



รายงานการวิจัย
ศึกษาความเป็นไปได้เกี่ยวกับการทำชาขลุ่ OTOP
ตำบลบางกล่ำ อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา
Feasibility Study on Tea Kloe into the OTOP for Bang Klam
District, Songkhla Province.

พัชรี ทิพย์ประชา Patcharee Tippracha
พลอยกนก ชุนชำนาญ Ploykanok Kunchumnan

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
งบประมาณเงินรายได้ประจำปี พ.ศ. 2559

บทคัดย่อ

การศึกษา ศึกษาความเป็นไปได้เกี่ยวกับการทำชาขลุ่ย OTOP ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการในการทำชาขลุ่ยของชุมชน และความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจชาขลุ่ยของชุมชน ให้ชุมชนบางกล้าได้เห็นคุณค่าของชาขลุ่ยที่มีอยู่มากในพื้นที่ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา โดยผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ชาวบ้านและผู้ประกอบการ ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา จำนวน 50 คน โดยทำการศึกษาในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2559 และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยทางสถิติ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ยร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่ามัธยฐานกลุ่มตัวอย่าง (Median) ค่าฐานนิยมของกลุ่มตัวอย่าง (Mode) คะแนนต่ำสุดของกลุ่มตัวอย่าง (Min) และคะแนนสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง (Max) พบว่า ผลการประเมินโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีปานกลาง โดยมีเฉลี่ย 3.25 คะแนน และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 40 คน เพศชาย จำนวน 10 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ 41 ปีขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 19 คน จำแนกตามสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันมากที่สุด จำนวน 39 คน โสด จำนวน 11 คน จำแนกตามระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมากที่สุด จำนวน 36 คน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย/เดือนมากที่สุด 10,001-20,000 บาท จำนวน 38 คน และจำแนกตามฐานะ/ความเกี่ยวข้องกับโครงการ ผู้บริโภคมากที่สุด จำนวน 41 คน ผู้ประกอบการ จำนวน 9 คน

ผลการวิเคราะห์การศึกษาจากการทดสอบแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อศึกษาความเป็นไปได้เกี่ยวกับการทำชาขลุ่ย OTOP ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.25$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มากที่สุด ($\bar{x} = 3.46$) รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ($\bar{x} = 3.39$) รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\bar{x} = 3.28$) และรองลงมาคือด้านราคา (Price) ($\bar{x} = 2.86$)

Abstract

The feasibility study on Khlu tea to OTOP Bang Klam District, Bang Klam Prefecture, Songkhla Province. Aims to study the problems and needs of the community to make Khlu tea. And the possibility of making tea business Khlu community. Community Klam has seen the value of Khlu tea available in Bang Klam District, Bang Klam Prefecture, Songkhla Province. by respondents is the peasants and entrepreneurs Bang Klam District, Bang Klam Prefecture, 50 people studied. the first semester of the academic year 2559 and questionnaires were used to collect the data and then analyze the data statistically. Data were collected by questionnaire data were analyzed using descriptive statistics. The mean percentage (\bar{x}) the sample median (Median) value of the sample mode (Mode) the lowest score of the sample. (Min) and the highest score of the sample (Max) was evaluated as a whole was good, moderate, with an average of 3.25 points, and the respondents were female, most of the 40 were male. 10 people by the respondents by age 41 years and over most of the study was 19. Married / living together most of the 39 singles, 11 by level of education. Lower than most high school by earning an average of 36 / month more. 10,001-20,000 baht of 38 people and by as / associated with the project. Consumers most of the 41 operators of 9 people.

The analysis of the frying satisfaction of respondents to study the possibilities about making tea Khlu to OTOP Bang Klam District, Bang Klam Prefecture, Songkhla Province. overall moderate ($\bar{x} = 3.25$) when. consider found that respondents were satisfied with the product (product) most ($\bar{x} = 3.46$), followed by the distribution channel (Place) ($\bar{x} = 3.39$), followed by the field. promotion (promotion) ($\bar{x} = 3.28$) and the second is the price (Price) ($\bar{x} = 2.86$).

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(ก)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(ข)
สารบัญ	(ค)
สารบัญตาราง	(ง)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 สมมติฐานและกรอบแนวคิดของการวิจัย	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	2
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.7 ระยะเวลาทำการวิจัย	3
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวความคิดและทฤษฎี	4
2.2 ความเป็นไปได้ในการศึกษาธุรกิจชุมชน	6
2.3 การแก้ไขปัญหาดังกล่าว จำต้องมีการปรับเปลี่ยนในสามระดับแห่งปัญหา	7
2.4 แนวคิดพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจในระดับประเทศ	8
2.5 ความหมายของ OTOP	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	11
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	11
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	11
3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ	12
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	12
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	12
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	13

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	14
4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป	14
4.2 ผลการศึกษายัฒนาและความต้องการ	22
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	22
5.1 สรุปผลการวิจัย	22
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	23
บรรณานุกรม	24
ภาคผนวก	27
แบบสอบถาม	28
ประวัติผู้วิจัย	32



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	14
ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	15
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	15
ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ย/เดือน	15
ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามฐานะ/ความเกี่ยวข้อง	16
ตารางที่ 7 สรุปจำนวนของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและอายุ	16
ตารางที่ 8 สรุปจำนวนของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและสถานภาพ	16
ตารางที่ 9 สรุปจำนวนของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและระดับการศึกษาสูงสุด	17
ตารางที่ 10 สรุปจำนวนของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและรายได้เฉลี่ย/เดือน	17
ตารางที่ 11 สรุปจำนวนของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและฐานะและความเกี่ยวข้อง	17
ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	18
ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน ความคิดเห็นด้านราคา (Price)	19
ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน ความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	20
ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน ความคิดเห็นด้านการส่งเสริม	21

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ระบบเศรษฐกิจและสังคมไทยได้เปลี่ยนแปลงไปมากจากระบบเศรษฐกิจที่มีภาคเกษตรเป็นภาคนำทั้งการผลิต รายได้ และการจ้างงาน มาสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมการค้า และการบริการ แม้ว่าประชากรส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 51 ยังคงทำงานอยู่ในภาคเกษตร แต่รายได้ภาคเกษตรพื้นฐาน ปัจจุบันนี้เหลือเพียงประมาณร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเท่านั้น ความแตกต่างทางรายได้ ความร่ำรวยของคนกลุ่มน้อยและความยากจนของคนกลุ่มใหญ่ เกิดช่องว่างทางรายได้ระหว่างคนรวยกับคนจนออกไปทุกที นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจตั้งแต่เริ่มต้นเป็นการพัฒนาที่ไม่สมดุล เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมและทะเลาะภาคเกษตรกรรม จึงทำให้ผลผลิตภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น ขณะที่ผลผลิตภาคเกษตรกรรมมีสัดส่วนลดลงตามลำดับ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจชุมชนในระบบเศรษฐกิจตลาด จำเป็นต้องหยิบยืมแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์มาใช้ แต่ใช้ในบริบทที่ยึดถือผลประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก นั่นคือการใช้กรอบแนวคิดว่าจะลงทุนอะไรและอย่างไร เพื่อให้ผลกำไรแก่ชุมชน ลำดับขั้นตอนของความคิดการศึกษาความเป็นไปได้จึงมีดังนี้ จะผลิตอะไรหรือทำอะไร จะผลิตอย่างไรหรือทำอย่างไร ใครคือลูกค้า จะขายใครอย่างไร และเขาได้รับความนิยมน้อย่างมากในสังคมไทยตั้งแต่ในอดีตและปัจจุบัน และเขามีอยู่หลายสายพันธุ์ในประเทศ ซึ่งชาวลูเป็นชาติที่ควรศึกษาในอำเภอบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา เนื่องจากมีต้นชาลูเป็นจำนวนมาก ซึ่งชาวบ้านไม่ได้ทราบถึงคุณประโยชน์จากใบชามากนัก ต้นชาลูเป็นพันธุ์ที่พบได้ทั่วไปตามที่รกร้างว่างเปล่า ที่ราบลุ่มชายฝั่งทะเล ชอบดินเค็ม หรือกร่อย ใบมีกลิ่นฉุน ดอกสีขาวม่วง เป็นกระดูกเล็กออกเป็นช่อที่ปลายยอด พบทั่วไปในเขตร้อน เช่น จีน อินเดีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และไทย เป็นพืชที่ปลูกง่าย

ชุมชนท่าเมรุ ต.บางกล้า อ.บางกล้า จ.สงขลา มีต้นชาลูเป็นจำนวนมาก โดยขึ้นเองตามธรรมชาติริมป่าชายเลน และชุมชนได้ผลิตน้ำชาลูแบบขายในชุมชนของตนเอง ซึ่งได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวที่แวะมาซื้อสินค้าท้องถิ่นในชุมชนเป็นจำนวนมาก จนไม่สามารถผลิตได้ทันตามความต้องการได้ คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของชาลูในชุมชนท่าเมรุ ต.บางกล้า อ.บางกล้า จ.สงขลา โดยต้องการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำชาลูไปสู่ OTOP

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการในการทำชาขลุ่ยของชุมชนผู้ OTOF ของตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา

2.2 เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจชาขลุ่ยของชุมชนผู้ OTOF ของตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา

2.3 เพื่อให้ชุมชนบางกล้าได้เห็นคุณค่าของชาขลุ่ยที่มีอยู่มากในพื้นที่ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา

1.3 สมมติฐานและกรอบแนวคิดของการวิจัย



1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย และได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.4.1 ประชากรการวิจัย คือ ชุมชนตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา ผู้ประกอบการและผู้บริโภคชาขลุ่ย

1.4.2 ตัวแปรที่ศึกษา

- 1) ตัวแปรอิสระ คือ เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา ภูมิฐานะ
- 2) ตัวแปรตาม คือ ความพร้อมในการนำชาขลุ่ย OTOF

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 ชาขลุ่ย คือ ต้นขลุ่ย เป็นไม้พุ่มขนาดต้นสูง 0.5-2 เมตร มีใบเขียวตลอดปี ต้นขลุ่ยขึ้นตามธรรมชาติในป่าชายเลนของประเทศเขตร้อน เช่น ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ออสเตรเลีย และอินเดีย เป็นต้น ปัจจุบันมีการปลูกต้นขลุ่ยเชิงเศรษฐกิจเพื่อจำหน่ายใบขลุ่ยเป็นผักสมุนไพรเพื่อการบริโภคและใช้ผลิตชาขลุ่ย ซึ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) ได้ริเริ่มโครงการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนในหลายจังหวัด เช่น สมุทรสงคราม เพชรบุรี นครราชสีมา อุรธานี จันทบุรี และระยองให้มีการผลิตชาขลุ่ยที่มีคุณภาพสูงและถูกสุขลักษณะ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัญหาและความต้องการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำชาขลุ่ และให้ชุมชนบางกล้าได้เห็นคุณค่าของชาขลุ่ที่มีอยู่มากในพื้นที่ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา รวมทั้งศึกษาศึกษาความเป็นไปได้เกี่ยวกับการทำชาขลุ่สู่ OTOP ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา โดยมีรายละเอียดของแนวความคิดและทฤษฎี ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎี
- 2.2 ความเป็นไปได้ในการศึกษาธุรกิจของชุมชน
- 2.3 การแก้ไขปัญหา
- 2.4 แนวคิดพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจในระดับประเทศ
- 2.5 ความหมายของ OTOP

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

ระบบเศรษฐกิจและสังคมไทยได้เปลี่ยนแปลงไปมากจากระบบเศรษฐกิจที่มีภาคเกษตรเป็นภาคนำทางการผลิต รายได้ และการจ้างงาน มาสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมการค้า และการบริการ แม้ว่าประชากรส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 51 ยังคงทำงานอยู่ในภาคเกษตร แต่รายได้ภาคเกษตรพื้นฐาน ปัจจุบันนี้เหลือเพียงประมาณร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเท่านั้น ความแตกต่างทางรายได้ ความร่ำรวยของคนกลุ่มน้อยและความยากจนของคนกลุ่มใหญ่ เกิดช่องว่างทางรายได้ระหว่างคนรวยกับคนจนออกไปทุกที

นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจตั้งแต่เริ่มต้นเป็นการพัฒนาที่ไม่สมดุล เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมและละเลยภาคเกษตรกรรม จึงทำให้ผลผลิตภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น ขณะที่ผลผลิตภาคเกษตรกรรมมีสัดส่วนลดลงตามลำดับ

แนวคิดการพัฒนาไม่สมดุลโดยการเน้นอุตสาหกรรม ก็คือ การสะสมอุตสาหกรรมโดยการดูดซับมูลค่าส่วนเกินจากภาคเกษตรใน 2 ลักษณะ

- **ลักษณะแรก** คือ การแลกเปลี่ยนไม่เสมอภาค คือ การซื้อสินค้าเกษตรราคาถูกจากภาคชนบทแล้วขายสินค้าอุตสาหกรรมราคาแพง ผลผลิตส่วนเกินที่ภาคเกษตรผลิตได้ก็จะถูกยกย้ายจากภาคเกษตรสู่ภาคอุตสาหกรรมผ่านกลไกตลาด ที่ภาคอุตสาหกรรมมีอำนาจในตลาดมากกว่า จึงทำให้การแลกเปลี่ยนไม่เสมอภาค โดยภาคเกษตรได้มูลค่าต่ำ แต่ภาคอุตสาหกรรมได้มูลค่าสูง

• **ลักษณะที่สอง** แรงงานจากภาคเกษตรจะเคลื่อนย้ายสู่ภาคอุตสาหกรรม อันเนื่องจาก รายได้เกษตรไม่พอเพียงเลี้ยงชีพ จึงต้องอพยพสู่ภาคอุตสาหกรรม ทำให้เกิดภาวะแรงงานล้นเกินใน ภาคอุตสาหกรรม กลายเป็นกองทัพแรงงานสำรอง ค่าจ้างแรงงานจึงถูก เปิดโอกาสให้ภาคอุตสาหกรรม “บูตริค” แรงงานหรือดูดซับเอามูลค่าส่วนเกิน (หรือมูลค่าที่เกินจากค่าจ้าง) จากแรงงานได้มาก ทำให้ ภาคอุตสาหกรรมมีต้นทุนต่ำ กำไรสูง

การพัฒนาไม่สมดุลเป็นปฐมฐานของความแตกต่างทางรายได้ ดังกล่าวแล้ว หากพิจารณา ในเนื้อหาของการพัฒนาอุตสาหกรรม ก็พบว่า รัฐบาลสนับสนุน และให้สิทธิพิเศษมากมาย แต่การ ส่งออกต้องแข่งขันในตลาดโลก การแข่งขันมีเพียง 2 ด้าน คือ

- ด้านคุณภาพของสินค้า
- ด้านราคา

ในเรื่องคุณภาพของสินค้า ต้องพึ่งเทคโนโลยีและคุณภาพของวัตถุดิบ ซึ่งทั้งเทคโนโลยี วัตถุดิบและเครื่องจักร ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ จึงยากที่จะให้เหนือกว่าประเทศเจ้าของ เทคโนโลยีได้ ดังนั้น จึงต้องหันมาแข่งขันด้านราคา คือ ขายราคาถูก และการทำให้ราคาถูกเพียง อย่างเดียวที่ทำให้ คือ ค่าแรงถูก เพราะด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยี สินค้าทุน ต้องนำเข้าไม่สามารถ ลดราคาได้ จึงมีแต่ค่าแรงเท่านั้นที่ลดราคาได้

ดังนั้น ในความต้องการของภาคอุตสาหกรรม ต้องการให้แรงงานจากชนบทเคลื่อนย้าย เข้าเมือง เพื่อให้เกิด “reserve army” เป็นความต้องการที่สวนกระแสกับนักสังคมวิทยา ที่ไม่ ต้องการให้คนจนเข้ามาแออัดในกรุงเทพฯ อุตสาหกรรมในกรุงเทพฯ ต้องการให้แรงงานจากชนบท ต่างอพยพเข้ามา การเติบโตของชนบท การเพิ่มรายได้ของชนบท ซึ่งจะทำให้คนชนบทอพยพเข้าสู่ ภาคอุตสาหกรรมลดลง เป็นสิ่งที่ขัดกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมมาโดยตลอด ยุทธศาสตร์ แอบแฝงของการพัฒนาอุตสาหกรรม จึงเป็นการยับยั้งการเติบโตของชนบท เพื่อกีดกันให้แรงงาน ที่ตั้งถิ่นฐานอพยพเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม

จากยุทธศาสตร์ดังกล่าว ภาคเกษตรหรือภาคชนบทจึงกลายเป็นเพียงแหล่งผลิต “มูลค่า ส่วนเกิน” (หรือผลิตสินค้าที่ใช้แรงงานมากแต่ได้ค่าตอบแทนน้อย) ให้ภาคอุตสาหกรรมบูตริค และ คงอยู่เพื่อความเติบโตของภาคอุตสาหกรรม ดังนั้น ช่องว่างทางรายได้ระหว่างคนทำงาน ในภาคอุตสาหกรรมกับคนทำงานในภาคเกษตรจึงห่างกันมาก

2.2 ความเป็นไปได้ในการศึกษาธุรกิจของชุมชน

การศึกษาความเป็นไปได้ในธุรกิจชุมชนในระบบเศรษฐกิจตลาด จำเป็นต้องหยิบยืมแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์มาใช้ แต่ใช้ในบริบทที่ยึดถือผลประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก นั่นคือการใช้กรอบแนวคิดว่าจะลงทุนอะไรและอย่างไร เพื่อให้ผลกำไรแก่ชุมชน ลำดับขั้นตอนของความคิดการศึกษาความเป็นไปได้จึงมีดังนี้

จะผลิตอะไรหรือทำอะไร จะต้องเริ่มจากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นจริงต่าง ๆ ในชุมชน มีเรื่องใหญ่ ๆ อยู่ 2 เรื่องที่จะต้องทำความเข้าใจและหาคำตอบให้ได้คือ

- ปริมาณผลผลิตและความต้องการของตลาดหรือตลาดนามธรรม โอกาสทางการตลาดมีสูง อุปสรรคทางการตลาดจะมีอยู่เฉพาะด้านข่างานการติดต่อและช่องทางที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าหลัก ซึ่งต้องอาศัยความสามารถเชิงจัดการจึงเป็นจริงได้

- ความได้เปรียบ คือ ความสามารถในการทำ การผลิต การขาย ความสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิต ซึ่งตัวบ่งชี้คือ ความรู้ความชำนาญในการผลิต องค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมากกว่าหรือดีกว่าที่อื่น ๆ

โอกาสทางการตลาดหรือการรู้ความต้องการของตลาดเป็นปัจจุบันชี้ขาดที่จะบอกว่า ควรจะผลิตอะไรในระบบเศรษฐกิจตลาด

จะผลิตอย่างไรหรือทำอย่างไร การคิดค้นวิธีการผลิตว่าจะผลิตอย่างไรถึงจะเหมาะสมกับทักษะและสภาพแวดล้อมของชุมชนหนึ่ง ๆ ได้จากการสังเกต สรุปรบเทียบและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของผู้ที่ทำการผลิตต่าง ๆ มันจึงเป็นองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่เป็นจริง พิสูจน์ได้นำไปปฏิบัติให้เกิดผลได้เพียงแต่ผู้ริเริ่มสามารถจัดระบบการคิด ระบบข้อมูล และประสบการณ์จากบุคคลต่าง ๆ ของชุมชน โดยการระดมสมอง แลกเปลี่ยน พูดคุย แล้วนำมาสังเคราะห์ก็จะได้แนวทางที่เหมาะสมว่าจะผลิตอย่างไรจึงจะดีที่สุด จากนั้นจึงนำแนวทางและวิธีการที่ได้สังเคราะห์ปรุงแต่งแล้วนี้เสนอกลับไปยังผู้ผลิต เพื่อนำไปใช้ทดสอบปฏิบัติต่อไป

นอกจากสมาชิกชุมชนที่ทำการผลิตโดยตรงแล้ว การที่จะค้นหาวิธีการผลิตที่เหมาะสมว่าควรผลิตอย่างไรนั้น ยังจะต้องระดมบุคคลที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ มาช่วยกันคิดช่วยกันสรุป บุคคลเหล่านี้มีทั้งฝ่ายราชการที่เกี่ยวข้องทางด้านการพัฒนาอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นด้านเกษตร ด้านการค้าและอุตสาหกรรม ถ้าได้รับความร่วมมือความช่วยเหลือจากหน่วยงานดังกล่าว ก็จะยิ่งทำให้ธุรกิจชุมชนมีความเป็นไปได้มากขึ้น

สถาบันวิชาการ ก็มีความสำคัญต่อการจัดตั้งธุรกิจชุมชน เป็นแหล่งค้นคว้า สะสมความรู้ และเผยแพร่ความรู้ให้แก่ประชาชน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน

ภาคธุรกิจโดยทั่วไปภาคธุรกิจมีการดำเนินงานเพื่อแสวงหากำไรให้แก่ตนเอง มีเพียงส่วนน้อยที่จะคิดถึงกำไรหรือรายได้ของชุมชน อย่างไรก็ตาม มีธุรกิจจำนวนหนึ่งที่พอเห็นประโยชน์ร่วมที่จะได้จากธุรกิจชุมชน การเข้าถือหุ้นร่วมกับธุรกิจชุมชนทำให้ผู้ส่งออกนั้นได้แหล่งผลิตที่แน่นอน และมีส่วนที่จะกำหนดการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการได้

การแสวงหาแนวทางว่าจะผลิตอะไร ควรจะได้จากปฏิสัมพันธ์ หรือจากการระดมสมอง ข้อมูลจากประสบการณ์และภูมิปัญญาของชุมชน จากสถาบันราชการ สถาบันวิชาการ และจากภาคธุรกิจ ใครคือลูกค้า จะขายใคร อย่างไร ใครคือลูกค้าในลักษณะของธุรกิจชุมชนอาจจะพิจารณากลุ่มลูกค้าเป็นสองกลุ่มใหญ่ ๆ คือ ลูกค้าในท้องถิ่นและลูกค้านอกท้องถิ่น ธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นในลักษณะของร้านค้าลูกค้าหลักคือลูกค้าในชุมชน แต่ถ้าร้านค้านั้นรับซื้อของจากคนในชุมชนมาขายด้วย ลูกค้าของสินค้าเหล่านั้นจะมาจากนอกชุมชน การวิเคราะห์ลูกค้าว่าใครคือลูกค้า เป็นเรื่องสำคัญยิ่งสำหรับการผลิตเชิงธุรกิจ ถ้ายังมองไม่เห็นตัวลูกค้าว่าเป็นใครที่ไหนบ้าง ก็ยังไม่สมควรที่จะจัดตั้งขึ้นมาเป็นองค์กรเชิงธุรกิจ

2.3 การแก้ไขปัญหาดังกล่าว จำต้องมีการปรับเปลี่ยนในสามระดับแห่งปัญหา คือ

2.3.1 ในระดับนโยบายการพัฒนา จะต้องเปลี่ยนจากการพัฒนาแบบไม่สมดุลสู่การพัฒนาแบบสมดุล

2.3.2 ในระดับความสัมพันธ์ทางการแลกเปลี่ยนจะต้องมีการแก้ไขการแลกเปลี่ยนที่ไม่เป็นธรรม จะต้องให้เกษตรกรหรือคนชนบทมีการรวมกลุ่ม มีการจัดการกับผลผลิตและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีอำนาจต่อรองเพื่อไม่ให้ถูกเอาเปรียบในระดับนี้ การดำเนินงานทางการผลิตและการขายที่จัดตั้งขึ้นมาในรูปของธุรกิจชุมชน จะเป็นเครื่องมือต่อรองที่ดี เพราะตราบดีก็ตามที่สังคมต้องอยู่ในระบบตลาดอยู่ในระบบการแลกเปลี่ยน “ชุมชน” ก็จำเป็นต้องเรียนรู้และเข้าใจกลไกของมัน และใช้การแลกเปลี่ยนให้เกิดประโยชน์กับชุมชนให้มากที่สุด จึงจะสามารถป้องกันการแลกเปลี่ยนที่ไม่เป็นธรรมได้

2.3.3 ในระดับส่วนบุคคล ที่คนชนบทต้องอพยพไปขายแรงงาน และถูกเอาเปรียบ การทำให้สามารถดำรงอยู่ในชนบทอย่างพอมีพอกิน ไม่เดือดร้อนย่อมสามารถหลีกเลี่ยงสภาพการถูกเอาเปรียบจากภาวะการณ์เป็นลูกจ้างในภาคอุตสาหกรรมได้ ธุรกิจชุมชนเป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้คนชนบทมีโอกาสเพิ่มรายได้ให้แก่ตนเองโดยไม่ต้องอพยพไปเป็นกรรมกรในเมือง หรือแม้แต่การเป็นผู้ขายแรงงานให้แก่ธุรกิจชุมชนในหมู่บ้าน ก็น่าจะมีชีวิตที่ดีกว่า

2.4 แนวคิดพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจในระดับประเทศ

ความจริงแนวคิดพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจในระดับประเทศนั้นมาตั้งแต่เริ่มแรกที่ระบบเศรษฐกิจไทยกระทบกับระบบเศรษฐกิจของประเทศทุนนิยมตะวันตกที่ดำเนินลัทธิล่าอาณานิคมและเข้ามาบังคับให้ไทยต้อง “ทำการค้าเสรี” ในสมัยรัชกาลที่ 4-5 แล้ว โดยที่เริ่มแรกไทยมีลักษณะจำต้องยินยอม แต่ต่อมาก็เริ่มเห็นดีเห็นงามกับการพัฒนาตามแบบประเทศตะวันตก อย่างไรก็ตามในท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจไทย ก็มีแนวความคิดเรื่องพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจแทรกเป็นระยะๆ เสมอ เช่น ความคิดของพระยาสุรียานุวัตร ความคิดของคณะราษฎร ความคิดของหลวงวิจิตรวาทการ จนกระทั่งแนวคิดอื่นๆ เช่น แนวคิดสหกรณ์ แนวคิดเกษตรผสมผสานของท่านสิทธิพร และแนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ที่พัฒนาขึ้นอย่างหลากหลายในปัจจุบัน ก็ยังมีแนวคิดเรื่องการพึ่งตนเองของเศรษฐกิจระดับชาติแฝงเร้นอยู่ในระดับต่างๆ อยู่เสมอ โดยเฉพาะหลังวิกฤติเศรษฐกิจแนวคิดเรื่องขยายการพึ่งตนเองของหน่วยเศรษฐกิจในแต่ละระดับออกไปสู่ระดับประเทศเกิดมากขึ้นอย่างมากและหลากหลาย ในที่นี้จึงนำเฉพาะนักคิดที่ยังไม่ได้กล่าวถึงมาก่อน ทั้งในอดีตและในปัจจุบันมากล่าวถึง

2.5 ความหมายของ OTOP

OTOP คือ ONE TAMBON ONE PRODUCT “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลักเป็นของตัวเอง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาทำการพัฒนาจนกลายเป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้แก่ชุมชน 4 ปีที่รัฐบาลยุคนายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร เข้ามาบริหารประเทศ ได้ประกาศนโยบายประเทศไทยจะไม่มีคนจน รัฐบาล ส่งเสริมให้ประชาชนมีรายได้เพิ่ม จากการกระตุ้นเศรษฐกิจระดับรากหญ้า โดยผลักดันโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อให้ชุมชนคิดค้นสินค้าจากท้องถิ่น ที่มีเอกลักษณ์ สามารถพัฒนาคุณภาพตรงใจตลาดและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าจนสามารถนำส่งออกไปขายยัง ต่างประเทศได้ มีหน่วยงานของรัฐเข้ามาสนับสนุน ในเรื่องวิชาการ เทคโนโลยี ช่องทางการตลาด และขยายโอกาสให้ชุมชนเข้าถึงแหล่งทุนเป้าหมายที่วาดฝันไว้ ชุมชนต้องปรับเปลี่ยนตนเอง ยกกระดับจากฐานะผู้ผลิตสินค้าขึ้นมาเหมือนเป็นบริษัทย่อยๆ ครบวงจร ทั้งการบริหารจัดการ ดูแลระบบการเงินและระบบบัญชี ควบคุมการผลิตให้ได้มาตรฐาน ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย มีความคล่องตัวในการติดต่อตลาด ได้ด้วยตัวเอง ทำให้รายได้จากการขายสินค้า หมุนเวียนอยู่ในชุมชน เศรษฐกิจของชุมชนเข้มแข็ง สมาชิกในชุมชนพึ่งตนเองได้ตัวเลขการก้าวกระโดดของการเติบโตของยอดการจำหน่ายสินค้า OTOP ใน 4 ปีที่ผ่านมา บวกกับการคาดการณ์ของรัฐบาล ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่ารายได้และผลประโยชน์จากโครงการมีผลสะท้อนต่อประชาชนทั่วประเทศ ทั้งกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย SMES ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของแต่จกดทะเบียนกลุ่ม กลุ่มชาวบ้านชุมชน กลุ่มสหกรณ์/เกษตรกร ฯลฯ ความเชื่อมโยงของการ

ทุ่มงบประมาณเป็นหมื่นล้านบาทเพื่อพลิกเศรษฐกิจรากหญ้า โดยเฉพาะการชูโครงการ OTOP เพื่อสร้างรูปธรรมการส่งเสริมให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากภาครัฐ การเปิดกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้าถึงแหล่งทุนใหม่ที่จะนำไปสู่การสร้างรายได้ เรียกว่าเป็นทางเลือกอีกหนึ่งทางสำหรับชุมชนในการแสวงหาเงินทุน เพื่อผลิตสินค้า และหมัดหวัดกับภาระหนี้สินของตนเองชั่วคราว จากโครงการพักชำระหนี้เกษตรกรผลิตภัณฑ์จะตกอยู่ในกลุ่มรากหญ้าตามนโยบายรัฐหรือไม่? การเร่งผลักดันสินค้าเปลี่ยนแปลงอะไรในชุมชน? สาเหตุที่มีชุมชนต้องบาดเจ็บจากการเข้าโครงการเพราะอะไรและมากน้อยแค่ไหน? ชุมชนมีหนี้สินเพิ่มจากการกู้ยืมเงินมาพัฒนาสินค้าเท่าไร? ยังไม่รวมถึงจะมีความสามารถในการจ่ายหนี้สินใหม่? ทางออกจากการผลิตที่ไม่มีตลาดรองรับจะแก้ไขวิธีไหน? หรือ การเผชิญหน้ากับปัญหาเรื่องสภาพแวดล้อมและสุขภาพจากการทำงานชุมชนจะรับมือ อย่างไร? ปัญหาเหล่านี้ เป็นเพียงตัวอย่างปัญหาที่ธ.ก.ส.เข้าสู่ชุมชนระดับรากหญ้าจากสภาพกลุ่มจัดตั้งล้มหายตายจากไปเป็นจำนวนมาก มาวิเคราะห์ 4 ปีที่เหลืออยู่ อาจต้องหันกลับมาทบทวนซ่อมแซมชุมชนที่มีปัญหา เพราะในความเป็นจริงในกลุ่มที่ได้เปรียบย่อมมีกลุ่มเสียเปรียบ เพียงนโยบายที่ใช้จะเดินด้วยวิธีการมองข้าม ทิ้งหรือแก้ไข รัฐจะมีแผนเข้ามารองรับความบิดเบี้ยวของนโยบายและช่วยเหลือผู้เสียเปรียบให้ผ่านวิกฤตได้มากน้อยแค่ไหน มาพบกับมุมมองบางส่วนที่อาจนึกไม่ถึง ชุมชนบางแห่งไปไม่ถึงดวงดาว และอยู่ในวังวนของนโยบาย OTOP 4 ปีสร้าง (ปัญหา) ชุมชน

ผู้ประกอบการ ชาวบ้านจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับฐานะแรงงานรับจ้างทำงานมากขึ้นตามคำสั่งของนายจ้างจากการเปิดเผยตัวเลขของนายประชา มาลินันท์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงมหาดไทย ฐานะประธานอำนวยการคัดสรรสุดยอด OTOP ปี 2547 จากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับ 10 ธันวาคม 2547 เปิดเผยว่า สินค้า 5 ดาว มีจำนวน 539 ผลิตภัณฑ์ สินค้า 4 ดาว จำนวน 2,177 ผลิตภัณฑ์ และสินค้า 3 ดาว จำนวน 4,750 ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสิ้น 7,450 ผลิตภัณฑ์ ไม่มีการเก็บสถิติตัวเลขที่ปรากฏและอ้างอิงได้ว่า สินค้าชุมชนตรอบไม่มีดาว หรือได้ ดาวเพียง 1-2 ดวงมาตลอดใจจะมีมากน้อยแค่ไหน คำถามที่รอคำตอบอยู่เบื้องหลังว่า ชุมชนจะบริหารจัดการกับวิกฤติ หรือสินค้าที่ผลิตและขายไม่ได้อย่างไร เงินกู้ยืมของกลุ่มที่มาทำทุนจะคืนได้เมื่อไหร่ ปัญหาหรือตัวเลขที่เว้นวรรคไว้ อาจต้องเร่งทบทวนและหาทางออก ประเมินสัดส่วนงบประมาณสนับสนุนใหม่ เพื่อพยุงหรือแก้ไขสินค้าชุมชนจากรากหญ้าให้มีคอนจบสวยงาม

ใครได้ประโยชน์จากตัวเลขแห่งความสำเร็จ ความสำเร็จที่รัฐบาลนำเสนอในตัวเลขย้อนหลังของเอกสารการดำเนินงานตามนโยบาย หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ปี 2545 เปรียบตัวเลขยอดการจำหน่ายสินค้าก่อนและเริ่มการสนับสนุนโครงการ OTOP แสดงยอดจำหน่ายสินค้า อยู่ที่ประมาณ 245 ล้านบาท ในช่วง 12 เดือน ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2543- กันยายน 2544 ในขณะที่ยังไม่มี OTOP เปรียบเทียบกับยอดจำหน่ายสินค้า 3 เดือนมี OTOP ในเดือนตุลาคม 2544- ธันวาคม 2544 ประมาณ 167 ล้านบาท ยอดจำหน่ายสินค้าเฉพาะเดือนมกราคม ปี 2545 ประมาณ 243 ล้านบาท ยอดของตัวเลขมีความคลุมเครือ เพราะรายงานได้รวมรายได้ระหว่าง กลุ่ม SMES ที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว และกลุ่มชาวบ้าน

มีผสมกันทั้งกลุ่มชาวบ้านรวมตัวกันและกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นชาวบ้านอยู่แล้วเข้าด้วยกัน และไม่มีার্จี่แจงรายละเอียดระหว่างประเภทสินค้าที่เกิดขึ้นใหม่จากผลของการ เข้าร่วมโครงการ OTOP กับสินค้าที่มียอดขายเดิม เมื่อมีการจดทะเบียนขึ้นเป็นสินค้า OTOP ทำให้ยอดเพิ่มขึ้นสูง ไม่สะท้อนภาพความเป็นจริง ผลการรายงานการประเมินนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของประภาส ปันตกแต่ง และพยุงศักดิ์ คชสวัสดิ์ เมื่อเดือนพฤษภาคม 2548 ที่ผ่านมาจากการรายงานของ หนังสือพิมพ์ประชาชาติ ฉบับวันที่ 20 ธันวาคม 2547 ตัวเลขยอดจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปี 2545 เท่ากับ 16,700 ล้านบาท ขยับสูงขึ้นมาเป็น 33,200 ล้านบาท ในปี 2546 และก้าวขึ้นมาเกือบ 50,000 ล้านบาท ในปี 2547 และคาดการณ์ว่าในปี 2548 จะมียอดจำหน่ายทะลุ 1 แสนล้านบาทหรือเพิ่มขึ้น 1 เท่าตัว

ความพยายามที่จะดันยอดจำหน่ายสินค้าให้ถึงตามเป้าหมายที่วางไว้ นอกเหนือจากจัดการแสดงสินค้าที่ผ่านคัดเลือก ในศูนย์กลางแสดงสินค้า เมืองทองธานี เพื่อจัดแสดงสินค้า จำนวนกว่า 5,000 รายการ จากผู้สนใจเข้าร่วมงานถึง 37,754 ราย จากบทสัมภาษณ์ของ ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รัฐมนตรีกระทรวงการคลัง ประธานกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นตผ.) ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับ 10 ธันวาคม 2547 ที่เพิ่มช่องทางทางการตลาดผ่านการส่งออกต่างประเทศเงื่อนไขของความจริงที่เกิดขึ้น สินค้าที่จัดแสดงในงานมี สัดส่วนของจำนวนของผู้ประกอบการ SMES และผู้ประกอบการอิสระเป็นส่วนใหญ่ สินค้าที่มาจาก ชุมชนที่แท้จริงมีสัดส่วนที่น้อยมาก สินค้าจากชุมชนไม่สามารถสู้กับคุณภาพสินค้าที่เป็นของกลุ่ม SMES ได้ พบว่าสินค้าชุมชนมีข้อจำกัดที่ยังไม่สามารถพัฒนาสินค้าสินค้าให้ตรงกับความต้องการ ของลูกค้า ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอำนาจการซื้อทั้งในเมืองและต่างชาติ และชุมชนยังขาดความสามารถใน การบริหารจัดการ ไม่ผ่านมาตรฐานสินค้าที่โครงการตั้งตามขั้นของระดับดาว จากข้อจำกัดดังกล่าว ตัวเลขของการเติบโตของการจำหน่ายสินค้าจึงตกอยู่ในกลุ่ม SMES เป็นส่วนใหญ่ที่มีศักยภาพใน การพัฒนาเท่าทันตลาดมากกว่า

ส่วนความหวังในตลาดส่งออก ส่วนหนึ่งมาจาก SMES และสินค้า OTOP จากชุมชน แต่กลุ่มหลังมีอุปสรรคมากที่จะเตรียมรับมือในการส่งออก เช่น การผลิตให้ทันเวลาและคำสั่งซื้อ ไม่ได้ ไม่มีมาตรฐานในการผลิตสินค้าจำนวนมาก และสินค้าหลายรายเป็นประเภทขึ้นเดียว ส่วนหมวด อาหารความพยายามที่จะส่งออกมากแต่ติดขัดเรื่องการขอใบอนุญาตจาก องค์การอาหารและยา และจากการให้บทสัมภาษณ์ของผลการแสดงสินค้าในต่างประเทศ สินค้าจำนวนมากยังไม่ตรง ความต้องการของลูกค้าต่างชาติ และถึงได้คำสั่งซื้อแต่ผู้ประกอบการติดปัญหาเรื่องเงินทุนในการ ผลิต ภาพสะท้อนจากผู้ร่วมจัดงานในการแสดงงานต่างประเทศ จากหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ ฉบับ 28 เมษายน 2548 การทุ่มงบประมาณของรัฐ ในการชิงส่วนแบ่งตลาดในต่างแดน จึงมีบทเรียน ที่ต้องกลับมาเตรียมความพร้อมของผู้ผลิตในประเทศใหม่

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำชาขลุ่ย และให้ชุมชนบางกล้าได้เห็นคุณค่าของชาขลุ่ยที่มีอยู่มากในพื้นที่ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา รวมทั้งศึกษาศึกษาความเป็นไปได้เกี่ยวกับการทำชาขลุ่ย OTOP ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา โดยดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1 ประชากรการวิจัย คือ ชุมชนตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา ผู้ประกอบการและผู้บริโภคชาขลุ่ย จำนวน 50 คน

3.2 ตัวแปรที่ศึกษา

3.2.1 เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา

3.2.2 ตัวแปรตาม คือ ความพร้อมในการนำชาขลุ่ย OTOP

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้เกี่ยวกับการทำชาขลุ่ย OTOP ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา โดยศึกษาจากชุมชน ผู้ประกอบการและผู้บริโภคชาขลุ่ย ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา จำนวน 50 คน

3.2.1 วิธีการดำเนินการวิจัย

1) กลุ่มตัวอย่างคือ ชุมชน ผู้ประกอบการและผู้บริโภคชาขลุ่ย ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา จำนวน 50 คน

2) เครื่องมือในการเก็บข้อมูล แบบสอบถามความพึงพอใจ ชุมชนตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา ผู้ประกอบการและผู้บริโภคชาขลุ่ย จำนวน 50 คน

3) วิธีการเก็บข้อมูลภาคสนาม การจัดเจ้าหน้าที่เก็บแบบสอบถามในพื้นที่ชุมชนตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา

4) การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การหาความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5) สรุปผลข้อมูล

3.2.2 ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูล โดยรายงานให้ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ทราบและจัดการเผยแพร่ข้อมูลงานวิจัยต่อไป

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถาม โดยมีข้อคำถามครอบคลุมในส่วนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 50 ชุด นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของ แบบสอบถาม โดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟา โดยนำแบบสอบถามไปสอบถามชุมชนตำบลบางกล้า อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา ผู้ประกอบการและผู้บริโภคชาวลู หลังจกที่ได้ใช้ระบบเรียบร้อยแล้ว จำนวน 50 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 นำแบบสอบถามตรวจแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสมยิ่งขึ้น จากนั้นนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการศึกษาต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการศึกษาความเป็นไปได้เกี่ยวกับการทำชาวลู OTOP จำนวน 50 คนในวันที่ 10 มิถุนายน – 10 กรกฎาคม 2559 หลังจากได้ทดลองการใช้งานระบบเรียบร้อยแล้ว

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows ดังนี้

3.5.1 นำข้อมูลตอนที่ 1 เกี่ยวกับสภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยการแจกแจงความถี่เป็นรายชื่อและคิดเป็นร้อยละแล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

3.5.2 นำข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับความพึงพอใจในการทดลองระบบมาทำการหาค่าเฉลี่ย (X) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง ประกอบความเรียงในการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การอิงเกณฑ์ แบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้ โดยแปลความหมายตามเกณฑ์คะแนน สำหรับเกณฑ์ในการจำแนกกลุ่มวัดจากคะแนนร้อยละ 80 ของจำนวนทั้งหมดของผู้ตอบแบบสอบถาม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 : 166) ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ระดับค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ระดับค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

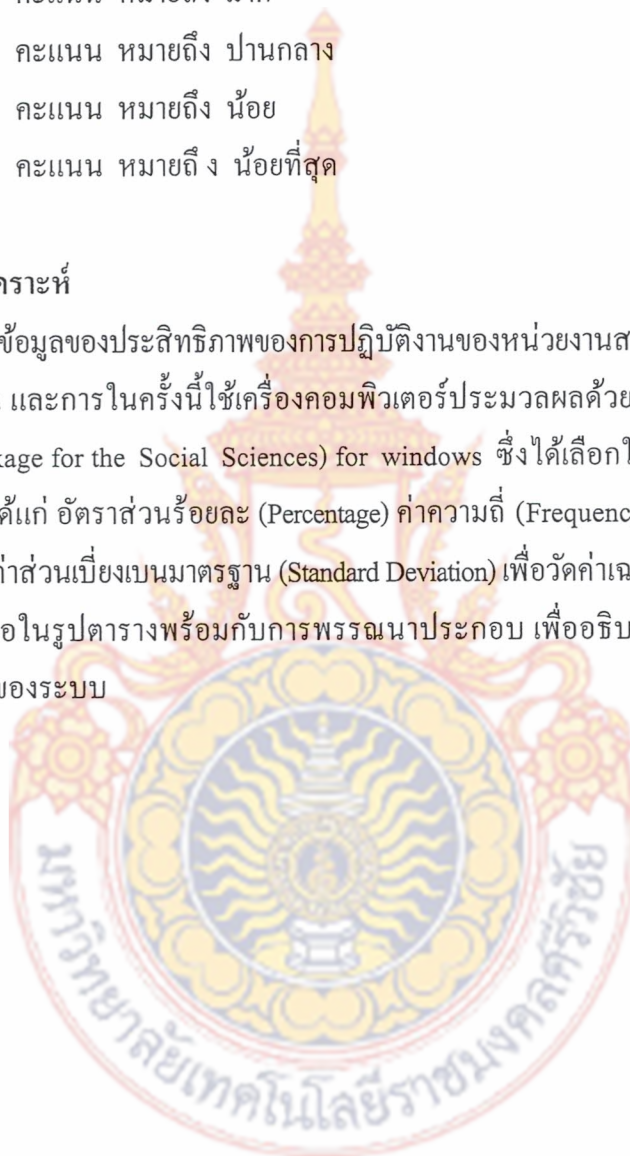
โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนระดับความพึงพอใจในการทดสอบระบบ ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ได้แก่

- 5 คะแนน หมายถึง มากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง มาก
- 3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง น้อย
- 1 คะแนน หมายถึง น้อยที่สุด

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลของประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานของหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงาน และการในครั้งนี้ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) for windows ซึ่งได้เลือกใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ได้แก่ อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวัดค่าเฉลี่ยและการกระจายของข้อมูล และนำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมกับการพรรณนาประกอบ เพื่ออธิบายคุณลักษณะกลุ่มตัวอย่าง ประสิทธิภาพของระบบ



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงศึกษาความเป็นไปได้ เรื่อง ศึกษาความเป็นไปได้เกี่ยวกับการทำชาขลุ่ย OTOP ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำชาขลุ่ย และให้ชุมชนบางกล้าได้เห็นคุณค่าของชาขลุ่ยที่มีอยู่มากในพื้นที่ รวมทั้งศึกษาศึกษาความเป็นไปได้เกี่ยวกับการทำชาขลุ่ย OTOP ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา โดยดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้ โดยแบ่งระดับการศึกษาออกเป็น 2 ตอน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาปัญหาและความต้องการในการทำชาขลุ่ยชุมชน

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป

นำเสนอข้อมูลโดยจำแนกข้อมูลของตัวอย่างตามเพศ อายุ ศาสนา สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย/เดือน และความเกี่ยวข้องกับโครงการ ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	40	80
หญิง	10	20
รวม	50	100

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 80 และรองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21-25 ปี	3	6
26-30 ปี	5	10
31-35 ปี	10	20
36-40 ปี	13	26
41 ปีขึ้นไป	19	38
รวม	50	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ โดยผู้ที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาคืออายุ 36-40 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมาคืออายุ 31-35 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รองลงมาคืออายุ 26-30 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และรองลงมาคืออายุ 21-25 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	11	22
สมรส/อยู่ด้วยกัน	39	78
รวม	50	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามศาสนา โดยเป็นผู้ที่มีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 78 และรองลงมาคือสถานภาพ โสด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	36	72
ปวช./อนุปริญญา	12	24
ปริญญาตรี	2	4
รวม	50	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมาคือ ปวช./อนุปริญญา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 และรองลงมาคือ ปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ย/เดือน

รายได้เฉลี่ย/เดือน	ร้อยละ	Percent
ต่ำกว่า 10,000 บาท	10	20
10,001-20,000 บาท	38	76
20,001-30,000 บาท	2	4
รวม	50	100

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ย/เดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 76 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และรองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามฐานะ/ความเกี่ยวข้อง
กับโครงการ

ฐานะ/ความเกี่ยวข้องกับโครงการ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ประกอบการ	9	18
ผู้บริโภค	41	82
รวม	50	100

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามฐานะความเกี่ยวข้องกับโครงการ โดยผู้บริโภค จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 82 และรองลงมาคือ ผู้ประกอบการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18

ตารางที่ 7 สรุปจำนวนของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศและอายุ

เพศ	อายุ					รวมทั้งสิ้น
	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	
ชาย	2	4	6	13	15	40
หญิง	1	1	4	0	4	10
รวม	3	5	10	13	19	50

ตารางที่ 8 สรุปจำนวนของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศและสถานภาพ

เพศ	สถานภาพ		รวมทั้งสิ้น
	โสด	สมรส/อยู่ด้วยกัน	
ชาย	10	30	40
หญิง	1	9	10
รวม	11	39	50

ตารางที่ 9 สรุปจำนวนของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศและระดับการศึกษาสูงสุด

เพศ	ระดับการศึกษาสูงสุด			รวมทั้งสิ้น
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	ปวช./อนุปริญญา	ปริญญาตรี	
ชาย	28	10	2	40
หญิง	8	2	0	10
รวม	36	12	2	50

ตารางที่ 10 สรุปจำนวนของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศและรายได้เฉลี่ย/เดือน

เพศ	รายได้เฉลี่ย/เดือน			รวมทั้งสิ้น
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	
ชาย	8	30	2	40
หญิง	2	8	0	10
รวม	10	38	2	50

ตารางที่ 11 สรุปจำนวนของผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศและฐานะและความเกี่ยวข้องกับโครงการ

เพศ	ฐานะและความเกี่ยวข้องกับโครงการ		รวมทั้งสิ้น
	ผู้ประกอบการ	ผู้บริโภค	
ชาย	5	35	40
หญิง	4	6	10
รวม	9	41	50

โดยสามารถนำเสนอข้อมูลโดยจำแนกข้อมูลของตัวอย่าง ตามความคิดเห็น ซึ่งแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

4.2 ผลการศึกษาปัญหาและความต้องการในการทำชาขลุ่ยชุมชน

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. คุณภาพของสินค้าตรงกับความต้องการของตลาด	3.84	0.37	มาก
2. ตราสินค้าเป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ	3.78	0.42	มาก
3. สินค้าที่ผลิตมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์	3.14	0.41	ปานกลาง
4. บรรจุภัณฑ์ของสินค้าบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของสินค้า	3.64	0.53	มาก
5. ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบที่มีความทันสมัย แปลกใหม่	3.16	0.37	ปานกลาง
6. บรรจุภัณฑ์ของสินค้าตรงตามมาตรฐานสากลเชิงการค้า	3.32	0.51	ปานกลาง
7. ความสะดวกในการพกพา/เก็บรักษา	3.52	0.51	มาก
8. ผลิตภัณฑ์เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นอนุรักษ์ความเป็นไทย	3.24	0.43	ปานกลาง
รวม	3.46	0.44	มาก

จากตารางที่ 12 ในภาพรวมความพึงพอใจของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.48 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อแล้วพบว่า

คุณภาพของสินค้าตรงกับความต้องการของตลาด อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.37

ตราสินค้าเป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42

บรรจุภัณฑ์ของสินค้าบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของสินค้า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53

ความสะดวกในการพกพา/เก็บรักษา อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51

บรรจุภัณฑ์ของสินค้าตรงตามมาตรฐานสากลเชิงการค้า อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51

ผลิตภัณฑ์เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น อนุรักษ์ความเป็นไทย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43

ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบที่มีความทันสมัย แปลกใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.37

และสินค้าที่ผลิตมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นด้านราคา (Price)

ด้านราคา (Price)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ชนิด และขนาดของผลิตภัณฑ์	3.06	0.24	ปานกลาง
2. แสดงป้ายราคาขายที่ชัดเจน มี 2 ภาษา	3.50	0.54	มาก
3. ราคาต่อรองได้	3.36	0.60	ปานกลาง
4. มีการให้ส่วนลดผลิตภัณฑ์	3.16	0.55	ปานกลาง
5. ราคายุติธรรมไม่เอาเปรียบผู้บริโภค	3.32	0.65	ปานกลาง
รวม	3.28	0.52	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 ในภาพรวมความพึงพอใจของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ในด้านราคา (Product) อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.28 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ซึ่งเมื่อพิจารณารายชื่อแล้วพบว่า

แสดงป้ายราคาขายที่ชัดเจน มี 2 ภาษา อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54

ราคาต่อรองได้ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60
ราคายุติธรรมไม่เอาเปรียบผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55

มีการให้ส่วนลดผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54

และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ชนิด และขนาดของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.24

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย (Place)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คิดเห็น
1. สถานที่จำหน่ายสินค้ามีความสะดวก	2.84	0.79	ปานกลาง
2. สถานที่จัดจำหน่ายบรรยากาศดูดี	2.98	0.92	ปานกลาง
3. ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดหา ช่องทางการจัดจำหน่าย	2.64	0.99	ปานกลาง
4. ตำแหน่งการจัดวางสินค้าดูดี	3.00	1.03	ปานกลาง
5. ช่องทางการจัดจำหน่ายครอบคลุม	2.70	0.71	ปานกลาง
6. มีการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทน	3.02	0.69	ปานกลาง
รวม	2.86	0.86	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 ในภาพรวมความพึงพอใจของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ในด้านราคา (Product) อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.28 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ซึ่งเมื่อพิจารณารายชื่อแล้วพบว่า

มีการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69

ตำแหน่งการจัดวางสินค้าดูดี อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.03 โดยมีค่าเฉลี่ย 2.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92

สถานที่จำหน่ายสินค้ามีความสะดวก อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79

ช่องทางการจัดจำหน่ายครอบคลุม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71

ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดหาช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นด้านการส่งเสริม

การตลาด (Promotion)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ	2.76	0.59	ปานกลาง
2. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม)	3.68	0.47	มาก
3. สามารถชำระเงินผ่านได้ในหลายช่องทาง เช่น เงินสด บัตรเครดิต เป็นต้น	3.42	0.50	มาก
4. มีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.66	0.52	มาก
5. มีบริการรับจัดส่งสินค้า	3.18	0.39	ปานกลาง
6. ค้นหาและเข้าถึงข้อมูลจาก โปรแกรมที่ช่วยในการสืบค้นข้อมูล ฯ	3.68	0.47	มาก
7. ท่านคิดว่าผู้ประกอบการควรปรับปรุงปัจจัยการผลิตสินค้าใดมากที่สุด	3.42	0.50	มาก
8. ท่านคิดว่าปัจจัยใดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด	3.28	0.45	ปานกลาง
รวม	3.39	0.49	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 ในภาพรวมความพึงพอใจของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ในด้านการส่งเสริมการตลาด (Product) อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.39 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ซึ่งเมื่อพิจารณารายข้อแล้วพบว่า

จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม) และค้นหาและเข้าถึงข้อมูลจาก โปรแกรมที่ช่วยในการสืบค้นข้อมูล ฯ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 เท่ากัน

มีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52

สามารถชำระเงินผ่านได้ในหลายช่องทาง เช่น เงินสด บัตรเครดิต และท่านคิดว่าผู้ประกอบการควรปรับปรุงปัจจัยการผลิตสินค้าใดมากที่สุด เป็นต้น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 เท่ากัน

ท่านคิดว่าปัจจัยใดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45

มีบริการรับจัดส่งสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39

และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงศึกษาความเป็นไปได้ เรื่อง ศึกษาความเป็นไปได้เกี่ยวกับการทำชาขลุ่ย OTOP ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการศึกษาความเป็นไปได้ในการทำชาขลุ่ย และให้ชุมชนบางกล้าได้เห็นคุณค่าของชาขลุ่ยที่มีอยู่มากในพื้นที่ รวมทั้งศึกษาศึกษาความเป็นไปได้เกี่ยวกับการทำชาขลุ่ย OTOP ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา เนื่องจากมีต้นชาขลุ่ยเป็นจำนวนมาก ซึ่งชาวบ้านไม่ได้ทราบถึงคุณประโยชน์จากใบชามากนัก โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามขึ้น จำนวน 50 ชุด เพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากชาวบ้านในชุมชน อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา จำนวน 50 คน โดยจะเป็นการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม และปัญหาและความต้องการในการทำชาขลุ่ย โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถระบุข้อเสนอแนะต่าง ๆ ได้ เพื่อใช้ในการพิจารณาปรับปรุง หรือเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาและความต้องการในการทำชาขลุ่ยของชุมชนท่าเมรุ ต.บางกล้า อ.บางกล้า จ.สงขลา ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการประเมินผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน พบว่าผลการประเมินโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีปานกลาง โดยมีเฉลี่ย 3.25 คะแนน และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 40 คน เพศชาย จำนวน 10 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ 41 ปีขึ้นไปมากที่สุด จำนวน 19 คน จำแนกตามสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกันมากที่สุด จำนวน 39 คน โสด จำนวน 11 คน จำแนกตามระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมากที่สุด จำนวน 36 คน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย/เดือนมากที่สุด 10,001-20,000 บาท จำนวน 38 คน และจำแนกตามฐานะ/ความเกี่ยวข้องกับโครงการ ผู้บริโภคมากที่สุด จำนวน 41 คน ผู้ประกอบการ จำนวน 9 คน

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อโครงการการศึกษาความเป็นไปได้เกี่ยวกับการทำชาขลุ่ย OTOP ตำบลบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.25$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มากที่สุด ($\bar{x} = 3.46$) รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ($\bar{x} = 3.39$) รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\bar{x} = 3.28$) และรองลงมาคือด้านราคา (Price) ($\bar{x} = 2.86$)

5.2 อภิปรายผลการวิจัย จากผลการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 ชุด พบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม โดยเพศหญิง จำนวน 40 คน เพศชาย จำนวน 10 คน เป็นผู้มีอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน รองลงมา คือ 36-40 ปี จำนวน 13 คน รองลงมาคือ 31-35 ปี จำนวน 10 คน รองลงมาคือ 26-30 ปี จำนวน 5 คน และ รองลงมาคือ 21-25 ปี จำนวน 3 คน เป็นผู้มีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 39 คน โสด จำนวน 11 คน เป็นผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 36 คน รองลงมาคือ ปวช./อนุปริญญา จำนวน 12 คน และรองลงมาคือ ปริญญาตรี จำนวน 2 คน เป็นผู้มีรายได้เฉลี่ย/เดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 38 คน รองลงมาคือต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 10 คน และรองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 2 คน เป็นผู้มีฐานะ/ความเกี่ยวข้องกับโครงการ ผู้บริโภค จำนวน 41 คน และรองลงมาคือ ผู้ประกอบการ จำนวน 9 คน



บรรณานุกรม

1. กลุ่มวิเคราะห์อาหารและโภชนาการ กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. ตารางแสดงคุณค่าทางโภชนาการของอาหารไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก; 2544.
2. ฐานข้อมูลสมุนไพร คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. ขลุ่ (Khlu) [อินเทอร์เน็ต]. (ม.ป.ป.) [เข้าถึงเมื่อ 19 ก.ย. 2557]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.phargarden.com/main.php?Action=viewpage&pid=24>
3. ยุทธนา สุดเจริญ. รายงานการวิจัยเรื่องการประเมินคุณประโยชน์ผักและสมุนไพรพื้นบ้านจังหวัดสมุทรสงคราม. กรุงเทพฯ: ทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2553. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. [อินเทอร์เน็ต] 2553. [เข้าถึงเมื่อ 19 ก.ย. 2557] เข้าถึงได้จาก: www.ssruii.ssru.ac.th/bitstream/ssruir/320/1/049-53.pdf
4. สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน). โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจชาขลุ่. ใน: โครงการพัฒนาระบบและเครือข่ายฐานข้อมูลความหลากหลายทางชีวภาพระดับประเทศ ปี 2555. [อินเทอร์เน็ต] 2555. [ปรับปรุงข้อมูลเมื่อวันที่ 18 ธ.ค. 2555; เข้าถึงเมื่อ 19 ก.ย. 2557] เข้าถึงได้จาก: <http://www.thaibiodiversity.org/UploadFile/KMFile/TeaSCM>
5. สำนักงานอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. พืชในป่าชายเลนของประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก; 2552.
6. อรทัย เนียมสุวรรณ, นฤมล เส็งนนท์, กรกนก ยิ่งเจริญ, พัชรินทร์ สิงห์คำ. พฤกษศาสตร์พื้นบ้านของพืชกินได้จากป่าชายเลนและป่าชายหาด บริเวณคาบสมุทรสทิงพระ จังหวัดสงขลา. ว.วท.มข. 2555;40(3): 981-991
7. Ahem SA, Kamel EM. Phenolic constituents and biological activity of the genus *pluchea*. *Der Pharma Chemica* [Internet] 2013 [cited 2014 Sep 17];5(5):109-114. Available from: <http://derpharmachemica.com/vol5-iss5/DPC-2013-5-5-109-114.pdf>
8. Andarwulan N, Kurniasih D, Apriady RA, Rahmat H, Roto AV, Bolling BW. Polyphenols, carotenoids and ascorbic acid in underutilized medicinal vegetables. *J Funct Foods* 2012;4:339-347. doi:10.1016/j.jfff.2012.01.003.

9. Buapool D, Mongkol N, Chantimal J, Roytrakul S, Srisook E, Srisook, K. Molecular mechanism of anti-inflammatory of *Pluchea indica* leaves in macrophages RAW264.7 and its action in animal models of inflammation. *J Enthopharmacol* 2012;146:495-504. doi.org/10.1016/j.jep.2013.01.0140
10. Cho JJ, Cho CL, Kao CL, Chen CM, Tseng CN, Lee Y-Z, et al. Crude aqueous extracts of *Pluchea indica*(L.)Less. inhibit proliferation and migration of cancer cells through induction of p53-dependent cell death. *BMC Complement Altern Med* [Internet] 2012 [cited 2014 Sep 8];12: 265-276. Available from <http://www.biomedcentral.com/1472-6882/12/265>
11. Mohamad S, Zin NM, Wahab HA, Ibrahim P, Sulaiman SF, Zuhariluddin ASM, et al. Antituberculosis potential of some ethanobotanically selected Malaysian plants. *J. Enthamopharmacol* 2011;133:1021-1026. doi:10.1016/j.jep.2010.11.037.
12. Mori H, Tanaka T, Shima H, Kuniyasu T, Takahashi. Inhibitory effect of chlorogenic acid on methylazoxymethanol acetate-induced carcinogenesis in large intestine and liver of hamsters. *Cancer Lett* 1986;30:49-54
13. Pacific Island Ecosystems at Risk (PIER). *Pluchea indica*. C1999 [updated 2013 Jan 28; cited 2014 Aug 19] Available from: http://www.hear.org/pier/species/pluchea_indica.htm
14. Pramanik CH, Biswas R, Mitra A, Bandyopadhyay D, Mishra M, Chatterjee TK. Tissue culture of the plant *Pluchea indica* (L.) Less. and evaluation of diuretic potential of its leaves. *Orient Pharm Exp Med* 2007;7(2):197-204.
15. Rosilda AH, Erazuliana AK, Zuraini N. Anti-inflammatory and antinociceptive activities of the ethanolic extract of *Pluchea indica* (L) Less. Leaf. *Pharmacogyonline* [Internet] 2008 [cited 2014 Sep 8];2:349-360. Available from http://pharmacologyonline.silae.it/files/archives/2008/vol2/31_Hamid.pdf
16. Shannon MC, Grieve CM. Tolerance of vegetable crop to salinity. *Sci Hort* 1999;78:5-38. doi: 10.1016/S0304-4238(98)00189-7.
17. Srisook K, Buapool D, Boonbai R, Simmasut P, Charoensuk Y, Srisook K. Antioxidant and anti-inflammatory activities of hot water extract from *Pluchea indica* Less herbal tea. *J Med Plants Res* [Internet] 2012 [cited 2014 Sep 17];6:4077-4081. doi:10.5897/JMPR12.773. Available from <http://www.academicjournals.org/JMPR>

18. U.S. Department of Agriculture: Handbooks 8-1 to 8-21: Composition of food raw, processed, prepared. Washington, DC. 1972-1991. U.S. Government Printing Office.
19. Ye JC, Hsiao MW, Hsieh CH, Wu WC, Hung YC, Chang WC. Analysis of caffeic acid extraction from *Ocimum gratissimum* Linn. by High performance liquid chromatography and its effects on a cervical cancer cell line. *Taiwan J Obstet Gynecol* 2010;49(3):266-271.



ส่วน ค : ประวัติคณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล

นางพัชรี ทิพย์ประชา

MRS.PatchareeTippracha

2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3909900435571

3. ตำแหน่งปัจจุบัน

อาจารย์

4. หน่วยงาน

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อยาง

อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

โทร. 085-8926572 E-mail : nongpaew@hotmail.com

5. ประวัติการศึกษา

ปีที่สำเร็จการศึกษา	ระดับปริญญา	อักษรย่อปริญญา	สาขาวิชา	ชื่อสถาบัน
พ.ศ. 2541	ปริญญาตรี	บธ.บ.	การจัดการทั่วไป	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
พ.ศ. 2548	ปริญญาโท	วท.ม.	การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ-

7. ผลงานที่ทำมาแล้ว

7.1 การศึกษาผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

7.2 การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนงานสำนักงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

7.3 การพัฒนางานประกันคุณภาพการศึกษาโดยผ่านระบบสารสนเทศ สำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ผู้ร่วมโครงการวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล นางพลอยกนก ขุนชำนาญ
MRS.Ploykanok Kunchunnan
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน 3 9098 00828 53 9
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ ระดับ 7
4. หน่วยงาน คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อยาง
อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000
โทร. 081-5419819 E-mail : ploykanok@hotmail.com

5. ประวัติการศึกษา

ปีที่สำเร็จการศึกษา	ระดับปริญญา	อักษรย่อปริญญา	สาขาวิชา	ชื่อสถาบัน
พ.ศ. 2533	ปริญญาตรี	บธ.บ.	ระบบสารสนเทศ	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
พ.ศ. 2548	ปริญญาโท	วท.ม.	การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

7. ผลงานที่ทำมาแล้ว

7.1 การศึกษาผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

7.2 ระบบสารสนเทศช่วยตัดสินใจเพื่อการศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของนักเรียน/นักศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

7.3 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลคลังปัญญาของปราชญ์ชาวบ้านในการสร้างความยั่งยืนของธุรกิจชุมชนโดยผ่านระบบสารสนเทศ