน้าที่ของตน โดยทุกส่วนประกอบจะต้องมีส่วนร่วมกัน เพื่อทำการพัฒนาประเทศให้สามารถพึ่งตนเองได้

2.5 แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์(หลัก) 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบและทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น อีกทั้งยังเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางอันหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้กับชุมชน จะสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย อีกทั้งสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

วัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1.สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน

2.สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น

3.ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น

4.ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

5.ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมในท้องถิ่น

ปรัชญาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

มีหลักการพื้นฐาน 3 ข้อ คือ

1.ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมีคุณภาพมาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีจุดเด่นเฉพาะให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

2.พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้น เพื่อพัฒนาให้ได้สิ่งที่ดีที่สุด โดยรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่น สร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น

3.การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถ มีการวางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและการบริการ ปลูกฝังประชาชนให้มีความอดทนต่อสิ่งที่ยากลำบากในชีวิต

หลักการและเหตุผล

1.การให้การสนับสนุนมากกว่าให้เงินช่วยเหลือ หลักของขบวนการนี้ ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุนแก่ท้องถิ่น เพราะมักจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเอง รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนแก่ชุมชนต่างๆด้านเทคนิคเพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือในด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการตลาด

2.นโยบายหลัก 3 ประการ

2.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นเองต้องได้คุณภาพมาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะ เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศ และตลาดโลก

2.2 มีเอกลักษณ์ที่ลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องอย่างเหมาะสม เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละหมู่บ้านหรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับทั่วไป

2.3 พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถ มีการวางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและการบริการ โดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นายวงค์พรหม พรหมวงศ์ (2544) ศึกษาเศรษฐกิจชุมชนตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือทำการเกษตร อาชีพรอง ได้แก่ การรับจ้างอุตสาหกรรมในครัวเรือน แต่ผลผลิตยังไม่มีประสิทธิภาพมากนัก ราคาต่ำ ประชาชนในหมู่บ้านยังไม่มีส่วนร่วมเท่าที่ควร ก่อให้เกิดปัญหาด้านการผลิต การตลาด รายได้และการมีงานทำ ปัญหาในเรื่องของผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลางทำให้ถูกเอารัดเอาเปรียบทางด้านราคา อีกทั้งปัญหาเรื่องการขาดแคลนเงินทุนในการหมุนเวียนเพื่อดำเนินงาน ทำให้ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

นางสาวนฤมล หลวงใจ (2545) ศึกษาศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มจักสานไม้ไผ่ ตำบลป่าบง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การจักสานไม้ไผ่เป็นอาชีพที่สืบทอดต่อกันมานาน สมาชิกในกลุ่มมีความรู้ความสามารถในการผลิตเป็นอย่างดี จึงทำให้การผลิตเป็นไปได้ด้วยดี อีกทั้งได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆของรัฐบาล ทำให้ฐานะทางการเงินของกลุ่มดีขึ้นในปัจจุบันเนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของตลาด ทำให้มีโอกาสขยายตลาดได้อย่างกว้างขวางอีกด้วย

บทที่ 3
ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้จะใช้ข้อมูล 2 ชนิด คือ ข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ดังนี้

1.ข้อมูลแบบปฐมภูมิ เป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์สมาชิกภายในกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) ซึ่งเป็นวิสาหกิจชุมชน ตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมา การบริหาร การผลิต การเงิน การตลาด ต้นทุน แรงงาน ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษารายงานการวิจัย หนังสือ ในเรื่องเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน เศรษฐกิจชุมชน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) ตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาด้วยการสัมภาษณ์และจดบันทึก

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้รับจากการเก็บรวบรวมมาศึกษาถึงลักษณะต่างๆตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ได้กำหนดไว้ โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นต่างๆดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด(กิจกรรมขนมอบ)

การบริหารงานของกลุ่ม

การผลิต

- ผลิตภัณฑ์
- การบริหารการผลิต
- ปริมาณการผลิตและการจัดซื้อวัตถุดิบ
- ขั้นตอนการผลิต
- ต้นทุนการผลิต

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

- แรงงาน
- การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์
- การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต
- การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์
- ปัญหาด้านการผลิต

การตลาด

- การบริหารการตลาด
- ผลิตภัณฑ์
- ราคา
- ช่องทางการจัดจำหน่าย
- การส่งเสริมการขาย
- ปัญหาและอุปสรรคทางการตลาด

การเงิน

- การบริหารการเงินและการระดมทุน
- ผลกำไรและเงินปันผล
- ลูกหนี้และเจ้าหนี้
- ปัญหาและอุปสรรคทางการเงิน

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ในส่วนแรกใช้วิธีการพรรณนาแสดงผล ใช้วิธีการตีความสรุป ส่วนที่2 เป็นการนำข้อมูลในส่วนแรกมาวิเคราะห์ SWOT Analysis ศักยภาพการจัดการองค์กร ศักยภาพทางการผลิต ศักยภาพทางการตลาด และศักยภาพทางการตลาด โดยนำเสนอด้วยวิธีพรรณนา

บทที่ 4
ผลการศึกษา

4.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

เริ่มต้นจาก ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) คุณรัตนา ศรีบุณยาภิรัติ มีความสนใจในเรื่องการทำเบเกอรี่ และได้เข้าฝึกอบรบเรื่องการแต่งหน้าเค้กพื้นฐาน การทำขนมปังขั้นพื้นฐาน การทำขนมอบขั้นพื้นฐาน และการทำเค้กขั้นพื้นฐาน จากโรงเรียนขนมอบนานาชาติ (International Baking School) เลขที่ 522/22-27 ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2525 รวมระยะเวลาการอบรมทั้งสิ้น 3 เดือน และที่โรงเรียนสอนทำเบเกอรี่ของ อาจารย์ยิ่งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาภรณ์ ประกอบกับความตั้งใจ และความมุ่งมั่นในอาชีพการทำเบเกอรี่ จึงได้เปิดกิจการของตนเอง โดยใช้ทุนส่วนตัว ณ บ้านพักอาศัยที่กรุงเทพมหานคร จนกระทั่งลูกสาวของคุณรัตนาศึกษาจบ คุณรัตนาจึงอยากกลับมาพัฒนาภูมิลำเนาของตนเอง คือที่ บ้านแม่ตาด หมู่ 1 ตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ คุณรัตนาได้เข้ากิจกรรมกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านมาตาด ซึ่งเดิมทีเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ และมีจำนวนสมาชิกเป็นจำนวนมาก ซึ่งต่างคนต่างมีความถนัดในแต่ละด้านแตกต่างกัน คุณรัตนาจึงแยกกิจกรรมแปรรูปขนมอบให้เป็นกลุ่มย่อย เพื่อให้สมาชิกได้ใช้ความถนัดและความสามารถของตนเองได้อย่างเต็มที่ คุณรัตนาได้เสนอต่อการประชุมของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด สรุปมติของที่ประชุมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาดให้จัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม พ.ศ. 2541 โดยรับสมาชิกที่มีความสนใจด้านทำเบเกอรี่ รวบรวมสมาชิกได้ทั้งหมด 44 คน โดยแต่งตั้งให้คุณรัตนา ศรีบุณยาภิรัต ดำรงตำแหน่งประธานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) และใช้ที่พักอาศัยของประธานกลุ่ม เป็นที่ทำการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มเรื่อยมา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้สมาชิกของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) มีรายได้เสริมนอกจากการเกษตร
2. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้สมาชิกของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์
3. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้สมาชิกของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) ได้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องกิจกรรมขนมอบอย่างถูกต้องและเหมาะสม
4. เพื่อความสามัคคีของคนในชุมชน

4.2 การบริหารงาน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด(กิจกรรมขนมอบ) ได้มีการกำหนดโครงสร้างการบริหารงานของกลุ่มโดยมีคณะกรรมการบริหารงาน ทั้งหมด 5 ตำแหน่ง ดังนี้

1. นางรัตนา ศรีบุญยาภิรัต ตำแหน่ง ประธาน
2. นางประนอม แสงมณี ตำแหน่ง รองประธาน
3. นางสาวอรศรี ใจจาย ตำแหน่ง เลขานุการ
4. นางลำดวน มหาวงศ์ ตำแหน่ง เหรัญญิก
5. นางพัชรี ใจจาย ตำแหน่ง ฝ่ายการตลาด

หน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่ง ดังนี้

1.นางรัตนา ศรีบุญยาภิรัต ตำแหน่งประธาน มีหน้าที่ความรับผิดชอบในส่วนงานการบริหารกลุ่มโดยรวม(บริหารจัดการภายในกลุ่มทั้งหมด) ดูแล และควบคุมการผลิต การจำหน่าย และมีอำนาจในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ของกลุ่ม

2.นางประนอม แสงมณี ตำแหน่ง รองประธานกลุ่ม มีหน้าที่ความรับผิดชอบ คือเป็นผู้ช่วยประธานกลุ่มในการบริหารงานภายในกลุ่ม และทำหน้าที่แทนประธาน เมื่อประธานกลุ่มไม่อยู่ หรือเมื่อประธานกลุ่มมอบหมายให้ทำงานแทน

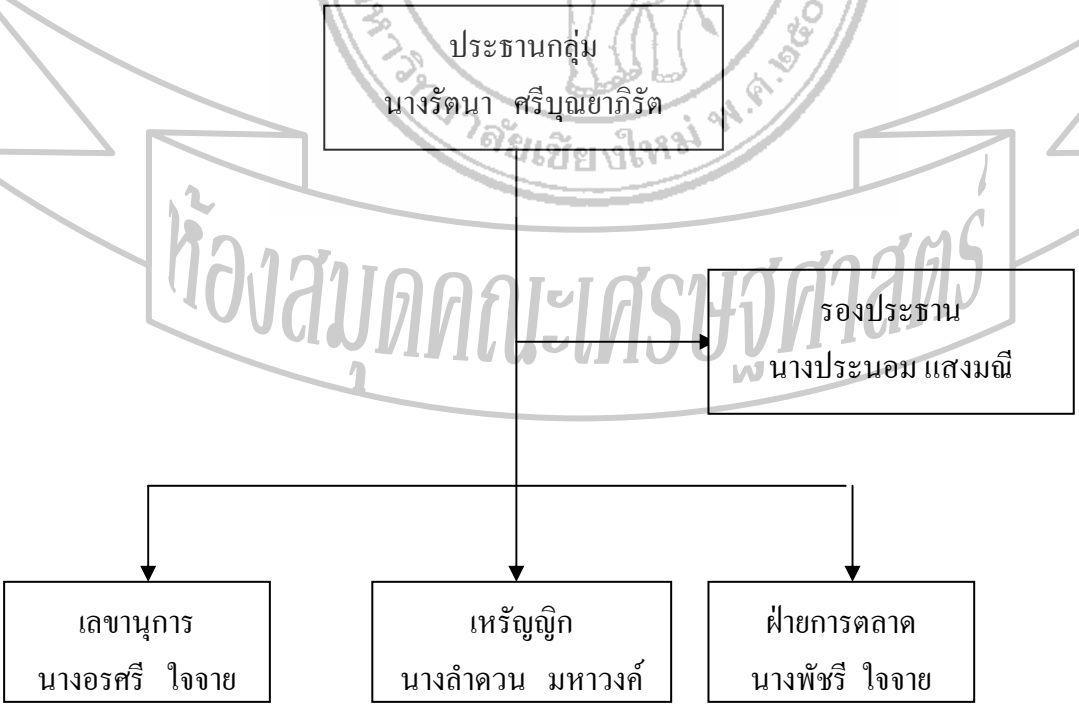
3.นางสาวอรศรี ใจจาย ตำแหน่งเลขานุการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ คือนัดหมาย กำหนดการประชุม แจ้งวาระการประชุมแก่สมาชิก จดวาระการประชุม และจัดทำบัญชีรายรับราย-จ่าย ของกลุ่ม

4.นางลำดวน มหาวงศ์ ตำแหน่งเหรัญญิก มีหน้าที่ความรับผิดชอบ คือ ตรวจสอบการบันทึกบัญชี ตรวจสอบรายการรับ-จ่ายของกลุ่ม ดูแลสิทธิผลประโยชน์ของกลุ่ม รวมไปถึงการจัดสรรผลประโยชน์ให้แก่สมาชิกของกลุ่ม ร่วมกับประธาน และคณะกรรมการบริหารงาน

5.นางพัชรี ใจจาย ตำแหน่งฝ่ายการตลาด มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการดูแลเรื่องการจัดจำหน่าย การจัดเตรียมสินค้าเพื่อเตรียมส่งให้ลูกค้า และการหาตลาด

หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ที่จะมาดำรงตำแหน่งต่างๆภายในกลุ่มนั้นแต่ละฝ่ายจะได้รับการคัดเลือกจากสมาชิกภายในกลุ่ม โดยวิธียกมือ และใช้เสียงส่วนมากของสมาชิกกลุ่ม โดยในแต่ละตำแหน่งนั้นสมาชิกกลุ่มจะคัดเลือกตามความชำนาญ และความเหมาะสม และได้กำหนดวาระการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการบริหารงานไว้ คนละ 2 ปี แต่เมื่อก่อตั้งกลุ่ม มาจนถึง

ปัจจุบันกลุ่ม ยังคงไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงในตำแหน่งของประธานกลุ่ม โดยที่ตำแหน่งประธานกลุ่ม ยังเป็นนางรัตนา ศรีบุญยาภิรัต เนื่องจากได้รับความไว้วางใจจากสมาชิกในกลุ่ม ให้บริหารจัดการภายในกลุ่มและดำรงตำแหน่งประธานกลุ่ม ต่อไป และในส่วนของผลตอบแทนของประธานกลุ่มและคณะกรรมการจะไม่มีผลตอบแทนที่ได้รับเป็นรายวันหรือมีเงินเดือนประจำ แต่จะได้รับในส่วนของเงินปันผลจากการจัดสรรผลกำไรประจำปี ซึ่งไม่แน่นนอนขึ้นอยู่กับผลกำไรในแต่ละปี โดยจัดสรรตามจำนวนหุ้น และเมื่อมาทำงานในกลุ่มในส่วนของการผลิตจะได้ค่าแรงโดยคิดค่าแรงเป็นรายวัน วันละ 120 บาท ส่วนของการประชุมกลุ่มนั้น กลุ่มจะมีการประชุมคณะกรรมการปีละ 3-4 ครั้ง ไม่ระบุช่วงเดือนแล้วแต่กรณีเรื่องเร่งด่วน การประชุมสมาชิกกลุ่มปีละ 4 ครั้ง โดยประชุมทุกไตรมาตรเพื่อชี้แจงเรื่องต่าง ๆภายในกลุ่ม ตลอดจนสรุปภาวะยอดขายและปัญหา ของแต่ละไตรมาตรให้สมาชิกทราบ และร่วมกันแก้ไข โดยกลุ่มจะมีการประชุมสามัญ เพื่อจัดสรรผลกำไรประจำปี และแบ่งเงินปันผล ปีละ 1 ครั้ง ในเดือนเมษายน ของทุกปี



โครงสร้างการบริหารงานกลุ่ม

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกลุ่มจนถึงปัจจุบันนั้นมี นางรัตนา ศรีบุณยารัต เป็นประธานกลุ่มมาโดยตลอด เนื่องจากเป็นผู้ก่อตั้งกลุ่ม และสมาชิกในกลุ่มให้การยอมรับและเคารพนับถือประกอบกับนางรัตนา

ศรีบุณยารัต เป็นผู้ที่มีความเชียวชาญในการทำขนมอบและมีประสบการณ์ในการติดต่อประสานงานกับภาครัฐ จึงทำให้สมาชิกในกลุ่มยังคงให้ความไว้วางใจให้ดำรงตำแหน่งเป็นประธานกลุ่มอยู่จนถึงปัจจุบัน และกลุ่มยังไม่สามารถให้ผู้อื่นมาแทนได้ เนื่องจากในการที่จะดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มได้ ต้องเป็นผู้ที่เสียสละเนื่องจากต้องมีเวลาทุ่มเทให้กับกลุ่มเป็นอย่างมากซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่ในปัจจุบันยังคงมีภาระทางครอบครัวที่ต้องรับผิดชอบ จึงทำให้ไม่สามารถทุ่มเทกับกลุ่มได้อย่างเต็มที่ แต่ทางกลุ่มเองได้เปิดโอกาสให้คนในชุมชนสามารถมาศึกษาดูงานและเรียนทำขนมกับทางกลุ่มได้เพื่อที่จะเป็นการถ่ายทอดและสืบทอดวิชาความรู้ในการทำขนมอบให้ผู้ที่สนใจ โดยช่วงปิดเทอมทางกลุ่มเปิดโอกาสให้นักเรียนที่สนใจเข้ามาช่วยงานของกลุ่มเพื่อส่งเสริมให้เด็กได้เรียนรู้งานและกิจกรรมต่างๆของกลุ่ม นอกจากนี้ยังมีโรงเรียนในชุมชนเข้ามาขอดูงานและนางรัตนา ศรีบุณยาภิรัต ซึ่งเป็นประธานกลุ่มได้รับเชิญเป็นวิทยากรให้ความรู้แก่กลุ่มแม่บ้านอื่นๆ และตามสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เสมอ สำหรับบทบาทของกลุ่ม ต่อชุมชน คือกลุ่มได้รับเลือกเป็นศูนย์เรียนรู้ต้นแบบ และในวันสำคัญต่างๆ หากทางกลุ่มสามารถให้ความช่วยเหลืออนุเคราะห์ได้ ทางกลุ่มก็จะให้ความร่วมมือเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นในรูปของแรงงาน เงินสนับสนุน หรือเป็นขนมที่ทางกลุ่มผลิต เช่น วันเด็กทางกลุ่มจะนำขนมไปแจกให้เด็กที่โรงเรียนต่างๆในชุมชน หรือในกิจกรรมที่ชุมชนจัดขึ้น

การสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ

หน่วยงานภาครัฐที่เข้ามาให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ “นโยบายกองทุนหมู่บ้าน” แก่กลุ่ม คือ ผู้ใหญ่บ้าน หมู่บ้านแม่ตาด โดยประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายของหมู่บ้าน และเรียกสมาชิกในหมู่บ้านมาประชุมเพื่อรับทราบนโยบาย ซึ่งนโยบายดังกล่าว ส่งผลกระทบในด้านดีต่อกลุ่มมาก เนื่องจากนโยบายนี้เป็นแหล่งเงินกู้ที่สำคัญของกลุ่มที่จะใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม ส่วน “นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)” นั้น กลุ่มมีความเห็นว่า นโยบายนี้ส่งผลกระทบในแง่ดีหลายประการต่อกลุ่ม เช่น ช่วยกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ช่วยให้กลุ่มเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้น และช่วยให้กลุ่มมีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะได้ระดับดาวที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการที่กลุ่มได้รับดาวในระดับต่าง ๆ จะเป็นการประกันคุณภาพของกลุ่ม และยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้ดีขึ้น โดยผู้บริโภคจะมั่นใจและมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมากขึ้น อันส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้น

หน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุนแก่กลุ่ม ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งจนถึงปัจจุบันนั้นประกอบไปด้วย

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

- ปี 2545 กองทุนหมู่บ้าน ได้ให้ความช่วยเหลือในรูปของเงินกู้ยืมเพื่อใช้ในการจัดทำบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ในการจำหน่ายของกลุ่ม จำนวนเงิน 20,000บาท โดยต้องชำระเงินคืนภายใน 1 ปี อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 8 ต่อปี และเมื่อปี 2546 กลุ่มได้ชำระเงินกู้พร้อมดอกเบี้ยหมดเรียบร้อยแล้ว

- ปี 2545 สาธารณะสุขอำเภอสันกำแพง ได้ให้ความช่วยเหลือในรูปของเงินโดยไม่ต้องชำระคืนเพื่อใช้ในการจัดทำแผ่นพับเพื่อเป็นการโฆษณา และประชาสัมพันธ์กลุ่ม จำนวนเงิน 50,000 บาท

- ปี 2546 กองทุนหมู่บ้าน ได้ให้ความช่วยเหลือในรูปของเงินกู้ยืมเพื่อใช้ในการจัดทำบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ในการจำหน่ายของกลุ่ม จำนวนเงิน 15,000บาท โดยต้องชำระเงินคืนภายใน 1 ปี และได้ลดอัตราดอกเบี้ยให้กลุ่มเหลือร้อยละ 6 ต่อปี และเมื่อปี 2547 กลุ่มได้ชำระเงินกู้พร้อมดอกเบี้ยหมดเรียบร้อยแล้ว

- ปี 2546 สาธารณะสุขจังหวัดเชียงใหม่ ได้ให้ความช่วยเหลือในรูปของเงินสนับสนุนโดยไม่ต้องชำระคืน เพื่อใช้ในการจัดทำแผ่นพับเพื่อเป็นการโฆษณา และประชาสัมพันธ์กลุ่ม จำนวนเงิน 18,000 บาท

- ปี 2546 สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ ได้ให้ความช่วยเหลือในรูปของเงินกู้โดยไม่มีดอกเบี้ย โดยมีเงื่อนไขให้ชำระคืนภายใน 5 ปี เพื่อใช้ในการจัดตั้งที่ทำการศูนย์ และสถานที่ทำการการผลิตของกลุ่มจำนวนเงิน 75,000 บาท

- ปี 2547 กองทุนหมู่บ้านได้ให้ความช่วยเหลือในรูปของเงินกู้ยืม เพื่อใช้ในการจัดทำสติ๊กเกอร์ และฉลากของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเพื่อให้ในการจำหน่ายจำนวนเงิน 15,000บาท โดยต้องชำระเงินคืนภายใน 1 ปี และได้ลดอัตราดอกเบี้ยให้กลุ่มเหลือร้อยละ 6 ต่อปี และเมื่อปี 2548 กลุ่มได้ชำระเงินกู้พร้อมดอกเบี้ยหมดเรียบร้อยแล้ว

4.3 การผลิต

การผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมี 2 ลักษณะ คือ การผลิตตามความชำนาญของกลุ่ม ซึ่งจะมีการผลิตตลอดทั้งปี และการผลิตตามคำซื้อจากลูกค้า

4.3.1 ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในปัจจุบันมีทั้งหมด 48 ชนิด โดยเริ่มต้นผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540 และทางกลุ่มได้มีการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมา 2 ชนิด คือ คุกกี้พลูคาวผสมงาเมือง และ คุกกี้ผักโหมผสมงาเมือง เมื่อปีพ.ศ.2548เพื่อสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ ดังต่อไปนี้

1.คุกกี้งาพื้นเมือง (คุกกี้งาเมือง) เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540 เป็นคุกกี้ที่มีการนำงามาผสมในคุกกี้ แต่งหน้าด้วยเม็ดมะม่วงหิมพานต์ ถือเป็นผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่ม มีการผลิตตลอดทั้งปี

2.คุกกี้ช็อกโกแลตชิพ เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

3.คุกกี้ช็อกโกแลต-วนิลา เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

4.คุกกี้แฟนซี เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

5.คุกกี้มะพร้าว เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

6.คุกกี้สมุนไพร เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

7.คุกกี้ลำไย เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

8.คุกกี้สิงคโปร์ เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

9.คุกกี้ถั่วลิสง เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

10.คุกกี้เม็ดมะม่วงหิมะพาน เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

11.คุกกี้ข้าวโอ๊กผสมงา เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2547

12.คุกกี้พลูคาวผสมงาเมือง เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2548

13.คุกกี้ผักโหมผสมงาเมือง เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2548

14.ขนมปังขาไก่ เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

15.ขนมปังขาไก่งา เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

16.ขนมปังไส้ถั่วแดง เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

17.ขนมปังไส้เผือก เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

18.ขนมปังไส้สับปะรด เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

19.ขนมปังมะพร้าว เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

20.ขนมปังสังขยา เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

21.ขนมปังโอวัลติน เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

22.ขนมปังกรอบ เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

23.ขนมปังใบเตย เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

24.ขนมปังหมูหยอง เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

25.ขนมปังกรอบกระเทียม เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

26.ขนมปังลูกเกด เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

27.ขนมปังชินนามอล เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

28.ขนมปังหมูหยองน้ำพริกเผา เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2547

29.บราวนี่ เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

30.ขนมไข่(เค้กไข่) เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

31.เค้กกล้วยหอม เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

32.เค้กช้อกโกแลต เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

33.เค้กผลไม้ เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

34.เค้กใบเตย เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

35.เค้กเนย เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

หอสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

36.เค้กมะพร้าว เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

37.เค้กส้ม เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

38.แยมโรลส้ม เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2547

39.แยมโรลกาแฟ เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2547

40.แยมโรลช็อกโกแลต เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2547

41.แยมโรลใบเตย เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2547

42.พายกรอบ เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

43.พายมะพร้าว เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

44.พายสัปปะรด เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

45.พายลูกตาล เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

46.พายลำไย เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

47.มัพฟินลำไย เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

48.ขนมเปียะ เริ่มผลิตเมื่อปี พ.ศ. 2540

ตาราง ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

ชื่อผลิตภัณฑ์	**ปีที่เริ่มผลิต (พ.ศ)**	**ช่วงเดือนที่ผลิต (ในรอบ 1 ปี)**	**เดือนที่ผลิตมาก (ในรอบ 1 ปี)**
1.คุกกี้งาพื้นเมือง	2540	มกราคม-ธันวาคม	มกราคม-ธันวาคม
2.คุกกี้ช็อกโกแลตชิพ	2540	มกราคม-ธันวาคม	ตามคำสั่งซื้อ
3.คุกกี้ช็อกโกแลต-วนิลา	2540	มกราคม-ธันวาคม	ตามคำสั่งซื้อ
4.คุกกี้แฟนซี	2540	มกราคม-ธันวาคม	ตามคำสั่งซื้อ
5.คุกกี้มะพร้าว	2540	มกราคม-ธันวาคม	ตามคำสั่งซื้อ
6.คุกกี้สมุนไพร	2540	มกราคม-ธันวาคม	ตามคำสั่งซื้อ
7.คุกกี้ลำไย	2540	กรกฎาคม-สิงหาคม	กรกฎาคม-สิงหาคม
8.คุกกี้สิงคโปร์	2540	มกราคม-ธันวาคม	ตามคำสั่งซื้อ
9.คุกกี้ถั่วลิสง	2540	มกราคม-ธันวาคม	ตามคำสั่งซื้อ
10.คุกกี้เม็ดมะม่วงหิมะพาน	2540	มกราคม-ธันวาคม	ตามคำสั่งซื้อ
11.คุกกี้ข้าวโอ๊กผสมงา	2547	มกราคม-ธันวาคม	ตามคำสั่งซื้อ
12.คุกกี้พูคาวผสมงาเมือง	2548	มกราคม-ธันวาคม	ตามคำสั่งซื้อ
13.คุกกี้ผักโหมผสมงาเมือง	2548	มกราคม-ธันวาคม	ตามคำสั่งซื้อ
14.ขนมปันขาไก่	2540	มกราคม-ธันวาคม	มกราคม-ธันวาคม

ห้องสมุดกะเหรี่ยงศึกษา

15.ขนมปังขาไก่งา	2540	มกราคม-ธันวาคม	มกราคม-ธันวาคม
16.ขนมปังไส้ถัวแดง	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
17.ขนมปังไส้เผือก	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
18.ขนมปังไส้สับปะรด	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
19.ขนมปังมะพร้าว	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
20.ขนมปังสังขยา	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
21.ขนมปังโอวัลติน	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
22.ขนมปังกรอบ	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
23.ขนมปังใบเตย	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
24.ขนมปังหมูหยอง	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
25.ขนมปังกรอบกระเทียม	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
26.ขนมปังลูกเกด	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
27.ขนมปังชินนามอล	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
28.ขนมปังหมูหยองน้ำพริกเผา	2547	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
29.บราวนี่	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
30.ขนมไข่(เค้กไข่)	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
31.เค้กกล้วยหอม	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
32.เค้กช้อกโกแลต	2540	ตามคำสั่งซื้อ	มกราคม-กุมภาพันธ์
33.เค้กผลไม้	2540	ตามคำสั่งซื้อ	มกราคม-กุมภาพันธ์
34.เค้กใบเตย	2540	ตามคำสั่งซื้อ	มกราคม-กุมภาพันธ์
35.เค้กเนย	2540	ตามคำสั่งซื้อ	มกราคม-กุมภาพันธ์
36.เค้กมะพร้าว	2540	ตามคำสั่งซื้อ	มกราคม-กุมภาพันธ์
37.เค้กส้ม	2540	ตามคำสั่งซื้อ	มกราคม-กุมภาพันธ์
38.แยมโรลส้ม	2547	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
39.แยมโรลกาแฟ	2547	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
40.แยมโรลช็อกโกแลต	2547	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
41.แยมโรลใบเตย	2547	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
42.พายกรอบ	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
43.พายมะพร้าว	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
44.พายสัปปะรด	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ
45.พายลูกตาล	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

46.พายลำไย	2540	กรกฎาคม-สิงหาคม	กรกฎาคม-สิงหาคม
47.มัพฟินลำไย	2540	กรกฎาคม-สิงหาคม	กรกฎาคม-สิงหาคม
48.ขนมเปียะ	2540	ตามคำสั่งซื้อ	ตามคำสั่งซื้อ

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3.1 การบริหารการผลิต

การบริหารการผลิตของกลุ่ม เป็นหน้าที่ของ นางรัตนา ศรีบุณยาภิรัติ ตำแหน่งประธานกลุ่ม ร่วมกับ นางประนอม แสงมณี ตำแหน่งรองประธาน ช่วยกันทำหน้าที่ในการวางแผนการผลิต จัดหาปัจจัยการผลิต และควบคุมการผลิต ซึ่งในการผลิตแต่ละครั้งจะใช้แรงงานในการผลิตทั้งหมด จำนวน 5 คน สามารถผลิตคุกกี้งาเมืองประมาณได้ 10 กิโลกรัม ต่อวัน หลังจากที่กลุ่มได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า ประธาน และรองประธาน จะร่วมกันกำหนดปริมาณในการผลิต และกำหนดจำนวนแรงงานที่ต้องใช้ในการผลิตแต่ละครั้ง จากนั้นจะแจ้งไปยังสมาชิกกลุ่มเพื่อหาสมาชิกที่ต้องการจะมาร่วมผลิต โดยประธานและรองประธานจะเป็นผู้จัดซื้อวัตถุดิบ และควบคุมการผลิตอย่างใกล้ชิดทุกครั้ง ซึ่งส่วนใหญ่ นางรัตนา ศรีบุณยาภิรัติ ตำแหน่งประธานกลุ่ม จะมีหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดส่วนผสมการทำคุกกี้ เพื่อให้ได้คุกกี้ที่มีคุณภาพและรสชาติคงที่ได้มาตรฐาน

4.3.2 ปริมาณการผลิตและการจัดซื้อวัตถุดิบ

ปริมาณการผลิตของกลุ่มนั้น ทางกลุ่มจะทำการผลิตคุกกี้งาเมืองเป็นหลัก ผลิตภัณฑ์รองลงมา คือ ขนมขาไก่ ในการกำหนดปริมาณการผลิตนั้น จะดูจากคำสั่งซื้อจากลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตนั้นเป็นขนม ถ้าหากมีการผลิตไว้ทีละมากๆก็จะเสียได้ ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์หลักของทางกลุ่ม อย่างเช่น คุกกี้งาเมือง จะอาศัยข้อมูลจากยอดขายทั้งในช่วงปกติและในช่วงเทศกาล

ช่วงเวลาการจัดซื้อวัตถุดิบในรอบ 1 ปีนั้น จะเป็นการซื้อต่อเนื่องไปตลอดทั้งปี เนื่องจากการผลิตคุกกี้งาเมืองนั้นต้องใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ดังนั้นช่วงเวลาในการจัดซื้อ คือ เดือนมกราคม – ธันวาคมของทุกปี และในระหว่างเดือนจะมีการจัดซื้อหลายครั้ง แต่ในกรณีของวัตถุดิบบางอย่างที่สามารถเก็บรักษาไว้ได้นานทางกลุ่มจะมีการจัดซื้อในปริมาณที่ค่อนข้างมากในคราวเดียว จึงทำให้การจัดซื้องาเมืองของทางกลุ่มจะจัดซื้อ 2 เดือนต่อการจัดซื้อ 1 ครั้ง ในส่วนของการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์และฉลากนั้น จะมีการจัดซื้อสติกเกอร์ฉลากผลิตภัณฑ์ในรอบ 1 ปี ช่วงเดือนตุลาคม สำหรับกล่องนั้นทางกลุ่มมีการจัดซื้อ 2 ช่วง คือ เดือนกุมภาพันธ์และ เดือนพฤศจิกายน ส่วนของถุงจะเป็นการจัดซื้อแบบต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยจะมีการสั่งซื้อในทุกเดือน วิธีการเก็บรักษาวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์และฉลากนั้น จะเก็บไว้ในห้อง โดยบรรจุภัณฑ์และฉลากนั้นต้องมีสำรองไว้ทั้งปี ทำให้มีต้นทุนในการเก็บรักษาโดยเฉลี่ยประมาณ 5000 บาท

การจัดหาวัตถุดิบสำหรับใช้ในการผลิตสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบรอง

- วัตถุดิบหลัก ได้แก่ แป้งสาลี (ตราว่าว) โซดาคาร์บอเนต น้ำตาลไอซิ่ง น้ำตาลทรายแดง มาการีน นมจืด ไข่ไก่ งาเมือง

- วัตถุดิบรอง ได้แก่ วนิลา เม็ดมะม่วงหิมพานต์

สำหรับการจัดซื้อวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบรอง ทางกลุ่มเป็นผู้จัดซื้อทั้งหมด

ตาราง วัตถุดิบการผลิตคุกกี้งาเมือง

รายการ	จำนวน (หน่วย)	ราคา (บาท/หน่วย)	ความถี่ ครั้ง/ปี	ประมาณการซื้อ/ครั้ง	ประมาณการซื้อ/ปี (บาท)	การขนส่ง	
						ค่าขนส่ง	วิธีการขนส่ง
วัตถุดิบหลัก							
1.แป้งสาลี (ตราว่าว)	1 กิโลกรัม	25	36	100	90,000	ไม่มี	จัดซื้อเอง
2.โซดาคาร์บอเนต	1 กิโลกรัม	60	12	3	2,160	ไม่มี	จัดซื้อเอง
3.น้ำตาลไอซิ่ง	1 กิโลกรัม	20	11	100	22,000	ไม่มี	จัดซื้อเอง
4.น้ำตาลทรายแดง	1 กิโลกรัม	35	11	100	38,500	ไม่มี	จัดซื้อเอง
5.มาการีน	1 กิโลกรัม	60	12	200	144,000	ไม่มี	จัดซื้อเอง
6.นมจืด	1 กระป๋อง	18	12	84	1,512	ไม่มี	จัดซื้อเอง
7.ไข่ไก่	1 แผง	80	12	30	28,800	ไม่มี	จัดซื้อเอง
8.งาเมือง	1 ลิตร	40	6	13	3,120	ไม่มี	จัดซื้อเอง
วัตถุดิบรอง							
1.วนิลา	1 ขวด	120	12	5	7,200	ไม่มี	จัดซื้อเอง
2.เม็ดมะม่วงหิมะพาน	1 กิโลกรัม	250	6	80	120,000	ไม่มี	จัดซื้อเอง

ที่มา : จากการสำรวจ

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

อุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการการผลิตคุกกี้ ได้แก่

- เตาอบ เป็นเตาอบแบบ 2 ชั้น
- แผ่นพิมพ์ ลักษณะคล้ายกระดาษไข ใช้วางบนถาดขนม ทำให้ขนมไม่ติดกับถาด
- ถาดใส่ขนม
- เครื่องตีแป้ง สามารถใส่แป้งได้ 2.5 กิโลกรัม
- ที่ตักไอศกรีม
- ตู้พักแป้ง เป็นตู้ใช้สำหรับพักแป้งที่ตีเสร็จก่อนนำมาทำเป็นคุกกี้ เป็นตู้มี 7 ชั้น
- เครื่องชั่ง
- เครื่องชั่ง3กิโล
- ตาชั่งทอง
- โต๊ะสแตนเลส ใช้สำหรับวางของ รวมทั้งวางถาดขนม ขนาดประมาณ 3.5x7.5ฟุต
- โต๊ะโฟไมกา ใช้วางถาดขนม
- ตะแกรงเหล็ก ใช้สำหรับวางพักขนมที่ผลิตเสร็จแล้ว ขนาด 11x18นิ้ว
- เครื่องปิดปากถุง
- ชั้นวางขนม สำหรับใส่ขนมที่รอการบรรจุ มี 8 ชั้น ขนาด 0.5x1.5เมตร

4.3.3 ขั้นตอนการผลิต

1. นำส่วนผสม โซดาคาร์บอเนต น้ำตาลไอซิ่ง นมผงและแป้งสาลี(ตราว่าว) เทรวมกัน จากนั้นจึงทำการร่อนแล้วพักไว้

2. ตีเนยด้วยความเร็วระดับ 1 จนเนยขึ้นฟู

3. ใส่น้ำตาลทรายป่นทีละน้อยจนหมด ตีด้วยความเร็วระดับ 2 ต่อไป 3 นาทีจนขึ้น

4. เพิ่มความเร็วระดับ 3 ตอกไข่ใส่ทีละฟองจนหมด ตีต่อไปอีกประมาณ 2 นาที ใส่น้ำนม ตีให้เข้ากัน ใส่วนิลา ลดความเร็วระดับ 1

5. ค่อยๆใส่ส่วนผสมในขั้นแรก ไปเรื่อยๆจนหมด ตะล่อมให้เข้ากัน

6.ค่อยๆใส่ งาเมืองจนหมด ตีให้เข้ากันด้วยความเร็วระดับ 1

7. ตักส่วนผสมทั้งหมดขึ้นใส่ภาชนะ แล้วนำไปเข้าตู้เย็นประมาณ 20 นาที

8. วางกระดาษไขลงบนถาด ใช้ที่ตักไอศกรีมตักส่วนผสมวางลงบนถาด

9. ตกแต่งด้วยเม็ดมะม่วงหิมพานต์ อบด้วยความร้อน 350 องศาฟาเรนไฮต์ (180 องศาเซลเซียส) นานประมาณ 25-30นที(จนขนมเหลือง)

10. ตักขึ้นวางบนตะแกรง ปล่อยไว้ให้เย็นแล้วจึงบรรจุหีบห่อเพื่อนำออกจำหน่ายต่อไป

4.3.4 ต้นทุนการผลิต

ผลิตภัณฑ์ที่นำมาคำนวณต้นทุนการผลิต คือ คุกกี้งาเมือง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มียอดการจำหน่ายอย่างต่อเนื่องและเป็นที่ต้องการของลูกค้ามากที่สุด และเป็นผลิตผลิตที่กลุ่มฯทำการผลิตอย่างต่อเนื่องทุกเดือน ทั้งนี้ต้นทุนการผลิต ที่นำมาคำนวณประกอบด้วย ค่าวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์

ตาราง การใช้วัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และฉลากในการผลิตคุกกี้งาเมือง 1.5กิโลกรัม

วัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์/ฉลาก	หน่วย	ปริมาณใช้/ครั้ง	ราคาต่อหน่วย (บาท)	รวม (บาท)
วัตถุดิบ				
1.แป้งสาลี(ตราว่าว)	กก.	1	25	25
2.โซดาคาร์บอเนต	กรัม	10	0.06	0.60
3.น้ำตาลไอซิ่ง	กรัม	300	0.02	6
4.น้ำตาลทรายแดง	กรัม	300	0.035	10.50
5.มาการีน	กรัม	600	0.06	36
6.นมจืด	กรัม	200	0.043	8.60
7.ไข่ไก่	ฟอง	5	2.67	13.35
8.งาเมือง	กรัม	150	0.09	13.50
9.วนิลา	กรัม	20	0.15	3
10.เม็ดมะม่วงหิมพานต์	กรัม	100	0.25	25
บรรจุภัณฑ์				
1.ถุงพลาสติก3.5x2นิ้ว	ใบ	150	0.01	1.5
2.ถุงพลาสติก9x14นิ้ว	ใบ	1	0.006	0.006
ฉลาก				
1.ฉลากเหลี่ยม	แผ่น	1	0.5	0.5
2.ฉลากกลม	แผ่น	1	0.5	0.5
ต้นทุนรวมรวม				144.056
ต้นทุนต่อหน่วย(ชิ้น)				0.96

ที่มา : จากการสำรวจ

ดังนั้นจากการคำนวณต้นทุนในการผลิตคุกกี้งาเมือง 1 ครั้ง จะได้คุกกี้ 1.5 กิโลกรัม คิดเป็น 150 ชิ้น (1 ชิ้น = 10 กรัม) กลุ่มมีต้นทุนรวมทั้งสิ้น 144.056 บาท โดยเฉลี่ยต่อชิ้นต้นทุนเท่ากับ 0.96 บาท (1 กิโลกรัม = 100x0.96 = 96 บาท)กลุ่มได้มีการกำหนดราคาขายสำหรับคุกกี้งาเมืองไว้กิโลกรัมละ 240 บาท (1กิโลกรัม = 100 ชิ้น) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนที่กลุ่ม

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

ได้รับนั้น จะเห็นได้ว่า กลุ่มได้รับผลตอบแทนจากการจำหน่ายเป็นเงิน 144 บาท ในที่นี้ยังไม่ได้รวมในส่วนค่าเสื่อมการใช้อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน 12,680 บาทต่อปีค่าสาธารณูปโภคอื่นๆ เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าประปา ค่าขนส่ง รวม1,880 ต่อเดือน ในกรณีที่มีการบรรจุใส่กล่อง ทางกลุ่มจะไม่คิดค่ากล่องรวมไปในราคาขาย

ตาราง การใช้อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน

เครื่องจักร อุปกรณ์ และโรงเรือน	จำนวน (หน่วย)	ราคา/หน่วย	มูลค่า (บาท)	อายุการใช้งาน (ปี)	ค่าเสื่อม (บาท/ปี)
เครื่องจักร อุปกรณ์					
1. เตาอบ	1	15,000	15,000	10	1,500
2. แผ่นพิมพ์	14	250	3,500	1	3,500
3. ถาดใส่ขนม	40	200	8,000	20	400
4. เครื่องตีแป้ง	1	20,000	20,000	10	2,000
5. ที่ตักไอศกรีม	1	700	700	5	140
6. ตู้พักแป้ง	1	8,000	8,000	20	400
7. เครื่องชั่ง1กิโล	1	300	300	5	60
8. เครื่องชั่ง3กิโล	1	500	500	10	50
9. ตาชั่งทอง	1	500	500	5	100
10. โต๊ะสแตนเลส	1	20,000	20,000	10	2,000
11. โต๊ะโฟไมกา	1	7,500	7,500	10	750
12. ตะแกรงเหล็ก	40	70	2,800	20	140
13. เครื่องปิดปากถุง	1	1,800	1,800	20	90
14. ชั้นวางขนม	2	500	1,000	20	50
โรงเรือน					
1. โรงเรือนผลิต	1	30,000	30,000	20	1,500
รวมต้นทุนค่าเสื่อมการใช้อุปกรณ์ เครื่องจักร และโรงเรือน บาท/ปี					12,680

ที่มา : จากการสำรวจ

4.3.5 แรงงาน

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

แรงงานที่ใช้ในการผลิตคุกกี้รวมถึงขนมอบชนิดอื่นๆนั้นเป็นแรงงานที่อยู่ในหมู่บ้าน โดยแรงงานหญิงจะมีหน้าที่ในการผลิตขนมอบซึ่งเป็นแรงงานประจำและเป็นสมาชิกกลุ่ม โดยจบการศึกษาระดับ ป.4-ม.6 โดยแรงงานหญิงมีทั้งหมด 3 คน ได้ค่าจ้างวันละ 120 บาท คิดเป็นเดือนละ 3600 บาท ต่อคน สำหรับแรงงานชายมี 2 คน เป็นฝ่ายผลิตขนมอบ 1 คน และฝ่ายขาย 1 คนโดยแรงงานทั้ง 2 คนจบการศึกษาระดับ ป.7 ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มแต่เป็นแรงงานในหมู่บ้านเช่นเดียวกัน แรงงานชายที่อยู่ฝ่ายผลิตนั้นเป็นแรงงานประจำ ได้รับค่าจ้างเดือนละ 3000 บาท ส่วนแรงงานชายฝ่ายขายนั้น เป็นแรงงานชั่วคราว ทำหน้าที่ส่งของ อาทิตย์ละ 1 ครั้ง ได้รับค่าจ้าง 1000 บาทต่อเดือน

สำหรับปัญหาในการจ้างแรงงานนั้น อาจจะมีปัญหาในช่วงเทศกาลหรือมีคำสั่งซื้อมามากๆ เนื่องจากแรงงานอาจไม่พอ แต่ทางกลุ่มสามารถดึงสมาชิกกลุ่มมาทำได้ ทำให้ไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องแรงงาน

ทางกลุ่มจะให้สมาชิกแต่ละคนทำงานตามความถนัดของตน แต่ให้ทุกคนทำได้ในทุกหน้าที่ โดยจะมีการอบรมการทำขนมให้ทุกคนทำได้ในทุกขั้นตอน เนื่องจากกรณีที่มีคนลาหยุดงานจะได้ไม่ชะงัก แต่ถ้าคนครบก็จะแบ่งหน้าที่ตามงานที่แต่ละคนถนัด ในส่วนของอัตราค่าจ้างทางกลุ่มได้มีการปรับค่าแรงเพิ่มขึ้นเมื่อต้นปีพ.ศ. 2548 จากเดิม110บาทเป็น120บาท โดยถ้าขายของได้มากขึ้น ทางกลุ่มก็จะมีการเพิ่มค่าแรงให้มากขึ้น สำหรับด้านสวัสดิการให้กับแรงงานนั้นทางกลุ่มยังไม่มีนโยบายให้สวัสดิการแก่แรงงาน

4.3.6 การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กลุ่มมีวิธีการตรวจสอบในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ตั้งแต่เริ่มกระบวนการผลิตจนเสร็จสิ้นกระบวนการผลิตจนได้ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่พร้อมจำหน่าย โดยประธาน และรองประธาน จะทำหน้าที่ในการเลือกซื้อวัตถุดิบ และควบคุมตรวจสอบกระบวนการผลิตอย่างใกล้ชิด โดยประธานจะเป็นผู้ตรวจตราการผสมส่วนผสมให้ตรงตามสูตร เพื่อจะได้รสชาติที่ไม่ผิดเพี้ยน และก่อนที่จะมีการบรรจุผลิตภัณฑ์ ประธานจะมีการชิมรสชาติของขนมเสียก่อน ถ้าไม่ได้คุณภาพ ก็จะนำขนมนั้นออกมาขายลดราคาให้กับคนในชุมชนโดยที่แจ้งบอกก่อนว่าขนมนั้นไม่ได้คุณภาพ

4.3.7 การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต

ทางกลุ่มไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในการผลิต ยังใช้เทคโนโลยีที่ใช้มาตั้งแต่เริ่มจัดตั้งกลุ่ม เนื่องจากเทคโนโลยีที่ใช้ในปัจจุบันนั้นสามารถรองรับปริมาณการผลิตได้อย่างเพียงพอและมีคุณภาพ อีกประการหนึ่งที่ทางกลุ่มยังไม่มีการเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิต เนื่องจากในการที่

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตนั้น จะต้องมีการลงทุนเพิ่มอีกมาก ดังนั้นทางกลุ่มไม่ต้องการที่จะเพิ่มต้นทุนในการผลิตให้สูงมากขึ้น

4.3.8 การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์

ในด้านของการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตเสร็จแล้วนั้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเป็นขนม ดังนั้นเมื่อมีการผลิตเสร็จแล้ว พักให้เย็น แล้วรีบจัดใส่ลงภาชนะที่มีฝาปิดเพื่อรักษาความกรอบของขนม

4.3.9 ปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาในการผลิตของกลุ่ม คือ เตาอบในปัจจุบันมีขนาดเล็กไป สามารถอบได้ครั้งละเพียง 4 ถาด หรือเท่ากับคุกกี้ 1 กิโลกรัม ทางกลุ่มต้องการได้เตาอบใหม่ที่มีขนาดใหญ่ สามารถอบขนมได้ปริมาณมากกว่าเดิม เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการผลิตให้มีมากขึ้น และยังเป็นการประหยัดเวลาในการผลิตอีกด้วย

ทางกลุ่มต้องการที่จะมีการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อให้เป็นที่สะดุดตา เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค แต่ในการที่จะทำบรรจุภัณฑ์ใหม่นั้น จะต้องใช้เงินทุนที่ค่อนข้างมาก ซึ่งเป็นอุปสรรคของกลุ่ม ดังนั้นทางกลุ่มจึงต้องการความช่วยเหลือทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และความช่วยเหลือด้านเงินทุน

นอกจากนั้นทางกลุ่มมีความต้องการที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ มะม่วงแช่อิ่ม เนื่องจากเป็นที่ต้องการของลูกค้า และมะม่วงแช่อิ่มนี้ยังสามารถเก็บรักษาได้นาน แต่ในปัจจุบันทางกลุ่มยังไม่มีศักยภาพพอในการผลิต เนื่องจากขาดวัตถุดิบและอุปกรณ์ อีกทั้งสมาชิกกลุ่มยังขาดความรู้ความชำนาญในการผลิต ทางกลุ่มต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาอบรมทักษะในการผลิตและให้ความช่วยเหลือทางด้านวัตถุดิบอุปกรณ์ในการผลิต

4.4 การตลาด

4.4.1 การบริหารการตลาด

การบริหารการตลาดของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) มีผู้รับผิดชอบด้านการตลาด คือ นางรัตนา ศรีบุณยาภิรัต ประธานกลุ่ม และนางพัชรี ใจจาย ฝ่ายตลาด โดยบุคคลทั้งสองจะมีหน้าที่ในการจัดจำหน่าย การจัดเตรียมสินค้าเพื่อส่งแก่ลูกค้า และจัดหาตลาด ซึ่งลักษณะการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มมี 2 ลักษณะ คือ การขายปลีกและการขายส่งโดยจัดจำหน่ายทั้งในจังหวัดเชียงใหม่ ต่างจังหวัด รวมถึงในกรุงเทพมหานคร ตลอดจนมีการนำสินค้าออกร้านจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าและเทศกาล ทั้งระดับจังหวัดและระดับประเทศ เช่น งานแสดงหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ งานกาชาด และงานฤดูหนาว เป็นต้น

4.4.2 ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มได้ทำการผลิตขึ้นในช่วงเริ่มก่อตั้งจนถึงปัจจุบันนั้นหลากหลายชนิด ซึ่งปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของลูกค้า โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและผ่านการรับรองมาตรฐานจากองค์กรอาหารและยา (อย.) มีทั้งหมด 48 ชนิดเป็นผลิตภัณฑ์ประเภท คุกกี้ เค้ก พาย และขนมปัง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ประธานกลุ่มและสมาชิกภายในกลุ่มมีความชำนาญในการผลิต เนื่องจากประธานกลุ่มเคยประกอบอาชีพการทำเบเกอรี่ขายมาก่อนและสมาชิกบางส่วนเคยประกอบอาชีพทำขนมไทย ทำให้มีพื้นฐานด้านการผลิตขนมเป็นอย่างดี สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเริ่มขึ้นในปีพ.ศ. 2548 โดยกลุ่มได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพิ่มขึ้นจากเดิม 2 ชนิดคือคุกกี้พลูคาวผสมงาเมืองและคุกกี้ผักโหมผสมงาเมือง ซึ่งทำการพัฒนามาจาก คุกกี้งาเมือง โดยทำการเพิ่มส่วนผสมของพลูคาวและผักโหมเข้าไปในขั้นตอนการผลิตคุกกี้งาเมือง ก่อนจะนำไปอบเป็นคุกกี้พลูคาวและคุกกี้ผักโหม เพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่หลากหลาย และเพื่อสร้างความแตกต่างจากคุกกี้ที่มีอยู่ตามท้องตลาด ตลอดจนเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด กลุ่มผู้รักสุขภาพและชื่นชอบในการรับประทานสมุนไพรไทย ซึ่งคุณสมบัติของคุกกี้พลูคาวผสมงาเมืองและคุกกี้ผักโหมผสมงาเมือง นอกเหนือจากความอร่อยแล้ว ยังมีคุณสมบัติในการรักษาโรคอีกด้วย

ซึ่งผลของการพัฒนาได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทำให้สามารถขายได้ในจำนวนมาก แต่ยังมีปัญหาในเรื่องของรูปลักษณ์ และเรื่องของกลิ่น เนื่องจากพลูคาวมีกลิ่นค่อนข้างแรงและฉุนมากคล้ายคาวปลานอกจากนี้ในเรื่องของการทดลองตลาดผลิตภัณฑ์นั้นได้มีการทดลองให้คนชุมชนชิมฟรีเพื่อติชม และเมื่อนำสินค้าไปส่งที่ร้านค้าต่างๆก็จะมีการนำผลิตภัณฑ์ไปให้ชิมด้วย ซึ่งหลังจากได้มีการทดลองตลาดแล้ว พบว่ามียอดการสั่งซื้อตามมาอย่างต่อเนื่อง ส่วนเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้นมีการตรวจสอบคุณภาพโดยประธานกลุ่มและสมาชิกผู้ผลิตจะชิมก่อนทุกครั้ง ซึ่งถ้าผลิตภัณฑ์ไม่ได้คุณภาพหรือรสชาติผิดปกติก็จะนำออกขายให้แก่คนในชุมชน แต่จะแจ้งก่อนว่าสินค้านั้นไม่ได้คุณภาพ โดยจะทำการขายในราคาที่ต่ำราคาขายทั่วไป และบางครั้งก็แจกฟรี เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการมัดใจลูกค้าและสร้างทัศนคติที่ดีต่อกลุ่มและผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

รูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากที่กลุ่มใช้ในปัจจุบันแบ่งเป็น 3 ชนิด ดังนี้

1. ถุงพลาสติก สำหรับใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตเสร็จเพื่อรอการจำหน่าย โดยถุงพลาสติกที่กลุ่มใช้ในปัจจุบันมี 3 ขนาด คือ (1) ถุงพลาสติกใสขนาด 3.5x2 นิ้ว ราคากิโลกรัมละ 100 บาท (2) ถุงพลาสติกใสขนาด 4x10 นิ้ว ราคากิโลกรัมละ 100 บาท (3) ถุงพลาสติกใสขนาด 9x14 นิ้ว ราคากิโลกรัมละ 60 บาท โดยกลุ่มทำการจัดหาและดำเนินการจัดซื้อด้วยตนเองจากร้านหยกซึ่งอยู่ในตลาดเมืองใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

2. กล่องกระดาษ สำหรับใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตเสร็จเพื่อรอการจำหน่าย โดยกล่องที่ใช้ในปัจจุบันมีลักษณะเป็นกล่องสี่เหลี่ยมผื่นผ้า มีการพิมพ์รูปและฉลากลงในตัวกล่อง โดยกลุ่มสั่งทำจากโรงพิมพ์ภายในตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ในราคากล่องละ 6 บาท

3. ฉลากสำหรับติดบรรจุภัณฑ์เป็นสติกเกอร์สีเหลืองขนาด 5X8 เซนติเมตร ตัวอักษรสีน้ำตาล โดยรายละเอียดบนฉลากมีตราสัญลักษณ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตราสัญลักษณ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด ชื่อผลิตภัณฑ์ สัญลักษณ์สินค้า OTOP ชื่อกลุ่ม ที่อยู่ ส่วนประกอบ เครื่องหมายองค์การอาหารและยา (อย.) น้ำหนักสุทธิ วันผลิตและวันหมดอายุ และสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่องนั้นมีสีเหลืองและขาว ตัวหนังสือสีน้ำตาลเข้ม ขนาด 15X7x7 เซนติเมตร โดยรายละเอียดบนกล่องจะมีเช่นเดียวกับที่มีในสติกเกอร์ของถุงบรรจุภัณฑ์ ต่างกันที่มีราคา และเครื่องหมายองค์การอาหารและยา (อย.)

การพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม เริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2545 โดยกลุ่มหันมาใช้บรรจุภัณฑ์แบบกล่องควบคู่กับการใช้ถุงพลาสติก อันเนื่องมาจากต้องการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ตลอดจนเพื่อใช้ในการส่งเข้าคัดสรรหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยได้รับเงินสนับสนุนในการพัฒนาจากกองทุนหมู่บ้านในรูปของเงินกู้ยืม สำหรับวิธีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม คือ นางรัตนา ศรีบุณยาภิรัต ประธานกลุ่มได้สังเกตเห็นบรรจุภัณฑ์ของคุกกี้ทีวางขายตามศูนย์การค้าต่างๆแล้วเกิดความสนใจที่จะนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จึงนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและได้รับความช่วยเหลือจากสำนักงานเกษตรอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้แก่กลุ่ม หลังจากการพัฒนาส่งผลให้กลุ่มสามารถนำสินค้าเข้าไปวางขายในศูนย์การค้าได้ คือ สามารถวางขายในริมปิงซุปเปอร์สโตร์ ทำให้กลุ่มมียอดขายเพิ่มมากขึ้น แต่ปัญหาที่ตามมา คือ ทำให้ต้นทุนของกลุ่มเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย แต่เมื่อเปรียบเทียบความคุ้มค่าแล้ว ถือว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งผลดีให้กับกลุ่มมากกว่าผลเสีย และสามารถยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้ดียิ่งขึ้น โดยในอนาคตกลุ่มต้องการเพิ่มภาษาอังกฤษลงด้านข้างกล่อง เนื่องจากต้องการเจาะตลาดในกลุ่มของลูกค้าชาวต่างชาติ และส่งขายยังต่างประเทศ โดยในปัจจุบันเริ่มมีการส่งออกขายต่างประเทศแล้วจำนวน 1 ประเทศ คือ ประเทศสิงคโปร์

กลุ่มได้รับรางวัลและการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ปี พ.ศ.2547 คุกกี้งาเมืองของทางกลุ่มได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับสี่ดาวจากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ

2. ปีพ.ศ.2548 ได้รับใบอนุญาตการใช้เครื่องหมายรับรอง มาตรฐานระบบการผลิตสินค้าเกษตรชุมชนแปรรูป จากสถาบันวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์

4.4.3 ราคา

การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พิจารณาจากต้นทุนการผลิตและราคาของคู่แข่งในตลาดเป็นหลัก การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ทำโดย ราคาผลิตภัณฑ์ = ต้นทุนการผลิต (วัตถุดิบ+ค่าแรง+ค่าสาธารณูปโภค+ค่าเชื้อเพลิง+ค่าสูญเสียผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ30ของปริมาณการผลิต) +กำไร (50 เปอร์เซ็นต์ต้นทุนการผลิต) นอกจากนั้นราคาที่กลุ่ม ได้กำหนดขึ้นยังมี 2 ราคา คือ ราคาขายส่งและราคาขายปลีก ซึ่งในกรณีที่ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณมากก็จะมีการลดราคาให้ตามแต่กรณี ซึ่งไม่ได้กำหนดอัตราส่วนลดไว้แน่นอน

การปรับเปลี่ยนราคาสินค้าของกลุ่มในปัจจุบันยังไม่มีการปรับเปลี่ยนโดยยังคงใช้ราคาในการขายเพราะถ้าขายในราคาสูงกว่าที่ขายในปัจจุบัน อาจส่งผลกระทบต่อยอดขาย ซึ่งอาจมียอดขายลดลง โดยเมื่อกลุ่มปรับราคาสูงขึ้น ลูกค้าอาจหันไปซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จากคู่แข่งได้ สำหรับการปรับขึ้นราคาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม นอกจากการพิจารณาจากต้นทุนการผลิตแล้ว สิ่งที่กลุ่มต้องคำนึงถึงเป็นพิเศษ คือ การพิจารณาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เพื่อป้องกันปัญหาการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดเนื่องจากมีคู่แข่งค่อนข้างมาก

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. ๒๕๐๗
ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

ตาราง ราคาขายผลิตภัณฑ์

ชื่อผลิตภัณฑ์	ปริมาณสุทธิ (หน่วยบรรจุ)	ราคาขายปลีก (บาท/หน่วยบรรจุ)	ราคาขายส่ง (บาท/หน่วยบรรจุ)
1.คุกกี้งาพื้นเมือง	1 กิโลกรัม	240	240
2.คุกกี้ช็อกโกแลตชิพ	1 กิโลกรัม	200	180
3.คุกกี้ช็อกโกแลต-วนิลา	1 กิโลกรัม	200	180
4.คุกกี้แฟนซี	1 กิโลกรัม	200	180
5.คุกกี้มะพร้าว	1 กิโลกรัม	200	180
4.คุกกี้สมุนไพร	1 กิโลกรัม	200	180
5.คุกกี้ลำไย	1 กิโลกรัม	200	180
6.คุกกี้สิงคโปร์	1 กิโลกรัม	200	180
7.คุกกี้ถั่วลิสง	1 กิโลกรัม	200	180
8.คุกกี้เม็ดมะม่วงหิมะพาน	1 กิโลกรัม	200	180
9.คุกกี้ข้าวโอ๊กผสมงา	1 กิโลกรัม	200	180
10.คุกกี้พูคาวผสมงาเมือง	1 กิโลกรัม	240	240
11.คุกกี้ผักโหมผสมงาเมือง	1 กิโลกรัม	240	240
12.ขนมปันขาไก่	1 กิโลกรัม	200	180
13.ขนมปังขาไก่งา	1 กิโลกรัม	200	180
14.ขนมปังไส้ถั่วแดง	1ชิ้น	5	4
15.ขนมปังไส้เผือก	1ชิ้น	5	4
16.ขนมปังไส้สับปะรด	1ชิ้น	5	4
17.ขนมปังมะพร้าว	1ชิ้น	5	4
18.ขนมปังสังขยา	1ชิ้น	5	4
19.ขนมปังโอวัลติน	1ชิ้น	5	4
20.ขนมปังกรอบ	1ชิ้น	5	4
21.ขนมปังใบเตย	1ชิ้น	5	4

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

ตาราง (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ปริมาณสุทธิ (หน่วยบรรจุ)	ราคาขายปลีก (บาท/หน่วยบรรจุ)	ราคาขายส่ง (บาท/หน่วยบรรจุ)
22.ขนมปังหมูหยอง	1ชิ้น	5	4
23.ขนมปังกรอบกระเทียม	1ชิ้น	5	4
24.ขนมปังลูกเกด	1ชิ้น	5	4
25.ขนมปังชินนามอล	1ชิ้น	5	4
26.ขนมปังหมูหยองน้ำพริกเผา	1ชิ้น	5	4
27.บราวนี่	1ชิ้น	5	4
28.ขนมไข่(เค้กไข่)	1ชิ้น	5	4
29.เค้กกล้วยหอม	1ปอนด์	220	220
30.เค้กช้อกโกแลต	1ปอนด์	220	220
31.เค้กผลไม้	1ปอนด์	220	220
32.เค้กใบเตย	1ปอนด์	220	220
33.เค้กเนย	1ชิ้น	5	4
34.เค้กมะพร้าว	1ชิ้น	5	4
35.เค้กส้ม	1ชิ้น	5	4
36.แยมโรลส้ม	1ถาด	120	120
37.แยมโรลกาแฟ	1ถาด	120	120
38.แยมโรลช็อกโกแลต	1ถาด	120	120
39.แยมโรลใบเตย	1ถาด	120	120
40.พายกรอบ	1ชิ้น	5	4
41.พายมะพร้าว	1ชิ้น	5	4
42.พายสัปปะรด	1ชิ้น	5	4
43.พายลูกตาล	1ชิ้น	5	4
44.พายลำไย	1ชิ้น	7	6

ที่มา : จากการสำรวจ

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

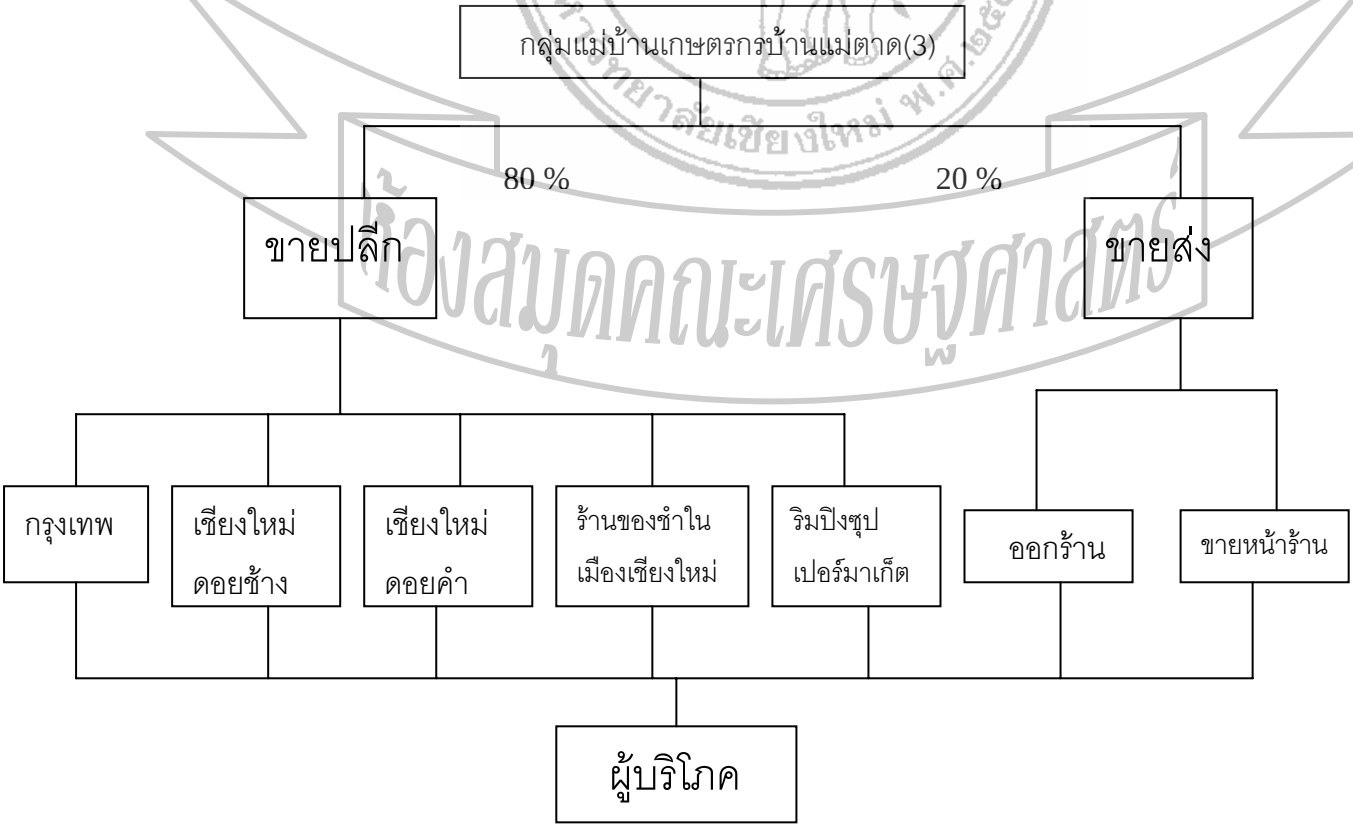
4.4.4 ช่องทางการจัดจำหน่าย

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 3 ช่องทาง ดังนี้คือ

ช่องทางที่ 1 นำออกจำหน่ายที่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด โดยจำหน่ายผู้บริโภคในท้องถิ่น เป็นการจำหน่ายในลักษณะขายปลีก คิดเป็นร้อยละ 10 ของสัดส่วนการขาย

ช่องทางที่ 2 การออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ในระดับต่างๆ เช่น งาน OTOP งานแสดงสินค้าที่เมืองทองธานี เป็นการจำหน่ายในลักษณะขายปลีก คิดเป็นร้อยละ 10 ของสัดส่วนการขาย

ช่องทางที่ 3 จำหน่ายให้ร้านค้าปลีกในจังหวัดเชียงใหม่ และกรุงเทพ โดยในส่วนของกรุงเทพนั้นลูกค้าต้องออกค่าขนส่งเอง ส่วนในจังหวัดเชียงใหม่มีการส่งให้ภายในเมือง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 80 ของสัดส่วนการขาย



แบบภาพ ช่องทางการจัดจำหน่าย

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

ในด้านการแข่งขันนั้นมีหลายแห่ง แต่คู่แข่งขันที่สำคัญของกลุ่มคือร้านผึ้งน้อย ซึ่งมีร้านอยู่ตามศูนย์การค้าซึ่งเป็นแหล่งที่มีลูกค้าเป็นจำนวนมาก และจุดแข็งของคู่แข่งก็คือ มีทุนมากและตลาดกว้างกว่าของทางกลุ่ม แต่ในเรื่องผลิตภัณฑ์นั้นทางกลุ่มอาจจะมีผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งและรสชาติที่อร่อยต่างออกไป ในเรื่องของราคานั้น จะมีราคาใกล้เคียงกัน แต่ก็มีบางอย่างที่ราคาของทางกลุ่มถูกกว่า

4.4.5 การส่งเสริมการขาย

วิธีการส่งเสริมการขายของกลุ่มนั้นมีอยู่ 5 วิธีด้วยกันคือ

1. การโฆษณามีการโฆษณาผ่านทางอินเตอร์เน็ต www.thaitambon.com และมีแผ่นพับหรือโบชัวร์ของสำนักงานสาธารณสุขซึ่งไม่เสียค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ยังมีการแจกนามบัตร ซึ่งเสียค่าใช้จ่ายต่อปีประมาณ 1,400 บาท

2.การออกร้าน ทางกลุ่มจะมีการออกร้านตามงานต่างๆ

3.การให้ส่วนลด ทางกลุ่มจะมีการให้ส่วนลดกับลูกค้าที่มีการซื้อเป็นจำนวนมาก

4.การให้เครดิตเงินเชื่อ มีการให้เครดิตเงินเชื่อแก่ร้านริมปิงซุปเปอร์มาร์เกต 30 วัน และเครดิตแก่ร้านของชำในตัวเมือง 15 วัน

5.การบริการส่งถึงที่ ทางกลุ่มจะส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าที่อยู่ภายในตัวเมือง

นอกจากเรื่องการส่งเสริมการขายที่จะทำให้มีการเข้าถึงลูกค้ามากขึ้นแล้วก็ยังปัจจัยที่มีผลให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มก็คือ

1.รสชาติมีความอร่อยคงที่

2.ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างไม่เหมือนใคร เพราะ คุกกี้งาเมืองนี้มีการผลิตเพียงแห่งเดียวคือที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาดนี้เท่านั้น

3.ความซื่อสัตย์ และเน้นปริมาณ

ในด้านวิธีการรักษาลูกค้าเก่าและหาลูกค้าใหม่นั้นมีดังนี้

1.วิธีการหาลูกค้าเก่า ทางกลุ่มจะเน้นความซื่อสัตย์ และปริมาณของสินค้าก็จะคงที่ไม่มีการลดลง สำหรับลูกค้าประจำนั้นในช่วงปีใหม่ ก็จะมีการส่งขนมไปให้หรือเป็นสิ่งของอื่นๆ เช่น น้ำพริก มะนาว

2.วิธีการหาลูกค้าใหม่ ทางกลุ่มจะมีการแจกนามบัตร หรือติดสติกเกอร์บนถุงบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ก็หาลูกค้าจากการออกร้านตามงานต่างๆ

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

4.4.6 ปัญหาและอุปสรรคทางการตลาด

- ภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวนอาจส่งผลให้กลุ่มเกิดต้นทุนที่สูงขึ้น เพราะต้นทุนส่วนหนึ่งมาจากค่าไฟฟ้า และค่าแก๊สที่จะต้องใช้

- อุปสรรคในการขยายตลาด เพราะผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตส่วนใหญ่นั่นมีคู่แข่งค่อนข้างมาก ซึ่งลูกค้าส่วนมากมักมีร้านประจำของตนเองทำให้ไม่เปิดรับผู้ผลิตรายใหม่

- ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี

- เนื่องจากผลิตภัณฑ์นั้นแตกหักได้ง่ายจึงต้องระมัดระวังในการส่งเป็นอย่างมาก เพราะถ้าเกิดความเสียหายก็จำเป็นต้องทิ้งไปเลย ดังนั้นการขนส่งจึงลำบาก

4.5 การเงิน

4.5.1 การบริหารการเงินและการระดมทุน

ในด้านการบริหารการเงินนั้นได้มีการแต่งตั้ง นางลำดวน(เหรัญญิก)เป็นผู้ตรวจสอบการบันทึกบัญชี ตรวจสอบรายรับรายจ่าย รวมถึงดูแลสิทธิประโยชน์ต่างๆของกลุ่ม

ในด้านการระดมทุน เริ่มแรกในการจัดตั้ง นั้นมีการระดมทุนจากสมาชิก หุ้นละ100 บาท จากสมาชิดทั้งหมด44 คน ได้เงินทุนทั้งหมด4,400 บาท ส่วนประธานกลุ่มนั้นได้นำเครื่องมือเครื่องใช้ทั้งหมดมาใช้ในกลุ่ม ในปัจจุบันมีสมาชิก 35 คนและราคาหุ้นในปัจจุบันเป็นหุ้นละ 100 บาท โดยมีเงินออม 85,000 บาท

นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานต่างๆที่ให้ความช่วยเหลือในเรื่องของเงินกู้และเงินให้เปล่า โดยในด้านเงินให้เปล่านั้นในปี พ.ศ.2545 สาธารณะสุขอำเภอสันกำแพง ได้ให้ความช่วยเหลือในเรื่องของการทำแผ่นพับเพื่อเป็นการโฆษณา และประชาสัมพันธ์กลุ่ม จำนวน 50,000บาท และในปี พ.ศ.2546 สาธารณะสุขจังหวัดเชียงใหม่ได้เงินสนับสนุนในด้านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ จำนวน 18,000บาท

ส่วนในด้านเงินกู้นั้น ได้มีการกู้เงินจากกองทุนหมู่บ้านในปีพ.ศ.2545 จำนวนเงิน 20,000 บาทโดยต้องชำระคืนภายใน 1 ปีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ8ต่อปี ชำระเมื่อปีพ.ศ.2546เรียบร้อยแล้ว วัตถุประสงค์ในการกู้ยืมเพื่อจัดทำบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ปี พ.ศ.2546 กู้มาจากกองทุนหมู่บ้านอีก15,000บาท โดยต้องชำระคืนภายใน 1 ปีอัตราดอกเบี้ยร้อยละ6ต่อปี ชำระเมื่อปีพ.ศ.2547เรียบร้อยแล้ววัตถุประสงค์ในการกู้ยืมเพื่อจัดทำบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และในปีพ.ศ.2546มีการกู้เงินจาก สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ 75,000 บาทโดยมีเงื่อนไขให้ชำระคืนภายใน 5 ปีไม่คิดอัตราดอกเบี้ย วัตถุประสงค์ของการกู้ยืมเพื่อใช้ในการจัดตั้งที่ทำการศูนย์และสถานที่ทำการผลิตของกลุ่ม ในปีพ.ศ.2547 กู้ยืมจากกองทุนหมู่บ้าน จำนวน 15,000 บาทอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 6 ต่อปี ชำระคืนภายใน1ปี ชำระเมื่อปีพ.ศ.2548

เรียบร้อยแล้ววัตถุประสงค์ในการกู้ยืมเพื่อใช้ในการจัดทำสติ๊กเกอร์และฉลากของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเพื่อใช้ในการจำหน่าย

ปัญหาในเรื่องเงินหมุนเวียนนั้นยังมีปัญหาเรื่องมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าน้อยทำให้ไม่มีเงินทุนมากพอที่จะใช้หมุนเวียนภายในกลุ่ม โดยทางกลุ่มต้องกู้ยืมจากกองทุนหมูบ้านอย่างต่อเนื่อง

ปัญหาที่เกี่ยวกับสินเชื่อนั้นในเรื่องปัญหาหนี้ค้างชำระ ยังมีหนี้ที่ค้างชำระอยู่ซึ่งการแก้ปัญหาคือจะทยอยจ่ายคืน ในเรื่องปัญหาเดี่ยวกับปริมาณเงินกู้ ยังมีปริมาณเงินกู้ที่น้อยเกินไป แต่ไม่มีปัญหาในเรื่องแหล่งเงินกู้เพราะมีแหล่งให้กู้อยู่แล้วคือกองทุนหมู่บ้าน ส่วนเรื่องหลักทรัพย์ที่ใช้ค้ำประกันนั้นก็ไม่พบพบปัญหาเพราะมีกลุ่มค้ำ และตราสินค้า OTOP ก็เป็นเครื่องหมายรับประกันได้ นอกจากนี้ทางกลุ่มยังมีโครงการที่จะขอสินเชื่อเพิ่มเพื่อซื้อวัตถุดิบเป็นจำนวนเงิน 50,000 บาท จากธนาคาร SMEs

4.5.2 ผลกำไรและเงินปันผล

ทางกลุ่มมีการจัดสรรกำไรโดยหักร้อยละ 20 เข้ากลุ่มใหญ่ และอีกร้อยละ 80 นั้นแบ่งสรรภายในกลุ่ม โดยจะมีการปันผลในช่วงเดือนเมษายน ซึ่งหลักในการปันผลก็คือ หารตามจำนวนหุ้น

4.5.3 ลูกหนี้และเจ้าหนี้

ทางกลุ่มมีลูกหนี้ 1 รายคือ ริมปิงซุปเปอร์มาเกต โดยสินค้าที่ซื้อเชื่อคือคุกกี้ มูลค่า 10,000 บาท โดยมีเงื่อนไขการชำระเงินภายใน 30 วัน ซึ่งลูกหนี้รายนี้ไม่มีปัญหาเรื่องการชำระหนี้

ในด้านเจ้าหนี้ที่เกิดจากการให้ซื้อเชื่อหรือกู้ยืมนั้นไม่มี

4.5.4 ปัญหาและอุปสรรคทางการเงิน

ทางกลุ่มมีปัญหาทางด้านเงินทุนหมุนเวียนที่ไม่เพียงพอในการซื้อวัตถุดิบคราวละมากๆซึ่งแก้ปัญหาของกลุ่มคือการหาแหล่งเงินกู้ ขอความช่วยเหลือจากทางราชการในการจัดหาเงินทุน

4.6 การวิเคราะห์ SWOT Analysis

การวิเคราะห์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด (กิจกรรมขนมอบ) โดยวิธี SWOT

จุดแข็ง

- ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ผลิตจากวัตถุที่หาได้ง่ายจากพื้นที่ใกล้เคียง ทำให้ไม่มีปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ
- เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้ได้รับความร่วมมือและช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐบาล

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

- ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับรางวัลในการประกวดสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาว ทำให้สามารถเป็นหลักประกันรับรองสินค้าได้

จุดอ่อน

- การบริหารจัดการและอำนาจการตัดสินใจส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับประธานกลุ่ม ทำให้ขาดการกระจายอำนาจที่ดี
- เนื่องจากกลุ่มเน้นใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ทำให้ราคาสินค้าบางชนิดมีราคาสูงกว่าคู่แข่ง

โอกาส

- การที่รัฐสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงทำให้ผู้คนหันมาสนใจผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมากขึ้น
- การที่ผลิตภัณฑ์ได้นำไปออกงานแสดงต่างๆ ถือเป็นการขยายตลาดและเป็นการโฆษณาสินค้าไปในตัว
- ในด้านการค้าต่างประเทศ ถ้าภาครัฐให้การสนับสนุนสินค้า ช่วยเหลือในการส่งออก จะทำให้สินค้าเป็นที่รู้จัก

อุปสรรค

- เนื่องจากมีคู่แข่งที่มีการผลิตในลักษณะเดียวกัน ซึ่งทำให้สามารถใช้ทดแทนกันได้ ทำให้กลุ่มต้องมีการรักษามาตรฐานผลิตภัณฑ์และทำการปรับปรุงพร้อมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ
- ถ้าเกิดมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายรัฐ อาจมีผลทำให้วิสาหกิจชุมชนไม่ได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐเท่าที่ควร
- ทางกลุ่มมีคู่แข่งที่มีทุนมากสามารถหาซื้อวัตถุดิบได้ในราคาถูกกว่าทำให้สามารถผลิตสินค้าและขายได้ในราคาถูกกว่า และขยายตลาดได้กว้างกว่าทำให้เป็นที่รู้จักในคนหมู่มาก นอกจากนี้ทางด้านคู่แข่งยังมีลูกค้าประจำมาก ทำให้ทางกลุ่มเข้าไปตีตลาดได้ยาก
- ทางด้านการปล่อยเงินกู้นั้นยังมีปัญหาในเรื่องเงินกู้ที่มีปริมาณไม่เพียงพอต่อการขอกู้ ทำให้ทางกลุ่มไม่สามารถเพิ่มหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆได้

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

บทที่ 5
สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ศักยภาพ

ศักยภาพทางด้านการจัดการองค์กร

- กลุ่มมีการจัดตั้งคณะกรรมการโดยการลงคะแนนเสียงคัดเลือก โดยอำนาจการตัดสินใจส่วนใหญ่ขึ้นกับประธานและคณะกรรมการร่วมกันตัดสินใจ ทำเกิดการทำงานอย่างเป็นทีมและเป็นระบบมากขึ้น
- ทางกลุ่มนั้นมีความรู้ความสามารถในเรื่องการผลิตเป็นอย่างดีโดยเฉพาะประธานกลุ่มที่ได้เรียนรู้มาจากการสถาบันสอนทำขนมหลายที่ด้วยกัน และสมาชิกภายในกลุ่มก็เคยทำขนมมาก่อน
- บุคคลในกลุ่มสามารถทำงานได้ทุกหน้าที่ ดังนั้นจึงไม่มีปัญหาเมื่อมีคนใดคนหนึ่งไม่สามารถทำงานได้
- กลุ่มมีความเข้มแข็งและสมาชิกในกลุ่มมีความสามัคคี

ศักยภาพทางด้านการผลิต

- เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ทำอยู่นั้นใช้สัดส่วนที่คงที่ดังนั้นรสชาติจะคงเดิมไม่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีผลให้รักษาคุณภาพได้เป็นอย่างดี
- ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ทำจากวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน และยังได้รับรางวัลจากการประกวดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ4 ดาว

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

ศักยภาพทางด้านการตลาด

- ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีความแปลกใหม่ไม่เหมือนคู่แข่งรายอื่น อย่างเช่นคุกกี้งาเมืองที่มีการผลิตเพียงที่เดียว ทำให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งขัน
- ผลิตภัณฑ์มีหลากหลายตามความต้องการของลูกค้า
- การผลิตสามารถผลิตได้ทันตามกำหนดเวลาที่แน่นอน และได้ทันตามความต้องการของลูกค้า

ศักยภาพทางด้านการเงิน

- กลุ่มสามารถชำระเงินกู้คืนได้ตามกำหนดทุกงวด จึงไม่มีปัญหาในการชำระเงินกู้

ปัญหาและอุปสรรค

1. ปัญหาด้านการผลิต

- เตาอบในปัจจุบันมีขนาดเล็กไป ทำให้การผลิตในแต่ละครั้งทำได้ในปริมาณน้อย
- ในการผลิต บางครั้งผลิตภัณฑ์อาจมีคุณภาพต่างกัน

2. ปัญหาด้านการตลาด

- ภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวนอาจส่งผลให้กลุ่มเกิดต้นทุนที่สูงขึ้น เพราะต้นทุนส่วนหนึ่งมาจากค่าไฟฟ้า และค่าแก๊สที่จะต้องใช้
- อุปสรรคในการขยายตลาด เพราะผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิตส่วนใหญ่นั่นมีคู่แข่งค่อนข้างมาก ซึ่งลูกค้าส่วนมากมักมีร้านประจำของตนเองทำให้ไม่เปิดรับผู้ผลิตรายใหม่
- ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี
- เนื่องจากผลิตภัณฑ์นั้นแตกหักได้ง่ายจึงต้องระมัดระวังในการส่งเป็นอย่างมาก เพราะถ้าเกิดความเสียหายก็จำเป็นต้องทิ้งไปเลย ดังนั้นการขนส่งจึงลำบาก

3. ปัญหาด้านการเงิน

- ทางกลุ่มมีปัญหาทางด้านเงินทุนหมุนเวียนที่ไม่เพียงพอในการซื้อวัตถุดิบคราวละมากๆซึ่งแก้ปัญหาของกลุ่มคือการหาแหล่งเงินกู้ ขอความช่วยเหลือจากทางราชการในการจัดหาเงินทุน

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแม่ตาด อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทางผู้จัดทำมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรมีการแนะนำ และฝึกอบรมให้ความรู้ต่างๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. ควรจะมีการแบ่งงานรับผิดชอบให้เป็นระบบ ไม่ให้อำนาจผูกขาดอยู่ที่บุคคลเพียงคนเดียว
3. ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และมีการขยายตลาดอย่างสม่ำเสมอ

บรรณานุกรม

จิราภรณ์ เหลืองธุวปราณีต. **โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตภูพิงค์**. เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548

นฤมล หลวงใจ. **ศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มจักสานไม้ไผ่ ตำบลป่าบง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545

วงค์พรหม พรหมวงศ์. **เศรษฐกิจชุมชนตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544

ศิวรัตน์ กุศล. **ศักยภาพของวิสาหกิจท้องถิ่นในหมู่บ้านถวายในการเข้าสู่โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์**. เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง แหล่งที่มา www.sufficiencyeconomy.org

วิสาหกิจชุมชน แหล่งที่มา www.chainat.go.th/sub/cpd/coop_data/coop_015.htm

เศรษฐกิจพอเพียง แหล่งที่มา http://www.porpeang.org

เศรษฐกิจพอเพียงกับวิสาหกิจชุมชน แหล่งที่มา www.cdd.go.th/webfund/eco.doc

ห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์