

# การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ อำเภอบุพพัทธรณ์ จังหวัดนครปฐม

Community enterprise management for economy sustainability of Mahasawat  
agricultural housewife group, Phutthamonthon district, Nakhon Pathom province

เพ็ญศรี จิรินัง<sup>1\*</sup> และ ศิริวัฒน์ เปลีียนบางยาง<sup>1</sup>  
Pensri Chirinang<sup>1\*</sup> and Siriwat Plainbangyang<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ 2) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาด และ 3) แนวทางการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในระดับตำบลและระดับชุมชน จำนวนทั้งสิ้น 16 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลผลิตสินค้าหลักของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ คือ ข้าวตั้งหน้าหมูหยอง หน้าผัก ผลไม้ และหน้าัญพืช โดยกำหนดราคาไว้ที่ 3 ถุง 100 บาท มีจัดจำหน่ายเพียงแห่งเดียว คือ ที่บ้านศาลาดิน และมีการนำแนวคิดชม ชิม ช้อป มาปรับใช้ 2) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาด พบว่า ผลผลิตทางการเกษตรที่แปรรูป ไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน วัตถุดิบที่ใช้ในการแปรรูปมีราคาสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ สถานที่จัดจำหน่ายมีเพียงแห่งเดียว และการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางสื่อต่างๆ ไม่สามารถทำได้ และ 3) แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อนำสู่ความอยู่อย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 6 แนวทาง ได้แก่ (1) การกำหนดแนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับศักยภาพของชุมชน (2) การพัฒนาโดยใช้แนวทางเศรษฐกิจพอเพียง (3) การเปิดโลกทัศน์ของสมาชิก (4) การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (5) การพัฒนาการตลาด และ (6) การพัฒนาเครือข่าย

**คำสำคัญ:** การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

## Abstract

The purposes of this research were: 1) to study the marketing operations of Mahasawat Agricultural Housewife Group, 2) to study the problems and obstacles in the marketing operations, and 3) to find the guidelines for the management of community enterprises for economic sustainability. This qualitative research using data

<sup>1</sup> สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

<sup>1</sup> Public Administration Program, College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

\* Corresponding author. E-mail: pensri.chi@rmutr.ac.th

collection from a non-participant observation method. In-depth interviews and group discussion with 16 key informants from the relevant agencies in the district and community level, and analyzed by content analysis.

The research findings were as follows: 1) Mahasawat Agricultural Housewife Group has applied the concept of marketing to its operation; the main products of the group is rice cracker face dried shredded pork, vegetable, fruit and cereal; price is set at 3 bags of 100 baht; the only place to distribute is at Ban Saladin, and the promotion is the idea of watch, taste and shopping concept, 2) problems and obstacles in the operation were divided into 2 issues: management and marketing mix factors problems. 3) community development guidelines for sustainability, consisting of six approaches: (1) development of guidelines consistent with community capacity, (2) development by sufficiency economy philosophy, (3) open the worldview of community enterprise members, (4) participatory management, (5) market development, and (6) network development.

**Keywords:** community enterprise management, economy sustainability, agricultural housewife group

## บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประเทศไทยได้เผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจหลายครั้ง ทำให้รัฐบาลในแต่ละยุคสมัยต่างก็มีแนวความคิดที่จะหาวิธีทำให้ประเทศสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ของประเทศ ให้มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก รัฐบาลไทยที่ผ่านๆ มาจึงกำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจ โดยมองภาพของเศรษฐกิจอย่างเป็นระบบ และมีเป้าหมายที่จะรักษาไว้ซึ่งการเติบโตของเศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพและเสถียรภาพ เน้นความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานราก และการสร้างความเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในประเทศกับเศรษฐกิจโลก อย่างรู้เท่าทันภายในระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ด้วยความเชื่อมั่นว่าสังคมไทยยังมีศักยภาพ และสามารถพัฒนาขึ้นมาได้ รัฐบาลจึงหาทางที่จะสร้างรายได้ให้กับประชาชนและประเทศชาติ ทั้งนี้ต้องหาทางเปลี่ยนมุมมองในชุมชนให้เห็นว่าสิ่งที่ตนมีอยู่นั้น คือทรัพย์สินที่มีราคาสามารถเพิ่มรายได้ หากรู้จักการจัดการกับทรัพย์สินนั้นอย่างชาญฉลาด

แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาความยากจนของประชาชน และเป็นแนวทางที่สร้างเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนให้มีความยั่งยืน เพราะเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนรู้จักใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ทำให้พวกเขาสามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้อย่างมั่นคง ซึ่งกลุ่มงานพัฒนาวิสาหกิจ-เกษตรชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2549) ได้อธิบายความหมายของวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ small and micro community enterprise) หมายถึง กิจกรรมของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรืออื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน หรือกล่าวโดยสรุปก็คือ การประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง ซึ่งทุนของชุมชนนั้นก็หมายรวมถึงทรัพยากรผลิตทางการเกษตร ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์เริ่มจัดตั้งกลุ่มเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2520 โดยมีเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลได้แนะนำการรวมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำนวน 18 คน เพื่อแปรรูปผลผลิตเกษตร ต่อมาเมื่อ ปี 2539 สมาชิกกลุ่มได้เชิญเจ้าหน้าที่เคหะกิจ มาดำเนินการสอนวิธีทำไข่เค็มเสริมเกลือไอโอดีนขึ้น เนื่องจากในหมู่บ้านเลี้ยงเป็ดไข่ มากและไข่เป็ดมีราคาถูก แต่ก็ยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร และการทำผลไม้อบแห้งก็ยังไม่ประสบผลสำเร็จเช่นเดียวกัน ต่อมาเมื่อต้นปี 2543 สมาชิกกลุ่มฯ ได้เชิญเจ้าหน้าที่เคหะกิจ อำเภอพุทธมณฑล มาแนะนำวิธีการทำข้าวตัง โดยใช้ข้าวหอมมะลิ ซึ่งพบปัญหาและสิ่งที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ ต้องการในการดำเนินงาน คือ ต้องการขยายสินค้าออกสู่ตลาดทั่วไป ต้องการสนับสนุนด้านเงินทุนในการบริหารจัดการของกลุ่ม ต้องการด้านเทคนิควิชาการใหม่ในการผลิต เพื่อเพิ่มผลิตภัณฑ์ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์

จากรายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครปฐม ซึ่งรวบรวมข้อมูลวิสาหกิจชุมชนของจังหวัด ผลการให้การส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนของสำนักงานเกษตรจังหวัดนครปฐม หน่วยงานภาคี และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และปัญหาอุปสรรค ตั้งแต่ปี 2550-2554 ในด้านการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่ยื่นจดทะเบียนในจังหวัดนครปฐม กว่าร้อยละ 60 เป็นวิสาหกิจชุมชนระดับพื้นฐาน ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้มีการเรียนรู้ในการประกอบอาชีพร่วมกัน ไม่มีผลประโยชน์เชิงธุรกิจ บางแห่งที่มีการประกอบการ ก็เป็นกิจการขนาดเล็กๆ มีการทำกิจกรรมเป็นครั้งคราว ไม่สามารถพัฒนากิจการโดยการพึ่งพาตนเองได้ ยังต้องการขอรับงบประมาณการสนับสนุนการดำเนินงานกลุ่ม เช่น

เงินอุดหนุนเป็นทุนหมุนเวียนให้แก่กลุ่ม หรืองบประมาณสนับสนุนปัจจัยในการพัฒนา เช่น อุปกรณ์การผลิต การปรับปรุงสถานที่ผลิตให้ได้มาตรฐาน ข้อจำกัดในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดนครปฐมที่สำคัญประการหนึ่งคือ การให้ความร่วมมือของสมาชิกในการดำเนินกิจกรรม ปรากฏว่าวิสาหกิจชุมชนส่วนมากในระยะแรกๆ ของการจัดตั้งกลุ่ม สมาชิกให้ความร่วมมือดี แต่เมื่อดำเนินกิจการไประยะหนึ่งเห็นว่าได้ประโยชน์มากนักจึงไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรม ทำให้การดำเนินกิจการตกอยู่ในการดูแลของประธานกลุ่มเท่านั้น ทำให้การพัฒนาของกลุ่มไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจะให้ประสบความสำเร็จจะต้องกลั่นกรองคัดเลือกกลุ่มที่มีความตั้งใจและต้องการรับการพัฒนาจริงๆ จึงให้งบประมาณสนับสนุนและวิสาหกิจชุมชน ส่วนมากไม่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการ เช่น จัดให้มีการประชุมและบันทึกการประชุมเป็นระยะๆ ไม่มีการจัดทำบัญชีกลุ่ม โดยเห็นว่าเป็นเรื่องยุ่งยาก และไม่พร้อม หรือหากมีการดำเนินการ ประธานจะเป็นผู้ดำเนินการคนเดียว ดังนั้นยังจะต้องให้คำแนะนำแก่วิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง (อุไรวรรณ ทองบัวศิริไล, 2554)

จากที่กล่าวมานั้น จะพบว่าการศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนแม้จะพบประโยชน์ในด้านต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นกับชุมชนในการปรับนำไปใช้ แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นอันเกิดจากการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนก็ยังมีอยู่ อาทิเช่น ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการเงิน บัญชี ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ด้านการพัฒนาองค์ความรู้และอื่นๆ อีกมากมาย ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัย เพื่อหาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

ให้มีความชัดเจน และนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในอนาคตต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาด
3. เพื่อศึกษาหาแนวทางการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

### วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งเอกสารทางวิชาการ งานวิจัย ดุษฎีนิพนธ์ และบทความต่างๆ รวมถึงข้อเสนอแนะจากผู้ที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ โดยคณะผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกำหนดพื้นที่ศึกษา เป็นวิธีการศึกษาเฉพาะกรณี (case study) คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยกำหนดระเบียบวิธีวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### 1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนตำบลมหาสวัสดิ์ ประกอบด้วย 1) นายกองดีการบริหารส่วนตำบลมหาสวัสดิ์ หัวหน้าส่วนสวัสดิการสังคม และเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ซึ่งเป็นผู้ให้การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนตำบลมหาสวัสดิ์ 2) กำนันผู้ใหญ่บ้านหมู่ 3 และเจ้าอาวาสวัดสุวรรณาราม ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทด้านการพัฒนา

ชีวิตในชุมชน โดยการให้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาและการดำรงชีวิตตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง และ 3) ประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตำบลมหาสวัสดิ์ ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานในวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์โดยตรง

#### 2. การเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดย

2.1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการวิสาหกิจ-ชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ และการสนทนากลุ่ม (focus group) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและลึกซึ้งที่จะนำมาสรุปประมวลผล ใน 3 ประเด็น คือ 1) การดำเนินงานด้านการตลาด 2) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาด และ 3) แนวทางการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์

2.2 เอกสาร (documentary sources) โดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลข้อเท็จจริง เอกสารวิชาการ งานวิจัย ดุษฎีนิพนธ์ และบทความเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การบริหารจัดการ การดำเนินงานด้านการตลาด และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.3 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและบริบทด้านกายภาพและสิ่งปรากฏขึ้นของชุมชนที่ศึกษา เมื่อได้ทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อม และภูมิศาสตร์ของชุมชนโดยกำหนดกรอบที่ใช้ในการสังเกต คือ การกระทำของบุคคล แบบแผนการกระทำ

ความหมาย ความสัมพันธ์ การมีส่วนร่วม และองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อม

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ของข้อมูลที่ได้ โดยมีการแยกแยะว่าเนื้อหาที่ได้นั้นมีความเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับการดำเนินงานด้านการตลาดอย่างไร โดยแยกเป็นประเด็นๆ ตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ และนำข้อมูลที่ได้มาแยกจัดเป็นหมวดหมู่ แบ่งเป็นประเภทตามการดำเนินงานด้านการตลาด ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

### ผลการศึกษาและอภิปรายผล

#### 1. การดำเนินงานด้านการตลาด ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการตลาดซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจุบันผลิตภัณฑ์หลักของทางกลุ่ม คือ ข้าวตังหน้าหมูหยอง หน้าผักผลไม้ และหน้าธัญพืช (Figure 1) ที่มีวัตถุดิบเป็นข้าวกล้องเพื่อสุขภาพ ที่มีสูตรเป็นเอกลักษณ์ โดยมีวัตถุดิบในการผลิตที่สำคัญ คือ ข้าวกล้องอินทรีย์จากการปลูกในพื้นที่ ส่วนขั้นตอนการผลิตแผ่นข้าวตังให้ได้คุณภาพและมาตรฐานเดียวกันนั้น ทางกลุ่มได้มี

การกระจายให้สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์สามารถทำแผ่นข้าวตังที่บ้านของสมาชิกได้ โดยใช้อุปกรณ์ในขั้นตอนของการทำแผ่นข้าวตังให้มีขนาดที่เท่ากัน นอกจากนี้ข้าวตังแล้ว ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์ยังมีอีกหลายอย่าง อาทิเช่น ก๋วยเตี๋ยว ก๋วยเต๋อน้ำว่าพลังงานแสงอาทิตย์ ก๋วยเต๋อน้ำผึ้ง ข้าวตู ผลไม้หยา และผลไม้อบแห้งตามฤดูกาล มะกอก มะม่วง มะยม มะละกอ ฝรั่ง ไข่เค็มดินสอพอง ชาสมุนไพร เป็นต้น



Figure 1 Rice cracker products from Mahasawat agricultural housewife group.

1.2 ด้านราคา พบว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์ ได้ผลิตข้าวตังในรูปแบบของซองฝักสามารถจำหน่ายให้กับผู้บริโภคได้ง่ายและสะดวกในการซื้อ โดยกำหนดราคาไว้ที่ 3 ถุง 100 บาท (Figure 2) นอกจากนี้ทางกลุ่ม ยังสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมทางเรือ ให้สามารถชมการผลิตข้าวตัง การลงมือทำข้าวตังด้วยตนเองและสามารถทานข้าวตังได้ไม่จำกัดในราคาเพียง 20 บาทต่อคน



Figure 2 Rice cracker products with prices from Mahasawat agricultural housewife group.

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าสถานที่ในการจัดจำหน่ายข้าวตังของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ได้มีการจัดจำหน่ายเป็นของฝากแก่ผู้บริโภคนักที่เดินทางมาเที่ยว ณ บ้านศาลาดิน และจำหน่ายเพียงแห่งเดียวเท่านั้น เพื่อสร้างเอกลักษณ์ความเป็นข้าวตังบ้านศาลาดิน รวมถึงได้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ (บ้านศาลาดิน) อีกด้วย

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ได้ใช้วิธีการสาธิตในการทำข้าวตังให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาชม และให้ชิมข้าวตังที่ทำแบบสดๆ ร้อนๆ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจและซื้อข้าวตังไปเป็นของฝาก การส่งเสริมการขายแบบนี้ถือว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค เพื่อจูงใจให้เกิดการซื้อจำนวนมาก ตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วหรือเกิด การที่จะทดลองสินค้า การส่งเสริมการขายของทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์นั้น ทางกลุ่มต้องการให้ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวได้เห็นและมีส่วนร่วมในขั้นตอนการผลิตและซื้อข้าวตังเป็นของฝาก เปรียบเหมือนการนำแนวคิด

“ชม ชิม ซื้อไป” มาปรับใช้ในการส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะกิจกรรมเหล่านี้จัดขึ้น ณ บริเวณที่ทำการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ถือว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ใช้ในการดำเนินงาน ส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการวางแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจ ได้แก่ การสร้าง การรู้จักผลิตภัณฑ์ การกระตุ้นให้เกิดความต้องการ และการสร้างยอดขาย (Kotler, 1997) ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องพิจารณาถึงลักษณะของธุรกิจ และศักยภาพของธุรกิจของตน รวมถึงความเหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดแต่ละตัว เพื่อนำมาใช้ในการจูงใจ สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนประสมการตลาดเป็นปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ กิจกรรมจะต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย โดยความเกี่ยวข้องกันของ 4 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย ระบบการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด (Boone and Kurtz, 1989; McCarthy and Perreault, 1990)

ผลการวิจัยพบว่าสินค้าหลักของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ คือ ข้าวตังหน้าหมูหยอง หน้าผักผลไม้และหน้าธัญพืชที่มีวัตถุดิบเป็นข้าวกล้องเพื่อสุขภาพที่มีสูตรเป็นเอกลักษณ์ โดยมีวัตถุดิบในการผลิตที่สำคัญคือ ข้าวกล้องอินทรีย์จากการปลูกในพื้นที่กำหนดราคาไว้ที่ 3 ถุง 100 บาท นอกจากนี้ทางกลุ่มยังสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยชมการสาธิตวิธีการผลิตข้าวตัง ลงมือทำข้าวตังด้วยตนเอง

และสามารถทานข้าวตั้งได้ไม่จำกัดในราคาเพียง 20 บาทต่อคน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ ได้มีการจัดจำหน่ายเป็นของฝากแก่ผู้บริโภครที่เดินทางมาเที่ยว ณ บ้านศาลาดิน และจำหน่ายเพียงแห่งเดียวเท่านั้น เพื่อสร้างเอกลักษณ์ความเป็นข้าวตั้งบ้านศาลาดิน รวมถึงได้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ (บ้านศาลาดิน) อีกด้วย นอกจากนี้มีการนำแนวคิด “ชม ชิม ช้อป” มาปรับใช้ในการส่งเสริมการขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศนา หงษ์มา (2555) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชณี รูปหล่อ, ดุษฎิ พรหมทัต, และวัลภา ว่องวิวิธกุล (2556) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและเจริญเติบโตของวิสาหกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่าปัญหาของวิสาหกิจชุมชน คือ ไม่สามารถขยายตลาดได้ ไม่สามารถดำเนินงานในรูปแบบของกลุ่มวิสาหกิจได้ ทำให้วิสาหกิจชุมชนอ่อนแอและมีแนวโน้มการยกเลิกกลุ่ม แต่ยังคงดำเนินการผลิตในลักษณะของผลิตภัณฑ์ชุมชน

2. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์

ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ มีความสามารถในการขายไม่เท่ากัน สมาชิกของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์มีเวลาในการร่วมกิจกรรมจำหน่ายสินค้าไม่เท่ากัน เนื่องจาก

สมาชิกมีอาชีพหลักที่ต้องทำอยู่แล้ว และในปัจจุบันสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ มีจำนวน 31 คน ซึ่งค่อนข้างน้อยและไม่เพียงพอในช่วงเทศกาล และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ สามารถอธิบายได้ว่า

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผลผลิตทางการเกษตรที่แปรรูปไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน หากเก็บไว้เป็นระยะเวลา นานกว่าที่กำหนด ผลผลิตทางการเกษตรที่แปรรูปจะเสื่อมคุณภาพและเสียหายได้ ประกอบกับฤดูฝนและสภาพดินฟ้าอากาศ ในช่วงฤดูฝนมีความชื้นสูงมาก ทำให้กลุ่มแม่บ้านไม่สามารถตากแผ่นข้าวตั้งให้แห้งได้ ดังนั้นแผ่นข้าวตั้งจึงเกิดความเสียหายเป็นเชื้อรา
- 2) ด้านราคา พบว่าเมื่อวัตถุดิบที่ใช้ในการแปรรูปมีราคาสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ ไม่สามารถขึ้นราคาขายตามต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น
- 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าสถานที่จัดจำหน่ายมีเพียงแห่งเดียว คือ ที่บ้านศาลาดิน ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักจากบุคคลภายนอกมากนัก นอกจากนี้ที่ตั้งของบ้านศาลาดินอยู่ห่างไกลจากตัวเมือง การเดินทางค่อนข้างลำบาก ดังนั้นการติดต่อซื้อขายจึงไม่สะดวกเท่าที่ควร
- 4) ด้านการส่งเสริมงานขาย พบว่าการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางสื่อต่างๆ ไม่สามารถทำได้เอง เพราะติดปัญหาเรื่องของเทคโนโลยี และมีความใช้จ่ายที่สูง ดังนั้นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ จึงต้องอาศัยหน่วยงานภาครัฐช่วยเหลือในเรื่องการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ข้อค้นพบเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาด ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนี รูปหล่อ, ดุษฎี พรหมทัต และวัลภา ว่องวิวิธกุล (2556) เรื่องแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและเจริญเติบโตของวิสาหกิจชุมชน พบว่าวิสาหกิจชุมชนเกิดจากหน่วยงานภาครัฐเข้าไปส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชน เพื่อขอรับการสนับสนุนปัจจัยการผลิตและเงินทุน แต่การดำเนินงานเป็นลักษณะกิจการส่วนตัว ปัญหาที่พบคือไม่สามารถขยายตลาดได้ ไม่สามารถดำเนินงานในรูปแบบของกลุ่มวิสาหกิจได้ ทำให้วิสาหกิจชุมชนอ่อนแอและมีแนวโน้มการยกเลิกกลุ่ม แต่ยังคงดำเนินการผลิตในลักษณะของผลิตภัณฑ์ชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2556) เรื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตกลุ่มทะเลสาบสงขลา พบว่าปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านทุนการผลิต

3. แนวทางการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์

แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อนำสู่ความอย่างยั่งยืน เป็นกระบวนการดำเนินงานที่ต้องเน้นในเรื่องการปรับวิถีชีวิตของชุมชนแบบพึ่งพาภายนอกมาพึ่งพาตนเอง โดยเชื่อมโยงบูรณาการกับ

หน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ในที่สุด โดยหลักการของวิสาหกิจชุมชน คือ มีการเรียนรู้เป็นหัวใจ และมีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมาย จากการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับตำบล ระดับหมู่บ้านและชุมชน เกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์สรุปได้ดัง (Figure 3)

3.1 การกำหนดแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่สอดคล้องกับศักยภาพในการบริหารจัดการของชุมชน

แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์ ควรเริ่มต้นที่ชุมชน เพราะชุมชนเป็นหน่วยผลิตที่สร้างผลผลิตจริงของระบบเศรษฐกิจ มีการบริหารจัดการที่มีอิสระ ชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตและภูมิปัญญา เพราะชุมชนเป็นผู้สร้างผลผลิตและสืบทอดภูมิปัญญา จึงควรได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม เป็นการคืนสิทธิในการจัดการการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เรียนรู้จากการจัดการทรัพยากรและผลผลิต แสวงหาและพัฒนาความรู้บนฐานความรู้ภูมิปัญญาที่มีอยู่ในชุมชน มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจของชุมชน พัฒนาระบบทุนและสวัสดิการของชุมชน เป็นการสร้างผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีคุณธรรม ไม่ใช้การฉวยโอกาสจากการผลิตในปริมาณมากและการแสวงหากำไรสูงสุด

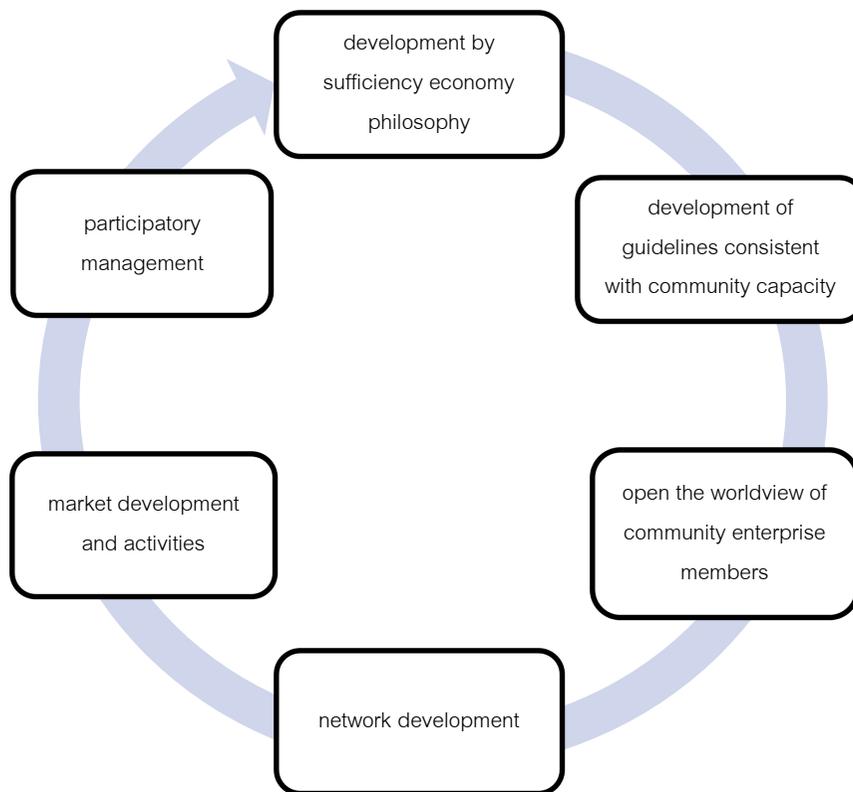


Figure 3 Guidelines for the management of community enterprises for economic sustainability of Mahasawat agricultural housewife group.

3.2 การพัฒนาโดยใช้แนวทางเศรษฐกิจพอเพียง

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์ ควรสร้างรากฐานให้มั่นคงภายใต้ศักยภาพและทุนทางสังคมที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีความสมดุลเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน เป็นการเตรียมความพร้อมและการระเบิดจากข้างใน โดยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์ สามารถนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ในกระบวนการพัฒนากลุ่มและใช้เป็นกรอบแนวทางในการทำงานและการดำเนินชีวิต

3.3 การเปิดโลกทัศน์ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้รู้จักเรียนรู้โลกภายนอก

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์ ควรกระตุ้นให้สมาชิกเกิดความต้องการที่จะพัฒนาตนเอง และวิสาหกิจชุมชนให้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเชื่อมโยงเครือข่าย เช่น การศึกษาดูงานแหล่งเรียนรู้วิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ ในเรื่องการบริหารจัดการ การผลิตและการตลาด โดยมีการกำหนดประเด็นในการเรียนรู้และมอบหมายให้สมาชิกเก็บประเด็นดังกล่าว มาเล่าแลกเปลี่ยนและวิเคราะห์เปรียบเทียบสกัดองค์ความรู้

ที่ได้มาประยุกต์ใช้ หรือมีการให้ศึกษาตัวอย่างที่ดี จากของจริง เช่น ผลิตรั้วหน่อที่ได้ 5 ดาว หรือจากสื่อ วิดีทัศน์ ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จ ได้ผลดี หรือการเชิญวิทยากร ให้โอกาสผู้รู้เล่าประสบการณ์ แลกเปลี่ยนกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน หรือนำข้อมูล ข่าวสาร ความรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ มาถ่ายทอด เพื่อเป็น แนวทางในการปรับปรุงพัฒนาแก่วิสาหกิจชุมชน เป็นต้น

#### 3.4 การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์ ควรเน้นการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม โดยให้ สมาชิกมีส่วนร่วมในการคิด ตัดสินใจทำและสามารถ แสดงบทบาทได้เต็มที่อย่างเสมอภาค มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีเป้าหมายและวิสัยทัศน์ร่วมกันในการดำเนินงาน พัฒนาวิสาหกิจชุมชนในทิศทางเดียวกัน ร่วมกันทำ แผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจน มีการประชุม เวทีพบปะ แลกเปลี่ยนและทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และตลาดน้ำ โดยเน้นการมีส่วนร่วมจากคนในพื้นที่

#### 3.5 การพัฒนาการตลาดและกิจกรรม

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์ ควรศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด เพื่อวางแผนและจัดทำแผนพัฒนาการตลาด การพัฒนาด้านการตลาด เช่น ศึกษาความต้องการ ของตลาดผู้บริโภค สักรวจตลาด ทดสอบผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจของลูกค้า ศึกษาดูงาน เชื่อมโยง เครือข่ายการตลาด ขยายช่องทางทางการตลาด ส่งเสริม การขาย โดยเน้นตลาดในชุมชนเป็นหลัก และขยายสู่ ตลาดภายนอกชุมชน สร้างความมั่นใจในคุณภาพ มาตรฐาน และประชาสัมพันธ์ทางการตลาด

#### 3.6 การพัฒนาเครือข่าย

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์ ควรศึกษาและจัดทำฐานข้อมูล จัดเก็บข้อมูลเครือข่าย และภาคีที่เกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนและจัดทำแผน บูรณาการร่วมกัน กำหนดบทบาทและข้อตกลงร่วม การจัดการกระบวนการเรียนรู้ของเครือข่าย เช่น การจัดเวที พบปะพูดคุย ศึกษาดูงาน ศึกษาทดสอบพัฒนา กระบวนการผลิต การแปรรูป และการตลาด การพัฒนา การทำกิจกรรมของเครือข่าย ร่วมกำหนดเป้าหมาย ปริมาณการผลิต การแปรรูปและการตลาด เชื่อมโยง เกื้อหนุนกันทั้งภายในและภายนอกชุมชน

ผลการวิจัยแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำสู่ความยั่งยืนทั้ง 6 แนวทาง สอดคล้อง กับพระธรรมปิฎก (พระธรรมปิฎก, 2541) ได้ให้ทัศนะ เกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนไว้มีลักษณะที่เป็น การบูรณาการ (integrated) คือทำให้เกิดเป็นองค์รวม (holistic) หมายความว่า องค์ประกอบทั้งหลายที่ เกี่ยวข้องจะต้องมาประสานกันครบองค์ และมี ลักษณะอีกอย่างหนึ่ง คือ มีดุลยภาพ (balance) และ ในการประชุมสุดยอดของโลกว่าด้วยการพัฒนา ที่ยั่งยืน ณ นครโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศแอฟริกาใต้ เมื่อเดือนกันยายน 2545 คณะอนุกรรมการกำกับ การอนุวัติตามแผนปฏิบัติการ 21 และการพัฒนาที่ ยั่งยืน ให้คำนิยามของ การพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบท ไทยว่าเป็นการพัฒนาที่ต้องคำนึงถึงความเป็น องค์รวมของทุกๆ ด้านอย่างสมดุล บนพื้นฐานของ ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมไทย ด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกกลุ่ม ด้วยความ เอื้ออาทร เคารพซึ่งกันและกัน เพื่อความสามารถใน การพึ่งตนเอง และคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างเท่าเทียม

สอดคล้องกับงานวิจัยของรัฐนี้ รูปหล่อ, คุชฎี พรหมทัต และวัลภา ว่องวิวิฏกุล (2556) เรื่อง แนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและเจริญเติบโตของวิสาหกิจชุมชน พบว่าแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน มีโอกาสขยายตัวเชิงธุรกิจได้ จึงต้องเริ่มจากผู้นำที่มีความสามารถ มีธรรมาภิบาล เป็นที่ยอมรับของสมาชิกและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และสร้างตลาดภายในท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังข์รัตน์ (2556) เรื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตกลุ่มทะเลสาบสงขลา พบว่าแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่างๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

### สรุป

งานวิจัยครั้งนี้พบว่าวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์ ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการตลาด ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าสินค้าหลักของทางกลุ่ม คือ ข้าวตังหน้าหมูหยอง หน้าผัก ผลไม้ และหน้าธัญพืช ที่มีวัตถุดิบเป็นข้าวกล้องเพื่อสุขภาพ ที่มีสูตรเป็นเอกลักษณ์ โดยมีวัตถุดิบในการผลิตที่สำคัญ คือ ข้าวกล้องอินทรีย์จาก

การปลูกในพื้นที่ กำหนดราคาไว้ที่ 3 ถุง 100 บาท นอกจากนี้ทางกลุ่ม ยังสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยชมการสาธิตวิธีการผลิตข้าวตังลงมือทำข้าวตังด้วยตนเอง และสามารถทานข้าวตังได้ไม่จำกัด ในราคาเพียง 20 บาทต่อคน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ ได้มีการจัดจำหน่ายเป็นของฝากแก่ผู้บริโภคนักเดินทางมาเที่ยว ณ บ้านศาลาดิน และจำหน่ายเพียงแห่งเดียวเท่านั้น เพื่อสร้างเอกลักษณ์ความเป็นข้าวตังบ้านศาลาดิน รวมถึงได้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ (บ้านศาลาดิน) อีกด้วย นอกจากนี้มีการนำแนวคิด “ชม ชิม ช้อป” มาปรับใช้ในการส่งเสริมการขาย ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาดพบว่า ผลผลิตทางการเกษตรที่แปรรูปไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน วัตถุดิบที่ใช้ในการแปรรูปมีราคาสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ สถานที่จัดจำหน่ายมีเพียงแห่งเดียวและการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางสื่อต่างๆ ไม่สามารถทำได้ ดังนั้นแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อนำสู่ความยั่งยืนเป็นกระบวนการดำเนินงานที่ต้องเน้นในเรื่องการปรับวิถีคิดของชุมชนแบบพึ่งพาภายนอกมาพึ่งพาตนเอง ด้วยการบริหารแบบมีส่วนร่วม และยังใช้การเชื่อมโยงบูรณาการกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ในที่สุด

**ข้อเสนอแนะ**

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรมหาสวัสดิ์ในเรื่องการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางสื่อต่างๆ ที่ทางกลุ่มไม่สามารถทำได้เอง อันเนื่องมาจากปัญหาเรื่องของเทคโนโลยี

รวมถึงการออกร้านตามสถานที่ต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักในตลาด ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่สูง

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความรู้ในเรื่องการแปรรูปสินค้าเกษตรที่มีความหลากหลายตรงกับความต้องการของกลุ่มและลูกค้า

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความรู้เรื่องการตลาดและการสร้างเครือข่ายเพื่อประโยชน์ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการพัฒนากลุ่มด้านการบริหารจัดการ การผลิต และการตลาด โดยผ่านการจัดกระบวนการเรียนรู้ของเครือข่าย เช่น การจัดเวทีพบปะพูดคุย ศึกษาดูงาน เป็นต้น

### เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2549). *ข้อควรระวังเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์แห่งประเทศไทย.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร, และอุทิศ สังข์รัตน์. (2556). *แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา*. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ทัศนาศ หงส์มา. (2555). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). (2541). *การพัฒนาที่ยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิพุทธธรรม.
- รัชณี รูปหล่อ, ดุษฎี พรหมทัต, และวัลภา ว่องวิวิธกุล. (2556). *แนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและเจริญเติบโตของวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อุไรวรรณ ทองบัวศิริไล. (2554). *รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครปฐม*. นครปฐม: กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรสำนักงานเกษตรจังหวัดนครปฐม.

Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (1989). *Contemporary marketing* (6<sup>th</sup> ed). Hinsdale: The Dryden Press.

Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning implementation and control* (9<sup>th</sup> ed). New Jersey: Asimmon & Schuster.

McCarthy, E. J., & Perreault, W. D., Jr. (1990). *Basic marketing: A managerial approach* (10<sup>th</sup> ed). Homewood, IL: Van Hoffman Press.