

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนายุทธศาสตร์ด้านการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดพิษณุโลก : กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยศึกษาวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และศึกษาภาคสนามเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยการสัมภาษณ์รายบุคคล การอภิปรายกลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) และการสังเกต นำข้อมูลที่ได้มาทบทวน และตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction) โดยวิธีการตีความสร้างข้อสรุปจากปรากฏการณ์ที่มองเห็น และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย ได้แก่ ศึกษาบริบท การดำเนินงานและสภาพปัญหาด้านการตลาด และกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ศึกษาบริบท การดำเนินงานและสภาพปัญหาด้านการตลาด

1. ศึกษาบริบท

1.1 บริบทชุมชนบ้านเหล่าขวัญ

หมู่บ้านเหล่าขวัญ หมู่ที่ 3 ตำบลท้อแท้ อำเภอวัดโบสถ์จากการสัมภาษณ์นายน้ำหวาน พักคง อายุ 72 ปี อยู่บ้านเลขที่ 6 หมู่ 3 ต.ท้อแท้ อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลกและเป็นผู้ที่ได้ศึกษาประวัติความเป็นมาของบ้านเหล่าขวัญให้กับสภาวัฒนธรรมตำบลเหล่าขวัญ ได้กล่าวว่า ตามตำนานความเป็นมาของบ้านเหล่าขวัญพบว่ามี 2 ทาง คือ (น้ำหวาน พักคง, 20 มีนาคม 2546)

1.1.1 มีการกล่าวกันว่าแต่เดิมนั้นมีลูกสาวเศรษฐีที่หนีการแต่งงานมาพร้อมกับบ่าวไพร่คนสนิท 2-3 คน ลงเรือพร้อมเสบียงอาหารล่องมาตามลำน้ำแควน้อยจากจังหวัดอุดรดิตถ์ มาถึงบ้านปากโทก บ้านท่ากระตุ่น (อาตุร) ด้านใต้ของตำบลท้อแท้ ได้จอดเรือรับประทานอาหารในขณะที่กินข้าวก็ร้องไห้คิดถึงบ้าน จึงเรียกว่า ท่าอาตุร ซึ่งต่อมาได้กลายเป็นบ้านท่าอาตุร จากนั้นเดินทางทวนกระแสน้ำขึ้นมาถึงบ้านท้อแท้ ซึ่งมีลักษณะแม่น้ำคดไปคดมา แม้ทางเดินก็ต้องอาศัยการเดินลัดเลาะตามลำน้ำ เมื่อพายเรือมาถึงก็เกิดความท้อใจ จึงกล่าวว่า “ ท้อแท้ๆ ” ซึ่งต่อมากลายเป็นชื่อบ้านท้อแท้ และเดินทางต่อมาจนถึงบ้านเหล่าขวัญแต่เดิม

เรียกว่า “บ้านเหล่าคว่ำ” เพราะเกิดเรือล่มในบริเวณดังกล่าวทำให้ไหเหล่าที่บรรทุกมาในเรือคว่ำ และต่อมาได้มีการเปลี่ยนชื่อเป็น “บ้านเหล่าขวัญ” เพื่อเป็นสิริมงคล

1.1.2 เดิมบ้านเหล่าขวัญไม่ทราบว่ามีใครเข้ามาอยู่เมื่อไหร่ แต่ก่อนเป็นป่าที่มีครอบครัวหนึ่งเข้ามาหักร้างถางพงเป็นคนแรกชื่อ ยายขวัญ พาพวกมาจับจองปลูกสร้างบ้านเรือนโดยได้ปลูกต้นตาลไว้รอบๆ อาณาเขต เรียกว่า “ตาลรายยายขวัญ” สันนิษฐานว่าใครไปใครมาก็กล่าวกันว่าไป บ้านยายขวัญ หรือบ้านหลักขวัญ คือยายขวัญมาตั้งหลัก ต่อมากลายเป็นบ้านเหล่าขวัญ เพราะคำว่า หลัก กับ เหล่า มีความหมายใกล้เคียงกัน แต่ก่อนเรียกว่า บ้านหลักขวัญ ซึ่งจากการสอบถามคนเฒ่าคนแก่ที่ยังมีชีวิตอยู่ก็กล่าวว่าเช่นนี้ ตาลรายยายขวัญปัจจุบันไม่มีแล้ว คนได้ตัดตาลมาทำแปงุงข้าว ซึ่งจากการสอบถามลูกหลานยายขวัญคือ นายชื่น ดีเหม็น ได้กล่าวว่า แปงุงกล่าวทำจากต้นตาลเก่าแก่

ทั้งนี้ นายน้ำหวาน พักคง กล่าวว่าตำนานบ้านเหล่าขวัญในทางที่ 2 เป็นไปได้มากกว่าเนื่องจากยังมีหลักฐานจากผู้สืบทอดตระกูลจากยายขวัญที่ยังคงอยู่ในหมู่บ้านมาจนกระทั่งปัจจุบัน

จากการสัมภาษณ์นายทองย้อย พูลหน่าย อดีตผู้ใหญ่บ้าน อายุ 62 ปี บ้านเลขที่ 105 หมู่ที่ 3 บ้านเหล่าขวัญ (ทองย้อย พูลหน่าย, 20 เมษายน 2546) กล่าวว่า “ชุมชนบ้านเหล่าขวัญเป็นชุมชนดั้งเดิมที่ชาวบ้านไม่ได้ย้ายมาจากไหน , และมีการอพยพโยกย้ายไปอยู่ที่อื่นน้อยมาก มีหลักฐานทางโบราณคดีที่กรมศิลปากรได้มาตรวจสอบคือ ซากอิฐที่เป็นวัดร้างเดิมเรียกว่า “วัดนอก” พบว่ามีอายุราว 700 ปี ปัจจุบัน บางส่วนได้ถูกทำลายไปเนื่องจากการก่อสร้างถนนหนึ่งชลประทาน ยังคงเหลือหลักฐานอยู่บ้างเพียงเล็กน้อย นอกจากนี้จากหลักฐานเกี่ยวกับเรือญาติที่นายเวทย์ พูลหน่าย ชาวบ้านเหล่าขวัญ อายุ 59 ปี บ้านเลขที่ 27 หมู่ 3 ได้มีการรวบรวมรายชื่อและการสืบทอดวงศ์ตระกูล “พูลหน่าย” ซึ่งเป็นตระกูลใหญ่ที่สุดในชุมชนนี้ พบว่าตระกูลพูลหน่ายได้ตั้งรกรากอยู่ที่บ้านเหล่าขวัญมานับ 7 ชั่วอายุ โดยบันทึกไว้ครั้งล่าสุดเมื่อปี 2534 หากนับถึงปัจจุบันก็จะเป็นรุ่นที่ 8 (บันทึกคณญาติตระกูล พูลหน่าย เล่มที่ 3: 2534)

ซึ่งจากประวัติของหมู่บ้านนั้น กล่าวได้ว่าบ้านเหล่าขวัญเป็นชุมชนเก่าแก่ ได้มีการปลูกต้นตาลมาเป็นเวลานานพร้อม ๆ กับการทำนาที่เป็นอาชีพหลักของชุมชน โดยต้นตาลใน ยุคแรก ๆ ได้มีการโค่นไปแล้วแต่ยังคงมีการปลูกขึ้นมาใหม่รวมทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยเกษตรกรในสมัยก่อน นิยมปลูกต้นตาลไว้ในพื้นที่บริเวณ หัวไร่ปลายนา เพื่ออาศัยร่มเงาและบริโภค อีกทั้งใช้เป็นจุดแสดงอาณาเขตที่ดิน ซึ่งปัจจุบันจากการสำรวจของสำนักงานเกษตรอำเภอดงหลวงพบว่ามีอยู่เป็นจำนวนประมาณ 12,000 ต้น กระจายอยู่ทั่วไปทั้งในที่สาธารณะและในที่ดินที่มีการจับจองเป็นกรรมสิทธิ์ของชาวบ้านเหล่าขวัญ ซึ่งส่วนใหญ่ต้นตาลจะมีอายุการยืนต้นประมาณการปลูก 40 – 70 ปี

ภูมิประเทศ

บ้านเหล่าขวัญมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 8,800 ตารางกิโลเมตร เป็นพื้นที่นา 7,640 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 86.8 ของพื้นที่ทั้งหมด ที่เหลือร้อยละ 13.2 เป็นที่อยู่อาศัยและที่สาธารณะ รวมทั้งแหล่งน้ำ ลักษณะพื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม ริมฝั่งแม่น้ำแควน้อย ทำให้สภาพของดินมีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะแก่การทำการเกษตรโดยเฉพาะการทำนา

แหล่งน้ำทำการเกษตรคือแหล่งน้ำตามธรรมชาติ ได้แก่ แม่น้ำแควน้อย ซึ่งมีการก่อสร้างสถานีสูบน้ำด้วยไฟฟ้า ซึ่งรองรับพื้นที่ทำนาได้ประมาณ 1,500 ไร่ และคลองน้ำตก ซึ่งใช้ในการเพาะปลูกพืชสวนเล็กน้อยในบริเวณใกล้เคียง นอกจากนี้พื้นที่บางส่วนของบ้านเหล่าขวัญได้รับน้ำจากคลองชลประทานจากเขื่อนนเรศวร (สำนักงานเกษตรอำเภอดำรงวิทยะ, 2546)

ภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศทั่วไป มีสภาพค่อนข้างร้อน อุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 18-20 องศาเซลเซียสในฤดูหนาว และประมาณ 34-39 องศาเซลเซียสในฤดูร้อน

ความชื้นสัมพัทธ์สูงสุด เฉลี่ยประมาณ 97 % ในเดือนกันยายน

ความชื้นสัมพัทธ์ต่ำสุด เฉลี่ยประมาณ 16 % ในเดือนกุมภาพันธ์

การปกครองและประชากร

ปัจจุบันบ้านเหล่าขวัญมีพื้นที่ ที่เป็นที่ตั้งบ้านเรือนส่วนใหญ่อยู่ในเขตเทศบาลตำบลวัดโบสถ์ มีจำนวนทั้งหมด 199 หลังคาเรือน และมีครัวเรือนที่ตั้งอยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลท้อแท้ จำนวน 2 หลังคาเรือน แต่จากการสำรวจของผู้วิจัยพบว่ามีผู้อยู่อาศัยจริงเพียง 193 หลังคาเรือนที่เหลืออีก 8 หลังคาเรือนเป็นบ้านที่ไม่มีผู้อยู่อาศัยประจำและบ้านร้าง

การปกครองนั้นได้มีการแต่งตั้งผู้นำชุมชนโดยเทศบาลตำบลวัดโบสถ์ เพื่อมีหน้าที่ในการติดต่อประสานงาน และดูแลทุกข์สุขของประชาชนในชุมชน ผู้นำชุมชนคนปัจจุบัน คือ นายเวทย์ พูลหน่าย อายุ 59 ปี บ้านเลขที่ 27 หมู่ 3 ตำบลท้อแท้ อำเภอดำรงวิทยะ จังหวัดพิษณุโลก

บ้านเหล่าขวัญในปัจจุบันมีประชากรรวมทั้งสิ้น 756 คน แบ่งเป็นเพศชาย 367 คน และเพศหญิง 389 คน (ศูนย์ประมวลผลการทะเบียนภาค 6 พิษณุโลก, 2546. ไม่มีเลขหน้า)

สภาพทางเศรษฐกิจ

1. การเกษตรกรรม

บ้านเหล่าขวัญมีพื้นที่เกษตรกรรม (ที่นา) ทั้งสิ้น 7,640 ไร่ ครอบครัวยุทธกรรมจำนวน 187 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 96 ของประชากรทั้งหมด โดยชาวชุมชนส่วนใหญ่ปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าวนาปี ข้าวนาปรัง

2. การปศุสัตว์

มีการเลี้ยงสัตว์จำพวก โคเนื้อ กระบือ สุกร ไก่เนื้อ และเป็ด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงสัตว์รายย่อยๆ สำหรับการประมงจะเป็นการจับปลาตามหนอง คลอง บึง เพื่อการบริโภคภายในเครือเรือน

3. การพาณิชย์

ชุมชนมีการส่งเสริมกลุ่มอาชีพการผลิตน้ำตาลสดพร้อมดื่ม เพื่อเป็นอาชีพ เพิ่มรายได้จากการทำเกษตรกรรม และส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มอาชีพจักสานผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่

สภาพสังคมและวัฒนธรรม

1. ด้านการศึกษา

มีโรงเรียนระดับประถมศึกษา จำนวน 2 โรงเรียน มีที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน จำนวน 1 แห่ง

2. ด้านการศาสนาและศิลปวัฒนธรรม

2.1 ด้านศาสนาประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 99 นับถือศาสนาพุทธ มีสถาบันหรือองค์กรทางศาสนา ได้แก่ วัด จำนวน 2 วัด

2.2 ด้านศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ได้แก่

2.2.1 งานแห่เทียนจำนำพรรษา

2.2.2 งานประเพณีลอยกระทง

2.2.3 งานรัฐพิธี เช่น วันปิยะมหาราช วันเฉลิมพระชนมพรรษา วันจักรี วันฉัตรมงคล วันพืชมงคล

2.2.4 งานประเพณีวันสงกรานต์

2.2.5 งานวันน้ำตาลสดและของดีอำเภอดงหลวง

หมายเหตุ : งานตามข้อ 2.2.3 และ 2.2.5 ส่วนราชการเป็นผู้จัดงาน สมาชิกชุมชนเป็นผู้เข้าร่วมงาน

1.2 บริบทกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอวัดโบสถ์

กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก (น้ำหวาน ประจันตะเสน, 4 เมษายน 2546) จัดตั้งเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2538 มีสมาชิกเริ่มแรก จำนวน 23 คน และดำเนินการระดมหุ้น หุ้นละ 100 บาท จำนวน 570 หุ้น เป็นเงิน 57,000 บาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและดำเนินกิจกรรมแปรรูปน้ำตาลสดพร้อมดื่ม เพื่อจำหน่ายในท้องตลาดใกล้บ้าน เดิมมีที่ทำกรากลุ่มอยู่ที่บ้านนางน้ำหวาน ประจันตะเสน ซึ่งเป็นประธานกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา หมู่ที่ 3 ตำบลท้อแท้ อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก

การส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงาน

ปี พ.ศ. 2538 สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก ได้เสนอขอของบประมาณ โครงการพัฒนาจังหวัด เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานสวนภูมิภาคและท้องถิ่น จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์การผลิต ได้แก่ เตาก๊าซพร้อมถังแก๊ส ถังน้ำผงเชื้อโรค เครื่องอัดฝาจีบมูลค่า 76,800 บาท มอบให้กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา

ปี W.R. 2539 กรมส่งเสริมการเกษตร อนุมัติโครงการแปรรูปผลผลิตเกษตรเชิงธุรกิจ จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ มูลค่า 120,000 บาท และเงินทุนหมุนเวียน จำนวน 130,000 บาท (เป็นเงินยืมปลอดดอกเบี้ย ระยะการยืม 4 ปี เริ่มส่งเงินคืน ปี 2540 - 2543 ปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านได้คืนเงินทั้งหมดให้แก่กรมส่งเสริมการเกษตรเรียบร้อยแล้ว)

ปี W.R. 2540 ได้รับงบประมาณโครงการพัฒนาจังหวัด จากสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเขต 2 ทำการจัดสร้างโรงเรียน และเครื่องอบความร้อนความดันสูง (Autoclave) มูลค่า 373,000 บาท

ปี W.R. 2541 ได้รับงบประมาณจากสุขาภิบาลวัดโบสถ์(เทศบาลตำบลวัดโบสถ์ ในปัจจุบัน) สร้างถังเก็บน้ำฝน แบบ ผ.33 มูลค่า 65,000 บาท

ปี W.R. 2542 ได้รับงบประมาณสนับสนุนตามแผนยุทธศาสตร์ ร่วมเศรษฐกิจชุมชน พึ่งตนเองระดับจังหวัด จากโครงการภายใต้มาตรการเพิ่มการใช้จ่ายภาครัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ สำหรับใช้ในก่อสร้างศูนย์ผลิตและจำหน่ายน้ำตาลสดพร้อมดื่มและสาธารณูปโภคอื่นๆ บนพื้นที่สาธารณะประจำหมู่บ้าน เนื้อที่ประมาณ 5 ไร่ เป็นเงินจำนวน 2,007,600 บาท เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการต่างๆ ได้แก่

- ก่อสร้างถนนคอนกรีตเสริมเหล็กบริเวณทางเข้า ความยาว 300 เมตร
- จำนวน ■ แห่ง
- 2. ต่อเติมอาคารโรงงานผลิตน้ำตาลสด ขนาดกว้าง 3 เมตร ยาว 10 เมตร
- 3. ก่อสร้างห้องสุขาและห้องน้ำ จำนวน ■ หลัง รวม 2 ห้อง

4. ก่อสร้างอาคารตม้มน้ำตาลสด ขนาดกว้าง 6 เมตร ยาว 15 เมตร 2 หลัง ปี WR 2543 สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพิษณุโลก ได้ตรวจโรงงานผลิตน้ำตาลสดพร้อมตม้มน้ำ และได้ส่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์น้ำตาลสดบรรจุขวดพร้อมตม้มน้ำ และน้ำมะขามพร้อมตม้มน้ำ ทำการตรวจวิเคราะห์ที่ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ เขต 9 ผลปรากฏว่า ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ไม่พบเชื้อโรคและสิ่งปนเปื้อน กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา จึงได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายมาตรฐานอาหาร จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.) ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องเครื่องตม้มน้ำในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิททั้ง 2ผลิตภัณฑ์ เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2543

ผลที่ได้รับจากการจัดตั้งกลุ่ม

1. สมาชิกกลุ่มมีรายได้เสริมจากอาชีพหลัก คือ การทำนา
2. ไม่ต้องไปรับจ้างแรงงานนอกสถานที่
3. มีงานทำเกือบตลอดทั้งปี มีรายได้ต่อเนื่อง
4. สมาชิกที่มาถือหุ้นกับกลุ่มได้รับเงินปันผลกำไรสุทธิประจำปีทุกปี
5. สมาชิกที่มีอาชีพผลิตน้ำตาลสด ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น ผลิตภัณฑ์มีตลาดรองรับ ก่อเกิดรายได้สม่ำเสมอ
6. ก่อเกิดความสามัคคี ในหมู่คณะมีความร่วมมือ สร้างความรักใคร่ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน
7. สร้างชื่อเสียงให้แก่อำเภอจัดโปสถ เพราะบ้านเหล่าขวัญมีพื้นที่ปลูกตาลมาก และมีน้ำตาลที่มีคุณภาพ รสชาติหอมหวาน

ผลงานดีเด่นที่ได้รับการยกย่อง

1. ปี พ.ศ. 2532 รางวัลชนะเลิศการประกวดกลุ่มแม่บ้านดีเด่นด้านการแปรรูปผลผลิตเกษตร ระดับจังหวัด
2. ปี พ.ศ. 2538 และ ปี พ.ศ. 2539 รางวัลชนะเลิศการประกวดกลุ่มแม่บ้านดีเด่นการแปรรูปอาหารจากสัตว์ ของปศุสัตว์จังหวัดในงานนเรศวรมหาราช 9 รวม 2 ปีซ้อน
3. ปี พ.ศ. 2540 รางวัลชนะเลิศการประกวดกิจกรรมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีผลงานดีเด่น ระดับจังหวัด
4. ปี พ.ศ. 2540 รางวัลรองชนะเลิศการประกวดกิจกรรมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีผลงานดีเด่นระดับภาค

5. ปี พ.ศ. 2545 ได้รับคัดเลือกจาก คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพิษณุโลกให้เป็นกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ดีเด่นจังหวัดพิษณุโลก ระดับจังหวัด

2. การดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา

จากการสัมภาษณ์รายบุคคล อภิปรายกลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) และการสังเกต พบว่า ในการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาสามารถจำแนกผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.1 ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายในเกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ประกอบด้วย

- 2.1.1 ปัจจัยทางด้านการผลิต
- 2.1.2 ปัจจัยทางด้านการบริหารจัดการ
- 2.1.3 ปัจจัยทางด้านการเงิน และบัญชี
- 2.1.4 ปัจจัยทางด้านการตลาด

ปัจจัยทางด้านการผลิต

วัตถุดิบหลักที่ใช้คือ น้ำตาลสด มาจากแหล่งผลิตภายในชุมชนท้องถิ่น 100% โดยได้จากสมาชิกกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาและผู้บุคคลในชุมชนประมาณ 20 รายนำมาจำหน่ายให้ในราคาลิตรละ 5 บาท จากการสัมภาษณ์นางน้ำหวาน ประจันตะเสน ประธานกลุ่มให้ข้อมูลว่า สาเหตุที่รับซื้อน้ำตาลสดเฉพาะแหล่งผลิตในชุมชน เนื่องจากมีคุณภาพดี รสชาติหอมหวาน และคงสภาพสีของน้ำตาลสดให้คล้ายกับอยู่บนต้นตาล ทั้งนี้ มีสมาชิกกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาที่ป็น ต้นตาลและนำน้ำตาลสดมาจำหน่าย ณ ศูนย์ผลิตน้ำตาลสด จำนวน 10 ราย ดังนี้

- | | | | |
|-------------|----------|------|-------|
| 1. นายชลอ | มันเหม็น | อายุ | 58 ปี |
| 2. นายมานิต | จิตเมตดา | อายุ | 57 ปี |
| 3. นายสุชล | พูลหน่าย | อายุ | 54 ปี |
| 4. นายจรรยา | จันแจ่ม | อายุ | 40ปี |

| | | | |
|-------------------|-------------|------|-------|
| | มีทั้ง | | |
| 5. นายวิโรจน์ | วงศ์คำ | อายุ | 44 ปี |
| 6. นายจักรพรรดิ | ศรีสุขแก้ว | อายุ | 45 ปี |
| 7. นายรัตน์ | ประจันตะเสน | อายุ | 45 ปี |
| 8. นายอุดมศักดิ์ | คงจันทร์ | อายุ | 44 ปี |
| 9. นายก้อนแก้ว | ทราย | อายุ | 47 ปี |
| 10. นายพงษ์ศักดิ์ | รายน้อย | อายุ | 45 ปี |

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น พบว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาที่ป็นต้นตาลและนำน้ำตาลสดมาจำหน่ายให้กลุ่มมีอายุเฉลี่ย 47.9 ปี ถือได้ว่าอายุค่อนข้างมากแล้วจึงน่าเป็นห่วงว่าในอนาคตการได้มาซึ่งวัตถุดิบถ้าไม่มีคนรุ่นใหม่เข้ามาทำอาชีพดังกล่าวจะทำให้เกิดปัญหาได้ ในกรณีดังกล่าวนางน้ำหวาน ประจันตะเสน ให้ข้อมูลว่านับเนื่องมาเป็นระยะเวลาเกือบ 50 ปีที่ผ่านมาจะมีผู้ทำอาชีพป็นต้นตาลสืบทอดกันมาอย่างต่อเนื่องไม่ขาดตอนแต่อย่างใด

กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาได้เริ่มต้นผลิตน้ำตาลสดพร้อมดื่มบรรจุขวดไซตาปริมาตรสุทธิ 325 ซีซี เป็นสินค้าตัวแรกต่อมามีขยายการพัฒนาสินค้าเป็นน้ำผลไม้ในน้ำจืดรสดีพร้อมดื่ม เช่น น้ำกระเจียว น้ำมะขาม น้ำมะยม น้ำตะไคร้ น้ำเก๊กฮวย น้ำใบเตย ลูกตาลลอยแก้วในน้ำตาลสด และน้ำตาลบิก โดยในปัจจุบันมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ข้าวเกรียบตาลโตนด ผลิตภัณฑ์ผลิตนั้นมีจำหน่ายในวงแคบ ปริมาณไม่มากและทำเฉพาะในฤดูกาลที่มีวัตถุดิบหรือมีลูกค้าสั่งเท่านั้น

การผลิตสินค้าน้ำตาลสด ซึ่งเป็นสินค้าหลักของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา สมาชิกฝ่ายการผลิตจะมีการควบคุมกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน มีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

ขั้นที่ 1 คัดเลือกและรับซื้อน้ำตาลสด ซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตจากต้นตาลที่ปลูกเฉพาะในเขตพื้นที่หมู่บ้านเหล่าขวัญเท่านั้น เพื่อรักษาคุณสมบัติทางกายภาพ เช่น ความหวาน ความสดใหม่ ความหอม และสีส้มให้คงอยู่

ขั้นที่ 2 นำน้ำตาลสดมาต้มให้เดือด และวัดความหวานด้วยเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ ที่เรียกว่า เครื่องวัดความหวาน โดยใช้มาตรฐานความหวานของน้ำตาลสดที่ 10 องศาบริกซ์ (CCS)

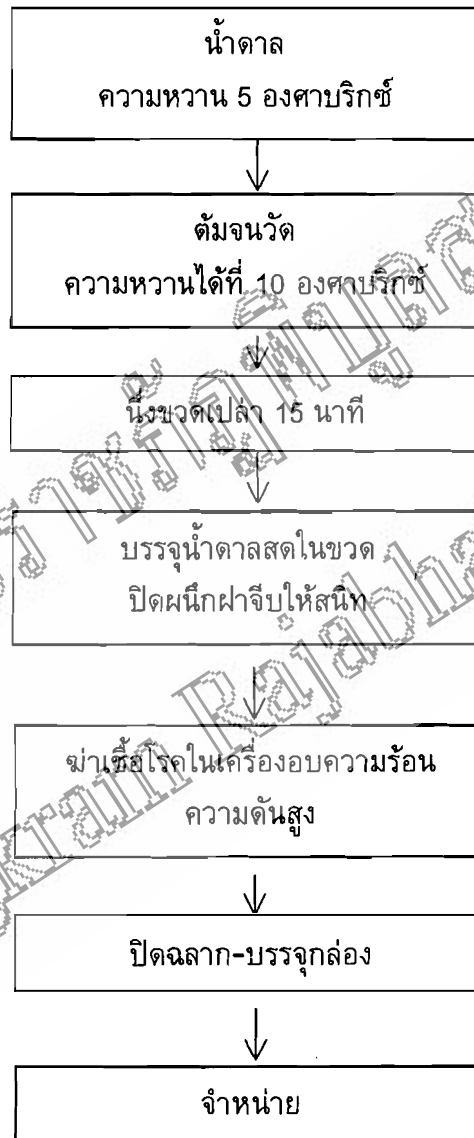
ขั้นที่ 3 นำน้ำตาลสดมาที่ห้องบรรจุเพื่อคัดกรองสิ่งเจือปนออก

ขั้นที่ 4 บรรจุน้ำตาลสดลงขวด ที่ผ่านการล้าง และอบฆ่าเชื้อ แล้วนำมาปิดผนึก

ขั้นที่ 5 นำไปผ่านการ Sterile ด้วยเครื่องอบความร้อนความดันสูง (Autoclave) เพื่อฆ่าเชื้อโรค

ขั้นที่ 6 ตรวจสอบคุณภาพของสินค้า เช่น ตรวจรอยรั่วซึมที่ฝา รอยแตกร้าวของบรรจุภัณฑ์ สิ่งเจือปน และอื่น ๆ โดยสมาชิกฝ่ายผลิต และปิดฉลากเพื่อจำหน่ายต่อไป

ขั้นที่ 6 ตรวจสอบคุณภาพของสินค้า เช่น ตรวจรอยร้าวซีมที่ฝา รอยแตกร้าวของบรรจุภัณฑ์ สิ่งเจือปน และอื่น ๆ โดยสมาชิกฝ่ายผลิต และปิดฉลากเพื่อจำหน่ายต่อไป
มีรายละเอียดขั้นตอนการผลิตน้ำตาลสดพร้อมดื่มและน้ำผลไม้ในน้ำตาลสด ดังนี้



แผนภูมิ 4 ขั้นตอนการผลิตน้ำตาลสดพร้อมดื่มและน้ำผลไม้ในน้ำตาลสดพร้อมดื่ม
ที่มา : การสัมภาษณ์สมาชิกฝ่ายผลิตและการสังเกต. (4 เมษายน 2546)

ทั้งนี้ จากการดำเนินการตามขั้นตอนการผลิตที่ได้มาตรฐานดังกล่าว ทำให้สินค้า น้ำตาลสดบรรจุขวดของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ได้รับการรับรองคุณภาพสินค้า ein คณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุข โดยได้รับการรับรองมาตรฐาน อย. เลขที่ พล.ฉยต. 65-01343-20001 และได้รับการรับรองรสชาติความหอมหวาน “ชวนชิมชวนใช้” จากกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตสินค้าในปัจจุบันได้ผ่านการคิดค้นออกแบบพัฒนา ในยสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ได้จัดทำเครื่องบรรจุน้ำตาลสด เครื่องอัดฝาจับและ มอบให้เป็นทรัพย์สินของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาใช้ประโยชน์ต่อไป แต่เนื่องจากสมาชิกกลุ่ม ขาดความรู้ ความชำนาญ ในการใช้และซ่อมบำรุง เมื่อเครื่องจักรต่างๆ เกิดการขัดข้องจากการ ใช้งานส่วนใหญ่จึงต้องรอรับความช่วยเหลือจากภายนอกบางครั้งมีความล่าช้าทำให้เกิด wa กระทบในกระบวนการผลิตได้ ทั้งนี้ กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา มีการพัฒนาสินค้าในรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าตามแนวทางที่หน่วยงานภายนอกให้การ สนับสนุนอยู่เสมอ

การวางแผนการผลิตสินค้า จะอาศัยข้อมูลจากยอดขายของปีที่ผ่านมา ความ สามารถในการเก็บรักษาสินค้า และวัตถุดิบ มีการวางแผนการผลิตจากปริมาณการสั่งซื้อจาก ลูกค้า แม้ว่าในแต่ละเดือนจะมีปริมาณการสั่งซื้อจากลูกค้าประจำที่ไม่แน่นอน ก็ตามแต่การทำ การผลิต จะมีการผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าเสมอ เพื่อเป็นการป้องกัน คู่แข่งซึ่งจะใช้โอกาสที่กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาทำการผลิตไม่ทันแย่งลูกค้าส่วนหนึ่งไป สำหรับสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้ว เมื่อลูกค้าสั่งในจำนวนที่มากหรือน้อยก็ตามลูกค้าจะเป็น ผู้รับผิดชอบค่าขนส่งและมารับสินค้าที่กลุ่มเอง เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านขวัญใจ พัฒนาไม่มีพาหนะในการขนส่งสินค้า ทั้งนี้กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนามีเป้าหมายและวางแผน การผลิต ระหว่างปี 2544-2546 ไว้ดังนี้

| ประเภทผลิตภัณฑ์ | น้ำตาลสด(ลิตร) | ผลิตภัณฑ์(ขวด) | มูลค่า(บาท) |
|--------------------------|----------------|----------------|-------------|
| 1. น้ำตาลสดพร้อมดื่ม | 27,170 | 70,000 | 490,000 |
| 2. น้ำมะขามพร้อมดื่ม | 7,692 | 20,000 | 140,000 |
| 3. น้ำกระเจี๊ยบพร้อมดื่ม | 3,846 | 10,000 | 70,000 |
| 4. น้ำใบเตย | 3,846 | 10,000 | 70,000 |
| 5. น้ำตาลโดนด | 4,000 | 600 ก.ก. | 25,000 |
| รวม | 50,246 | 130,000 | 935,000 |

- หมายเหตุ
1. น้ำตาลสดพร้อมดื่ม และน้ำผลไม้พร้อมดื่มทุกชนิด ขวดละ 7 บาท
 2. น้ำตาลโดนด กิโลกรัมละ 50 บาท
 3. การผลิตน้ำตาลกะทิและน้ำตาลชงกาแฟ ไม่ได้ระบุแผนและเป้าหมายการผลิต ทำตามสั่งเพราะเก็บไว้ได้ไม่นานจะเกิดการเหม็นหืน และน้ำตาลจะละลาย

การควบคุมต้นทุนสินค้า จะทำการผลิตภายใต้การวางแผนไว้ล่วงหน้า โดยมีการตั้งราคาขายก่อนและทำการวางแผนการผลิตให้มีต้นทุนต่ำกว่าราคาขายที่ตั้งไว้เพียงเล็กน้อย

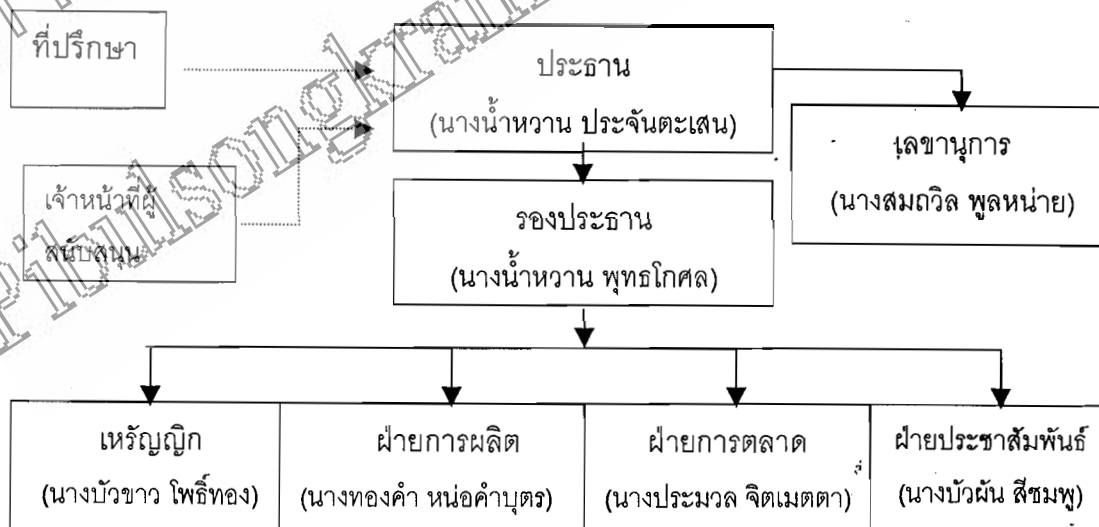
การเก็บรักษาสินค้าคงเหลือ จะเกี่ยวข้องกับการวางแผนการผลิตและปริมาณวัตถุดิบโดยการผลิตในแต่ละงวดจะไม่แน่นอน ถ้าช่วงฤดูกาลที่มีวัตถุดิบมาก ซึ่งมีปัญหาในการเก็บรักษาวัตถุดิบ กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาจะผลิตสินค้าเก็บไว้เป็นจำนวนมาก

กำลังการผลิตในการผลิตสินค้า น้ำตาลสด เป็นผลิตภัณฑ์หลักที่มียอดขายมากในบางช่วง โดยในแต่ละเดือนจะมีการผลิตที่ไม่แน่นอน ขึ้นกับปริมาณวัตถุดิบ โดยช่วงที่วัตถุดิบมากที่สุดคือ เดือนมีนาคม-เมษายน ของทุกปี กลุ่มจะผลิตน้ำตาลสดเก็บไว้เพื่อจำหน่ายให้ได้เพียงพอตลอดปี โดยตั้งเป้าหมายการผลิตน้ำตาลสดพร้อมดื่ม ปี 2546 จำนวน 70,000 ขวด

เทคโนโลยีที่ใช้เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ ร่วมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านการผลิตที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษที่สืบทอดกันมา ในส่วนของกระบวนการผลิตจะศึกษาจากกระบวนการผลิตจากโรงงานใหญ่ ศึกษาเพิ่มเติมถึงการเก็บรักษาคุณภาพ การทดลองว่าในการผลิตน้ำตาลสดจะต้องใช้น้ำตาลสดที่มีความหวานคงที่ โดยใช้เครื่องวัดความหวาน และนำไปผ่านเครื่องจักรที่ออกแบบควบคุมมาตรฐานสากล

ปัจจัยทางด้านการบริหารจัดการ

ในกระบวนการจัดการนั้นกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา มีการนำแนวคิดการทำธุรกิจชุมชนให้สมาชิกในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด การทำงานจะมีการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบค่อนข้างชัดเจน โดยกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนามีโครงสร้างการบริหารงานดังนี้



แผนภูมิ 5 โครงสร้างการบริหารงานของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา

ที่มา : สัมภาษณ์เลขานุการกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา. (7 พฤษภาคม 2546)

รายชื่อคณะกรรมการกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ประกอบด้วย

- | | | |
|---------------|-------------|----------------------|
| 1. นางน้ำหวาน | ประจันตะเสน | ประธาน |
| 2. นางน้ำหวาน | พุทธโกศล | รองประธาน |
| 3. นางสมถวิล | พูลหน่าย | เลขานุการ |
| 4. นางบัวขาว | โพธิ์ทอง | เหรัญญิก |
| 5. นางบัวผัน | สีชมพู | ประชาสัมพันธ์ |
| 6. นางทองคำ | หน่อคำบุตร | ฝ่ายผลิต |
| 7. นางประมวล | จิตเมตตา | ฝ่ายตลาด(จัดจำหน่าย) |

เจ้าหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ได้แก่

- | | | |
|-------------------|-------------|---|
| 1. นายพูนศักดิ์ | เหลืองหิรัญ | หัวหน้างานพัฒนาสถาบันเกษตรกร |
| 2. นายพิษณุ | เรืองฤทธิ์ | ผู้อำนวยการศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยี การเกษตรประจำตำบลท้อแท้ |
| 3. นางชุตติกาญจน์ | ประทีปใจ | เจ้าพนักงานเคหกิจเกษตร 5 |

ที่ปรึกษากลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ได้แก่

- | | | |
|---------------|-----------|-----------------------------|
| 1. นายทองย้อย | พูลหน่าย | ผู้ใหญ่บ้าน |
| 2. นายชลอ | จันทร์ส่ง | กรรมการหมู่บ้าน |
| 3. นายเวทย์ | พูลหน่าย | ประธานศูนย์ด้วยพลังงานไฟฟ้า |

โดยมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ สรุปได้ดังนี้

1. ตำแหน่งประธาน มีหน้าที่ประสานงานภายในกลุ่มและภายนอกกลุ่ม เช่น ส่วนราชการ การประชุม สัมมนา ฯลฯ ให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหา และอำนวยความสะดวกแก่ฝ่ายต่างให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ตำแหน่งเลขานุการ มีหน้าที่อำนวยความสะดวกและจัดเตรียมข้อมูลการดำเนินงานภายในกลุ่ม จัดบันทึก และจัดทำรายงานเสนอประธาน
3. ตำแหน่งรองประธาน มีหน้าที่ช่วยงานประธานในด้านต่างๆ ตามที่ประธานมอบหมาย
4. ตำแหน่งเหรัญญิก มีหน้าที่จัดทำบัญชีรายรับ รายจ่ายประจำวัน จัดทำทะเบียนทุนเรือนหุ้น และสรุปรายงานให้ประธานทราบเป็นประจำทุกเดือน
5. ตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายการผลิต มีหน้าที่จัดหาวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอย่างเพียงพอ ดูแล รักษาอุปกรณ์เครื่องใช้ในความรับผิดชอบให้อยู่ในสภาพที่จะใช้งานได้ อยู่เสมอ และตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานในทุกขั้นตอน
6. ตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายการตลาด มีหน้าที่จัดจำหน่ายสินค้าในงานแสดงและจำหน่ายสินค้าทั้งในระดับจังหวัดและประเทศ และจัดหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กว้างขวางเพื่อกระจายสินค้าของกลุ่มไปสู่ผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

7. ตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มผ่านสื่อในช่องทางต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เอกสารสิ่งพิมพ์ ฯลฯ

ปัจจัยทางด้านการเงินและบัญชี

กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา มีเงินกองทุนของตนเองในปัจจุบันเท่ากับ 208,800 บาท ได้จากสมาชิกลงทุนกัน 123,800 บาท และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ 85,000 บาท โดยปัจจุบันมีเงินหมุนเวียนเพื่อใช้ในการผลิตน้ำตาลสด เฉลี่ยประมาณ 35,000 บาท/เดือน

สำหรับการลงทุนของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาในด้านอุปกรณ์ พบว่า ได้จากการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตที่เป็นส่วนที่สมาชิกกลุ่มลงทุนเอง คิดเป็นร้อยละ 30 ของการลงทุนในอุปกรณ์การผลิตทั้งหมด

ในด้านการเงินพบว่า กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา มีการบันทึกบัญชีอย่างง่าย เป็นระบบได้แก่ บัญชีรายรับประจำวัน บัญชีรายจ่ายประจำวัน และบัญชีทะเบียนคูปองเงินหมุน ซึ่งจากระบบบัญชีดังกล่าว ทำให้กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาสามารถคำนวณต้นทุนการผลิตน้ำตาลสดได้ที่ 6.60 บาท/ขวด โดยมีแนวทางการคำนวณจากค่าใช้จ่าย ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ(น้ำตาลสด)ที่ใช้ในการผลิต ค่าแรงงาน ค่าเชื้อเพลิง ค่าฉลาก ค่าขวดบรรจุ

ในกรณีที่มีกำไรเกิดขึ้น กลุ่มมีเกณฑ์ในการจัดสรร ดังนี้

1. แบ่งเป็นเงินปันผลให้กับสมาชิก คิดเป็น 30% ของกำไร
2. แบ่งให้กับคณะกรรมการกลุ่ม คิดเป็น 15% ของกำไร
3. แบ่งไว้เป็นสวัสดิการของกลุ่ม คิดเป็น 15% ของกำไร
4. เก็บไว้ขยายการผลิต คิดเป็น 20% ของกำไร

สำหรับการจัดทำบัญชี กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา มีการเก็บข้อมูลเป็นรายวัน พบว่า ผลตอบแทนจากการทำงาน โดยคิดเป็นชั่วโมงการทำงาน ชั่วโมงละ 10 บาท ทำให้สมาชิกกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา มีรายได้จากการมารับจ้าง เฉลี่ยประมาณ 70-90 บาท/คน/วัน หรือประมาณ 1,400 - 2,250 บาท/คน/เดือน หรือ 11,200 - 18,000 บาท/คน/ปี ทั้งนี้ ถ้าคิดจำนวนวัน ประมาณ 20-25 วัน/เดือน หรือ ประมาณ 7-8 เดือน/ปี ที่ต้นตาลให้ ผลผลิตน้ำตาลอย่างต่อเนื่อง ทำให้สมาชิกที่นำน้ำตาลสดมาจำหน่ายให้แก่กลุ่มแม่บ้านฯ มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ประมาณ 20,000 - 25,000 บาท

ปัจจัยทางด้านการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าที่ผลิตและจำหน่าย โดยกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาปัจจุบัน คือ น้ำตาลสดพร้อมดื่ม ข้าวเกรียบตาลโดนดและน้ำตาลปึก โดยน้ำตาลสดพร้อมดื่มเป็นสินค้าหลักของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ที่มียอดขายสูงสุดและเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่มีการเน้นการดำเนินงานทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์อื่นๆ เป็นผลิตภัณฑ์เสริม ที่กลุ่มผลิตขึ้นมาจำหน่ายเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้หลายชนิด ซึ่งสินค้าทั้งหมดนี้ผลิตในชุมชนโดยสมาชิกในชุมชนผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลสดมีการวิจัยและพัฒนาพัฒนาโดยสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยนเรศวร ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลสดเป็นน้ำตาลผง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พัฒนาการบรรจุน้ำตาลสดโดยใช้เครื่องบรรจุสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ฟีชณูโลก พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำตาลเป็นไวน์น้ำตาลสด เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อผลิตสินค้าใหม่ๆ ออกจำหน่ายอยู่เสมอ

สินค้าในกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา มีจุดเด่นคือ เป็นสินค้าที่ผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยซึ่งคู่แข่งชั้นที่ทำการผลิต ส่วนใหญ่เป็นการใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้ลูกค้าให้ความเชื่อถือเพราะเป็นสินค้าที่ผลิตโดยชาวบ้านในชุมชนและได้มาตรฐานอาหารและยา (อย.) จากกระทรวงสาธารณสุข

สำหรับบรรจุภัณฑ์ใช้ขวดแก้ว ขนาดบรรจุ 325 ซี.ซี. และกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ได้ออกแบบฉลากสินค้าให้มีรายละเอียดสถานที่ติดต่อของของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ส่วนประกอบของน้ำตาลสด ประโยชน์จากน้ำตาลสด มีการออกแบบฉลากสินค้าให้น่าสนใจ มีความสวยงาม ซึ่งบรรจุภัณฑ์นี้จะเป็นการโฆษณาของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา และสินค้าควบคู่กันไป

ตราสินค้าของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา จะเป็นรูปต้นตาลคู่ พร้อมเขียนรอบตราผลิตภัณฑ์ว่า น้ำตาลสดบ้านเหล่าขวัญสุดจากธรรมชาติ

สินค้าที่จำหน่ายจะมีการควบคุมคุณภาพผ่านการทดสอบ และตรวจสอบในกระบวนการผลิตเพื่อให้ลูกค้าได้รับผลประโยชน์จากการบริโภคสินค้าให้มากที่สุด

2. ราคา (Price) การตั้งราคาของสินค้าน้ำตาลสดจะตั้งไว้ระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับ น้ำผลไม้ทั่วไปในท้องตลาด โดยการตั้งราคาคำนวณจากต้นทุนรวมกับกำไรที่ต้องการเพียงเล็กน้อย ซึ่งเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อลูกค้าให้มั่นคงตลอดไป โดยราคาต้นทุนการผลิตน้ำตาลสดอยู่ที่ 6.60 บาท/ขวด กำหนดราคาจำหน่ายปลีกและส่ง ณ ศูนย์ผลิตน้ำตาลสดไว้ที่ราคา 7 บาท/ขวด กลุ่มมีกำไร 0.40 บาท/ขวดหรือคิดเป็นร้อยละ 6.06

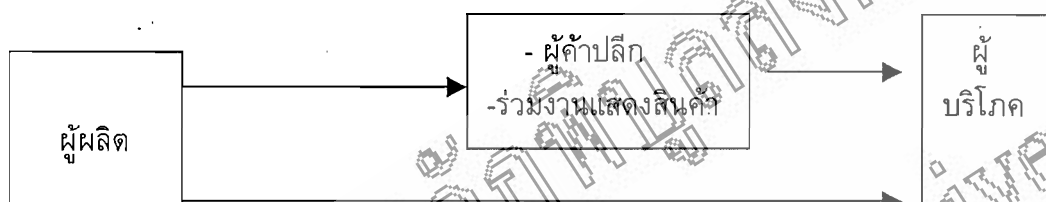
ราคาจำหน่ายส่งและจำหน่ายปลีก น้ำตาลสดพร้อมดื่มและผลิตภัณฑ์จากน้ำตาล ณ ศูนย์ผลิตน้ำตาลสดของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา เป็นดังนี้

2.1 น้ำตาลสดพร้อมดื่มและน้ำผลไม้ ราคาจำหน่ายส่งขวดละ 7 บาท
จำหน่ายปลีกขวดละ 10 บาท บรรจุกล่อง 6 ขวด ราคาจำหน่ายส่งกล่องละ 55 บาทจำหน่าย
ปลีก กล่องละ 65 บาท

2.2 น้ำตาลโดนด(น้ำตาลปึก) ราคาจำหน่ายส่งแพ็คละ 25 บาท น้ำหนัก
4 ชีด จำหน่ายปลีกแพ็คละ 30 บาท

2.3 น้ำตาลกะทิ ราคาจำหน่ายส่งถุงละ 8 บาท น้ำหนัก 2 ชีด จำหน่าย
ปลีกถุงละ 10 บาท

3. การจัดจำหน่าย (Place) การกระจายสินค้าของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา จะ
ใช้การกระจายสินค้าในหลายรูปแบบทั้งขายในชุมชน และขายผ่านช่องทางทางการตลาด ใน
ระดับต่างๆ ดังนี้



แผนภูมิ 6 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา
ที่มา : สัมภาษณ์สมาชิกฝ่ายการตลาด(จัดจำหน่าย)และเลขานุการกลุ่มแม่บ้าน
ขวัญใจพัฒนา (10 กรกฎาคม 2546)

ในการกระจายสินค้านั้น กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาจะรับคำสั่งซื้อทั้งจากผู้ค้าส่ง
โดยตรง และมีการจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภคโดยตรงด้วยแต่ทั้งนี้จะจำหน่ายสินค้า
ณ ศูนย์ผลิตน้ำตาลสดของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาเป็นส่วนใหญ่

ส่วนมากผู้ค้าปลีกมารับซื้อที่ศูนย์ผลิตน้ำตาลสด เพื่อไปวางจำหน่ายตามสถานที่
ต่าง ๆ เพราะกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ไม่มียานพาหนะที่จะนำสินค้าไปส่ง จึงทำให้ตลาดยัง
อยู่ในวงแคบ จำกัดอยู่ในอำเภอและจังหวัด

สถานที่จำหน่ายในอำเภอ และในจังหวัด

1.) ศูนย์วัฒนธรรมอำเภอวัดโบสถ์

2.) ร้านค้าริมทางถนนสายพิษณุโลก – อุดรดิตถ์ ใต้แก่ ร้านนายเกียงศักดิ์ ป้อม
ชัยนาม ร้านนางพะเยาว์ อินทราช ร้านนางระเบียบ แก้วทองแดง ร้านอาหารช่อมะม่วงของนาย
บุญลือ พรหมนี้เนตร ร้านนางบัวขาว โพธิ์ทอง (เจ๊อืด) ร้านนางแป้ว ดั่งอินทร์ (เจ๊แป้ว) ร้าน
นางแก้ว ค่ายอด (เจ๊แก้ว) ร้านนายบุญช่วย ดาลโก้ ฯ

3.) ร้านค้ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกร(ร้านเจ้าน้ำอ้อย) บริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ-
วรมหาวิหาร (วัดใหญ่) และร้านสหกรณ์เลมอนฟาร์มพิษณุโลก

4.) งานแสดงสินค้าและเทศกาลประจำปี โดยนางประมวล จิตเมตตา จะเป็นรับผิดชอบในการเข้าร่วมงานต่างๆ ที่จัดในจังหวัดเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ งานนครสวรรค์มหาราชและกาชาตประจำปีจังหวัดพิษณุโลก งานเทศกาลสงกรานต์และมหกรรมอาหารจังหวัดพิษณุโลก เป็นต้น

5.) นักทัศนอาจร หรือแขกผู้มาเยี่ยมชม และศึกษาดูงานกิจกรรมกลุ่ม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต่างจังหวัด นักศึกษาจากมหาวิทยาลัย และสถาบันการศึกษาในจังหวัด ข้าราชการและประชาชนในพื้นที่

4. การส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ร่วมกับอำเภอวัดโบสถ์ สำนักงานเกษตรอำเภอวัดโบสถ์ และหน่วยราชการต่างๆ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ได้จัดงานน้ำตาลสดและของดีอำเภอวัดโบสถ์ ขึ้นเริ่มตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน การจัดงานดังกล่าว จัดขึ้นประมาณเดือนพฤษภาคมของทุกปี จะมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำตาลสด และการสาธิตกรรมวิธีการผลิต พร้อมทั้งกลุ่มแม่บ้านพลังมวลชนต่าง ๆ ทุกตำบลได้นำสินค้าของกลุ่มพร้อมพืชผลผลิตทางการเกษตรมาร่วมจำหน่ายในงาน มีการประกวดน้ำตาลสด และแข่งขันการประกอบอาหารจากตาล ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ น้ำตาลสดและของดีอำเภอวัดโบสถ์ ผ่านสื่อแขนงต่าง ๆ ทั้งสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดพิษณุโลก

นอกจากนี้ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพิษณุโลก สนับสนุนการจัดทำข้อมูลผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ประชาสัมพันธ์ทางระบบอินเทอร์เนต ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน 2546 เว็บไซต์ <http://www.mocpnl.go.th>

2.2 สภาพแวดล้อมภายนอก

สภาพแวดล้อมภายนอกกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ได้แก่ ลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย คู่แข่งขันค่านิยมของสังคม เทคโนโลยี สภาพเศรษฐกิจ การช่วยเหลือจากภาครัฐ การจัดหาวัตถุดิบ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้ำทั่วไปไม่จำกัดเพศ วัย ชนชั้น สามารถจำแนกลูกค้ำจากสถิติของผู้จำหน่าย เป็นดังนี้

1. ลูกค้ำประจำ ได้แก่ผู้ค้าปลีกที่จำหน่ายน้ำตาลสดร้านค้าริมทางสายพิษณุโลก-อุตรดิตถ์

2. ลูกค้าที่เข้ามาท่องเที่ยวและศึกษาดูงาน ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจากต่างจังหวัด นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยนเรศวร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตพิษณุโลก จะควบคุมยอดขายไม่ได้

3. ลูกค้าในงานออกร้านจำหน่ายสินค้าในงานต่างๆจะควบคุมยอดขายไม่ได้

คู่แข่ง

คู่แข่งทางตรงที่ผลิตน้ำตาลสด ได้แก่ น้ำตาลสดกลุ่มแม่บ้านเกษไชย อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำน้ำตาลสดจังหวัดเพชรบุรี ผู้ประกอบการผลิตน้ำตาลสด จากบริษัทแพทย์อรุณและบุตร เลขที่ 125 หมู่7 อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ราคาจำหน่ายปลีก ขนาดบรรจุ 325 %%. ราคาขวดละ 10 บาท แต่ที่กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนามีความเหนือ และโดดเด่นกว่าคือเป็นแหล่งที่มีการผลิตในลักษณะโรงเรือนที่ได้มาตรฐาน sin คณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นทั้งหมด

คู่แข่งทางอ้อมของกลุ่ม คือ คู่แข่งอื่น ๆ ที่ผลิตสินค้าจากผลไม้ หรือสมุนไพร ไม่ว่าจะเป็นจากว่านหางจระเข้ มะขาม แก้วฮวย ส้ม มะนาว ฝรั่ง ลำไย มะพร้าว เป็นต้น

เทคโนโลยี

เนื่องจากในปัจจุบัน เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาท ต่อชีวิตประจำวันของลูกค้า โดยทั่วไป โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยธุรกิจต่าง ๆ จะมีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต แต่ในปัจจุบัน กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนายังไม่มีความพร้อมในการดำเนินการทั้งในด้านวัสดุอุปกรณ์ และบุคลากร

อย่างไรก็ตาม การที่กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ได้นำเครื่องจักรที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในกระบวนการผลิต ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตสินค้าต่อหน่วยต่ำลง และสามารถตั้งราคาได้ต่ำกว่าคู่แข่ง แต่เกิดปัญหาในการดูแล บำรุงรักษา เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการใช้งานเนื่องจากสมาชิกไม่มีความรู้ในเรื่องดังกล่าว

ค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรม

ในปัจจุบัน กระแสการรักษาสุขภาพร่างกายของประชาชนส่วนใหญ่ ทำให้ความเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน จากคณะกรรมการอาหาร และยา (อย.) ทำให้สินค้ากลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น และสืบเนื่องมาจากภาวะ

เศรษฐกิจตกต่ำของประเทศไทยในปี 2540 เป็นต้นมาทำให้รัฐบาลให้ความสำคัญและสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนามากขึ้น

สมาชิกของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร มีอาชีพทำนา คิดเป็นร้อยละ 75 มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย ยังมีความเอื้ออาทรช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ไม่ต้องดิ้นรน

สภาพเศรษฐกิจ

แม้ว่าขณะนี้สภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยจะยังอยู่ในช่วงเริ่มฟื้นตัวแต่ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อ ยอดขายสินค้าของกลุ่มเพราะลูกค้ายังให้ความนิยมและเป็นสินค้าสะดวกซื้อ จึงไม่ส่งผลกระทบต่อยอดขาย โดยมียอดจำหน่ายสินค้า เป็นดังนี้

ตาราง 1 : มูลค่าและปริมาณการจำหน่ายน้ำตาลสดพร้อมดื่ม แยกเป็นรายเดือน เปรียบเทียบระหว่างปีงบประมาณ 2545 กับปีงบประมาณ 2546

| เดือน | ปี 2545 | | ปี 2546 | |
|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | ปริมาณ (ขวด) | มูลค่า (บาท) | ปริมาณ (ขวด) | มูลค่า (บาท) |
| ตุลาคม | 4,860 | 34,020 | 4,680 | 32,760 |
| พฤศจิกายน | 3,940 | 27,580 | 5,250 | 36,750 |
| ธันวาคม | 7,400 | 51,800 | 6,890 | 48,230 |
| มกราคม | 6,500 | 45,500 | 8,920 | 62,440 |
| กุมภาพันธ์ | 5,800 | 40,600 | 7,960 | 55,720 |
| มีนาคม | 3,850 | 26,950 | 4,630 | 32,410 |
| เมษายน | 3,620 | 25,340 | 5,600 | 39,200 |
| พฤษภาคม | 2,900 | 20,300 | 3,600 | 25,200 |
| มิถุนายน | 3,650 | 25,550 | 5,400 | 37,800 |
| กรกฎาคม | 4,870 | 34,090 | 9,600 | 67,200 |
| สิงหาคม | 6,920 | 48,440 | 7,500 | 52,500 |
| กันยายน | 5,800 | 40,600 | 4,660 | 32,620 |
| รวม | 60,110 | 420,770 | 74,690 | 522,830 |
| เฉลี่ย | 5,009 | 35,064 | 6,224 | 43,569 |

จากตาราง 1 พบว่าการจำหน่ายสินค้าน้ำตาลสด ของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา มีปริมาณและมูลค่าการจำหน่าย ในปีงบประมาณ 2546 โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 24.25 และร้อยละ 24.25 ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับปีงบประมาณที่ผ่านมา

การช่วยเหลือจากภายนอก

หน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐ เอกชน และสถานศึกษา ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ให้คำปรึกษา และการฝึกอบรมในด้านการผลิตที่ได้มาตรฐานจากหลายๆ หน่วยงาน เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด
2. ให้การสนับสนุนด้านงานวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายขึ้น จากมหาวิทยาลัยนเรศวร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตพิษณุโลก และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี
3. ให้ความช่วยเหลือ ด้านเงินทุนหมุนเวียน จากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2 พิษณุโลก
4. ให้ความช่วยเหลือด้านการตลาดจากสำนักงานพาณิชย์จังหวัด เป็นต้น

การจัดหาวัตถุดิบ

ปัญหาที่พบส่วนใหญ่คือปริมาณวัตถุดิบมีมากบ้างน้อยบ้างตามฤดูกาลจะส่งผลกระทบต่อควบคุมสินค้าคงเหลือได้ยากและวางแผนการผลิตได้ยากตามมาด้วย

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SWOT Analysis ดังนี้

ตาราง 2 การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาด้วย SWOT Analysis

| จุดแข็ง (Strengths) | จุดอ่อน (Weaknesses) |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. ต้นทุนการผลิตต่ำเนื่องจากใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติและมีในพื้นที่ 2. คุณภาพของสินค้าได้มาตรฐานรับรองจากหน่วยที่เป็นสากล ทำให้มีความน่าเชื่อถือ 3. ใช้แรงงานการผลิตในชุมชน จึงสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ 4. ระดมเงินทุนจากภายในชุมชน ไม่ต้องแบกรับภาระดอกเบี้ยหรือต้นทุนทางการเงิน 5. ราคาสินค้าอยู่ในระดับต่ำกว่าคู่แข่งและราคามีความยุติธรรม โดยเมื่อเปรียบเทียบราคากับคุณภาพและปริมาณของสินค้า มีการติดตามราคาสินค้าไว้ที่บรรจุภัณฑ์ จึงทำให้ราคาจำหน่ายปลีกในแต่ละพื้นที่เท่ากัน 6. บรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้า ใช้ระบบการนำกลับมาใช้ใหม่(Reuse) ต้นทุนการผลิต จึงต่ำ 7. การผลิตอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ สินค้าผลิตด้วยแรงงานคน (handmade) และอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่ | <ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดการประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มในต่างท้องที่ 2. สมาชิกขาดประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจตลาดผู้ซื้อไม่แน่นอน 3. สมาชิกในกลุ่มประกอบธุรกิจไม่สม่ำเสมอและยึดเป็นเพียงอาชีพเสริม 4. เงินทุนหมุนเวียนต่ำเพราะกลุ่มกำหนดกำไรจากการจำหน่ายไว้ต่ำ จึงทำให้ กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนามีข้อจำกัดสำหรับค่าใช้จ่ายในส่วนของการลงทุน เช่นการซื้อวัสดุอุปกรณ์และพัฒนาสถานที่ เป็นต้น 5. กลุ่มไม่มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบลักษณะใหม่ๆ |
| โอกาส (Opportunities) | อุปสรรค (Threats) |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. กระแสความนิยมสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ 2. ลูกค้าโดยทั่วไปหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพและร่างกายตนเองมากขึ้น 3. ชื่อเสียงความเป็นกลุ่มดีเด่นในด้านต่างๆและดำเนินกิจการในลักษณะโรงเรียนมาตรฐาน 4. รัฐบาลให้การสนับสนุนการประกอบธุรกิจชุมชน มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ประชาชนทั่วไปหันมาบริโภคสินค้าไทย 5. กลุ่มใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยจึงทำการผลิตได้มาก ต้นทุน สินค้าของกลุ่มจึงต่ำกว่าคู่แข่ง | <ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดความเชื่อมั่นและการยอมรับรูปแบบการดำเนินงานจากองค์กรท้องถิ่น 2. สภาพเศรษฐกิจภายในประเทศยังอยู่ในภาวะฟื้นตัว ประชาชนทั่วไปจึงมีการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้า ไม่มากนัก 3. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นผลิตผลทางการเกษตร ต้องอาศัยฤดูกาลผลิตจึงทำให้เกิดปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบได้ในบางช่วงเวลา |

จากตาราง 2 พบว่าการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาด้วย SWOT Analysis ในภาพรวม กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนามี จุดแข็งมากกว่าจุดอ่อน และมีโอกาสมากกว่าอุปสรรค

3. สภาพปัญหาด้านการตลาด

จากการศึกษาข้อมูลบริบทและการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา อำเภอวัดโบสถ์ จังหวัดพิษณุโลก โดยศึกษาข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิจากกรอบทฤษฎี สหนาม ด้วยการสัมภาษณ์รายบุคคล อภิปรายกลุ่มและการสังเกต ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับสภาพปัญหาด้านการตลาดที่สำคัญ ดังนี้

3.1 ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และบรรจุหีบห่อให้มีความหลากหลาย กล่าวคือ นับตั้งแต่เริ่มมีการก่อตั้งกลุ่มตั้งแต่ปี 2538 กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ผลิตน้ำตาลสดพร้อมดื่มโดยใช้ขวดโซดาเก่ามาล้างและอบฆ่าเชื้อ นำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) แม้ว่าเมื่อประมาณเดือนพฤศจิกายน 2546 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จะได้ออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ชนิดขวดพลาสติก พร้อมเครื่องบรรจุน้ำตาลสดในขวดพลาสติก มามอบให้กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ดำเนินการแต่กลุ่มสามารถดำเนินการได้ในระยะสั้นๆ เนื่องจากพบปัญหาในกรณีรักษาสินค้าไว้ได้ไม่นาน แม้จะผ่านการอบฆ่าเชื้อตามมาตรฐานก็ตาม น้ำตาลสดที่บรรจุในขวดพลาสติกจะเก็บไว้ได้ประมาณ 1 เดือน จากนั้นจะเกิดการเน่าเสีย สีจะเปลี่ยนเป็นคล้ำและดำ ประกอบกับปัจจุบันเครื่องบรรจุดังกล่าวชำรุดใช้การไม่ได้ กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาจึงผลิตน้ำตาลสดพร้อมดื่มในขวดโซดา ขนาด 325 ซี.ซี. เพียงอย่างเดียวมาจนถึงปัจจุบัน

นอกจากนี้ บรรจุหีบห่อที่กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาใช้ในปัจจุบัน คือ กล่องกระดาษ ขนาดบรรจุ 12 Pack โดยเมื่อปี 2545 กลุ่มได้รับงบประมาณสนับสนุนในการผลิตบรรจุหีบห่อดังกล่าวจากสำนักงานเกษตรอำเภอวัดโบสถ์ จำนวน 100,000 บาท และกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาได้รับซื้อบรรจุหีบห่อจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร หมู่ที่ 4 ตำบลท้อแท้ อำเภอวัดโบสถ์ ซึ่งเป็นบรรจุหีบห่อที่ได้จากการจักสานไม้ไผ่ เรียกว่า ชะลอม มีขนาดบรรจุน้ำตาลสดตั้งแต่ 1 ขวด 2 ขวด และ 6 ขวด จากการใช้บรรจุหีบห่อดังกล่าว พบปัญหาการแตกร้าวของขวดแก้ว และรั่วซึมบริเวณฝาจีบจากการขนส่งสินค้าทางรถยนต์ เนื่องจากหีบห่อที่ใช้ไม่เหมาะสม ไม่มีคุณสมบัติในการป้องกันบรรจุภัณฑ์จากการกระแทก ทำให้เกิดการเสียหายของสินค้า

3.2 ปัญหาเกี่ยวกับราคา

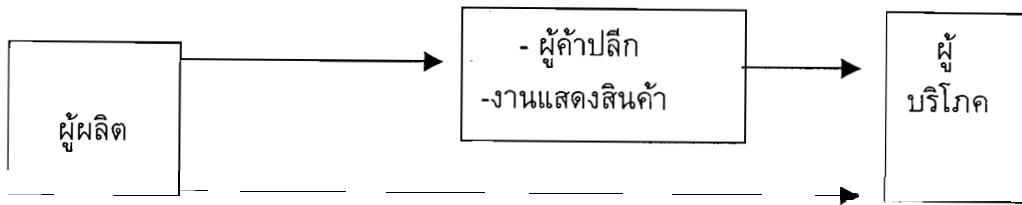
จากการดำเนินงานที่ผ่านมากลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนามีผลกำไรจากการจำหน่ายสินค้ามีมูลค่าค่อนข้างน้อย ทำให้กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนามีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการลงทุนน้อยไปด้วย โดยกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนามีการกำหนดราคาไว้ดังนี้

ราคาต้นทุนอยู่ที่ 6.60 บาท/ขวด โดยคิดคำนวณจากค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าฉลาก ค่าเชื้อเพลิง(ฟืน ก๊าซหุงต้ม) ทั้งนี้ไม่รวมค่าไฟฟ้า กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา กำหนดราคาจำหน่ายปลีกและจำหน่ายส่ง ณ ศูนย์ผลิตน้ำตาลสด ไว้ที่ราคา 7 บาท/ขวด

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา มีกำไรจากการจำหน่ายน้ำตาลสดพร้อมดื่มเพียง 0.40 บาท/ขวด หรือคิดเป็นร้อยละ 6.06 ทั้งนี้ เมื่อคำนึงถึงสภาวะการณ์แวดล้อมภายนอก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่ค่าครองชีพสูงขึ้น ราคาต้นทุนการผลิต เช่น ค่าไม้ฟืน ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าแรงงานและค่าก๊าซปิโตรเลียมเหลวบรรจุถัง(ก๊าซหุงต้ม) มีราคาสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น กลุ่มมีกำไรต่อหน่วยลดลงไปอีก ทำให้เงินทุนหมุนเวียนเพื่อการลงทุนน้อยไปด้วย ประกอบกับกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาไม่มีการปรับราคาน้ำตาลสดพร้อมดื่มมาเป็นระยะเวลาประมาณ 10 ปีแล้ว ดังนั้นจึงอาจไม่เป็นผลดีถ้าไม่พิจารณาปรับราคาจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากเดิม และอาจส่งผลกระทบต่อการค้าปลีกของกิจการของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาที่ต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนเพื่อการลงทุนในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ หรือซ่อมบำรุงอุปกรณ์ที่ใช้งานไประยะหนึ่งอาจชำรุดเสียหายได้ และพัฒนาสถานที่เพิ่มเติมในอนาคต

3.3 ปัญหาเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย

สินค้าของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ส่วนใหญ่จัดจำหน่าย ณ ศูนย์ผลิตน้ำตาลสด ลูกค้านำต้องขนส่งสินค้าเอง ออกค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าเอง รวมทั้งรับผิดชอบในความเสียหายอันเกิดจากการขนส่ง โดยกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาไม่มีการวางแผนการดำเนินงานเพื่อจัดจำหน่าย และแสวงหาคู่ค้าหรือตลาดที่แน่นอนก่อนการผลิต ทำให้ตลาดผู้ซื้อไม่แน่นอน ส่วนวิธีการเก็บรักษาสินค้าที่ผลิตเสร็จและการจัดการสินค้าคงคลัง จัดเก็บไว้บนชั้นวางและห้องเก็บสินค้าในศูนย์ผลิตน้ำตาลสด จากข้อมูลในอดีตที่ผ่านมาพบว่า เดิมมีผู้ค้าปลีกที่อยู่ต่างจังหวัดได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ กรุงเทพฯ อุดรดิตถ์ มาซื้อสินค้า ณ ศูนย์ผลิตน้ำตาลสด แต่ปัจจุบันไม่มีผู้ค้าปลีกจากต่างจังหวัดมาซื้อสินค้าของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาเลย เนื่องจากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ประกอบกับผู้ค้าปลีกคำนวณรายได้กับรายจ่ายแล้วได้รับผลตอบแทนไม่คุ้มค่าการลงทุน โดยปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนามีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางทางการตลาด ในระดับต่างๆ ดังนี้



แผนภูมิ 7 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา

จากแผนภูมิ 7 พบว่ากลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา มีการจัดจำหน่ายสินค้าที่แหล่งผลิตเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากไม่มีทำเลที่ตั้งของจัดจำหน่ายเป็นของตนเอง โดยจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกในพื้นที่ และการออกร้านแสดงและจำหน่ายสินค้าในบางโอกาส ทำให้มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ในวงจำกัด

3.4 ปัญหาเกี่ยวกับการส่งเสริมการจำหน่าย

กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาขาดการประชาสัมพันธ์สินค้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้สินค้าของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง โดยปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนายังต้องอาศัยการส่งเสริมการตลาดจากภาครัฐแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น ได้แก่ อำเภอบึงสามพัน ได้จัดงานน้ำตาลสดและของดีอำเภอบึงสามพัน ขึ้นตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน การจัดงานดังกล่าว จัดขึ้นประมาณเดือนพฤษภาคมของทุกปี จะมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำตาลสด และการสาธิตกรรมวิธีการผลิต พร้อมทั้งกลุ่มแม่บ้านพลังมวลชนต่าง ๆ ทุกตำบลได้นำสินค้าของกลุ่มพร้อมพืชผลผลิตทางการเกษตรมาร่วมจำหน่ายในงาน มีการประกวดน้ำตาลสด และแข่งขันการประกอบอาหารจากตาล ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ น้ำตาลสดและของดีอำเภอบึงสามพัน ผ่านสื่อแขนงต่าง ๆ ทั้งสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดพิษณุโลก ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จึงกล่าวได้ว่ากลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนายังไม่สามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง ต้องพึ่งพาหน่วยงานราชการเสมอมา

กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการตลาด

จากข้อมูลเกี่ยวกับบริบท การดำเนินงาน และสภาพปัญหาด้านการตลาด ตลอดจนการอภิปรายกลุ่มร่วมกับผู้เกี่ยวข้อง ได้ข้อสรุปในการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการตลาด ดังนี้

1. กำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

1.1 จัดทำบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบและขนาดหลากหลายขึ้น ได้แก่ ถ้วยพลาสติก ขนาดบรรจุ 200 ซีซี, ขวดพลาสติก ขนาดบรรจุ 250 ซีซี, และแกลลอน ขนาดบรรจุ 3.8 ลิตร

และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม และสามารถป้องกันความเสียหายของผลิตภัณฑ์โดยใช้กล่องกระดาษ บุด้วยโฟม

1.2 ขยายสายผลิตภัณฑ์ออกไปรูปแบบอื่น ได้แก่ น้ำตาลผง น้ำตาลปึกบรรจุกล่องหรือถ้วยพลาสติก และจัดทำบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ดึงดูดใจ

2. กำหนดกลยุทธ์ราคา

2.1 กำหนดราคาจำหน่ายส่ง ณ ศูนย์ผลิตน้ำตาลสด โดยคำนวณราคาต้นทุนการผลิต บวกกำไรอย่างน้อย ร้อยละ 10

2.2 กำหนดราคาจำหน่ายปลีกให้เป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกท้องที่และพิมพ์ลงบนฉลากสินค้า

2.3 กำหนดส่วนลดไว้อย่างชัดเจนโดยเมื่อซื้อน้ำตาลสดพร้อมดื่มจำนวน 100 ขวดขึ้นไปมีส่วนลด ร้อยละ 5

3. กำหนดกลยุทธ์การจัดจำหน่าย

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

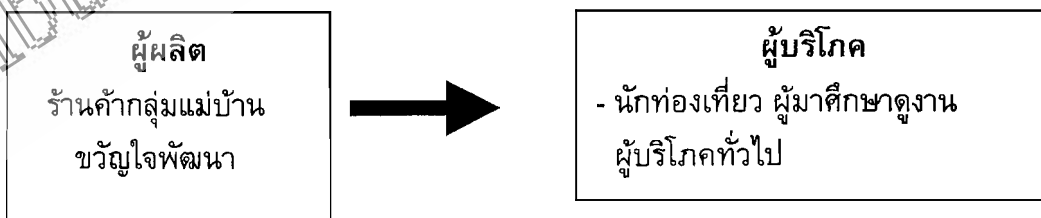
3.1.1 มีผู้แทนจำหน่ายอิสระเป็นผู้ที่ช่วยกระจายสินค้าของกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีก โดยในแต่ละจังหวัดจะมีผู้ค้าส่งแบบเลือกสรรเพียง 1 คน เพื่อทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าไปยังผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกรายอื่น

3.1.2 ฝากจำหน่ายในร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึกในจังหวัดและต่างจังหวัด

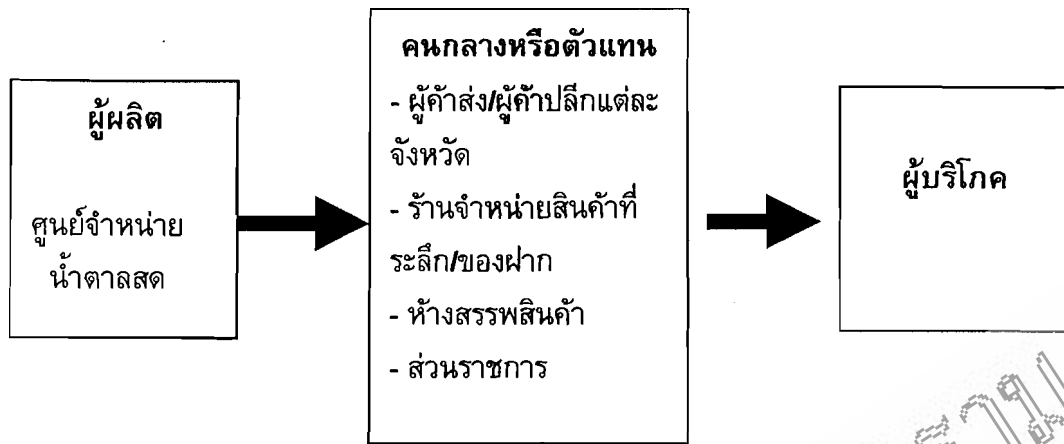
3.1.3 จัดตั้งร้านค้า ของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ในบริเวณถนนสายพิษณุโลก-อุตรดิตถ์

3.1.4 อาศัยตลาดจากสวนราชการภายในจังหวัด และเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าที่หน่วยงานราชการหรือภาคเอกชนจัดขึ้นในสถานที่ต่าง ๆ

จากช่องทางการจัดจำหน่ายดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้เป็น 2 แนวทางดังนี้



แผนภูมิ 8 ช่องทางการจัดจำหน่าย จากผู้ผลิตถึงผู้บริโภครหรือลูกค้าโดยตรง



แผนภูมิ 9 ช่องทางการจัดจำหน่าย จากผู้ผลิตผ่านพ่อค้าคนกลางจนถึงผู้บริโภค

3.2 วิธีการจัดการน้ำตาลสดพร้อมดื่มที่จำหน่ายไม่หมด (สินค้าคงคลัง) กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา จัดเก็บในห้องมีชั้นวางและสามารถป้องกันความร้อนจากแสงแดด

4. กำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการจำหน่าย

4.1 โฆษณา และประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อในช่องทางต่างๆ ทั้งสื่อวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตลอดจนจัดทำป้ายขนาดใหญ่บนถนนสายพิษณุโลก-อุตรดิตถ์

4.2 การส่งเสริมการขาย ด้วยการสมนาคุณผู้ค้าปลีกผู้ค้าส่ง ที่มียอดจำหน่ายน้ำตาลสดพร้อมดื่มสูงสุดในรอบปีปฏิทิน โดยให้โบนัสร้อยละ 1 ของยอดจำหน่าย

ผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ด้านการตลาด

กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา นำยุทธศาสตร์ด้านการตลาด ทั้ง 4 กลยุทธ์ As กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา กลยุทธ์การจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การส่งเสริมการจำหน่าย ไปทดลองปฏิบัติ ผู้วิจัยติดตามผลการดำเนินงาน โดยการสัมภาษณ์นางสมถวิล พูลหน่าย เลขานุการกลุ่มและสังเกต ณ ศูนย์การผลิตน้ำตาลสด สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ในเบื้องต้นดังนี้

I. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

I.1 การจัดทำบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบ และขนาดหลากหลายขึ้น ได้แก่ถ้วยพลาสติก ขนาดบรรจุ 200 4.4. ขวดพลาสติก ขนาดบรรจุ 250 4.4. และแกลลอน ขนาดบรรจุ 3.8 ลิตร และพัฒนาบรรจุหีบห่อให้สวยงาม และสามารถป้องกันความเสียหายของผลิตภัณฑ์ โดยใช้กล่องกระดาษ บุด้วยโฟม

พบว่า กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ได้ประสานงานกับสำนักงานเกษตร อำเภอวัดโบสถ์ เพื่อขอรับการสนับสนุนใน 2 กรณี ได้แก่

1.1.1 ประสานกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพื่อขอรับงบประมาณสนับสนุน ในการจัดซื้อเครื่องบรรจุน้ำตาลสดใส่ด้วยพลาสติก ในเรื่องดังกล่าวนี้ กรมส่งเสริมการเกษตรแจ้งการอนุมัติการจัดซื้อเครื่องบรรจุด้วยพลาสติกดังกล่าวให้แล้ว เมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2547

1.1.2 ประสานงานสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ให้ทำการวิจัย และพัฒนา ประเภทพลาสติกที่ทนความร้อน เพื่อทำบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบขวดพลาสติก และถ้วยพลาสติก ขณะนี้ (25 พฤษภาคม 2547) ได้รับแจ้งการตอบรับจากสถาบันฯ จะจัดส่งเจ้าหน้าที่มาดำเนินการให้ประมาณเดือนมิถุนายน 2547

ทั้งนี้ จากข้อมูลข้างต้นจึงมีแนวโน้มว่ากลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา จะดำเนินการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นถ้วยพลาสติกขนาดบรรจุ 200 ซี.ซี. และขวดพลาสติกขนาด 250 ซี.ซี. สำหรับบรรจุภัณฑ์แกลลอน ขนาดบรรจุ 3.8 ลิตร ผู้วิจัยจะได้ผลักดันให้มีการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป ส่วนบรรจุหีบห่อกล่องกระดาษด้วยโฟม กลุ่มฯยังไม่พร้อมดำเนินการ

1.2 ขยายสายผลิตภัณฑ์ออกไปรูปแบบอื่น ได้แก่ น้ำตาลผง น้ำตาลปี๊บบรรจุกล่องหรือถ้วยพลาสติก และจัดทำบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ดึงดูดใจ

พบว่า กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ได้ผลิตน้ำตาลผงสำหรับชงกาแฟบรรจุถุงอลูมิเนียมฟอยด์ ปิดผนึกสวยงาม จำหน่ายเพื่อเป็นทางเลือกของผู้บริโภค โดยจำหน่ายในราคา 35 บาท/ถุง/35 กรัม ส่วนน้ำตาลปี๊บทำตามคำสั่งซื้อ

2. กลยุทธ์ราคา

2.1 กำหนดราคาจำหน่ายส่ง ณ ศูนย์ผลิตน้ำตาลสด โดยคำนวณราคาต้นทุนการผลิต บวกกำไรอย่างน้อย ร้อยละ 10

พบว่า กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาได้พิจารณาสถานการณ์ปัจจุบัน (ปีพ.ศ.2547) ที่รัฐบาลมีนโยบายให้ก๊าซปิโตรเลียมเหลวบรรจุถัง (ก๊าซหุงต้ม) ลอยตัว และแนวโน้มภาวะราคาน้ำมันสูงขึ้น ค่าแรงงานแพงขึ้น ฟ้าไม้หายาก ขวดเก่าหายากราคาแพงขึ้น ทำให้ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตต่อหน่วยของกลุ่มเพิ่มขึ้นเนื่องจากในกระบวนการผลิตต้องใช้สิ่งต่างๆ ที่กล่าวมา ทำให้กำไรต่อหน่วยสินค้าลดลงไปอีก ดังนั้นจึงอาจไม่เป็นผลดีถ้าไม่พิจารณาปรับราคาจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากเดิม และอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาที่ต้องใช้เงินทุนหมุนเวียน

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น สมาชิกกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาจึงประชุมร่วมกันและมีมติในการกำหนดปรับราคาจำหน่ายปลีกและส่ง น้ำตาลสดพร้อมดื่ม ณ ศูนย์ผลิตน้ำตาลสด จากเดิมจำหน่ายที่ราคา 7 บาท/ขวด ปรับเพิ่มเป็นจำหน่ายที่ราคา 8 บาท/ขวด ทั้งนี้ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2547 เป็นต้นไป

ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากลยุทธ์ดังกล่าวประสบผลสำเร็จแล้วโดยปรับส่วนกำไรเพิ่มขึ้นจากเดิมได้กำไร 0.40 บาท/ขวด เมื่อปรับราคาแล้วกำไรเพิ่มเป็น 0.80 บาท/ขวด หรือเพิ่มขึ้นจากต้นทุนการผลิตต่อหน่วยคิดเป็นร้อยละ 11.11

หมายเหตุ : ต้นทุนการผลิตน้ำตาลสดเดิมอยู่ที่ 6.60 บาท/ขวด ปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2547) ต้นทุนเพิ่มขึ้นเป็น 7.20 บาท/ขวด

2.2 กำหนดราคาจำหน่ายปลีก ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกท้องที่ และพิมพ์ลงบนฉลากสินค้า

พบว่า กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาได้กำหนดราคาจำหน่ายปลีกน้ำตาลสดพร้อมดื่มไว้ที่ 12 บาท

2.3 กำหนดส่วนลดไว้อย่างชัดเจนโดยเมื่อซื้อน้ำตาลสดพร้อมดื่มจำนวน 100 ขวดขึ้นไปมีส่วนลด ร้อยละ 5

wuui กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ยังไม่สามารถดำเนินการได้ เนื่องจากกำไรต่อหน่วยยังมีไม่มากนัก **ทั้งนี้** ถ้าสามารถปรับเปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์ตามกลยุทธ์ที่ **■** ได้ก็จะสามารถดำเนินการกำหนดส่วนลดได้อย่างชัดเจนในโอกาสต่อไป

3. nay ทรัพยากรจัดจำหน่าย

3.1.1 มีผู้แทนจำหน่ายอิสระเป็นผู้ที่ช่วยกระจายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีก โดยในแต่ละจังหวัดจะมีผู้ค้าส่งแบบเลือกสรรเพียง **■** คน เพื่อทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าไปยังผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกรายอื่น

wuui กลุ่มยังไม่สามารถดำเนินการได้ในขณะนี้ (ปีพ.ศ.2547) เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนายังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในวงกว้างจึงยังไม่มีผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีกเข้ามาติดต่อเป็นผู้กระจายน้ำตาลสดพร้อมดื่มในต่างจังหวัด

3.1.2 ฝากจำหน่ายในร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก/ของฝาก ในจังหวัด และต่างจังหวัด

wuui กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาได้นำน้ำตาลสดพร้อมดื่ม ฝากวางจำหน่ายที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดพิษณุโลก ที่ศาลากลางจังหวัดพิษณุโลก แล้ว

3.1.3 จัดตั้งร้านค้าของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา ในบริเวณถนนสายพิษณุโลก-อุตรดิตถ์

wuui กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนายังไม่มีความพร้อมในการจัดตั้งร้านค้าเป็นของกลุ่มเองในขณะนี้

3.1.4 อาศัยตลาดจากส่วนราชการภายในจังหวัด และเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าที่หน่วยงานราชการหรือภาคเอกชนจัดขึ้นในสถานที่ต่างๆ

wuui กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาได้ประสานงานกับส่วนราชการ เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพิษณุโลก สำนักงานเกษตรอำเภอดงทับทิม เป็นต้น ได้ช่วยสนับสนุนน้ำคาลสดพร้อมดื่มของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา สำหรับเป็นเครื่องดื่มในการจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม . ที่หน่วยงานดังกล่าวเป็นผู้ดำเนินการ และสำนักงานพาณิชย์จังหวัดพิษณุโลกเป็นหน่วยงานนำร่องที่ดำเนินการสนับสนุนผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาแล้ว

นอกจากนี้ กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาซึ่งเดิมมีการจำหน่ายน้ำคาลสดพร้อมดื่ม ณ ศูนย์ผลิตน้ำคาลสดเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากไม่มีพาหนะขนส่งและไม่บุคลากรจัดจำหน่ายต่างสถานที่โดยเฉพาะในต่างจังหวัด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ประสานงานและรับประกันบุคคลที่จัดจำหน่ายน้ำคาลสดพร้อมดื่มในงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในต่างจังหวัด โดยมีมอบหมายให้นางอุ๋น อ้อตัน อยู่เลขที่ 240 ถนนประชาอุทิศ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มแต่สมาชิกมีมติมอบหมายให้เป็นผู้แทนในการจำหน่ายสินค้าในนามกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา โดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดพิษณุโลก ให้การสนับสนุนจัดส่งเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในงานต่างๆ ทั่วประเทศ

3.2 วิธีการจัดการน้ำคาลสดพร้อมดื่มที่จำหน่ายไม่หมด (สินค้าคงคลัง) จัดเก็บผลิตภัณฑ์ในห้องมีชั้นวางและสามารถป้องกันความร้อนจากแสงแดด

พบว่า กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา จัดเก็บผลิตภัณฑ์ในห้องโถงวางบนชั้นวางและวางบนพื้นบางส่วน เนื่องจากน้ำคาลสดพร้อมดื่มที่ผลิตเสร็จแล้วมีปริมาณมาก และกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนายังไม่ได้จัดสร้างห้องจัดเก็บผลิตภัณฑ์ไว้เป็นการเฉพาะ แต่การจัดเก็บในลักษณะดังกล่าวสามารถป้องกันความร้อนจากแสงแดดได้

4. กลยุทธ์การส่งเสริมการจำหน่าย

4.1 โฆษณา และประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อในช่องทางต่างๆ ทั้งสื่อวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตลอดจนจัดทำป้ายขนาดใหญ่บนถนนสายพิษณุโลก-อุตรดิตถ์

พบว่า หน่วยงานราชการทั้งในระดับจังหวัดและอำเภอจะเป็นผู้ประสานงานการประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาในภาพกว้าง ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับทฤษฎีด้านการตลาดกลุ่มจะดำเนินการด้วยตนเองในโอกาสต่อไป

4.2 การส่งเสริมการขายด้วยการสมนาคุณผู้ค้าปลีก/ผู้ค้าส่งที่มียอดจำหน่ายน้ำคาลสดพร้อมดื่มสูงสุดในรอบปีปฏิทิน โดยให้โบนัสร้อยละ ๓ ของยอดจำหน่าย

พบว่ากลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนายังไม่พร้อมดำเนินการ เนื่องจากยังไม่มีระบบการจัดเก็บข้อมูลผู้ค้าปลีก/ผู้ค้าส่งที่ชัดเจน

จากการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ด้านการตลาดทั้ง 4 กลยุทธ์ ดังกล่าวข้างต้น ในช่วงระยะเวลาประมาณ 4 เดือน กลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนาจำหน่ายน้ำคาลสดพร้อมดื่มปรากฏผลเป็นดังนี้

ตาราง 3 มูลค่าและปริมาณการจำหน่ายน้ำตาลสดพร้อมดีมีแยกเป็นรายเดือน เปรียบเทียบระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคมของปีงบประมาณ 2546กับปีงบประมาณ 2547

| ปี เดือน | 2546 | | 2547 | |
|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | ปริมาณ (ขวด) | มูลค่า (บาท) | ปริมาณ (ขวด) | มูลค่า (บาท) |
| ตุลาคม | - | - | - | - |
| พฤศจิกายน | - | - | - | - |
| ธันวาคม | - | - | - | - |
| มกราคม | - | - | - | - |
| กุมภาพันธ์ | 7,960 | 55,720 | 6,330 | 50,632 |
| มีนาคม | 4,630 | 32,410 | 10,960 | 87,658 |
| เมษายน | 5,600 | 39,200 | 15,060 | 120,464 |
| พฤษภาคม | 3,600 | 25,200 | 16,185 | 129,476 |
| มิถุนายน | - | - | - | - |
| กรกฎาคม | - | - | - | - |
| สิงหาคม | - | - | - | - |
| กันยายน | - | - | - | - |
| รวม | 21,790 | 152,530 | 48,535 | 388,224 |
| เฉลี่ย | 5,447 | 38,132 | 12,134 | 97,056 |

จากตาราง 3 พบว่าการจำหน่ายน้ำตาลสดพร้อมดีมี ของกลุ่มแม่บ้านขวัญใจพัฒนา มีปริมาณและมูลค่าการจำหน่าย ในระยะ 4 เดือนระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคมของปีงบประมาณ 2547 โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 122.76 และร้อยละ 154.52 ตามลำดับเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีงบประมาณที่ผ่านมา