

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

โครงการสร้างความเข้มแข็งแก่ กลุ่มผลิตน้ำยาอเนกประสงค์ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ กลุ่มผลิตน้ำยาอเนกประสงค์ โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ การสังเกต การประชุมสัมมนา กลุ่ม การศึกษาดูงาน

การสร้างความเข้มแข็งให้แก่ กลุ่มผลิตน้ำยาอเนกประสงค์นั้นผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถคิดได้ ทำได้ ด้วยตัวเอง ด้านการบริหารจัดการ โดยการระดมความคิดของสมาชิกในกลุ่ม และตัดสินใจร่วมกัน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลการศึกษากออกมาเป็นส่วน ๆ คือ ส่วนที่ 1.สภาพการดำเนินงานทั่วไปของกลุ่ม และส่วนที่ 2. ด้านความเข้มแข็งในการดำเนินงานและการใช้ส่วนประสมทางการตลาด ผลการศึกษา มีดังนี้

#### ส่วนที่ 1 สภาพการดำเนินงานโดยทั่วไป

กลุ่มผลิตน้ำยาอเนกประสงค์ตั้งอยู่เลขที่ 87 หมู่ 2 ต.สันดอนแก้ว อ.แม่ทะ จ.ลำปาง ก่อตั้งขึ้นมาโดยนายศิววรรณ เครือยศ โดยเงินลงทุนเริ่มแรกมาจากผู้ก่อตั้งและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร การจำหน่ายที่ผ่านมาจำหน่ายเฉพาะที่บ้านของผู้ก่อตั้ง ไม่ได้ไปจำหน่ายที่อื่น แต่ยอดการจัดจำหน่ายไม่ค่อยดี

#### ความต้องการของกลุ่ม

1. ความร่วมมือกันในกลุ่ม
2. งบประมาณ
3. วัตถุดิบ
4. อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย
5. ผู้นำกลุ่มและที่ปรึกษากลุ่มที่มีความสามารถ
6. การประชาสัมพันธ์ให้สินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้าง
7. รายได้ / ยอดขาย
8. การรับรองมาตรฐาน
9. ตลาดรองรับสินค้า
11. ประสบการณ์
12. ชื่อเสียง (ให้กลุ่มเป็นที่รู้จักทั่วไป)

## ส่วนที่ 2      ด้านการบริหารจัดการ การตลาด และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

### 1. ด้านการบริหารจัดการ

กลุ่มผลิตน้ำยอบเนกประสงค์ ตำบลสันดอนแก้ว อำเภอแม่ทะ ประสบปัญหาในด้านการบริหารจัดการกลุ่ม ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำงานของกลุ่ม ดังนี้

#### 1.1 ด้านบุคลากร

ผลการศึกษา พบว่า สมาชิกในกลุ่มไม่มีความรู้ในการผลิตมีเพียง 3 คนเท่านั้นที่รู้จักการผสมน้ำยา นอกจากนี้สมาชิกกลุ่มยังขาดความรู้ความเข้าใจด้านบริหารธุรกิจเช่นการบริหารการตลาด การบัญชีการเงิน และการจัดซื้อ เป็นต้น และจุดอ่อนอีกประการหนึ่ง คือ การขาดประสบการณ์ในด้านการดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชน ทำให้ไม่สามารถมองกิจกรรมของกลุ่มได้ออกว่าควรเป็นไปในทิศทางใดธุรกิจของกลุ่มอยู่ตรงจุดไหน

#### 1.2 โครงสร้างองค์กร

พบว่า กลุ่มผลิตน้ำยอบเนกประสงค์ไม่มีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน ทำให้ไม่ทราบอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบและขอบข่ายงาน ส่งผลให้งานบางอย่างตกอยู่กับบุคคลเพียงคนเดียวหรือเฉพาะกลุ่ม การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างล่าช้า และขาดความทุ่มเทในการทำงาน

#### 1.3 การปฏิบัติงาน

พบว่า กลุ่มผลิตน้ำยอบเนกประสงค์ ขาดการวางแผนในการปฏิบัติงาน การทำงานเกิดความซ้ำซ้อน ขาดความคล่องตัวในการปฏิบัติ เพราะสมาชิกกลุ่มไม่รู้ขอบข่ายหน้าที่ของตนเองว่าต้องทำอะไร หรือกิจกรรมที่จะต้องปฏิบัติ นอกจากนี้กลุ่มยังขาดคู่มือการปฏิบัติงาน ทำให้บางครั้งสมาชิกไม่ทราบบทบาทหน้าที่ที่ความรับผิดชอบของตน รวมถึงแนวทางในการปฏิบัติงานที่สามารถบรรลุเป้าหมายของกลุ่ม

#### 1.4 งบประมาณ

พบว่า กลุ่ม กลุ่มผลิตน้ำยอบเนกประสงค์ไม่มีงบลงทุน งบดำเนินการ และไม่ทราบว่าแหล่งสนับสนุนงบประมาณนั้นจะได้อะไร สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อย ดังนั้นการรวมทุนของกลุ่มจึงเป็นไปได้ค่อนข้างยาก งบลงทุนในส่วนของอุปกรณ์ตลอดจนเครื่องมือต่าง ๆ นั้น จะต้องใช้เงินลงทุนสูง

#### 1.5 ด้านวัสดุ และอุปกรณ์ การผลิต

พบว่า อุปกรณ์การผลิตส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์ที่มีอยู่แล้วด้านส่วนผสมของวัตถุดิบ ภาชนะสำหรับการปรุงการบรรจุ และกระบวนการผลิตที่ไม่ได้มาตรฐาน ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 ภาชนะที่ใช้ในการผลิต

### 1.6 ปัจจัยส่วนบุคคล

พบว่า สมาชิกกลุ่มขาดความร่วมมือ ทำให้เกิดปัญหาด้านความสามัคคี สมาชิกขาดความเข้าใจในกิจกรรมกลุ่ม เนื่องจากการรวมกลุ่มการผลิตที่เริ่มก่อตั้งขึ้นมาใหม่ รูปแบบการดำเนินกิจกรรมกลุ่มยังไม่มีชัดเจนส่วนปัญหาการให้ความร่วมมือ การเสียสละเพื่อส่วนรวม สมาชิกในกลุ่มให้ความสำคัญกับกิจกรรมของกลุ่มน้อย เพราะสมาชิกยังไม่เห็นผลตอบแทนที่เป็นรูปธรรม สมาชิกนั้นต้องการที่จะเป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งแล้วและมีรายได้ที่ดี และอีกปัญหาหนึ่ง คือสมาชิกในกลุ่มยังคงมีแนวความคิดพึ่งพาผู้อื่นหรือหน่วยงานรัฐ หมายความว่า ในอดีตเมื่อสมาชิกมีปัญหาหรือได้รับความเดือดร้อนจะมีหน่วยงานต่าง ๆ มาให้ความช่วยเหลือด้วยวิธีการแจกจ่ายมากกว่าการ ให้ความรู้ ซึ่งเป็นวิธีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า แบบชั่วคราว

## 2. ด้านการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มก่อนเข้าร่วมโครงการวิจัยสามารถวิเคราะห์การใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มผลิตน้ำยาอเนกประสงค์ ตำบลสันดอนแก้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ได้ดังนี้

### 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

#### 2.1.1 ตัวผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา พบว่าน้ำยาอเนกประสงค์ที่ทางกลุ่มผลิตนั้นที่แท้จริงแล้วน้ำยาที่ทางกลุ่มผลิตคือ น้ำยาล้างจาน ซึ่งมีความหมายคนละอย่างกับน้ำยาอเนกประสงค์ ทำให้ผู้ซื้อเกิดความสับสนว่าจะซื้อไปเพื่อใช้ทำอะไร เพราะชื่อที่ทางกลุ่มกำหนดขึ้นมานั้น ไม่ได้สื่อถึงตัวสินค้า และเมื่อมีผู้ซื้อนำไปใช้ปรากฏว่าไม่สามารถขจัดคราบมันได้ และมีกลิ่นคาวคั่งค้าง

### 2.1.2 ปริมาณ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มผลิตน้ำยาอเนกประสงค์ไม่มีการกำหนดปริมาณของน้ำยาในตัวแต่ละบรรจุภัณฑ์ที่แน่นอนใช้การชั่งกิโลขาย และตาชั่งไม่ได้มาตรฐาน ทำให้ขาดมาตรฐานด้านปริมาณ

### 2.1.3 บรรจุภัณฑ์

ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มใช้ถุงพลาสติกใสในการบรรจุและใช้ขวดน้ำดื่มเปล่าที่ใช้แล้วทำให้บรรจุภัณฑ์มีความหลากหลายมากและไม่เหมือนกัน ขนาดไม่เท่ากัน ทำให้ไม่เป็นที่ดึงดูดความสนใจ และดูไม่ทันสมัย ส่งผลต่อคุณภาพของสินค้าและความน่าเชื่อถือดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ ก่อนเข้าร่วมโครงการ

### 2.1.4 ฉลาก

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มใช้กระดาษสีขาวยพิมพ์ด้วยหมึกสีเขียวบอกรายชื่อของผลิตภัณฑ์ และเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อซื้อได้ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าสนใจ ดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.4 ฉลากของผลิตภัณฑ์

### 2.1.5 ตราหรือยี่ห้อ

ผลการศึกษา พบว่าสินค้าไม่มีการกำหนดตราหรือยี่ห้อ ทำให้ยากต่อการจดจำและบอกต่อ ขาดความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการจำหน่ายและโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพราะตราที่ยี่ห้อถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ อันดับแรก ๆ ที่ทำให้สินค้าเป็นที่ติดปากและจดจำได้

## 2.2 ด้านราคา

### 2.2.1 ราคาขาย

ผลการศึกษา พบว่าการกำหนดราคาขายไม่ได้กำหนดราคาโดยคิดจากต้นทุนเป็นหลักแต่กำหนดราคาโดยใช้การประมาณการจากประสบการณ์ และดูจากราคาขายของยี่ห้ออื่น โดยกำหนดราคาขายไว้ในราคาขวดละ 10 บาทเท่ากันหมดและขายเป็นถุงๆละ 10 บาท

### 2.2.2 เงื่อนไขราคา

ผลการศึกษา พบว่า การกำหนดเงื่อนไขราคา ไม่มีความแน่นอน ขึ้นอยู่กับผู้ขายกับผู้ซื้อ เช่น การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่ซื้อคราวละหลายๆ ขวด หรือ อาจลดราคาสำหรับลูกค้าที่รู้จักกัน หรือขึ้นอยู่กับความสามารถในการต่อรองของผู้ซื้อ เป็นต้น

## 2.3 ด้านการจัดจำหน่าย

### 2.3.1 สถานที่จัดจำหน่าย/การกระจายสินค้า

พบว่า มีการจำหน่ายเฉพาะที่หน้าบ้านของหัวหน้ากลุ่มเพียงแห่งเดียว ไม่มีป้ายประชาสัมพันธ์ รู้กันเฉพาะคนในละแวกใกล้เคียงเท่านั้น ทำให้การกระจายสินค้าไม่ทั่วถึง

### 2.3.2 การจัดหน้าร้าน

ผลการศึกษา พบว่า ทางกลุ่มผลิตน้ำยาอเนกประสงค์ไม่ได้จัดหน้าร้านและไม่มีหน้าร้านที่จะทำให้สามารถดึงดูดความสนใจได้ สถานที่เก็บสินค้าและอุปกรณ์ไม่ได้มาตรฐาน

## 2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

### 2.4.1 การประชาสัมพันธ์

พบว่า กลุ่มผลิตน้ำยาอเนกประสงค์ใช้การบอกต่อแบบปากต่อปากทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เคยซื้อเท่านั้นส่งผลให้การขยายตัวของตลาดเป็นไปด้วยความล่าช้า

### 2.4.2 การโฆษณา

ผลการศึกษา พบว่าไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักในวงแคบๆเท่านั้น