



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้าสำหรับ
วิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้
Analysis of Business Competition for Community
Enterprise in Three Southern Border Provinces

โดย

วัชร

ชาวสังข์

นันทรัตน์

นามบุรี

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณการศึกษา ปี 2553

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การศึกษาเกี่ยวกับสภาพการแข่งขันทางการค้าของวิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการแข่งขันทางการค้าของวิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ วิธีดำเนินการวิจัยโดยการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านสตรีกรงปินัง กลุ่มแม่บ้านปাহวัง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคูหามุข จังหวัดปัตตานี 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบ้านกะมียอ กลุ่มบุญดูสายบุรี และกลุ่มแม่บ้านปะนาเระ และจังหวัดนราธิวาส 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านบาโง กลุ่มแม่บ้านยามูแรน และกลุ่มบ้านบลูกาสนอ

สำหรับผลการศึกษาพบว่า สถานการณ์ด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกี่ยวกับรูปแบบและชนิดของผลิตภัณฑ์มีน้อย ลักษณะความโดดเด่นของสินค้ามีความแตกต่างกัน ช่องทางการจำหน่ายมีทั้งการขายปลีกและขายส่ง ราคาขายที่กำหนดมีความเหมาะสมบางประเภท การส่งเสริมการตลาดยังมีน้อย สำหรับการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้า พบว่า ผลกระทบนักลงทุนรายใหม่มีน้อย มีแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบสูง เช่น กล้วยหินกรอบแก้ว ทุเรียนกรอบ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์บางตัวผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองสูง เช่น เสื้อสตรี หมวกกะปิเยาะ

สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย ด้านทิศทางการวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจำแนกเป็นการดำเนินการอย่างมีจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสาธารณะการสนับสนุนชุมชนและการจัดสรรรายได้เพื่อเป็นสวัสดิการชุมชน โดยเฉลี่ยแล้วศักยภาพอยู่ในระดับเกณฑ์ที่ดี อีกทั้งด้านการวางแผนดำเนินงาน ซึ่งจำแนกเป็นการจัดทำแผนปฏิบัติงาน การถ่ายทอดแผนแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง การปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ โดยเฉลี่ยแล้วศักยภาพอยู่ในระดับเกณฑ์ปานกลาง

ตลอดจนด้านการบริหารตลาด ประกอบด้วย การกำหนดแหล่งจำหน่าย แหล่งบริการลูกค้า การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าโดยเฉลี่ยแล้ว ศักยภาพอยู่ในระดับเกณฑ์ดี รวมทั้งด้านการจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร จำแนกเป็นระบบการจัดเก็บข้อมูลและการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกเครือข่ายและบุคคลภายนอกโดยเฉลี่ยแล้วศักยภาพอยู่ในระดับดี สำหรับด้านการบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย การพัฒนาผู้นำและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน การสร้างขวัญกำลังใจ ความพึงพอใจและแรงจูงใจ รวมทั้งการประเมินผลการปฏิบัติงานของสมาชิกโดยเฉลี่ยแล้วศักยภาพอยู่ในระดับเกณฑ์ดี

Abstract

This research aims to study business competition for community enterprise in three southern border provinces. The research methodology was to interview groups of community enterprise; 3 groups in Yala province, Grongpinang Housewife, Pawang Housewife and Khuhapimook Community Enterprise; 3 groups in Pattani province, Gamiyor, Budoo Saiburi and Panareh; 3 groups in Narathivat province, Ba-ngo Housewife, Yamureanea Housewife and Bluegasanor. The research findings revealed that the marketing situation of community enterprise that involved with patterns and types were few. The marked features of products were different. The fixed price was appropriate in some types of products. The ways to sell were both retail and wholesale. The fixed sale price was appropriate in some types of products. The marketing promotion was sparse. For the analysis of business competition, it was found that the impact of new investors was sparse. The impulsion from the bargaining power of raw material provider was high, for example, stone banana crispy and Durian crispy. Besides, some products that the buyer held a high bargaining power, for example, blouses and Kapiyoh hat. For the analysis of strength potential of community enterprise that consisted of community enterprise directions which were classified as ethical operation, public accountability, community support and income management for community welfare, in average the potential was at a good level. In planning operation that was classified as operation plan, transferring plan to a person involved, operation according to plan, in average it was at a medium level. In marketing that consisted of sale location determination, custom service location and data tracking of customer need, in average the potential was at a good level. In knowledge and information management that were classified as information collection system and public relation communication to member network and outsiders, in average the potential was at a good level. In community enterprise member administration that consisted of leadership and member of community enterprise development, building up moral support, satisfaction and motivation including performance evaluation of member, in average the potential was at a good level.

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎี Competitive Forces Model	4
ทฤษฎี Diamond Model	8
ตัวแบบและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยชี้วัดความสามารถการแข่งขันทางการค้า	10
การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	25
กรอบแนวคิดในการวิจัย	25
วิธีการดำเนินการวิจัย	26
ขั้นตอนการวิจัย	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	28
ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน	28
สถานการณ์ด้านการตลาด	43
การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้า	44
การวิเคราะห์ศักยภาพความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน	51
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	59
สรุปผล	59
อภิปรายผล	64
ข้อเสนอแนะ	65
บรรณานุกรม	66
ภาคผนวก	70
ภาคผนวก ก- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	71
ภาคผนวก ข- ภาพประกอบการวิจัย	76

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 สภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา	45
4.2 สภาพการของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดปัตตานี	47
4.3 สภาพการของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนราธิวาส	49
4.4 การวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ปี 2553 ด้านทิศทางวิสาหกิจชุมชน.....	52
4.5 การวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ปี 2553ด้านการวางแผนดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน.....	53
4.6 การวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเขตสามจังหวัดชายแดน ปี 2553 ด้านการบริหารตลาด.....	54
4.7 การวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเขตสามจังหวัดชายแดน ปี 2553 ด้านการจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร.....	55
4.8 การวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเขตสามจังหวัดชายแดน ปี 2553 ด้านการบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน.....	56
4.9 การวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเขตสามจังหวัดชายแดน ปี 2553 ด้านกระบวนการจัดการสินค้าและบริการ.....	56
4.10 การประเมินผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ปี 2553.....	57

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	7
2.2 ภาพตัวแบบ diamond model analysis.....	10
2.3 ภาพ balanced scorecard.....	11
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	25
3.2 ขั้นตอนการวิจัย.....	27

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ตามทีนโยบายแห่งรัฐด้านการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจจากหญ้า มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนในระดับฐานรากของประเทศให้มีความเข้มแข็ง ส่งเสริมชุมชนในการจัดกระบวนการเรียนรู้ การจัดการทรัพยากร การผลิต การตลาดและการจัดการทุนให้เกิดประโยชน์ แก่ชุมชนบนพื้นฐานของการสร้างความมั่นคง ความสงบสุขและระบบนิเวศน์ของสังคมโดยรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่งเสริมให้ชุมชนรวมกลุ่มกันประกอบการในแนวทาง “วิสาหกิจชุมชน” อันเป็นการประกอบการเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน โดยนำวัตถุดิบ ทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน รวมทั้งงานวิจัยต้นแบบมาสร้างสรรค์ผลผลิต เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน ระบบเศรษฐกิจชุมชนเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยระบบการจัดการใหม่และการเรียนรู้ใหม่ ทั้งนี้เพื่อสร้างกลไกที่เป็นทางเลือกใหม่ให้ชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองในการจัดการตนเอง และทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพกระบวนการเรียนรู้ใหม่แตกต่างไปจากกระบวนการเรียนรู้เดิมที่ปฏิบัติกันมานาน ซึ่งได้พิสูจน์ว่า ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนได้ กระบวนการเรียนรู้ใหม่จะทำให้ชุมชน ค้นพบศักยภาพของตนเอง ค้นพบทุนในท้องถิ่น ได้พัฒนาขีดความสามารถในการจัดการทรัพยากรและทุนที่มีอยู่ให้เกิดเป็นระบบเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง ด้วยการสร้างสรรค์กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย และมีระบบการจัดการที่เรียกกันว่า วิสาหกิจชุมชน (ศจี ศรีไกร, 2552)

ในยุคโลกาภิวัตน์ ในสังคมไร้พรมแดนอย่างทุกวันนี้ การแข่งขันเพื่อความอยู่รอดเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ขีดความสามารถในการแข่งขันอยู่ที่ความเข้มแข็งของเศรษฐกิจทั้งระดับมหภาคและระดับรากหญ้า เปรียบเหมือนกับสองขาที่ต้องแข็งแรงเพื่อการวิ่งแข่งที่ไม่เสียเปรียบคนอื่น (เอกจิตต์ จึ้งเจริญ, 2552) วิสาหกิจชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจจากหญ้า ทำให้ชุมชนมีความมั่นคงในการผลิต การบริโภค การออม การลงทุน ทำให้มีกำลังในการซื้อสิ่งที่ตนเองผลิตไม่ได้และจำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิต ซึ่งก็คือผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและการบริการต่างๆ ทำให้เศรษฐกิจมหภาคสามารถขับเคลื่อนไปได้โดยฐานของผู้คนกว่าครึ่งหนึ่งของประเทศในชุมชนชนบท และส่วนหนึ่งในชุมชนเมืองที่มีขีดความสามารถในการบริโภค ทำให้เกิดการหมุนเวียนของทุน (เชมมารี รัชชชีพ, 2551)

ในประเทศที่พัฒนาแล้ว พัฒนาการของสหกรณ์ขนาดเล็กไปถึงขนาดใหญ่ และพัฒนาการของการประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางล้วนเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและมั่นคงในการพัฒนาประเทศ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ โดยจำนวนสหกรณ์และการประกอบการขนาดย่อมต่างๆ มีจำนวนกว่าร้อยละ 70 ของการประกอบการทั้งหมดของประเทศ บางประเทศอย่างอิตาลี ซึ่งมีรูปแบบเศรษฐกิจที่เป็นต้นแบบของประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ การประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนกว่าร้อยละ 97 (พงษ์สวัสดิ์ สวัสดิวัตน์, 2552)

ปัญหาในปัจจุบันพบว่า ระบบการจัดการของชุมชน เพราะการพัฒนายุคใหม่ไม่ได้ส่งเสริมขีดความสามารถของคนในชุมชนให้บริหารจัดการทรัพยากร การผลิต ผลผลิต การแปรรูป ผลผลิต การจัดการทุน จัดการคน จัดการชุมชน ทุกอย่างจึงถูกจัดการโดยคนที่มีอำนาจ มีเงิน มีความรู้มากกว่าชาวบ้านเข้าไปจัดการทุกอย่างในหมู่บ้านทั้งทรัพยากรบริโภครักษ์ ผลผลิต และชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านทั้งหมด ไม่เว้นแม้การสั่งการและจัดการแทนชุมชนในการพัฒนากลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนระบบโครงสร้างสังคมไทยไม่เอื้อให้ชุมชนเรียนรู้และพัฒนาด้านการจัดการแต่เอื้อให้คนภายนอกชุมชนร่วมมือกันในการบริหารจัดการผลผลิต ฝีมือและแรงงานของคนในชุมชนให้ผลิต แต่ไม่เอื้อให้จัดการผลผลิตให้งบประมาณโครงการต่าง ๆ แต่ไม่เคยให้โอกาสได้เรียนรู้วิธีการบริหารจัดการที่ดี การสูญเสียความเชื่อมั่นทำให้ขาด “ปัญญา” ในการคิดวิเคราะห์ การสูญเสียความสัมพันธ์ทำให้ระบบเดิมของชุมชนถูกทำลาย และเมื่อก้าวตามกระแส ก็ไม่ได้เรียนรู้ระบบและวิธีการจัดการใหม่ ผู้คนในชุมชนชนบทจึงขึ้นต่อระบบการจัดการที่มีคนอื่นเป็นคนกำกับตลอดเวลา (สมยศ นาวิการ, 2550) ดังนั้นหากได้มีการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งคาดว่าจะประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันให้กับวิสาหกิจชุมชนได้

วัตถุประสงค์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพการแข่งขันทางการค้าของวิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ขอบเขตของโครงการวิจัย

ในการศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับสภาพแข่งขันทางการค้าของวิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยสัมภาษณ์ข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดยะลา 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มแม่บ้านสตรีกรงปินัง กลุ่มแม่บ้านป่าหวัง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคูหาमुख จังหวัดปัตตานี 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มบ้านกะมียอ กลุ่มบุญดูสายบุรี และกลุ่มแม่บ้านปะนาเระ และจังหวัดนราธิวาส 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มแม่บ้านบาโง กลุ่มแม่บ้านยามูแรน และกลุ่มบ้านบลูกาสนอก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการศึกษาการวิจัยในครั้งนี้ก่อให้เกิดประโยชน์ ดังนี้

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถปรับปรุงระบบปฏิบัติงานในกลุ่ม เพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้
2. หน่วยงานภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นกรมส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน สำนักงานการเกษตร และหน่วยงานพัฒนาชุมชน สามารถกำหนดนโยบายในการสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนได้ตรงตามกับปัญหาที่เกิดขึ้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้าสำหรับ
วิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยศึกษาแนวคิดและทฤษฎี
ตลอดจน ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

ทฤษฎี Competitive Forces Model

ผู้กำหนดทฤษฎีดังกล่าวคือ Michael E. Porter ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขัน
ขององค์กรธุรกิจ โดยให้หลักไว้ว่าในทางปฏิบัตินั้น แรงกดดันจากการแข่งขัน มิได้มาจากจำนวน
คู่แข่ง หรือผู้ผลิตภายในอุตสาหกรรมเท่านั้น ในความเป็นจริงจำนวนคู่แข่งหรือผู้ผลิตใน
อุตสาหกรรมเดียวกันเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งเท่านั้น ดังนั้น Michael E. Porter ได้สร้างตัวแบบเรียกว่า
Porter's Five Forces Model หรือ พลังผลักดันในการแข่งขัน 5 ประการ (Michael E. Porter,
2008) โดยพลังผลักดัน 5 ประการนี้ เป็นตัวแบบที่แสดงให้เห็นถึง สภาพแวดล้อมของการแข่งขัน
ในอุตสาหกรรมว่า มีแรงผลักดันหรือมีระดับความเข้มข้นของการแข่งขันจากพลังผลักดัน
(competitive forces) ซึ่งแรงผลักดันและระดับความเข้มข้นของการแข่งขันนี้จะเป็นตัวกำหนดถึง
ศักยภาพในการทำกำไรหรือศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ซึ่งถ้าผู้ประกอบการมีความ
เข้าใจถึงโครงสร้างของอุตสาหกรรมที่กำลังแข่งขันอยู่จะเป็นประโยชน์ในด้านการหากลยุทธ์
และหาจุดยืนที่เหมาะสมต่อไปในการแข่งขัน ซึ่งตัวแบบทั้งหมดมีรายละเอียดดังนี้

1. แรงผลักดันจากนักลงทุนรายใหม่ในอุตสาหกรรม (threat of new entrants)

การที่มีนักลงทุนรายใหม่เข้ามาอุตสาหกรรม หมายความว่า จะมีกำลังการผลิตใหม่เกิดขึ้น
ในอุตสาหกรรม โดยจะมีความตั้งใจและความมุ่งหมายต่าง ๆ ที่จะยึดครองส่วนแบ่งตลาดให้ได้
ดังนั้นการที่มีนักลงทุนรายใหม่เข้ามาจะมีผลต่าง ๆ เกิดขึ้นหลายประการ เช่น การแข่งขันจะเพิ่ม
สูงขึ้นระดับราคาสินค้าจะต่ำลง ต้นทุนก็จะสูงขึ้นเพราะค่าใช้จ่ายในการรักษาส่วนแบ่งตลาด
จะมากขึ้นกว่าเดิม ทั้งนี้การลงทุนรายใหม่จะมีอุปสรรคต่าง ๆ ในการเข้ามาในตลาด เช่น ปัญหา
ด้านความภักดีของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้าเดิม ด้านต้นทุนและเงินทุนที่ต้องแข่งกับ
ผู้ประกอบการเดิมและปัญหาด้านกฎระเบียบของภาครัฐ

2. แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบ (bargaining power of suppliers) ผู้ป้อนวัตถุดิบ (suppliers) มีผลต่อการแข่งขันเช่นกัน เนื่องจากในการผลิตสินค้าหรือบริการหากได้คุณภาพของวัตถุดิบที่ไม่ดี มีราคาแพงหรือมีการส่งมอบที่ช้าก็จะกระทบต่อการผลิตสินค้ารวมถึงการแข่งขันทางการค้าได้ ซึ่งอำนาจของผู้ป้อนวัตถุดิบอาจจะมาจากหลายประการ เช่น การที่มีจำนวนผู้ป้อนวัตถุดิบน้อยรายในตลาด เป็นวัตถุดิบที่ไม่มีวัตถุดิบอื่นสามารถทดแทนได้ การเปลี่ยนไปเป็นผู้ป้อนวัตถุดิบรายอื่นจะทำให้ต้นทุนสูงขึ้นและเป็นวัตถุดิบที่มีความสำคัญต่อผู้ซื้อ

3. แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อ (bargaining power of buyers) กลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้าก็เป็นพลังผลักดันหนึ่งที่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อศักยภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม เนื่องจากหากกลุ่มผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองมากเพียงใดก็จะสามารถสร้างแรงกดดันในเรื่องราคาและคุณภาพของสินค้าได้มากขึ้นเท่านั้น ทั้งหมดนี้จะส่งผลกระทบต่อต้นทุน ยอดขาย รวมถึงศักยภาพการแข่งขันที่จะตามมา และอำนาจในการต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อมาจากหลายปัจจัย เช่น เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีสินค้าที่ไม่มีความสำคัญหรือเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย จำนวนผู้ซื้อ มีการรวมกลุ่มทางการค้าและกำหนดหรือจัดตั้งมาตรการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความเข้มงวดในการนำเข้าและส่งออกสินค้ามากขึ้น ซึ่งล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อสภาวะการแข่งขันของอุตสาหกรรม

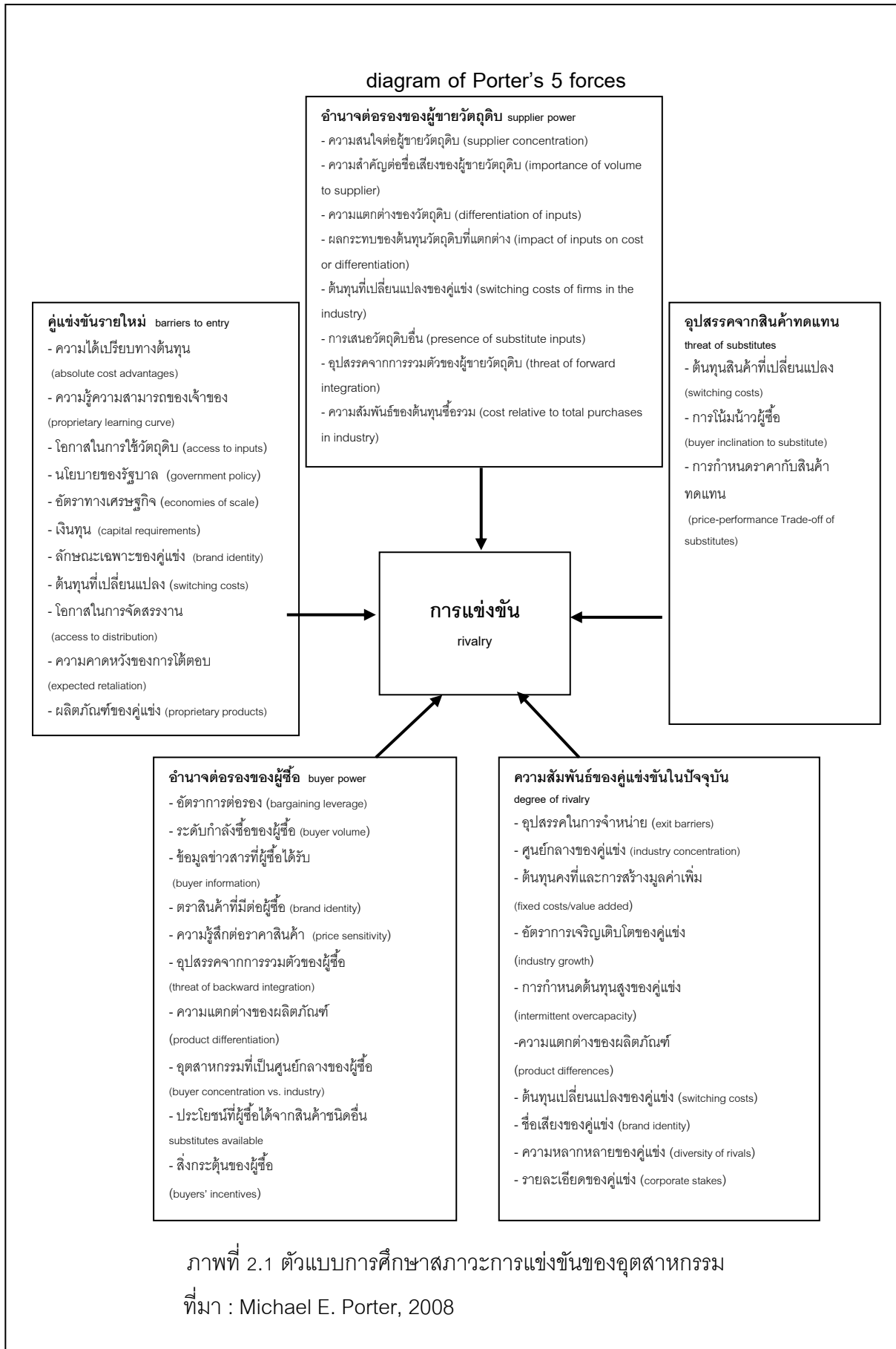
4. แรงผลักดันจากสินค้าอื่นที่ใช้ทดแทนได้ (threat of substitutes) สินค้าที่สามารถใช้ทดแทนในอุตสาหกรรมที่ผลิตอยู่ก็ถือว่าเป็นภัยคุกคามเช่นกัน ซึ่งอาจจะทำให้ประสบกับความสูญเสียได้เพราะสินค้านั้นสามารถใช้ทดแทนกันได้ทั้งในบางโอกาสหรือทดแทนกันได้สมบูรณ์ การมีสินค้าทดแทนจะส่งผลกระทบต่อสภาวะการแข่งขัน เพราะหมายถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา โดยผลกระทบที่ตามมาจากคล้ายลักษณะภัยคุกคามจากนักลงทุนรายใหม่

5. แรงผลักดันจากระดับความเข้มข้นของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (rivalry among existing firms) แรงผลักดันที่มีผลต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน คือ ระดับความเข้มข้นของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมด้วยตนเอง ซึ่งมีการตอบโต้แข่งขันกันในการการค้าและกลยุทธ์อยู่ตลอดเวลาตามระดับการแข่งขันที่แตกต่างกันไปในแต่ละอุตสาหกรรม โดยผลของการที่ตลาดมีระดับการแข่งขันสูงอาจมีสาเหตุจากหลายประการ เช่น การมีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพใกล้เคียงกันในตลาดและไม่มีผู้ใดถือครองตลาดได้มาก สินค้า

และบริการของผู้ประกอบการแต่ละรายมีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยและการเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโตอยู่อัตราการขยายตัวของการตลาดใหม่ และเนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารมีจำนวนผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก และมีอัตราการขยายตัวของความต้องการในระดับประเทศ และโลกขึ้นลงตามสภาวะเศรษฐกิจ ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคไปยังผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งได้ง่าย

แรงผลักดันทั้ง 5 ประการข้างต้นนี้ จะเป็นเครื่องมือให้ผู้บริหารใช้ในการวิเคราะห์คู่แข่งและอุตสาหกรรมได้ โดยทำให้ทราบถึงสภาพแวดล้อมของตลาดและอุตสาหกรรมที่เป็นอยู่ รวมถึงตำแหน่งของตัวเอง โอกาสและภัยคุกคามต่าง ๆ เนื่องจากแรงผลักดันทั้ง 5 จะเป็นตัวกำหนดลักษณะตลาดหรืออุตสาหกรรม นับเป็นความรู้ (knowledge) ที่ใช้เป็นสารสนเทศในการกำหนดกลยุทธ์ให้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาวได้ต่อไป ตัวแบบของ

Porter's Five Forces Model ดังภาพที่ 2.1



ทฤษฎี Diamond Model

การศึกษาความสามารถทางการแข่งขัน ทฤษฎี diamond model (Michael E. Porter, 2008) เป็นตัวแบบที่สามารถวิเคราะห์ได้ถึงสาเหตุที่ทำให้ศักยภาพการแข่งขันของประเทศหนึ่งมีมากกว่าอีกประเทศหนึ่ง หรือศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการหนึ่งจึงมีมากกว่าผู้ประกอบการรายอื่นในอุตสาหกรรม ทั้งนี้เพราะตัวแบบได้แสดงถึงองค์ประกอบหลักและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมของประเทศใดประเทศหนึ่งอันมีผลต่อการพัฒนาและการปรับตัวของอุตสาหกรรมนั้น โดยจากตัวแบบมี 4 องค์ประกอบที่สำคัญที่สามารถปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันเพื่อทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมได้ ดังนั้นการวิเคราะห์องค์ประกอบทั้ง 4 สามารถส่งผลกระทบได้ทั้งในด้านบวกและด้านลบต่อความสามารถทางการแข่งขันของชาติ ตัวแบบ diamond model ได้แสดงถึงปัจจัยที่มีความเกี่ยวเนื่องซึ่งมีผลต่อการสร้างข้อได้เปรียบในระดับชาติ ดังนี้

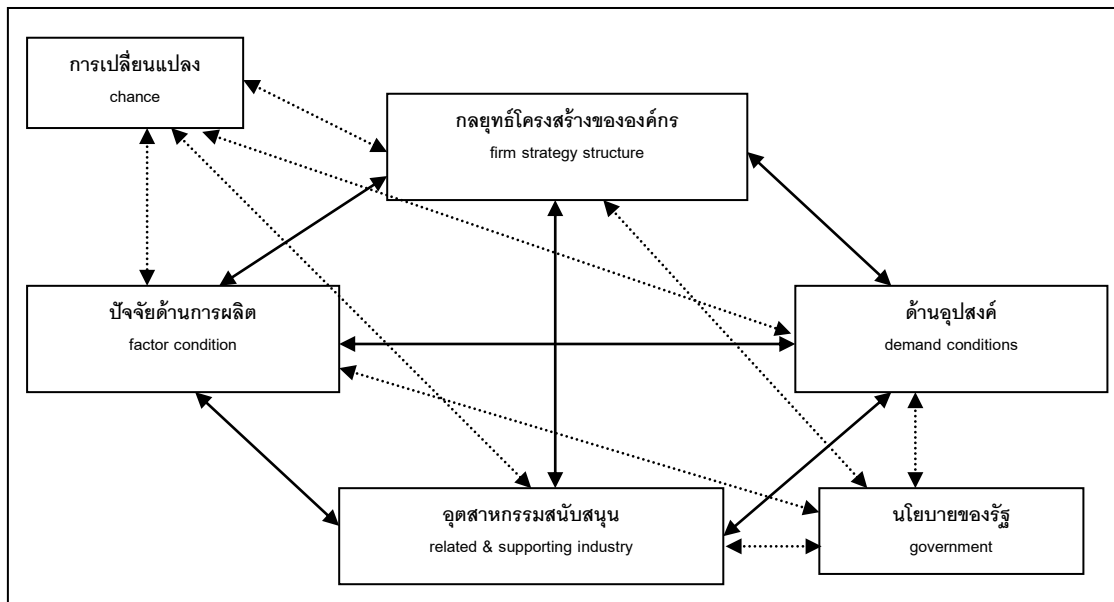
1. **ด้านการผลิต (factor conditions)** คือ ความสามารถของชาติในการเปลี่ยนทรัพยากรพื้นฐาน ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางอุตสาหกรรม โดยปัจจัยการผลิตประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยก้าวหน้า ปัจจัยพื้นฐานเป็นปัจจัยที่มีอยู่เองตามธรรมชาติ หรือสามารถสร้างขึ้นมาได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามหรือลงทุนมาก เช่น ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ท่าเลที่ตั้ง แรงงานพื้นฐาน ส่วนปัจจัยก้าวหน้า นั้น เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากกว่า การจะสร้างขึ้นได้ต้องใช้ความพยายาม ตั้งใจ และต้องมีการลงทุนทั้งโดยผู้ประกอบการและภาครัฐ ปัจจัยการผลิตก้าวหน้าประกอบด้วย บุคลากร เช่น แรงงาน ฝีมือนอกแบบ วิศวกร นักวิทยาศาสตร์ นักวิจัย และนักการตลาด วัตถุดิบ เครื่องจักร เทคโนโลยีฐานข้อมูล องค์ความรู้ ข้อมูล เงินทุน โครงสร้างพื้นฐาน ห้องวิจัย ห้องทดสอบและสถาบันศึกษาเฉพาะทาง

2. **ด้านอุปสงค์ (demand conditions)** เงื่อนไขด้านอุปสงค์หรือสภาพของตลาดในประเทศ ปริมาณและระดับความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่อสินค้าของอุตสาหกรรมที่ผลิตได้ ซึ่งสภาพของตลาดและความต้องการในประเทศนี้มีส่วนสำคัญมากที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการในประเทศเพื่อกำหนดตลาดต่างประเทศ และลักษณะหรือสภาพความต้องการในประเทศที่สำคัญประกอบด้วย 3 ส่วนคือ องค์ประกอบของตลาด (segment or composition of market) ขนาดและแนวโน้มการเติบโตของตลาด และการที่ความนิยมในประเทศมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ

3. **อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง (related and supporting industries)** คือ คุณภาพหรือความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมสนับสนุนหรืออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องในการค้าอุตสาหกรรมภาพการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมระดับโลก โดยถ้าอุตสาหกรรมสนับสนุนหรืออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องมีคุณภาพ สามารถผลิตวัตถุดิบ อุปกรณ์ เครื่องจักร สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเพื่อทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มในสายการผลิตแล้ว ก็จะทำให้เกิดข้อได้เปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาดได้ diamond model analysis เป็นทฤษฎีสำคัญของการแข่งขันทางเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน อีกทั้งเกี่ยวข้องกับการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ นอกจากนี้ยังอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 4 กับบทบาทของรัฐ หรือนโยบายที่มีผลต่อธุรกิจและโอกาสหรือสิ่งที่ไม่ได้คาดฝันที่จะเกิดขึ้นได้

4. **กลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและการแข่งขัน (firm strategy, structure and rivalry)** คือ กลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละรายในอุตสาหกรรมอันมีความสำคัญ และส่งผลซึ่งอาจเป็นในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศโดยรวม และเป็นเงื่อนไขทางวัฒนธรรมของแต่ละชาติที่แตกต่างกันไป โดยกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ภายในองค์กรของผู้ประกอบการเอง เช่น ความตั้งใจในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และจุดมุ่งหมายขององค์กรและของพนักงานเอง และการที่พนักงานจะมีความทุ่มเทให้กับงานหรือไม่รวมทั้งยังขึ้นอยู่กับภาพพจน์ของอุตสาหกรรมและสภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศ โดยสภาพการแข่งขันในประเทศมีส่วนช่วยทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ถ้าหากเป็นการแข่งขันในเชิงสร้างสรรค์มิใช่การมุ่งทำลายล้างกัน

ตัวแบบของ diamond model แสดงได้ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 ตัวแบบ diamond model analysis

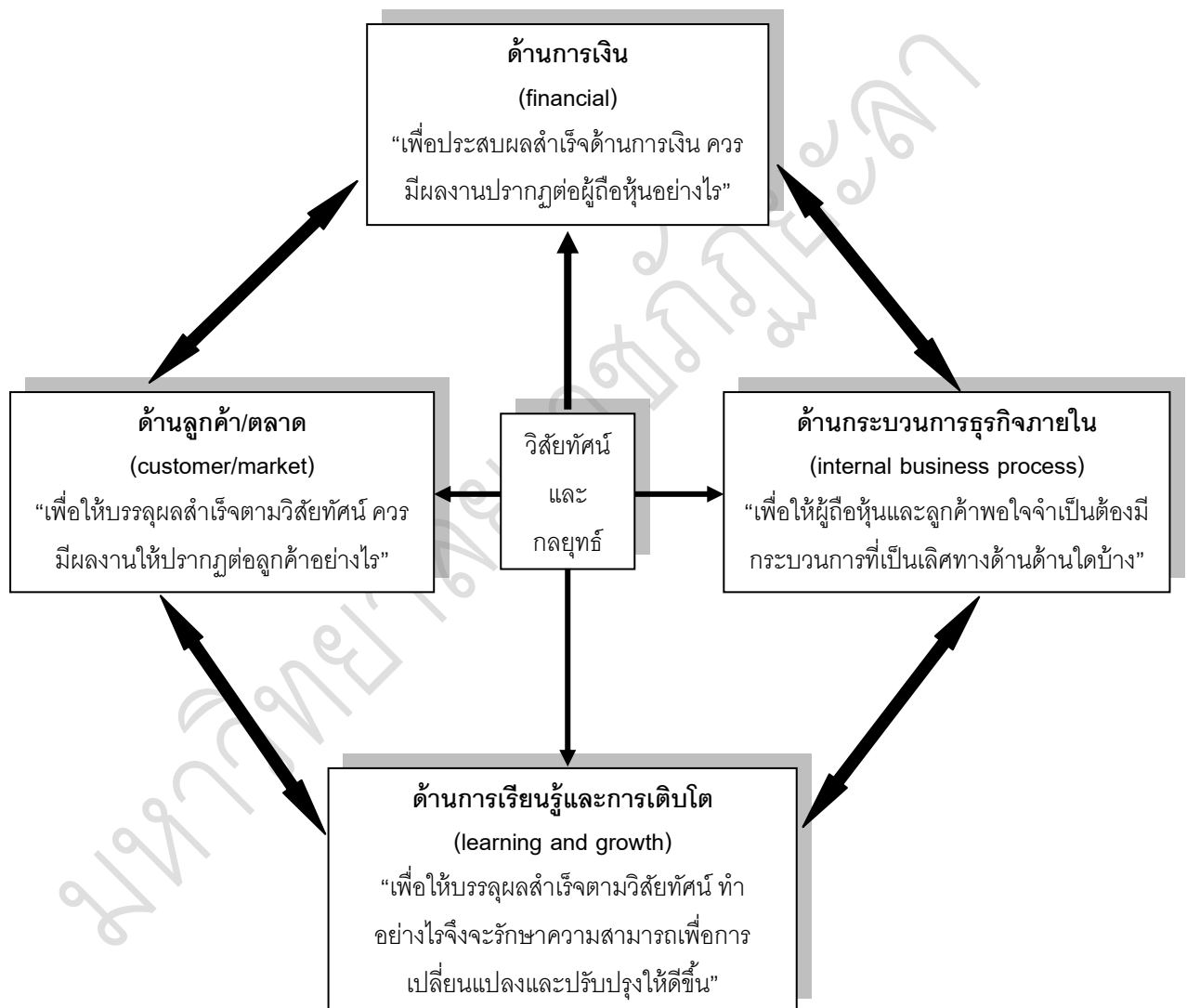
ที่มา : Michael E. Porter, 2008

ตัวแบบและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยชี้วัดความสามารถการแข่งขันทางการค้า

การประเมินความสามารถการแข่งขันของทางการค้าของอุตสาหกรรมใช้ตัวแบบและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

การสร้างหรือวางกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความมีเหตุและผลของการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ระดับความสามารถการแข่งขันทางการค้าของผู้บริหาร โดยผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดจากการประเมินผลการดำเนินงานของกิจการโดยใช้ตัวแบบ balanced scorecard model โดยใช้วัดผลการดำเนินงานโดยใช้เกณฑ์ด้านการเงิน เพื่อวัดความสามารถทางด้านการทำกำไร และผลตอบแทนจากการลงทุนที่เคยปฏิบัติกันมาในอดีต

ตัวแบบ balanced scorecard ประกอบด้วยคำจำกัดความของวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของบริษัท เขียนแสดงในรูปของคำถาม เพื่อบ่งบอกให้เห็นเป็นเป้าหมายของการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จทั้ง 4 ด้าน โดยแต่ละด้านก็จะกำหนดแนวทางการประเมินออกเป็น 4 อย่าง คือ วัตถุประสงค์ เกณฑ์การวัด เป้าหมาย และการริเริ่ม ดังนี้ (Pearce and Robinson, 2000 : 246) แสดงข้อมูลดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 balanced scorecard

ที่มา : ดัดแปลงจาก Robert S. Kaplan and David P. Norton, “using the balanced scorecard as a strategic management system,” harvard business review, january-february 1996, p.76.

สำหรับปัจจัยที่จะนำมาใช้วัดผลการดำเนินงานทั้ง 4 ด้านดังกล่าว ประกอบด้วย

1. มุมมองด้านการเงิน (financial) ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ด้านรายได้ หรือด้านต้นทุน เนื่องจากถึงแม้ผู้บริหารนั้นจะไม่ได้อยู่ในตำแหน่งที่ก่อให้เกิดรายได้แก่องค์กร แต่ในทุกตำแหน่งก็ต้องเกี่ยวข้องกับการประหยัดต้นทุน โดยในวัตถุประสงค์ด้านการเงินนี้สามารถแบ่งแนวทางในการประเมินได้ดังนี้

1.1 วัตถุประสงค์ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ โดยพิจารณาจากตัวชี้วัด 3 ด้าน ดังนี้

1.1.1 ร้อยละของยอดขายจากลูกค้าใหม่

1.1.2 ร้อยละของยอดขายจากสินค้าและบริการใหม่

1.1.3 ยอดขายที่เพิ่มขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ด้านการลดลงของต้นทุนและประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

1.2.1 รายได้ต่อพนักงาน

1.2.2 ต้นทุนต่อหน่วย

1.2.3 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

1.2.4 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อรายได้

1.3 วัตถุประสงค์ด้านการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์หรือการลงทุน แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่

1.3.1 อัตรากำไรขั้นต้น (gross profit margin)

1.3.2 อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (operation profit margin)

1.3.3 อัตรากำไรสุทธิ (net profit margin)

1.3.4 อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (return on equity)

1.3.5 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (return on investment)

2. มุมมองด้านลูกค้า (customer and market) ได้แก่การมุ่งเน้นที่จะตอบสนองต่อลูกค้าและการสร้างความรับรู้ในกลุ่มลูกค้า (market awareness) ซึ่งประกอบด้วยลูกค้าภายในที่เป็นพนักงานในองค์กรและลูกค้าภายนอกองค์กร โดยพิจารณาจากตัวชี้วัด 4 ด้าน ได้แก่

2.1 ส่วนแบ่งทางการตลาด

2.2 การแสวงหาลูกค้าใหม่

2.3 การรักษาลูกค้าเก่า

2.4 ความพึงพอใจของลูกค้า

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (internal business processes) ได้แก่ การดำเนินกิจกรรมหลักของแต่ละหน่วยงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินงานภายในขององค์กรธุรกิจเป็นอย่างสอดคล้องและเกื้อหนุนต่อการแสวงหารายได้ ซึ่งสามารถแบ่งแนวทางในการประเมินได้โดยพิจารณาจากความสามารถในด้านนวัตกรรม ซึ่งวิเคราะห์จากจำนวนของสินค้าและบริการที่มีการคิดค้นขึ้นมาใหม่ ประกอบด้วย

- 3.1 ร้อยละของยอดขายจากสินค้าและบริการใหม่ๆ
- 3.2 การมีสินค้าและบริการใหม่ๆ เมื่อเทียบกับคู่แข่ง
- 3.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่

4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (learning and growth) มีวัตถุประสงค์หลักในการพัฒนาทักษะของพนักงานและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยพิจารณาจากตัวชี้วัด 4 ด้าน ได้แก่

- 4.1 การเพิ่มขีดความสามารถของพนักงาน
- 4.2 การสร้างความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน
- 4.3 การรักษาพนักงานที่มีคุณภาพไว้ในองค์กร
- 4.4 ผลผลิตภาพและประสิทธิภาพของพนักงาน

การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนในประเทศไทย โดย รังสรรค์ และคณะ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายในและภายนอกมีผลต่อการพัฒนาหรือความสำเร็จของธุรกิจชุมชน/เครือข่ายร่วมกัน ปัจจัยภายในที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน/เครือข่ายประกอบด้วยทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งที่สำคัญได้แก่ คณะกรรมการ คณะกรรมการของกรณีศึกษาส่วนใหญ่เป็นผู้มีพฤติกรรมดี ซื่อสัตย์ เสียสละ มีความสามารถ และได้รับการยอมรับจากผู้นำและชาวบ้านในชุมชน นอกจากทรัพยากรมนุษย์แล้วเงินทุนก็เป็นปัจจัยภายในที่สำคัญเช่นกัน ปัจจัยภายในที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง คือ ระบบการจัดการ ซึ่งพบว่า ระบบการจัดการของธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่สมบูรณ์นัก นอกเหนือจากกรรมการแล้วองค์ประกอบอื่นของการจัดการ ได้แก่ สมาชิกและพนักงานยังมิได้ทำงานอย่างที่ควรจะเป็น และประเด็นที่น่าเป็นห่วง คือ การจัดการที่ดำเนินการอยู่ในธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่มีระบบเท่าที่ควรสำหรับปัจจัยภายนอก ปัจจัยที่สำคัญได้แก่ ลักษณะพื้นฐานของชุมชน (พื้นฐานความคิดในการทำงานร่วมกัน ชื่อเสียงทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาดั้งเดิม) องค์กรสนับสนุน ซึ่งมีความหมายรวมถึงตั้งแต่ความสามารถ

ของเจ้าหน้าที่ วิธีการในการส่งเสริม และรูปแบบและขนาดของการให้ความช่วยเหลือ นอกจากนี้ องค์การสนับสนุนแล้ว คู่ค้าก็ถือว่าเป็นอีกองค์การหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนเครือข่าย การศึกษาในประเด็นนี้ได้ข้อสรุปว่าการมีคู่ค้าที่ดีโดยเฉพาะคู่ค้ารายใหญ่ที่มีความต่อเนื่อง เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาอย่างมาก (รังสรรค์ และคณะ, 2546)

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม โดย วิทยา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักที่สำคัญที่มีผลต่อ ความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการดำเนิน กิจกรรมวิสาหกิจชุมชนปัจจัยเกี่ยวกับความเป็นผู้นำ ปัจจัยที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน ปัจจัยที่เกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ปัจจัยเกี่ยวกับตัวสมาชิก ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร (วิทยา, 2547) การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ การมีส่วนร่วม ของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิตและการแปรรูปทางการเกษตร ในจังหวัดลำปาง โดย สิริบุญญา ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมในการวางแผนและการมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงาน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง และการมีส่วนร่วมใน ผลประโยชน์และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในระดับ มาก (สิริบุญญา, 2550)

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานใน จังหวัดเชียงใหม่ โดย ธนากร ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำเร็จในภาพรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.41 โดยความสำเร็จในด้านการผลิต และด้านการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 และ 3.70 ตามลำดับ ส่วนด้านการจัดการและด้านการเงินอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.25 และ 2.70 ตามลำดับ ในด้านปัญหาพบว่าปัญหาด้านการเงินอยู่ในระดับปาน กลาง มีค่าเฉลี่ย 2.54 ส่วนปัญหาในด้านอื่น คือ ด้านการตลาด การจัดการ และการผลิตใน ภาพรวมอยู่ในระดับน้อยมีค่าเฉลี่ย 2.33, 2.27 และ 2.23 ตามลำดับ (ธนากร, 2549)

การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์จากผ้าในจังหวัดเชียงใหม่ โดย มนเทียร ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำเร็จในด้านการผลิต ด้านการจัดการ และด้านการตลาดอยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97, 3.79 และ 3.58 ตามลำดับ ด้านการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 ในด้านของปัญหาพบว่า ความรุนแรงของปัญหาด้านการตลาด และด้านการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.82 และ 2.69 ตามลำดับ ความรุนแรงของปัญหาด้านการผลิต และด้านการจัดการ อยู่ในระดับต่ำมีค่าเฉลี่ย 2.38 และ 2.27 ตามลำดับ (มนเทียร, 2549)

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ รูปแบบของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของโครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดย สมแก้ว ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน คือ 1. ลักษณะทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน อธิบายเกี่ยวกับลักษณะผู้รับผิดชอบ ลักษณะของวิสาหกิจชุมชนและโอกาสทางธุรกิจ และ 2. ลักษณะของผู้รับผิดชอบ อธิบายเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน โอกาสทางธุรกิจ แผนธุรกิจ และการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน และพบว่ารูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสม คือ การจัดวางระบบการจัดการในแต่ละกิจกรรมทางธุรกิจให้มีระบบมากขึ้น พร้อมกับเพิ่มศักยภาพทางการจัดการโดยเฉพาะทางการเงินและการบัญชี (สมแก้ว, 2547) การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน กลุ่มดีเหล็กบ้านฝายมูล อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน โดย พีรพงษ์ ผลการศึกษาพบว่า ทำการแยกกันผลิต โดยจัดหาปัจจัยการผลิตกันเอง และมีการจ้างงานสมาชิกในกลุ่มฯ ในการตีขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หลักที่ผลิต คือ อุปกรณ์การเกษตร เช่น จอบ มีดพรวน เสียม เป็นต้น จากการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน พบว่า ต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่อยู่ในส่วนของค่าแรงที่ไม่เป็นตัวเงิน รองลงไปเป็นค่าจ้างในการผลิต และค่าวัตถุดิบตามลำดับ ผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ทุกชนิดมีกำไร เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนที่เป็นตัวเงิน โดยมีอัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนที่เป็นตัวเงินอยู่ในช่วงร้อยละ 3.76 ถึงร้อยละ 70.26 ในด้านโครงสร้างการตลาด พบว่า สมาชิกจะบริหารการตลาดกันเอง โดยร้อยละ 60 ของสินค้าที่ผลิตได้ จะจำหน่ายบนแผงลอยที่สมาชิกสร้างขึ้น อีกร้อยละ 30 และร้อยละ 10 จะจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางในกลุ่มฯ และจากต่างหมู่บ้าน ตามลำดับ ซึ่งตลาดรองรับสินค้าเกือบทั้งหมดเป็นกลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดน่าน ด้านโครงสร้างทางการเงินของกิจกรรมการตีเหล็กของกลุ่ม ไม่สามารถวิเคราะห์ได้เนื่องจากสมาชิกแยกกันผลิต แยกกันจำหน่าย ส่วนผลการดำเนินงานทางการเงินของกิจกรรมการปล่อยเงินกู้ กิจกรรมจำหน่ายถ่าน และกิจกรรมเก็บค่าบำรุงการใช้โรงเรือนผลิตของกลุ่มฯ ยังไม่สามารถสรุปได้แน่ชัด เนื่องจากยังไม่ครบกำหนดสิ้นปีดำเนินงาน เมื่อพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของกลุ่มฯ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มฯมีจุดเด่นในด้านการจัดองค์กร ฝีมือการผลิตที่ได้มาตรฐาน ตลอดจนผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าระดับล่างเป็นที่ต้องการของตลาด อีกทั้งกลุ่มฯ ยังเป็นผู้ผลิตรายใหญ่เพียงรายเดียวในพื้นที่ ทำให้คนในพื้นที่เกือบทั้งหมดจะใช้ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มฯ ผลิต ส่วนข้อจำกัดที่พบที่สำคัญ คือ ถ่านซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญเริ่มขาดแคลน อาจทำให้ต้นทุนการผลิตปรับตัวสูงขึ้นในอนาคต (พีรพงษ์, 2547)

นอกจากนี้การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด เชียงใหม่ โดยสุมิตรา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 38.73 ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชน ส่วนอีกร้อยละ 61.22 ต้องมีการปรับปรุง การดำเนินธุรกิจ และเมื่อศึกษาถึงตัวชี้วัดความสำเร็จในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน จังหวัดเชียงใหม่ประสบความสำเร็จด้านประโยชน์ที่ชุมชนได้รับเท่านั้น โดยในส่วนของตัวชี้วัด ที่ประสบความสำเร็จน้อย ต้องปรับปรุงการดำเนินกิจกรรม คือ ตัวชี้วัดความสำเร็จด้านการจัด ทำแผนวิสาหกิจชุมชน ด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ด้านการดำเนินธุรกิจ และในส่วนของ ตัวชี้วัดที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่ประสบความสำเร็จ คือ ตัวชี้วัดความสำเร็จด้านการเข้ามา แหล่งเงินทุน (สุมิตรา, 2549) การศึกษาปัจจัยทางการตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา โรงงานแปงขนมจีนอำเภอหนองบัว จังหวัดนครศรีธรรมราช โดย อมรเทพ ผลการศึกษาพบว่า การใช้ปัจจัยทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาดนั้น โรงงานแปงขนมจีนต้องอาศัยปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นสำคัญ ส่วน ประชากรที่เป็นลูกค้าโรงงานแปงขนมจีนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้าน ส่งเสริมการตลาดในระดับต่ำส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นลูกค้าโรงงานแปงขนมจีน ให้ความสำคัญ กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับต่ำที่สุด และพบว่าโรงงานแปง ขนมจีนมีส่วนแบ่งทางการตลาดในจังหวัดนครศรีธรรมราชต่ำเพียงร้อยละ 5 ของจำนวนแปง 41,258 กิโลกรัมต่อวันเท่านั้นเอง (อมรเทพ, 2546)

การศึกษา วิสาหกิจชุมชนกับการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง : ศึกษากรณี กลุ่มเกษตรกรทำสวน ตำบลแพรงศรีราชา อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท โดย สุภัฏญา ผลการศึกษาพบว่า การรวมกลุ่มของกลุ่มเกษตรกรทำสวนเป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกที่อาศัยอยู่ ในหมู่บ้านเดียวกัน มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน โดยกลุ่มเกิดขึ้นก่อนได้รับการส่งเสริมจากส่วนราชการ แต่ก็ยังเป็นการรวมตัวกันของคนเพียงกลุ่มน้อยในชุมชน ควรมีการส่งเสริมให้คนส่วนใหญ่เข้ามา มีส่วนร่วมในกลุ่มมากขึ้น เมื่อกลุ่มดำเนินกิจกรรมในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชนในโครงการนำร่อง ของสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดชัยนาท กลุ่มเกษตรกรทำสวนมีระบบการบริหารจัดการ ที่ดี และมีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อซื้อวัสดุอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน แต่อย่างไร ก็ตาม แม้การดำเนินงานในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มเกษตรกรทำสวนจะทำให้กลุ่ม

มีระบบการบริหารจัดการที่ดี แต่ก็ยังไม่เข้มแข็งพอที่จะนำไปสู่เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองได้ เนื่องจากกลุ่มจัดตั้งขึ้น เพื่อผลิตไวน์ผลไม้และสมุนไพรไทย ซึ่งยังต้องซื้อผลิตภัณฑ์อื่นในการดำรงชีพ หากชุมชนเรียนรู้สภาพชีวิตของตน และจัดระบบเศรษฐกิจชุมชนใหม่โดยใช้ทุนของชุมชนให้มากที่สุด และใช้ความหลากหลายทางชีวภาพในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นในการดำรงชีพ โดยการจัดทำแผนแม่บทชุมชน ทำให้เกิดระบบอาหาร ระบบของใช้ ระบบทุน ทำให้ลดการพึ่งพาจากภายนอก ซึ่งจะทำให้เกิดเป็นเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองได้ในที่สุด (สุกัญญา, 2547) สำหรับการวิเคราะห์โครงสร้างตลาด และพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจไอศกรีม โดย อัจฉราพร คำปาวิระ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างตลาดและศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ขึ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทย ตลอดจนปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยใช้ค่า RCV และ Diamond Model สำหรับการศึกษาค่าได้เปรียบของอุตสาหกรรมขึ้นส่วนรถจักรยานยนต์ไทย และใช้แบบจำลองทางเศรษฐกิจสำหรับการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

ผลการศึกษาค่าได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยค่า RCV แยกตามรายสินค้า ดังนี้

- 1) ยางนอกรถจักรยานยนต์ พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตยางรถจักรยานยนต์ในตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และฝรั่งเศส
 - 2) ยางในรถจักรยานยนต์ พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตยางนอกรถจักรยานยนต์ในตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และสหรัฐอเมริกา
 - 3) ยางรถจักรยานยนต์ พบว่า ประเทศไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตยางรถจักรยานยนต์ในตลาดสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกาเลย ในขณะที่มีความได้เปรียบเทียบในตลาดอิตาลี
 - 4) ขึ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตยางนอกรถจักรยานยนต์ในตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย
- ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ไทยพบว่า
- 1) ยางนอกรถจักรยานยนต์ ปัจจัยที่ส่งผล คือ ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย ส่วนแบ่งตลาดในช่วงเวลาก่อน และภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในประเทศไทย
 - 2) ยางในรถจักรยานยนต์ ปัจจัยที่ส่งผล คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออก ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเฉลี่ยของประเทศไทย และอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินของตลาดส่งออก
 - 3) ขึ้นส่วนรถจักรยานยนต์ประเภทอื่นๆ ปัจจัยที่ส่งผลคือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อคนของตลาดส่งออก อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหนึ่งหน่วยสกุลเงินตลาดส่งออก ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ และตัวแปรหุ่นซึ่งแสดงถึงนโยบายบังคับใช้ขึ้นส่วนของไทย

การวิเคราะห์ Diamond Model พบว่าประเทศไทยยังมีจุดอ่อนหลายด้านที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ เช่น ขาดบุคลากรที่มีคุณภาพ ขาดการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างจริงจัง ขาดอุปกรณ์และเครื่องมือทดสอบ ผู้ผลิตชิ้นส่วนจำนวนมากขาดมาตรฐานและประสิทธิภาพในการผลิต (อัจฉราพร, 2550)

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ อาชีพจักสานบ้านท่าบุญเรือง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดย แววดาว เขียวภา โดยศึกษาประวัติความเป็นมา การประกอบอาชีพจักสาน เพื่อรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการจักสานบ้านท่าบุญเรืองเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมอาชีพจักสานในท้องถิ่น เครื่องมือเครื่องใช้ในการศึกษาประกอบด้วย แบบสังเกต การสัมภาษณ์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้รู้ประวัติงานจักสาน ผู้ประกอบอาชีพจักสาน ผู้ซื้องานจักสาน ผู้ที่ส่งเสริมงานจักสาน การวิเคราะห์ข้อมูลทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดย การจัดเป็นหมวดหมู่ อธิบายลักษณะของความสัมพันธ์ เชื่อมโยงในประเด็นต่างๆ ในภาพรวมแล้วหาข้อสรุป โดยใช้วิธีการบรรยายเชิงพรรณนาวิเคราะห์ การศึกษานี้พบว่าปัจจุบันมีงานจักสานเพียง 2 ประเภทที่ยังทำกันอยู่ ที่นิยมทำกันมาก คือการสานเป็นแผ่นด้วยลายต่างๆ อีกประเภทหนึ่งคือการสานก๊วย กระบวนการจักสานนิยมใช้วัตถุดิบคือ ไม้ไผ่ข่าวหลามเป็นหลัก กรรมวิธีการจักสานเป็นการใช้ภูมิปัญญาในท้องถิ่น มีกระบวนการผลิตที่ใช้คนเป็นส่วนสำคัญ มีกระบวนการ ได้แก่ การเตรียมวัตถุดิบ กรรมวิธีการสาน การสาน (แหวดาว, 2545) อีกทั้งการศึกษาเกี่ยวกับเครือข่ายความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมในชุมชนภาคเหนือ โดย ชัยณรงค์ พุฒษากร มีกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้และช่วยเหลือระหว่างกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมในชุมชนวิจิวิชัยเป็นแบบเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้เข้าไปทำการศึกษาในชุมชนบ้านต้นแก้วและบ้านถวายเป็นเพื่อเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยสังเกต และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักผลการวิจัยสรุปเครือข่ายความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมในชุมชน เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างครูกับศิษย์ ความสัมพันธ์ทางความเป็นเครือญาติ ความสัมพันธ์ทางการแลกเปลี่ยนความรู้กัน และความสัมพันธ์ทางการซื้อขายสินค้าสำหรับกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้และช่วยเหลือระหว่างกลุ่ม เป็นแบบไม่เป็นทางการ มีการพบปะพูดคุยกันเสมอไม่มีขั้นตอนที่ตายตัว และมีการแลกเปลี่ยนความรู้ และช่วยเหลือกันในด้านต่างๆ นอกจากการช่วยเหลือระหว่างกลุ่มแล้ว กลุ่มยังได้รับและแสวงหาการช่วยเหลือจากภายนอกชุมชนด้วย โดยเฉพาะหน่วยงานของทางราชการที่เกี่ยวข้อง (ชัยณรงค์, 2540)

นอกจากนี้การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ แนวนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีศึกษากลุ่มจักสาน ตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง โดย อารัม หรุ่นศิริ เพื่อเสนอแนวทางในการดำเนินงานของกลุ่มเพื่อนำไปสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า การรวบรวมกลุ่มจักสานเกิดขึ้นมาก่อนที่นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จะเข้ามาในหมู่บ้าน โดยมีการใช้พื้นฐานอาชีพมาเป็นองค์ประกอบในการรวมกลุ่ม โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ กลุ่มจักสาน พิพิธภัณฑ์ไม้ไผ่ ซึ่งมีการบริหารงานในรูปแบบคณะกรรมการ และกลุ่มแม่ค้ารายย่อย โดยทั้ง 3 กลุ่มจะมีการรวมตัวกันเมื่อได้รับการส่งเสริมจากเจ้าหน้าที่รัฐ แต่ยังไม่สามารถรวมเป็นใหญ่กลุ่มเดียวเพื่อผลิตงาน และแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน(อารัม,2545)

สำหรับการศึกษา การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของผ้าผืนและเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำจากไหมของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ผ้าไหมเป็นเอกลักษณ์ไทยที่ได้รับการกล่าวขวัญในด้านความงดงาม สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศได้อย่างมาก โดยการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน พบว่าประเทศไทยมีแรงงานที่คุณภาพในการผลิต แต่ปริมาณการผลิตเส้นไหมภายในประเทศยังไม่เพียงพอทำให้ต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ ด้านอุปสงค์ภายในประเทศผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสนใจผ้าไหมพื้น โดยเหตุผลในการเลือกซื้อเนื่องจากต้องการใช้ในงานเทศกาล เพราะสวมใส่แล้วดูดี อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องภายในประเทศ ได้แก่ อุตสาหกรรมทอผ้าไหม เลี้ยงไหม อุตสาหกรรมการผลิตเส้นไหม อุตสาหกรรมฟอกย้อม พิมพ์ และแต่งสำเร็จ อุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม และอุตสาหกรรมออกแบบเสื้อผ้า สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งคู่แข่งภายในประเทศและต่างประเทศ ผลกระทบของการเปิดการค้าเสรี ของประเทศไทย ที่มีต่อผ้าผืนที่ทำจากไหม ทำให้มีการนำเข้าปัจจัยการผลิตจากต่างประเทศมากขึ้น จึงต้องการพัฒนาระบบการผลิตเส้นไหมไทยให้สามารถแข่งขันกับเส้นไหมจากต่างประเทศ มีคู่แข่งมากขึ้นทำให้ผู้ประกอบการต้องเร่งพัฒนาคุณภาพสินค้า ผลกระทบของรัฐบาลต่อผ้าผืนที่ทำจากไหม ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาคุณภาพและรูปแบบของสินค้า มีการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยผลกระทบของการเปิดเสรีการค้า ของประเทศไทยต่อเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำจากไหม ทำให้มีการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตจากต่างประเทศ จึงต้องมีการเพิ่มคุณภาพแรงงานและเทคโนโลยีการผลิตภายในประเทศมีการแข่งขันด้านราคา รูปแบบสินค้า และการส่งเสริมการขายมากขึ้น ผลกระทบของรัฐบาลต่อเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำจากไหม ทำให้มีการวางแผน

การใช้วัตถุดิบและการพัฒนาบุคลากร ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาศักยภาพการผลิตสินค้าให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ (จิรภา, 2550)

การศึกษาเกี่ยวกับ การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน เพื่อการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปของประเทศไทย โดย ภัทร มาลากุล ณ อยุธยา วัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้าเพื่อทราบถึงสถานการณ์ในการแข่งขันของอาหารทะเลแปรรูปประเภทกุ้งแปรรูปในตลาดโลกว่าอยู่ในสถานการณ์ที่ได้เปรียบเทียบกับไม่โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Additive Revealed Comparative : ARCA) ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าวมีการใช้ปัจจัยภายในคือ ต้นทุนการผลิตอย่างไร โดยใช้ต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศ (Domestic Resource Cost : DRC) อีกทั้งปัจจัยภายนอกอื่น ๆ โดยใช้สมการถดถอยแบบหลายตัวแปร (Multiple Regression) จากผลการวิจัยพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบเทียบกับมีค่า ARCA เป็นบวกมาเป็นเวลานาน ตั้งแต่ปี 2513 ถึงปี 2544 โดยช่วงปี 2537 ถึงปี 2544 มีค่า ARCA ลดลง เมื่อพิจารณาปัจจัยภายในโดยใช้ต้นทุนการใช้ทรัพยากรภายในประเทศ (Domestic Resource Cost : DRC) พบว่ามีค่าน้อยกว่าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง แสดงว่าประเทศไทยนั้นยังมีความสามารถในการแข่งขันอยู่เช่นกัน เป็นการยืนยันผลของตัวดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Additive Revealed Comparative : ARCA) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอกจากการใช้ สมการถดถอยแบบหลายตัวแปร (Multiple Regression) นั่นก็คือ อัตราการคุ้มครอง (nominal protection coefficient : NPC) และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (Real Exchange Rate : RER) มีความสัมพันธ์กับดัชนีความได้เปรียบที่ปรากฏ (Additive Revealed Comparative : ARCA) ในทางตรงกันข้ามทั้งสองตัวแปร (ภัทร, 2549)

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับ การวิเคราะห์โครงสร้างตลาด และพฤติกรรมการแข่งขันในอุตสาหกรรม พลอยสีน้ำเงินประเทศไทย โดย อูชา ประสงค์ทรัพย์ ผลจากการวิจัย พบว่า ลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการที่จำหน่ายพลอยสีน้ำเงินในจังหวัดกาญจนบุรี แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ เป็นสถานประกอบการที่เป็นทั้งผู้ประกอบการและเป็นผู้จำหน่ายที่มีพื้นที่เหมืองในการผลิตจำนวน 5 แห่ง และเป็นผู้ประกอบการที่เป็นผู้จัดจำหน่ายอย่างเดียวโดยที่ไม่มีพื้นที่เหมืองในการผลิตจำนวน 37 แห่ง จากการพิจารณาจำนวนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตพลอยสีน้ำเงินที่มีจำนวนน้อย การพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดการคำนวณค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมโดยการวัดค่าความกระจุกตัว และดัชนีแสดงถึงผลรวมกำลังสองของขนาดหน่วยธุรกิจ พบว่าอุตสาหกรรมการผลิตพลอยสีน้ำเงินในจังหวัดกาญจนบุรีนี้มีลักษณะโครงสร้างตลาดใกล้เคียงกับตลาดผู้ขายน้อยราย จากการคำนวณอัตราส่วนการกระจุกตัวพบว่าตั้งแต่ พ.ศ. 2538 – พ.ศ. 2540

จะกระจุกตัวค่อนข้างสูงและเริ่มลดการกระจุกตัวลงภายหลังจาก พ.ศ.2541 – พ.ศ.2547 และค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมการผลิตพลอยสีน้ำเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.196 (อุษา, 2548)

การศึกษาเกี่ยวกับ แนวทางปฏิบัติ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม กลุ่มสหกรณ์โคนมและกลุ่มแปรรูป โดยใช้เทคนิคเดลฟาย โดย ภริดา ภูศิริ ผลจากการวิจัยพบว่า แนวทางปฏิบัติเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ของกลุ่มต่างๆผู้เชี่ยวชาญให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุดเกือบทุกแนวทาง โดยผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเห็นอยู่ในช่วงพิสัยระหว่างควอไทล์ ในส่วนของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม สิ่งที่ต้องปฏิบัติ ได้แก่ การบันทึกข้อมูลฟาร์มเพื่อการพัฒนาปรับปรุงฟาร์ม ปรับสัดส่วนของวัวทั้งฝูงให้ได้มากกว่า 60 % ปรับเปลี่ยนวิธีการให้อาหารที่เหมาะสมกับประเภทของโคในฟาร์ม ริดนมให้ถูกวิธีทุกวัน ทุกฝ่ายต้องร่วมมือทำให้เกษตรกรมีคุณธรรมซื่อสัตย์ไม่ปลอมปนน้ำกับนม จัดสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ ภาครัฐ ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ เช่น คุณภาพพันธุ์โคและต้องมีการประเมินพันธุ์โคอย่างต่อเนื่องโดยรัฐต้องให้ความร่วมมือกันอย่างจริงจัง ทั้งนี้ภาครัฐต้องมีนโยบายที่เด่นชัดและเป็นรูปธรรมในด้านโคนมว่าจะมีแนวทางการดำเนินงานในอนาคตอย่างไร มีการวางแผนระยะยาวในการกำหนดปริมาณผลผลิต มีส่วนในการสนับสนุนการสร้างค่านิยมในอาหารบริโภคนมสด ในประเทศให้มากขึ้น รวมถึงต้องช่วยกำกับกลุ่มโรงงานแปรรูปในเรื่องนมโรงเรียนให้ใช้เฉพาะนมสดเท่านั้น (ภริดา, 2549)

การศึกษาเกี่ยวกับ เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการบังคับใช้พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542 โดย ชัชวาล โตเหมือน ผลจากการวิจัยพบว่า อุตสาหกรรมการบินมีโครงสร้างตลาดแบบผู้ขายน้อยราย ทั้งก่อนและหลังการเข้ามาใหม่ของสายการบินต้นทุนต่ำ และภายหลังการเข้ามาของสายการบินต้นทุนต่ำ การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมการบินลดลง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมนี้มีการแข่งขันกันสูงขึ้น ส่วนการวิเคราะห์ปฏิกริยาได้ตอบระหว่างธุรกิจในการอุตสาหกรรมการบินได้ชี้ให้เห็นว่าอุตสาหกรรมการบินเป็นอุตสาหกรรมที่มีปฏิกริยาได้ตอบต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการขนส่งผู้โดยสารจากสายการบินคู่แข่งกัน ทั้งที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันและคนละกลุ่มกัน โดยลักษณะของความขึ้นแก่กันเป็นแบบที่มีการโต้ตอบอย่างรุนแรงเมื่อสายการบินบริการเต็มรูปแบบหรือสายการบินต้นทุนต่ำทำการเพิ่มปริมาณการขนส่งผู้โดยสาร ทั้งกลุ่มสายการบินบริการเต็มรูปแบบและสายการบินต้นทุนต่ำก็จะเพิ่มปริมาณการขนส่งผู้โดยสารของตน (ชัชวาล, 2549)

การศึกษาเกี่ยวกับ การศึกษาสถานการณ์แข่งขันการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย โดย มลทิรา ใจดี ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปแต่ความได้เปรียบมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี 2539 โดยมีสาเหตุสำคัญจากการที่ไทยมีต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นโดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เช่น จีน อินเดีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม จากการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของไทยกับคู่แข่งพบว่าด้านปัจจัยต้นทุนการผลิต เช่น ค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน ค่าจ้างแรงงาน ราคาวัตถุดิบและอัตราดอกเบี้ย ประเทศไทยมีความเสียเปรียบฮ่องกงและเกาหลีใต้ในด้านเทคโนโลยีการผลิตและแหล่งเงินทุน และเสียเปรียบเม็กซิโกและตุรกีในด้านภาษีศุลกากรจากการรวมกลุ่มทางการค้า และจากการศึกษาศักยภาพการผลิตของผู้ประกอบการไทยพบว่าประเทศไทยมีจุดแข็งด้านคุณภาพและรูปแบบสินค้า แต่มีจุดอ่อนในด้านประสิทธิภาพการผลิต ต้นทุนการผลิต เงินทุน และอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบโอกาสได้แก่ การหาตลาดใหม่ นโยบายการเจรจาจากการค้า FTA แต่มีอุปสรรคในด้านราคาน้ำมัน การรวมกลุ่มการค้า การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอ (มลทิรา, 2548)

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับ กลยุทธ์การจัดการบริษัทร่วมทุนระหว่างประเทศในประเทศไทย กับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ โดย ผลิน ภู่อุญญ ผลการศึกษาพบว่าความร่วมมือระหว่างกันของไตรภาคี มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งยังพบว่าองค์กรธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การบริหารในเรื่อง การเป็นผู้นำในการลดต้นทุน การสร้างความแตกต่างของสินค้า การมุ่งเจาะตลาดที่สนใจ การสร้างให้เกิดความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันในระดับที่สูง การศึกษายังพบอีกว่าองค์กรธุรกิจที่มีความร่วมมือในระดับสูงกับอุตสาหกรรมสนับสนุน และมีการพัฒนาเป็นมืออาชีพในระดับสูงจะมีความสามารถในการแข่งขัน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ สมาคมธุรกิจ และองค์กรธุรกิจจะต้องส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือ จากนั้นสำคัญของการศึกษา ทำให้สามารถสรุปได้ว่า ภาครัฐควรมีบทบาทมากขึ้นในการเป็นผู้นำในการส่งเสริมเพื่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างไตรภาคี ทั้งนี้ความร่วมมือดังกล่าวต้องมีการพัฒนาตลอดเวลาเพื่อให้ทันกับสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะจากการศึกษา เช่น การพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนในรูปแบบของธุรกิจแบบเครือข่าย และ การสร้างพันธมิตรธุรกิจ เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาร่วมกัน (ผลิน, 2544)

นอกจากนี้การศึกษาเกี่ยวกับ การประเมินศักยภาพในการแข่งขันเฟอร์นิเจอร์ไม้ไผ่อัดประสาน เพื่อจำหน่ายภายในและภายนอกประเทศ โดย อมรรัตน์ ชุมภู ผลจากการวิจัยพบว่า อุตสาหกรรมไผ่อัดประสานในตลาดแมสในช่วงปี พ.ศ. 2543-2548 มีโครงสร้างตลาดเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย การกระจุกตัวของอุตสาหกรรม โดยค่าดัชนี CR2 มีค่าการกระจุกตัวร้อยละ 94.88-97.27 และค่าดัชนี CR4 มีค่าการกระจุกตัวร้อยละ 99.08-99.50 แสดงให้เห็นว่า ค่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมไผ่อัดประสานแมสอยู่ในระดับสูง ผู้ประกอบการรายใหญ่จึงมีอำนาจผูกขาดในตลาดสูง ส่วนดัชนี HIS มีค่าประมาณ 0.75 อุตสาหกรรมไผ่อัดประสานแมส มีการกระจุกตัวสูง และมีการแข่งขันต่ำ มีผู้นำตลาด 2 รายใหญ่ คือ บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย โฮลดิ้งส์ จำกัด และบริษัท เนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมไผ่อัดประสาน มีโครงสร้างตลาดเป็นตลาดผู้ขายน้อยรายที่มีการกระจุกตัวสูง และมีการแข่งขัน (อมรรัตน์, 2551)

สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับ สภาพการดำเนินการ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินการของธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก โดย พิลาวรรณ ผิวนาว ผลจากการวิจัยพบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่เป็นโรงงานผลิตเครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องเรือน ฯลฯ ประเภทผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ผลิตเครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องเรือน ฯลฯ เช่นเดียวกัน ประเภทของแม่พิมพ์ใช้แม่พิมพ์พลาสติก ประเภทของธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ส่วนใหญ่ใช้เครื่องจักรจักรเกิน 50 แรงม้า ใช้เครื่องฉีดพลาสติกขนาด 35-500 ตัน สัดส่วนการลงทุนส่วนใหญ่เป็นของคนไทย 100% มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 16-20 ปี ส่วนใหญ่มีมูลค่ายอดขายและปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นแต่กำไรไม่เปลี่ยนแปลง/ใกล้เคียงเดิมเมื่อเทียบกับปี 2547 มีจำนวนพนักงาน 20-50 คน มีกำลังการผลิตสูงสุด 20-50 ตัน/เดือน มีการผลิตจริงในปัจจุบัน 61-70% ของการผลิตเต็มกำลัง ส่วนใหญ่รับจ้างผลิตตามใบสั่งซื้อของผู้อื่น จำหน่ายผลิตภัณฑ์เองโดยตรง จำหน่ายทั้งในประเทศและส่งออกวัตถุดิบหลักในการผลิตส่วนใหญ่ใช้ในประเทศทั้งหมด โรงงานส่วนใหญ่ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน และไม่ได้รับการสนับสนุนจาก BOI อายุของเครื่องจักรหลักโดยส่วนใหญ่ 5-10 ปี ส่วนใหญ่ได้เริ่มดำเนินการเพื่อพัฒนาหรือปรับปรุงกิจการ/ผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันแล้ว วิธีที่ใช้ในการพัฒนาหรือปรับปรุงส่วนใหญ่ใช้วิธีการลดต้นทุนการผลิต (พิลาวรรณ, 2549)

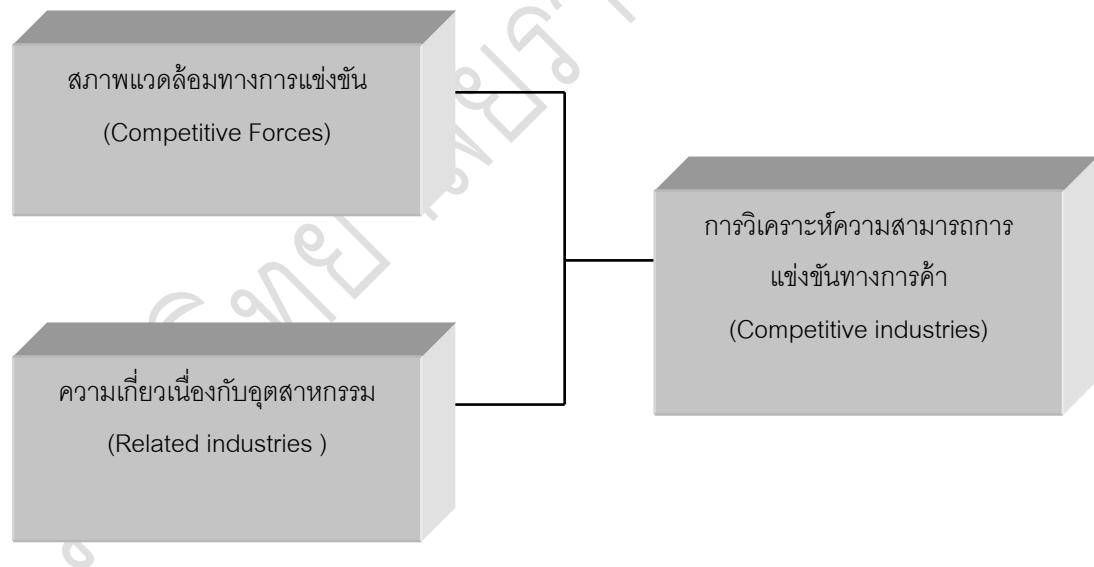
และการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยางยนต์ในประเทศไทย โดย ศุภมิตร อินทพันธ์์ ผลจากการวิจัยพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในด้านการผลิตและการส่งออกยางยนต์ โดยในปี พ.ศ. 2549 สามารถผลิตยางรถยนต์นั่งได้ 12.93 ล้านเส้น

และส่งออก 3.33 ล้านเส้น คิดเป็นร้อยละ 25.75 ของการผลิต ผลิตภัณฑ์ยางรถบรรทุกและโดยสารได้ 4.07 ล้านเส้น และส่งออก 1.04 ล้านเส้น คิดเป็นร้อยละ 25.56 ของการผลิต และผลิตภัณฑ์ยางรถจักรยานยนต์ได้ 21.63 ล้านเส้น ส่งออกประมาณ 6.60 ล้านเส้น คิดเป็นร้อยละ 30.50 ของการผลิต อุตสาหกรรมยางยนต์ของไทยมีศักยภาพการแข่งขันในด้านปัจจัยการผลิต ด้านอุปสงค์ต่อธุรกิจอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง และนโยบายรัฐบาลที่เข้มแข็ง ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางยนต์ทุกผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดที่พิจารณา ยกเว้นสหรัฐอเมริกา ซึ่งพบว่าไทยไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกยางยนต์นั่ง เพราะค่า RCA น้อยกว่า 1 แต่ค่า RCA มีแนวโน้มสูงขึ้น ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกในตลาดโลก พบว่าเป็นผลจากความสามารถในการแข่งขัน ผลจากการขยายตัวของตลาดโลกโดยเฉลี่ย และผลจากส่วนประกอบของสินค้าและตลาดส่งออกสำคัญพบว่าเป็นผลจากความสามารถในการแข่งขัน และผลจากการขยายตัวของตลาดโลกโดยเฉลี่ย สำหรับปัญหาของอุตสาหกรรมยางยนต์คือ ต้นทุนการผลิตสูง อุปสรรคคือ การกีดกันทางการค้าของต่างประเทศ โดยมาตรฐานสากล (ศุภมิตร, 2550)

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชน ในเขต
สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชน
ในเขตจังหวัดยะลา ประกอบด้วย กลุ่มแม่บ้านสตรีกรงปินัง กลุ่มแม่บ้านป่าหวัง และกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนคูหาमुख ในเขตจังหวัดปัตตานี ประกอบด้วย กลุ่มบ้านกะมียอ กลุ่มบุญดูสายบุรี
และกลุ่มแม่บ้านปะนาเระ และในเขตจังหวัดนราธิวาส ประกอบด้วย กลุ่มแม่บ้านบาโง
กลุ่มแม่บ้านยามูแรแน และกลุ่มบ้านบลูกาสนอก จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ซึ่งกำหนด
กรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยคัดเลือกจากกลุ่มที่มีการผลิตและจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประกอบด้วย วิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านสตรีกรงปินัง สินค้าที่ผลิตคือ ผลิตภัณฑ์เสื้อสตรี กลุ่มแม่บ้านป่าหวัง สินค้าที่ผลิตคือ ผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบแก้วและทุเรียนทอด และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคูหาमुख สินค้าที่ผลิตคือ ผลิตภัณฑ์ถั่วอบเนย วิสาหกิจชุมชนจังหวัดปัตตานี ได้แก่ กลุ่มบ้านกะมียอ สินค้าที่ผลิตคือ ผลิตภัณฑ์หมวกกะปิเยาะ กลุ่มบุญดูสายบุรี สินค้าที่ผลิตคือ ผลิตภัณฑ์น้ำบูดู และกลุ่มแม่บ้านปะนาเระ สินค้าที่ผลิตคือ ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลากรอบ และวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนราธิวาส ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านบาโง สินค้าที่ผลิตคือ ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก กลุ่มแม่บ้านยามูแรน สินค้าที่ผลิตคือ ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบ และกลุ่มแม่บ้านบลูกาสนอก สินค้าที่ผลิตคือ ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและกรงนก โดยคัดเลือกจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดยะลา 3 กลุ่ม จังหวัดปัตตานี 3 กลุ่ม และจังหวัดนราธิวาส 3 กลุ่ม

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้โดยการสัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย จังหวัดยะลา ได้แก่ นางสาวป๊ะ มาหะมา นางซารอเมาะห์ โต๊ะเต และนางวาสนา หริรักษ์ไพบุลย์ จังหวัดปัตตานี ได้แก่ นายสะมะแอ เจ๊ะมะ นายอิบรอเฮม แม และนางสาวรอสนะ สะนิ และจังหวัดนราธิวาส ได้แก่ นางฟารีดา บินเจ๊ะมุซอ นางแวแย ยูโซะ และนายรุสดี กูโน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้แล้วทำการตรวจสอบความถูกต้อง และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

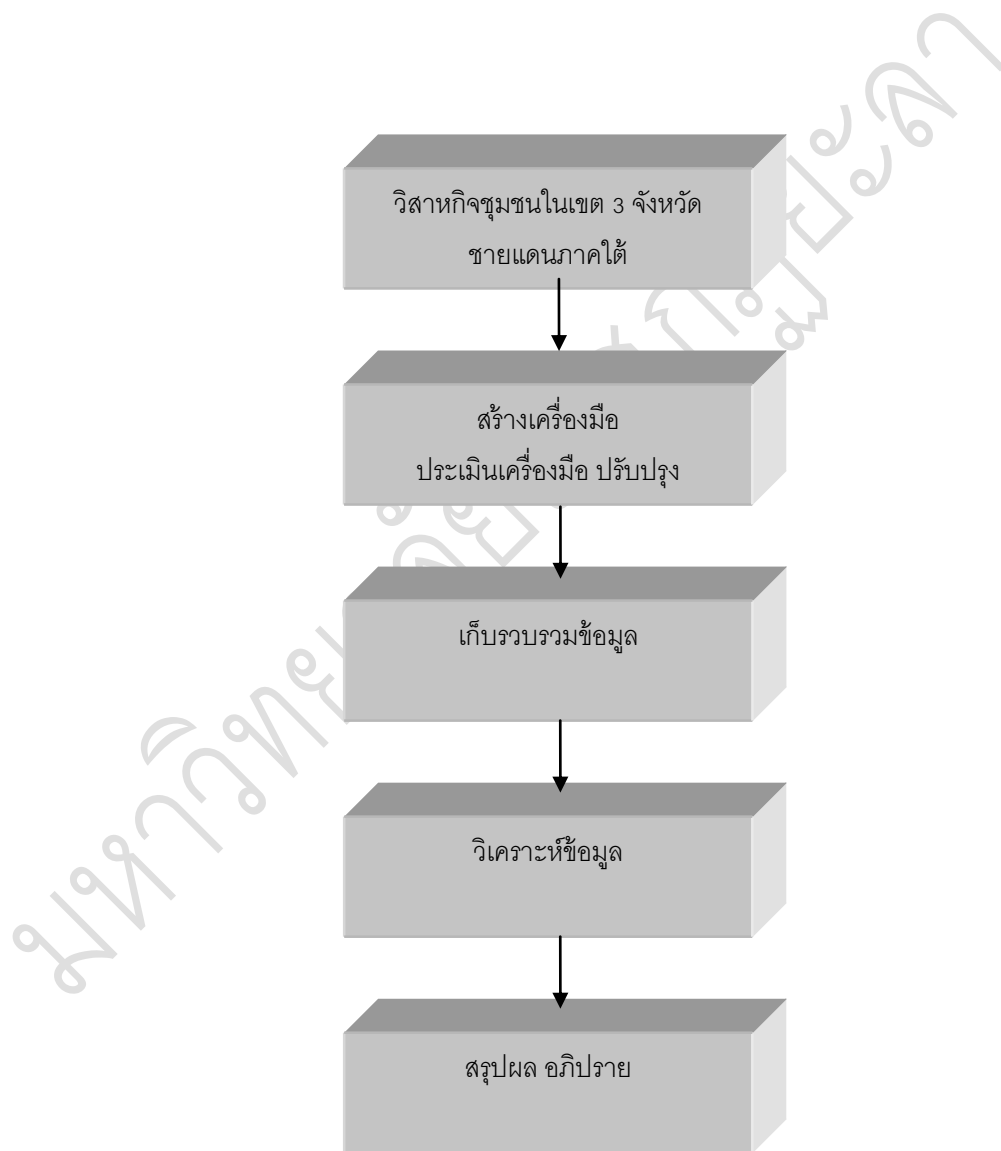
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 2 ชุด

ชุดที่ 1 สัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน

ชุดที่ 2 สัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปด้านการตลาด และสภาพการแข่งขัน

ทางการค้า อีกทั้งศักยภาพความเข้มแข็ง

จากวิธีการดำเนินการวิจัย สามารถสรุปขั้นตอนการวิจัยได้ดังภาพที่ 3.2



ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเกี่ยวกับ การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้า สำหรับวิสาหกิจชุมชน ในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการแข่งขันทางการค้าของวิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยศึกษาข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จังหวัดละ 3 กลุ่ม โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไป สถานการณ์ด้านการตลาด จากนั้นวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้าโดยภาพรวมอีกทั้งวิเคราะห์ศักยภาพความเข้มแข็งของกลุ่ม ซึ่งสามารถอธิบายผลการวิจัยตามลำดับดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดยะลา ได้คัดเลือกกลุ่มที่สัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเลือกกลุ่มที่มีการผลิตและจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง

สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดยะลา ประกอบด้วย 3 กลุ่มดังนี้

1.กลุ่มแม่บ้านสตรีกรงปินัง สินค้าที่ผลิตได้แก่ เสื้อสตรี

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ข้อมูลเมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2553 และวันที่ 3 มกราคม 2554 ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ นางซารีปะ มาหะ สถานี่สัมภาษณ์ ได้แก่ ที่ทำการผลิต ม.5 ต. กรงปินัง อ.กรงปินัง จ.ยะลา

จากการที่สัมภาษณ์ข้อมูลโดยทั่วไป แสดงรายละเอียดดังนี้



1.1 ที่ตั้งและประวัติความเป็นมา

กลุ่มแม่บ้านกรงปินัง หมู่ 5 ตำบลกรงปินัง อำเภอกรงปินัง จังหวัดยะลา เนื่องจาก พ.ศ. 2536 แม่บ้านสตรีกรงปินัง ได้ทำธุรกิจตัดเสื้อสตรี เป็นธุรกิจส่วนตัว ซึ่งเป็นอาชีพเสริมที่ว่างจากการประกอบอาชีพอื่น ต่อมาในปี 2538 ได้มีการจัดกลุ่มเป็นอาชีพเสริมให้กับกลุ่มสตรีภายในหมู่บ้าน เพื่อสร้างรายได้ให้กับกลุ่มแม่บ้าน ซึ่งมี อบต. เป็นส่วนกลาง ในการก่อตั้งและเป็นที่ปรึกษาในด้านต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

1.2 วัตถุดิบในการใช้ ประกอบด้วย

- 1.2.1 กรรไกรตัดผ้า กรรไกรตัดกระดาษ กรรไกรตัดเศษผ้า
- 1.2.2 ไม้บรรทัด ไม้โค้ง ไม้ฉาก ไม้บรรทัดเหล็ก
- 1.2.3 ดินสอสีต่างๆ ยางลบ
- 1.2.4 ปากกาเขียนผ้า
- 1.2.5 ลูกกลิ้ง
- 1.2.6 ซอร์คกลิ้งผ้าชนิดผง
- 1.2.7 กระดาษคาร์บอน กระดาษสร้างแบบ กระดาษพิมพ์การ์ด
- 1.2.8 เข็มจักร เข็มสอย เข็มหมุด
- 1.2.9 ที่สนเข็ม
- 1.2.10 สายวัดตัว
- 1.2.11 ขอบเอว
- 1.2.12 สก็อตเทป
- 1.2.13 ที่เลาะผ้า
- 1.2.14 ดินเฝ้าจักร

1.3 กระบวนการผลิต

1.3.1 ขั้นตอนการวัดตัว เป็นการวัดขนาดเพื่อตรวจสอบความกว้าง ความยาว ความหนา ของสัดส่วน ซึ่งการวัดตัวนี้สำคัญมากกว่าเพราะว่าจะส่งผลถึงลักษณะของผลสำเร็จ เช่น ผลงานได้สัดส่วน สวมใส่ได้สวยงามเหมาะสมหรือผลงานตึงรั้งสวมใส่ไม่ได้

1.3.2 ขั้นตอนการสร้างแบบและแยกแบบ ทำได้โดยการนำสัดส่วนที่ได้วัดขนาดไว้มา สร้างแบบตัดลงกระดาษสร้างแบบ ตามกระบวนการของการสร้างแบบเสื้อผ้า

แต่ละชนิด เช่น สร้างแบบตัดเสื้อผ้า สร้างแบบตัดกระโปรง สร้างแบบกางเกง และเมื่อสร้างเสร็จแล้วควรทำเครื่องหมายป้องกันความผิดพลาด และควรตรวจสอบขนาดให้ละเอียดถี่ถ้วน โดยทำเครื่องหมายต่างๆ ลงบนแบบตัดและเขียนรายงานรายละเอียดต่างๆ ให้ชัดเจน

1.3.3 ขั้นตอนการคำนวณผ้า เลือกผ้าในการตัดเย็บเสื้อผ้านั้นเราควรคำนวณผ้าให้ถูกต้องเพื่อความประหยัดและเลือกผ้าให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย โดยคำนึงถึงคุณสมบัติของผ้าซึ่งผลิตจากเส้นใยแต่ละชนิด เช่น ผ้าฝ้าย จะเป็นผ้าที่ได้จากเมล็ดฝ้าย ซับน้ำได้ดี ทนต่อความร้อนสูง แต่ยับง่าย ผ้าในลอน เป็นผ้าใยสังเคราะห์ ไม่ทนต่อความร้อนและแสงแดด ไม่ขึ้นราคา จับแต่จีบได้คงรูป

1.3.4 จัดเตรียมผ้าเป็นการจัดเตรียมวัสดุที่เกี่ยวข้องกับการเย็บทุกชนิด เช่น เข็ม ด้าย กรรไกร ผ้า จักรเย็บผ้า บริเวณปฏิบัติงานและแสงสว่าง

1.3.5 การวางแผนตัดและตัดผ้า ในขั้นตอนนี้ควรระมัดระวังโดยอ่านรายละเอียดบนแบบตัด การทำเครื่องหมายต่างๆ ที่เขียนไว้ และกดรอยผ้าเส้นเย็บทุกเส้น เพื่อเป็นเครื่องหมายหรือเป็นเส้นแนวในการเย็บ

1.3.6 การตรวจสอบคุณภาพ เป็นการตรวจสอบคุณภาพของงาน ซึ่งในการตรวจสอบคุณภาพของงานตัดเย็บเสื้อผ้าที่สวยงาม ไม่ผิดพลาด ควรตรวจสอบทั้งขณะทำการเย็บ เช่น เนา ลองตัว ตรวจสอบการประกอบการเย็บทุกขั้นตอน ตรวจสอบความเรียบร้อยของตะเข็บ

1.3.7 การแก้ไขจุดบกพร่อง ในการตัดเย็บผ้าทุกชนิด เมื่อพบข้อบกพร่องไม่ควรปล่อยทิ้งไว้ ควรดำเนินการแก้ไขเพื่อความสวยงามของผลงาน

2.กลุ่มแม่บ้านป้าหวัง สินค้าที่ผลิตได้แก่ ก๊วยฮินฉาบและทุเรียนทอด

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ข้อมูลเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2553 และวันที่ 8 มกราคม 2554

ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ นางสาวอเมาะห์ โต๊ะแต สถานที่สัมภาษณ์ ได้แก่ ที่ทำการผลิต ม.11

ต.บันนังสตา อ.บันนังสตา จ.ยะลา

จากการที่สัมภาษณ์ข้อมูลโดยทั่วไป แสดงรายละเอียดดังนี้



2.1 ที่ตั้งและประวัติความเป็นมา

กลุ่มแม่บ้านป่าหวัง 20/2 หมู่ 11 ตำบลบันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา เนื่องจาก "กล้วยหิน" ของดีเมืองยะลาพบครั้งแรกที่ตำบลบาเจาะ อำเภอบันนังสตา เมื่อประมาณ พศ 2488 ขึ้นอยู่ริมสองฝั่งแม่น้ำปัตตานี มีใบสีเขียวเข้ม ลำต้นสูง กอใหญ่ ออกเครือประมาณ 6-10 หวีผลใหญ่เป็นก้านดุกคล้ายก้อนหิน ผิวค่อนข้างจะเป็นสีขุ่นออกดำ (ปัจจุบันมีการพัฒนาให้มีผิวออกเหลืองแล้ว) เปลือกหนา ชอบขึ้นในพื้นที่ที่มีกรวดหินหรือบริเวณเหมืองเก่า เมื่อก่อนไม่นิยมรับประทานเนื่องจากเนื้อค่อนข้างจะแข็ง เปลือกหนา และผลใหญ่ คนทั่วไปเข้าใจว่าเป็นกล้วยป่า ในปัจจุบันกล้วยหินได้รับความนิยมมาก ปลูกได้ทั่วไป ในพื้นที่ที่มีความชื้นสูง จากเดิมราคาหวีละ 5 บาท ปัจจุบันราคา 20-60 บาท ผลดิบนำมาแปรรูปทำกล้วยฉาบ ได้ปริมาณมากขึ้นใหญ่ สีสวย ผลสุกนิยมนำมาต้มรสชาติดีมาก เนื้อนุ่ม หวานหอม เป็นที่ต้องการของลูกค้า จึงทำให้กลุ่มแม่บ้านป่าหวังสามารถผลิตและขายได้อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

2.2 วัตถุดิบที่ใช้ ประกอบด้วย

- 2.2.1 กล้วยหิน
- 2.2.2 น้ำตาล
- 2.2.3 เกลือป่น
- 2.2.4 น้ำ
- 2.2.5 เนยเหลือง
- 2.2.6 น้ำมันสำหรับใช้ทอดกล้วย

2.3 กระบวนการผลิต

- 2.3.1 เลือกกล้วยหินที่ผลโตแก่จัด ปอกเปลือก ล้างน้ำให้สะอาด ตั้งให้สะเด็ดน้ำ
- 2.3.2 สไลด์กล้วยเป็นชิ้นบาง ๆ ตามความยาวของกล้วยหิน
- 2.3.3 เอน้ำมันใส่กระทะ ตั้งไฟให้น้ำมันร้อน นำกล้วยหินที่สไลด์ไว้ลงทอดด้วยไฟปานกลางจนสุกเหลือง ตักขึ้นให้สะเด็ดน้ำมัน ตั้งพักไว้
- 2.3.4 นำน้ำ เกลือ น้ำตาล และเนยเหลือง ใส่ในกระทะ ตั้งไฟ คนให้ละลาย เคี่ยวจนเป็นยางมะตูม
- 2.3.5 นำกล้วยหินที่ทอดแล้วลงฉาบแล้วคลุกให้ทั่วจนเริ่มแห้ง ตักขึ้นใส่ถาดตั้งให้เย็น
- 2.3.6 บรรจุใส่ถุง ชั่งน้ำหนัก ปิดปากถุง พร้อมจำหน่าย

3.กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนุหามุข สินค้าที่ผลิตได้แก่ ถั่วอบเนย

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ข้อมูลเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2554 และวันที่ 17 มกราคม 2554

ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ นางสาวนา หริรักษ์ไพบุรย์ สถานที่สัมภาษณ์ได้แก่ ที่ทำการผลิต ถนนคนุหามุข ต.สะเตง อ.เมือง จ.ยะลา

จากการที่สัมภาษณ์ข้อมูลโดยทั่วไป แสดงรายละเอียดดังนี้



3.1 ที่ตั้งและประวัติความเป็นมา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนุหามุข 13 ถนนคนุหามุข ตำบลสะเตง อำเภอเมือง จังหวัดยะลา เนื่องจากอดีตเป็นกลุ่มแม่บ้านที่ได้มีการจัดผลิตภัณฑ์หลายผลิตภัณฑ์ เช่น ถั่วอบเนย ขนมคุกกี้ และทอดผ้า แต่เนื่องจากสถานที่คับแคบ ทำให้ผลิตสินค้าไม่สะดวก จึงมีการแยกกลุ่ม เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ถั่วอบเนยต่างหาก เพื่อสะดวกในการจัดกระบวนการในการผลิตต่างๆ ได้อย่างครบถ้วน และง่ายต่อการจำหน่ายในสถานที่ต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์

3.2 วัตถุดิบที่ใช้ ประกอบด้วย

3.2.1 ถั่ว

3.2.2 เกลือ

3.2.3 เนยขาว

3.2.4 น้ำตาล

3.2.5 บรรจุภัณฑ์

3.3 กระบวนการผลิต

- 3.3.1 คัดถั่วที่ดีในจำนวนที่ต้องการ
- 3.3.2 นำถั่วไปคั่วในกระทะร้อน
- 3.3.3 แกะเปลือกหลังจากที่คั่วเสร็จแล้ว
- 3.3.4 นำถั่วไปอบกับเนยขาว ประมาณ 10-15 นาที
- 3.3.5 นำเกลือ น้ำตาลมาคั่วเพื่อให้ได้รสชาติตามที่ต้องการ
- 3.3.6 เมื่อเสร็จสมบูรณ์แล้ว นำไปบรรจุภัณฑ์ที่เตรียมไว้

วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปัตตานี ได้คัดเลือกกลุ่มที่สัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเลือกกลุ่มที่มีการผลิตและจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง

สำหรับกลุ่มวิสาหกิจในจังหวัดปัตตานี ประกอบด้วย 3 กลุ่มดังนี้

1.กลุ่มบ้านกะมียอ สินค้าที่ผลิตได้แก่ กะปิเยาะ

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ข้อมูลเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2553 และวันที่ 28 ตุลาคม 2553 ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ นายสะมะแอ เจ๊ะมะ สถานที่สัมภาษณ์ ได้แก่ ที่ทำการผลิต หมู่ 1 ต.กะมียอ อ.เมือง จ.ปัตตานี

จากการที่สัมภาษณ์ข้อมูลโดยทั่วไป แสดงรายละเอียดดังนี้



1.1 ที่ตั้งและประวัติความเป็นมา

กลุ่มบ้านกะมียอ บ้านท่าราบ 20 หมู่ 1 ตำบลกะมียอ อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี เนื่องจากเดิม กะปิเยาะเป็นสัญลักษณ์แห่งวัฒนธรรมในการสวมใส่หมวกของชาวอาหรับ ซึ่งในประเทศแถบมลายูรวมถึงจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาสของประเทศไทยจะนิยมสวมใส่หมวกที่เรียกกันว่า “ซอเกาะ” มากกว่า หมวกกะปิเยาะเป็นหมวกที่ชาวไทยมุสลิมสวมใส่ประกอบศาสนกิจ (การประกอบพิธีละหมาด) และสวมใส่ประจำวัน เกิดจากการนำผ้าหลายชนิดมาตัด

เย็บซ้อนกัน 3 ชั้น เย็บด้วยผ้าหลายชนิดทับซ้อนกัน และจะมีลวดลายต่างๆ บนหมวก ฝีมือการผลิตประณีต มีลวดลายปักและฉลุหลายแบบ

ในอดีตการผลิตหมวกกะปิเยาะเป็นการผลิตงานในครัวเรือน มีจุดเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2517 ได้มีการเริ่มผลิตกะปิเยาะเป็นครั้งแรก ในตำบลกะมิยอ อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี โดยกลุ่มผู้ที่เดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ ที่ประเทศซาอุดีอาระเบีย ได้ไปรับจ้างเย็บกะปิเยาะอยู่ที่นั่นประมาณ 1 ปี มีความชำนาญ จึงริเริ่มนำจักรเย็บผ้า ที่เรียกจักรว่า PAFF กลับมาเย็บกะปิเยาะที่จังหวัดปัตตานี ช่วงแรกกลุ่มลูกค้าคือชาวมุสลิมที่ไปประกอบพิธีฮัจญ์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย

ต่อมาในปี พ.ศ. 2537 การผลิตหมวกกะปิเยาะ ได้กลายเป็นการผลิตที่แพร่หลาย จนเกิดการรวมตัวเป็นกลุ่มผู้ผลิตรายย่อย ขึ้นหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มมีผู้ประกอบการลงทุนในการจัดหาเครื่องตัดผ้า เครื่องฉลุ และวัสดุ เช่น ผ้า และด้านในการเย็บกะปิเยาะ

1.2 วัตถุดิบที่ใช้ ประกอบด้วย

1.2.1 เครื่องจักร

1.2.2 ผ้าดิบ ผ้ากระดาศ ผ้าแข็งขาว ผ้าลิวาย ฯลฯ

1.2.3 ด้ายสีต่างๆ

1.3 กระบวนการผลิต

1.3.1 นำผ้ามาเย็บด้วยด้ายสีต่างๆ ตามลวดลายที่ต้องการ

1.3.2 เมื่อเย็บเรียบร้อยแล้ว นำมาตัดเส้นด้ายริมขอบ

1.3.3 นำมารีบให้เรียบตามรูปทรงต่างๆ

2.กลุ่มบุญดูสายบุรี สินค้าที่ผลิตได้แก่ น้ำบูดู

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ข้อมูลเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2553 และวันที่ 2 พฤศจิกายน 2553 ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ นายอิบรอเฮม แม สถานที่สัมภาษณ์ ได้แก่ ที่ทำการผลิต หมู่ 3 ต.ปะเสยะวอ อ.สายบุรี จ.ปัตตานี

จากการที่สัมภาษณ์ข้อมูลโดยทั่วไป แสดงรายละเอียดดังนี้



2.1 ที่ตั้งและประวัติความเป็นมา

กลุ่มบุดูสายบุรี หมู่ 3 ตำบลปะเสยะวอ อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี ในสมัยก่อน ตำบลปะเสยะวอ ตำบลบางเก่า และตำบลตะลัน เป็นพื้นที่ที่ติดชายทะเล มีบทบาทอย่างมากในการจับปลา สมัยนั้นมีปลาชุกชุม มีความอุดมสมบูรณ์ วิถีชีวิตของชุมชนจะมีอาชีพหลักคือประมง พื้นบ้านชายฝั่ง ระยะไม่เกิน 3,000 เมตร ใช้เรือขนาดเล็กออกหาปลา มีรายได้ 300-700 ต่อคน ชาวประมงเลือกปลาที่สดและปลาที่ได้ขนาด มาจำหน่ายและรับประทานในครัวเรือน ส่วนปลาขนาดเล็กที่ติดอวนและแห เขาไม่ทิ้งเอาปลาหมักผสมเกลือ หมักในไหปากเล็ก (ไหนี้เรียกว่า “กูรี”) ใช้ระยะเวลาหมักประมาณ 1 ปี น้ำหมักดังกล่าวเรียกว่า “น้ำบุดู” น้ำบุดูเป็นเครื่องชูรสในการรับประทานอาหารทุกมื้อ และสามารถทำเป็นเครื่องปรุง ในการประกอบอาหารคาวอีกด้วย ดังนั้นจึงเกิดทีมอาสา 3 ตำบล ที่เห็นสภาพปัญหา และพร้อมที่จะทำการศึกษา และพัฒนาระบบการผลิตน้ำบุดู ในด้านปริมาณ และคุณภาพควบคู่กัน เพื่อปกป้องชื่อเสียงในการผลิตน้ำบุดู ที่มีคุณภาพและอนุรักษ์อาชีพดั้งเดิมไว้ให้กับลูกหลาน และให้ชุมชนอื่น มีทางเลือกในการรับประทาน แม้ว่าการผลิตน้ำบุดูมีคุณภาพนั้น ใช้ต้นทุนสูง แต่สร้างความปลอดภัย ให้กับชุมชนในการบริโภค ทีมวิจัยจะค้นหาและพัฒนาระบบการทำบุดู ทั้งในส่วนของ ภาชนะในการหมัก สถานที่หมัก ส่วนผสม สภาพแวดล้อมที่กระทบต่อชุมชน

2.2 วัตถุดิบที่ใช้ ประกอบด้วย

ปลาทะเล โกง เกลือ บรรจุภัณฑ์

2.3 กระบวนการผลิต

2.3.1 เริ่มด้วยการนำปลาทะเลสดมาล้างให้สะอาด อาจจะใช้ปลาชนิดใดก็ได้แต่ส่วนใหญ่ใช้ปลากะตักจึงจะให้น้ำบุดูที่มีกลิ่นหอมและรสชาติดี

2.3.2 นำปลามาคลุกเคล้ากับเกลือให้เข้ากันโดยใช้อัตราส่วนปลากะตักต่อเกลือ 2 หรือ 3 ต่อเกลือ 1 ส่วนโดยน้ำหนัก

2.3.3 หลังจากคลุกปลากะตักกับเกลือให้เข้ากันได้ดีแล้ว ก็จะนำไปใส่ในภาชนะปิด เช่น ไห โกงดินหรือบ่อซิเมนต์ ซึ่งชาวบ้านเรียกว่า บ่อบุดู มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 1 เมตร สูง 1 เมตร โดยการนำส่วนผสมใส่ในภาชนะดังกล่าวให้แน่น และโรยเกลือปิดส่วนบน หลังจากนั้นใช้วัสดุเช่น ไม้ไผ่สาน กดทับกันไม่ให้ปลาลอย และปิดปากภาชนะที่ใส่ให้แน่นในระหว่างการหมักต้องไม่ปล่อยให้อากาศเข้าไปในภาชนะที่ใช้หมักหรือให้อากาศเข้าไปได้น้อยที่สุด โดยจะเว้นปริมาตรบางส่วนในภาชนะไว้ เพื่อให้แก๊สที่เกิดจากการหมักสามารถดันฝาปิดบ่อน้ำบุดูออกมาได้

2.3.4 จากนั้นนำมาตากแดดและปล่อยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยกระบวนการหมักตามธรรมชาติจากปฏิกิริยาทางเคมี และเอนไซม์ชนิดต่าง ๆ ได้แก่ น้ำย่อยจากตัวปลา และกิจกรรมจากจุลินทรีย์ที่ถูกคัดเลือกโดยเกลือและสภาพการหมักที่เกิดขึ้นเริ่มจากการทำงานของเอนไซม์ที่อยู่ในตัวปลาเริ่มทำงานในการย่อยสลายในขณะที่จุลินทรีย์เริ่มแรกมีจำนวนมาก ซึ่งมีแหล่งมาจากธรรมชาติ เช่น จากตัวปลา และเกลือเป็นต้น เกลือจะเป็นตัวคัดเลือกให้เหลือแต่เฉพาะจุลินทรีย์ที่สามารถทนต่อเกลือเข้มข้นสูงได้ เช่น จุลินทรีย์ในกลุ่ม halophilic ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงของบูดู และอาจมีจุลินทรีย์ที่สามารถสร้างสปอร์หลงเหลืออยู่ทำให้ทนต่อสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมได้ ระยะเวลาในการหมักจะใช้เวลาประมาณ 8-12 เดือน โดยในช่วงระหว่างการหมักจะไม่มีเปิดบ่อบูดูเลย และจะต้องพยายามไม่ให้น้ำเข้าไปในบ่อเมื่อเวลาฝนตก เพราะจะทำให้บูดูมีสีดำ และมีกลิ่นเหม็น

2.3.5 เมื่อครบกำหนดเวลาผู้ผลิตจะเปิดบ่อบูดูซึ่งจะมีน้ำบูดูและเนื้อบูดูปะปนกันอยู่ในบ่อบูดูแล้วทำการแยก น้ำบูดูส่วนใสออกจากน้ำบูดูส่วนที่ขุ่น น้ำบูดูส่วนใสเรียกว่า น้ำบูดูใส ส่วนน้ำ บูดูที่มีเนื้อบูดูที่เหลือปะปนอยู่ในบ่อจะนำไปผลิตเป็น น้ำบูดูขุ่น

2.3.6 การบรรจุน้ำบูดูใสขวดนั้นจะใส่ขวดสองขนาดคือ ขวดกลมและขวดแบน โดยการนำน้ำบูดูใสขวดที่ผ่านการฆ่าเชื้อแล้ว ปิดฝาให้สนิท ปิดฉลากและส่งจำหน่ายต่อไป

3.กลุ่มแม่บ้านปะนาเระ สินค้าที่ผลิตได้แก่ ข้าวเกรียบปลากรอบ

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ข้อมูลเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2553 และวันที่ 6 มกราคม 2554 ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ นางสาวรสนะ ะณี สถานที่สัมภาษณ์ได้แก่ ที่ทำการผลิต บ.ทำสุ ต.น้ำบ่อ อ.ปะนาเระ จ.ปัตตานี

จากการที่สัมภาษณ์ข้อมูลโดยทั่วไป แสดงรายละเอียดดังนี้



3.1 ที่ตั้งและประวัติความเป็นมา

กลุ่มแม่บ้านปะนาเระ ตั้งอยู่ที่ บ้านท่าสุ ตำบลน้ำบ่อ อำเภอปะนาเระ จังหวัดปัตตานี เนื่องจากบ้านปะนาเระ เป็นพื้นที่ที่ติดชายทะเล และวิถีชีวิตของชุมชนจะมีอาชีพหลัก คือ ประมง สามารถจับปลาได้เป็นจำนวนมาก นอกเหนือจากการขายและบริโภคแล้ว ชาวบ้านปะนาเระจึงคิดวิธีที่จะนำปลาที่เหลือมาแปรรูปเป็นข้าวเกรียบปลา เพื่อบริโภคในครัวเรือน ต่อมาจึงได้มีการจัดกลุ่มเป็นอาชีพเสริมให้กลุ่มแม่บ้านภายในหมู่บ้าน โดยการผลิตข้าวเกรียบปลาที่ได้คุณภาพและรสชาติอร่อยน่ารับประทาน สามารถที่จะบริโภคเป็นอาหารว่างที่คนทั่วไปนิยมบริโภคกันมาก โดยใช้เป็นกับแกล้มหรือรับประทานกันเล่นๆ เพื่อที่จะสร้างรายได้ให้กับกลุ่มแม่บ้าน และผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของลูกค้า จึงทำให้กลุ่มแม่บ้านสามารถที่จะผลิตและขายได้อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

3.2 วัตถุดิบที่ใช้ ประกอบด้วย

3.2.1 แป้งมัน

3.2.2 ปลา

3.2.3 กระเทียม

3.2.4 น้ำปลา

3.2.5 น้ำตาล

3.2.6 เกลือ

3.2.7 พริกไทย

3.3 กระบวนการผลิต

3.2.1 นำปลามาขอดเกล็ด ตัดหัวและล้างให้สะอาด.

3.2.2 นำเนื้อปลาเข้าเครื่องบด หลังจากนั้นนำมาผสมกับเครื่องปรุง ดังนี้ แป้งมัน ปลา กระเทียม น้ำปลา น้ำตาล เกลือ พริกไทย

3.2.3 นำน้ำปลาและเครื่องปรุงทั้งหมดตามอัตราส่วนที่กำหนดไว้เข้าเครื่องผสม เพื่อคลุกเคล้าเนื้อปลาและเครื่องปรุงให้เป็นเนื้อเดียวกัน ประมาณ 5 นาที

3.2.4 นำเนื้อปลาที่ผสมแล้วเข้าเครื่องนวดอีก 5 นาที

3.2.5 หลังจากนวดแล้วให้นำเข้าเครื่องอัดแท่ง

3.2.6 นำเนื้อปลาที่เข้าเครื่องอัดแท่งแล้วเข้าเครื่องนึ่งให้นึ่งไว้ประมาณ 1 ชม. แล้วพักไว้ให้เย็น

3.2.7 นำเข้าตู้เย็นทิ้งไว้ 1 คืนแล้วนำมาเข้าเครื่องหั่น

3.2.8 นำส่วนที่หั่นแล้วไปอบลมร้อนประมาณ 1 วัน

3.2.9 นำไปบรรจุใส่ถุงเป็นข้าวเกรียบพร้อมทอด/หรือนำมาทอดรับประทานได้

วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนราธิวาส ได้คัดเลือกกลุ่มที่สัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเลือกกลุ่มที่มีการผลิตและจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง

สำหรับกลุ่มวิสาหกิจในจังหวัดนราธิวาส ประกอบด้วย 3 กลุ่มดังนี้

1.กลุ่มบ้านบาโง สินค้าที่ผลิตได้แก่ ผ้าบาติก

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ข้อมูลเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2553 และวันที่ 3 พฤศจิกายน 2553 ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ นางฟารีดา บินเจ๊ะมุซอ สถานที่สัมภาษณ์ ได้แก่ ที่ทำการผลิต หมู่ 11 ต.ลำภู อ.เมือง จ.นราธิวาส

จากการที่สัมภาษณ์ข้อมูลโดยทั่วไป แสดงรายละเอียดดังนี้



1.1 ที่ตั้งและประวัติความเป็นมา

กลุ่มแม่บ้านบาโง 96/7 หมู่ 11 ตำบลลำภู อำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส ได้มีการสำรวจถึงการแต่งการในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และได้ค้นพบว่า ผ้าบาติกเป็นผ้าที่คนส่วนใหญ่นิยมมาตัดเย็บเป็นชุดเสื้อผ้าสวมใส่กัน จึงได้มีการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้าน ผลิตผ้าบาติก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มแม่บ้าน และสามารถลดภาระค่าใช้จ่ายในครอบครัวได้ ผ้าบาติกหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ผ้าปาเต๊ะ เป็นลักษณะผ้าที่มีวิธีการผลิต โดยใช้เทียนปิดในส่วนที่ไม่ต้องการให้ติดสี ปัจจุบันผ้าบาติกจะมีลวดลายให้เลือกมากมาย และมีการพัฒนาระบบกระบวนการผลิต เพื่อให้ผ้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นกว่ากลุ่มอื่นๆ

1.2 วัตถุดิบที่ใช้ ประกอบด้วย

- 1.2.1 ผ้า สี
- 1.2.2 ชีผึ้งและพาราฟิน
- 1.2.3 ภาชนะต้มเทียน
- 1.2.4 กรอบสำหรับขึงผ้า
- 1.2.5 สารกันสีตก จันต๊ะ

1.3 กระบวนการผลิต

- 1.3.1 การเตรียมลวดลาย โดยออกแบบไว้ในกระดาษ
- 1.3.2 การลอกลายลงบนผืนผ้า
- 1.3.3 การขึงผ้าบนขอบที่เตรียมไว้
- 1.3.4 การเขียนเส้นเทียนด้วย Canting บนลวดลายที่ลอกไว้บนผ้า
- 1.3.5 การปฏิบัติการระบายสี
- 1.3.6 การลอกเทียนออกจากผืนผ้าโดยผ่านน้ำร้อน

2.กลุ่มบ้านยามูแรนเน่ สินค้าที่ผลิตได้แก่ ข้าวเกรียบปลา

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ข้อมูลเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2553 และวันที่ 7 พฤศจิกายน 2553

ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ นางแวแย ยูโซะ สถานที่สัมภาษณ์ ได้แก่ ที่ทำการผลิต ต.บาละเหนือ อ.บาเจาะ จ.นราธิวาส

จากการที่สัมภาษณ์ข้อมูลโดยทั่วไป แสดงรายละเอียดดังนี้



2.1 ที่ตั้งและประวัติความเป็นมา

กลุ่มแม่บ้านยามูแรนเน่ ตั้งอยู่ที่ 83 ตำบลบาละเหนือ อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส ได้ผลิตข้าวเกรียบเป็นอาหารว่างที่คนทั่วไปนิยมบริโภคกันมากโดยใช้เป็นกับแกล้มหรือรับประทานกันเล่นๆ ว่างๆ และมีรสชาติอร่อย กรอบ มันๆ อย่างไรก็ตามข้าวเกรียบที่รับประทานกันจะรู้จักในนามของข้าวเกรียบกุ้งเสียส่วนใหญ่แต่ข้าวเกรียบปลานิยมรับประทานกันน้อยมากทั้งนี้เป็นเพราะผู้รับประทานมักเข้าใจผิดคิดว่าข้าวเกรียบปลาที่มีกลิ่นคาวหรือไม่อร่อยเท่าข้าวเกรียบกุ้ง กลุ่มแม่บ้านยามูแรนเน่จึงคิดวิธีที่จะนำปลาที่มีราคาถูกนำมาแปรรูปทำข้าวเกรียบปลาให้ได้คุณภาพและรสชาติอร่อยน่ารับประทาน การเก็บข้าวเกรียบควรเก็บไว้ในภาชนะที่ไม่มีลมเข้าได้ป้องกันข้าวเกรียบเปลี่ยนสีเวลาทอดข้าวเกรียบจะได้พองกรอบ ราคา ข้าวเกรียบปลาตากแห้งยังไม่ได้ทอด ขายในราคากิโลกรัมละ 60

2.2 วัตถุดิบที่ใช้ ประกอบด้วย

ปลา แป้งมัน เกลือป่น พริกไทยป่น น้ำตาลทราย

2.3 กระบวนการผลิต

2.3.1 ข้าทะเลปลาเอาแต่เนื้อ นำไปลวกน้ำร้อนพอสุกๆ ดิบ แล้วนำมาสับให้ละเอียดถ้าเป็นปลาที่มีกลิ่นคาวมาก ให้ล้างน้ำเกลือ 4% (น้ำ 1 ลิตร เกลือ 2 ช้อนโต๊ะ) ก่อนที่จะนำไปสับให้ละเอียด

2.3.2 นำแป้งมัน เกลือป่น พริกไทยป่น น้ำตาลทรายมาผสมให้เข้ากันดี

2.3.3 นำแป้งที่ผสมแล้ว 1 ถ้วยตวง นวดกับน้ำเดือดก่อนเพื่อเป็นเชื้อ แล้วจึงค่อยเติมน้ำมันปาล์ม 1 ถ้วยตวง และแป้ง นวดจนเหนียวเป็นเนื้อเดียวกันจนกระทั่งหมดส่วนผสม นานประมาณ 20 นาที

2.3.4 นำแป้งและปลาที่ผสมเครื่องเทศเรียบร้อยแล้วมาปั้นเป็นแท่งกลมยาว และนำไปต้ม จากนั้นก็นำมาตากลม แล้วหั่นเป็นชิ้นบางๆ นำมาบรรจุภัณฑ์พร้อมจำหน่าย

3.กลุ่มบ้านบุญกาสนอ สินค้าที่ผลิตได้แก่ กะลามะพร้าวและกรรณก

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ข้อมูลเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2553 และวันที่ 11 พฤศจิกายน 2553 ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ นายรุสดี ภูโน สถานะที่สัมภาษณ์ ได้แก่ ที่ทำการผลิต ม.4 ต.ตะปอเยาะ อ.ยี่งอ จ.นราธิวาส

จากการที่สัมภาษณ์ข้อมูลโดยทั่วไป แสดงรายละเอียดดังนี้



3.1 ที่ตั้งและประวัติความเป็นมา

กลุ่มบ้านบุญกาสนอ ที่ตั้ง 41/2 หมู่ที่ 4 ตำบลตะปอเยาะ อำเภอ ยี่งอ จังหวัดนราธิวาส เนื่องจากจังหวัดนราธิวาส มีมะพร้าวเป็นไม้ยืนต้นที่มีพื้นที่ปลูกรองลงมาจาก ยางพารา และลองกอง มีพื้นที่ให้ผลผลิตรวม 77,573 ไร่ คิดเป็นมูลค่ามากกว่า 348 ล้านบาท/ปี กศน.อำเภอ ยี่งอ ได้เข้าไปจัดเวทีสำรวจปัญหา และความต้องการของกลุ่มเยาวชน พบว่ากลุ่ม เยาวชนมีความสนใจและต้องการนำวัสดุจากกะลามะพร้าวและไม้ยางพาราในท้องถิ่นมาประดิษฐ์ เป็นผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวและกรรณก เพื่อเป็นสินค้าจำหน่ายและเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่ สามารถประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เพื่อจำหน่ายทำให้เกิดรายได้เสริม จึงได้ตั้งกลุ่มเพื่อฝึกอบรม และทำผลิตภัณฑ์ในระยะแรก กศน.อำเภอ ยี่งอ ได้เข้าไปจัดตั้งกลุ่ม โดยนายอนันต์ คีรี เป็น ประธานกลุ่ม และได้จัดกระบวนการเรียนรู้จนสามารถเป็นกลุ่มพัฒนาอาชีพที่เข้มแข็ง มีการเรียนรู้ และพัฒนาจนถึงปัจจุบันอย่างไม่หยุดยั้ง

3.2 วัตถุดิบที่ใช้กรณีผลิตกะลามะพร้าว วัตถุดิบที่ใช้ประกอบด้วย

3.2.1 กะลามะพร้าว กระดาษสา กระดาษขาว

3.2.2 ไม้กรอบรูป ไม้อัด ไม้ทั่วไป ตอไม้

3.2.3 กระจก เพชร ตะขอเหล็ก สเปร์ย แลคเกอร์

3.2.4 ทินเนอร์ น้ำมันเคลือบแข็งเนื้อไม้

สำหรับการผลิตกรงนก วัตถุดิบที่ใช้ประกอบด้วย

ไม้ยางพารา

กระดาษทราย

แลคเกอร์

น้ำมันเคลือบ

3.3 กระบวนการผลิต

สำหรับการผลิตกะลามะพร้าว ชัดกะลามะพร้าวให้เรียบและเขียนลวดลายลงบนกะลามะพร้าวตามรูปแบบต่างๆ และชุดลวดลายต่างๆให้ขึ้นเป็นร่อง หลังจากนั้น แกะฉลุกะลามะพร้าวออกเป็นชิ้นๆ ตามที่เขียนลวดลายไว้ และขัดด้วยกระดาษทรายให้เรียบ จากนั้นติดชิ้นส่วนกะลามะพร้าวด้วยการร้อยบนกระดาษไม้อัดเป็นรูปทรงต่างๆ ตามที่ออกแบบไว้ ขั้นสุดท้าย ตกแต่งชิ้นส่วนโดยการใส่กรอบรูปและทาแลคเกอร์ ตีราคาจำหน่าย

สำหรับขั้นตอนการกระบวนการผลิตกรงนก นำไม้ยางพาราหรือไม้เสก ตัดตามขนาดที่ต้องการ แล้วนำมาขัดด้วยกระดาษทราย อาจจะเพิ่มลวดลายตามความต้องการแล้วนำมาเจาะรูด้วยสว่านตาเล็ก เจาะทะลุเส้นให้รับกัน เพื่อไว้เสียบร้อยกรง ตามความเล็กใหญ่ของกรง

สถานการณ์ด้านการตลาด

การตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เมื่อพิจารณาทางด้านความเหมาะสมของชนิดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ พบว่า วิสาหกิจชุมชนโดยส่วนใหญ่เห็นว่ารูปแบบของผลิตภัณฑ์ยังไม่เหมาะสม เนื่องจากมีชนิดและรูปแบบน้อยไป เช่น การผลิตเสื้อสตรี ชุดวิวาห์ หมวกกะปิเยาะ ผ้าบาติก และนอกจากนี้ผู้ผลิตยังไม่มีทักษะพอที่จะคิดรูปแบบชนิดใหม่ๆ เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า สำหรับการใช้ตรายี่ห้อ นั้น พบว่าส่วนใหญ่มีการติดตรายี่ห้อ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนบางกลุ่มได้รับคัดเลือกเป็นสินค้า OTOP สำหรับทางด้านความแตกต่างของสินค้าที่ผลิตได้ พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ลักษณะความโดดเด่น ยังเหมือนๆ กัน รูปแบบใกล้เคียงกันและราคาก็แตกต่างกันไม่มากนัก

เมื่อพิจารณาหลังจากการขายสินค้าแล้ว พบว่าผู้ผลิตเกือบทุกรายได้รับการคืนสินค้าน้อยมาก ทั้งนี้เนื่องจากผู้ผลิตทำการขายสินค้าด้วยเงินสด ซึ่งจะไม่รับสินค้าคืน มีเพียง 9 ราย ที่พ่อค้าส่งคืนกลับมา เพราะว่าลักษณะของผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ เช่น เสื้อสตรี หมวกกะปิเยาะ เนื่องจากการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า กลุ่มผลิตจดยรายละเอียดไม่ชัดเจน จึงทำให้เกิดข้อผิดพลาด แต่คิดเป็นสัดส่วนเพียง 3% ของสินค้าที่ส่งไปขาย นอกจากนี้การขายส่วนใหญ่เป็นการขายส่งและขายปลีก โดยปริมาณขายส่งมีสัดส่วนมากกว่าการขายปลีก อย่างไรก็ตามผู้ผลิตส่วนใหญ่ทำการผลิตสินค้าออกมาก่อนแล้วจึงขาย เนื่องจากวัตถุดิบมีเพียงพอ และแรงงานพร้อมที่จะทำการผลิต และมั่นใจว่าจะขายได้ บางกลุ่มให้เหตุผลว่าเมื่อมีงานและเทศกาลต่างๆ จะผลิตไม่ทันจึงต้องทำการผลิตล่วงหน้า ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นทุกกลุ่มมีการขายให้กับพ่อค้าคนกลาง โดยที่พ่อค้าคนกลางจะเข้ามารับซื้อถึงแหล่งผลิต รวมทั้งกลุ่มผู้ผลิตนำผลผลิตไปขายให้กับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง บางรายขายให้กับพ่อค้าคนกลางต่างจังหวัด โดยขนส่งทางรถยนต์หรือรถไฟ เช่น กลุ่มบ้านกะมียอ กลุ่มแม่บ้านบาโง นอกจากนี้ทางกลุ่มอาจนำสินค้าไปตระเวนขายเอง หรือออกร้านตามงานต่างๆ เช่นกลุ่มแม่บ้านป่าหวัง กลุ่มแม่บ้านปะนาเระ และกลุ่มแม่บ้านยามูแรน ซึ่งนับว่าเป็นช่องทางหนึ่งที่กลุ่มผู้ผลิตนิยมใช้กัน อย่างไรก็ตามการนำสินค้าไปออกร้านเองนี้ จะมีค่าขนส่งเกิดขึ้น เสียค่าใช้จ่ายประมาณ 200-400 บาท ต่อครั้ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะทางจากแหล่งผลิตไปยังสถานที่จำหน่าย

เมื่อพิจารณาทางด้านราคาขายนั้น กลุ่มผู้ผลิตโดยส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามี ความเหมาะสมบางชนิดเท่านั้น กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์บางอย่าง เช่น หมวกกะปิเยาะ ผ้าบาติก เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุน คุณภาพและราคาขายของสินค้าประเภทเดียวกันจากแหล่งอื่น ราคาที่ได้รับควรจะสูงกว่าราคาที่เป็นอยู่ สำหรับการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปริมาณ

ร้อยละ 70 ไม่มีการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากเป็นการขายส่ง และมีลูกค้าที่แน่นอนอยู่แล้ว เช่น กลุ่มแม่บ้านป้าหวัง กลุ่มแม่บ้านยามูแวนเน กลุ่มบ้านบลูกาสนอ ส่วนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่นๆ มีการส่งเสริมการตลาด โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น การแจกนามบัตรให้ลูกค้าเมื่อมีการขายหรือออกร้านบางกลุ่มมีการโฆษณาโดยผ่านทางวิทยุกระจายเสียง และทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านสตรีกรงปินัง กลุ่มบ้านบาโง และกลุ่มแม่บ้านกะมียอ โดยหน่วยงานของรัฐในพื้นที่เป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ เมื่อพิจารณาถึงการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของตนพบว่าส่วนใหญ่ทราบว่าการบอกต่อๆ กันไปของลูกค้า และจากการออกร้านซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ไปในตัว

สำหรับด้านคุณภาพของสินค้าของสินค้าพบว่า ผู้ผลิตทุกรายมองสินค้าของตนว่ามีคุณภาพปานกลางถึงดี และราคาไม่แพง ทั้งนี้เนื่องจากส่วนหนึ่งผู้ผลิตบางรายได้รับคัดเลือกให้เป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการเป็นสินค้าของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เมื่อสอบถามถึงคู่แข่งพบว่า มีคู่แข่งในพื้นที่หรือจากตำบลอื่น แต่เป็นคู่แข่งรายเดิม โดยกลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่คิดว่าคู่แข่งมีทักษะ ในการผลิตปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากผู้ผลิตเคยเห็นสินค้าของผู้ผลิตรายอื่นและสามารถประเมินถึงทักษะในการผลิตได้อย่างดี สำหรับด้านทักษะและการจัดฝึกอบรมนั้น กลุ่มผู้ผลิตที่เคยได้รับการอบรมกับกลุ่มผู้ผลิตที่ไม่เคยได้รับการอบรมมีจำนวนเท่ากัน กลุ่มที่ได้รับการอบรมโดยส่วนใหญ่มาจากการประสานงานกับภาครัฐ เช่น จากกรมพัฒนาชุมชน สำนักงานการเกษตร การฝึกอบรมดังกล่าว มักดำเนินการเป็นช่วงสั้นๆ ในระยะเวลา 1-2 วัน เมื่อได้รับการอบรมแล้ว ผู้ผลิตหรือผู้นำกลุ่มจะคิดดัดแปลงและประยุกต์รูปแบบผลิตภัณฑ์และวิธีการให้แตกต่างไปจากเดิม และผลจากการฝึกอบรมนั้น ผู้ได้รับการอบรมมีความเห็นว่าได้ประโยชน์ต่อกลุ่มเป็นอย่างมาก เมื่อพิจารณาทางด้านความช่วยเหลือที่ต้องการจากการภาครัฐพบว่าทุกกลุ่มมีความต้องการ โดยส่วนใหญ่มีความต้องการด้านวิชาการเพื่อต่อยอดองค์ความรู้ต่างๆ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ความรู้ด้านการตลาด ซึ่งต้องการให้ผู้เชี่ยวชาญจัดฝึกอบรม เพื่อสร้างความรู้และทักษะด้านต่างๆ ที่แตกต่างจากเดิม ในขณะที่บางรายต้องการด้านเงินทุนและอุปกรณ์ต่างๆ ในการผลิต เช่น กลุ่มแม่บ้านป้าหวัง ยังขาดเครื่องมือในการอบกล้วยและทุเรียน

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้า

สำหรับการวิเคราะห์ สภาพการแข่งขันทางการค้าของวิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แสดงข้อมูลจำแนกตามจังหวัดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 สภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา ปี 2553

ชื่อกลุ่ม รายการวิเคราะห์	วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านสตรี กรงปินัง	วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านปাহวัง	วิสาหกิจชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน คูหาमुख
	ระดับการแข่งขัน	ระดับการแข่งขัน	ระดับการแข่งขัน
แรงผลักดันจาก นักลงทุนรายใหม่	น้อยมาก	น้อยมาก	น้อยมาก
แรงผลักดันจาก อำนาจต่อรองของผู้ ไปอนวัตถุดิบ	น้อย	มาก	มาก
แรงผลักดันจาก สินค้าอื่นที่ใช้ ทดแทนได้	มาก	น้อย	น้อย
แรงผลักดันจาก อำนาจต่อรองของ กลุ่มผู้ซื้อ	มาก	น้อย	น้อย
แรงผลักดันจาก ระดับความเข้มข้น ของการแข่งขัน ภายในธุรกิจ เดียวกัน	น้อยมาก	น้อยมาก	น้อยมาก

จากตารางที่ 4.1 เมื่อวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา เกี่ยวกับแรงผลักดันจากนักลงทุนรายใหม่ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผลกระทบจากการลงทุนของนักลงทุนรายใหม่มีน้อยมาก สืบเนื่องจากสภาพแวดล้อมความไม่ปลอดภัยในเขตภาคใต้ ทำให้มีนักลงทุนรายใหม่เกิดขึ้นน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย ซึ่งประเด็นนี้อาจทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดยะลาไม่สามารถเปรียบเทียบข้อมูลกับคู่แข่งได้

เมื่อวิเคราะห์แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดยะลา พบว่า วิสาหกิจกลุ่มแม่บ้านสตรีกรงปินัง ผลิตเสื้อสตรี มีแรงผลักดันจากผู้ป้อนวัตถุดิบน้อย เนื่องจาก ผ้าที่ใช้ตัดเสื้อสตรีนั้น สามารถหาได้จากหลายแหล่ง ไม่ว่าจะเป็นในจังหวัดหรือต่างจังหวัด สำหรับวิสาหกิจกลุ่มแม่บ้านปาหัง ผลิตกล้วยหินฉาบ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบมีสูง เนื่องจากกล้วยที่ใช้เป็นกล้วยหินเป็นวัตถุดิบที่หายากในท้องถิ่น อีกทั้งกล้วยหินมักปลูกในสวนไถลบ้านทำให้ไม่สะดวกในการไปตัดกล้วย ดังนั้น เมื่อกล้วยมีน้อย ผู้ส่งกล้วยจึงมีอำนาจในการต่อรองราคาได้สูง เช่นเดียวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคูหามุข วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต ถั่วลิสง ซึ่งผู้ขายถั่วลิสงมีน้อยราย จึงมีอำนาจต่อรองเรื่องราคาจำหน่ายวัตถุดิบได้

เมื่อวิเคราะห์แรงผลักดันจากสินค้าอื่นที่ใช้ทดแทนได้ ผลการวิเคราะห์ พบว่า วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านสตรีกรงปินัง ได้รับผลกระทบจากแรงผลักดันจากสินค้าอื่นที่ใช้ทดแทนสูง เนื่องจาก เสื้อผ้าสตรีมีจำนวนมาก หลายรูปแบบ หลากหลายราคา ทำให้ผู้ซื้อสามารถเลือกสินค้าตัวอื่นมาทดแทนได้มาก ซึ่งต่างจากกลุ่มแม่บ้านปาหัง ซึ่งผลิตกล้วยหินฉาบ และทุเรียนทอด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคูหามุข ซึ่งผลิตถั่วอบเนย ได้รับผลกระทบจากแรงผลักดันจากสินค้าอื่นที่ใช้ทดแทนน้อย เนื่องจากผู้บริโภคจะบริโภคสินค้าอื่นแทนได้ยาก

สำหรับการวิเคราะห์ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อ กรณีกลุ่มแม่บ้านสตรีกรงปินัง ผลิตเสื้อสตรี กลุ่มผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองราคาได้มาก เนื่องจากผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าอื่นทดแทนได้ สำหรับกลุ่มแม่บ้านปาหัง ผลิตกล้วยหินฉาบ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคูหามุข ซึ่งผลิตถั่วอบเนย มีแรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อน้อยเนื่องจากเป็นสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบที่หายากในท้องถิ่นและมีของจำนวนน้อย นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ แรงผลักดันจากรดับความเข้มข้นของการแข่งขันภายในธุรกิจเดียวกัน พบว่าทั้งสามวิสาหกิจมีการแข่งขันกันน้อยมาก เนื่องจากอุปสรรคจากคู่แข่งรายอื่นที่จะเข้ามาแทนที่หรือเพิ่มแหล่งผลิตมีน้อยมาก สืบเนื่องจากสาเหตุ ความไม่ปลอดภัยในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ตารางที่ 4.2 สภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดปัตตานี ปี 2553

ชื่อกลุ่ม รายการวิเคราะห์	วิสาหกิจชุมชน กลุ่มบ้านกะมียอ	วิสาหกิจชุมชน กลุ่มบุญดูสายบุรี	วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านปะนาเระ
	ระดับการแข่งขัน	ระดับการแข่งขัน	ระดับการแข่งขัน
แรงผลักดันจาก นักลงทุนรายใหม่	น้อย	น้อย	น้อย
แรงผลักดันจาก อำนาจต่อรองของผู้ ป้อนวัตถุดิบ	น้อย	มาก	มาก
แรงผลักดันจาก สินค้าอื่นที่ใช้ ทดแทนได้	น้อย	น้อย	น้อย
แรงผลักดันจาก อำนาจต่อรองของ กลุ่มผู้ซื้อ	มาก	มาก	มาก
แรงผลักดันจาก ระดับความเข้มข้น ของการแข่งขัน ภายในธุรกิจ เดียวกัน	น้อยมาก	น้อยมาก	น้อยมาก

จากตารางที่ 4.2 เมื่อวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดปัตตานีเกี่ยวกับ แรงผลักดันจากนักลงทุนรายใหม่ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผลกระทบจากการลงทุนของนักลงทุนรายใหม่มีน้อยทั้งสามกลุ่ม สืบเนื่องจากสภาพแวดล้อมความไม่ปลอดภัยในเขตภาคใต้ ทำให้มีนักลงทุนรายใหม่เกิดขึ้นน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย ซึ่งประเด็นนี้อาจทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถเปรียบเทียบข้อมูลกับคู่แข่งได้

เมื่อวิเคราะห์แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปัตตานี พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มบ้านกะมียอ ผลิตภัณฑ์เยาะ มีแรงผลักดันจากผู้ป้อนวัตถุดิบน้อย เนื่องจากผ้าสำหรับผลิตหมวกสามารถหาได้จากผู้ขายวัตถุดิบหลายรายและสามารถจัดหาวัตถุดิบได้ง่ายและไม่ขาดแคลนวัตถุดิบ สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มบุญดูสายบุรี ผลิตน้ำบูดู และกลุ่มแม่บ้านปะนาเระ ซึ่งผลิตข้าวเกรียบปลากรอบ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบสูง เนื่องจากปลาที่ใช้เป็นวัตถุดิบมีขายเป็นบางฤดูกาล ดังนั้น เมื่อวัตถุดิบมีน้อย ผู้ขายจึงมีอำนาจในการต่อรองราคาได้สูง

เมื่อวิเคราะห์แรงผลักดันจากสินค้าอื่นที่ใช้ทดแทนได้ ผลการวิเคราะห์ พบว่า วิสาหกิจชุมชน กลุ่มบ้านกะมียอ ผลิตภัณฑ์เยาะ กลุ่มบุญดูสายบุรี ผลิตน้ำบูดู และกลุ่มแม่บ้านปะนาเระ ซึ่งผลิตข้าวเกรียบปลากรอบ ได้รับผลกระทบจากแรงผลักดันจากสินค้าอื่นที่ใช้ทดแทนน้อย เนื่องจาก ผลิตภัณฑ์ทั้งสามอย่างมีลักษณะความเป็นเฉพาะของตัวสินค้า เช่น หมวกเยาะ ผู้บริโภคจะใช้หมวกอื่นแทนไม่ได้ เนื่องจากเป็นหมวกที่ใช้ประกอบทางศาสนาอิสลาม

สำหรับการวิเคราะห์ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อ กรณีกลุ่มกลุ่มบ้านกะมียอ ผลิตภัณฑ์เยาะ กลุ่มบุญดูสายบุรี ผลิตน้ำบูดู และกลุ่มแม่บ้านปะนาเระ ซึ่งผลิตข้าวเกรียบปลากรอบ กลุ่มผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองราคาได้มาก เนื่องจากผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าแหล่งนี้จากผู้ขายรายอื่นได้ นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ แรงผลักดันจากระดับความเข้มข้นของการแข่งขันภายในธุรกิจเดียวกัน พบว่าทั้งสามวิสาหกิจมีการแข่งขันกันน้อยมาก เนื่องจากอุปสรรคจากคู่แข่งรายอื่นที่จะเข้ามาแทนที่หรือเพิ่มแหล่งผลิตมีน้อยสืบเนื่องจากสาเหตุความไม่ปลอดภัยในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ตารางที่ 4.3 สภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนราธิวาส ปี 2553

ชื่อกลุ่ม รายการวิเคราะห์	วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านบาโง	วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านยามูแรน	วิสาหกิจชุมชน กลุ่มบ้าน บลูกาสนอก
	ระดับการแข่งขัน	ระดับการแข่งขัน	ระดับการแข่งขัน
แรงผลักดันจาก นักลงทุนรายใหม่	น้อย	น้อย	น้อย
แรงผลักดันจาก อำนาจต่อรองของผู้ ไปอนวัตถุดิบ	มาก	มาก	มาก
แรงผลักดันจาก สินค้าอื่นที่ใช้ ทดแทนได้	น้อย	มาก	น้อย
แรงผลักดันจาก อำนาจต่อรองของ กลุ่มผู้ซื้อ	มาก	น้อย	น้อย
แรงผลักดันจาก ระดับความเข้มข้น ของการแข่งขัน ภายในธุรกิจ เดียวกัน	น้อย	น้อย	น้อย

จากตารางที่ 4.3 เมื่อวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนราธิวาส เกี่ยวกับ แรงผลักดันจากนักลงทุนรายใหม่ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผลกระทบจากการลงทุนของนักลงทุนรายใหม่มีน้อยทั้งสามกลุ่ม สืบเนื่องจากสภาพแวดล้อมความไม่ปลอดภัยในเขตภาคใต้ ทำให้มีนักลงทุนรายใหม่เกิดขึ้นน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย ซึ่งประเด็นนี้อาจทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถเปรียบเทียบข้อมูลกับคู่แข่งได้

เมื่อวิเคราะห์แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนราธิวาส พบว่า วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตผ้าบาติก ข้าวเกรียบ และกะลามะพร้าวอีกทั้งทรงนก มีแรงผลักดันจากผู้ป้อนวัตถุดิบมาก เนื่องจากวัตถุดิบบางอย่างต้องสั่งซื้อเป็นการเฉพาะ เนื่องจากเน้นคุณภาพ และชนิดของผ้าที่นำมาผลิตสามารถทำตลาดขายบาติกได้ดี นอกจากนี้ข้าวเกรียบปลาบางฤดูกาลที่ปลามีน้อย ทำให้ผู้ขายวัตถุดิบต่อรองราคาได้มาก

เมื่อวิเคราะห์แรงผลักดันจากสินค้าอื่นที่ใช้ทดแทนได้ ผลการวิเคราะห์ พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตข้าวเกรียบปลา ได้รับผลกระทบจากแรงผลักดันจากสินค้าอื่นที่ใช้ทดแทนสูง เนื่องจาก ผู้ซื้อสามารถเปลี่ยนไปซื้อข้าวเกรียบชนิดอื่นแทนได้ เมื่อข้าวเกรียบปลาราคาปลาแพงหรือสินค้าขาดตลาด สำหรับวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตผ้าบาติกและผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวรวมทั้งทรงนก เกิดแรงผลักดันจากสินค้าอื่นที่ใช้ทดแทนน้อย เนื่องจากผู้ซื้อที่ชอบผ้าบาติกจะตั้งใจซื้อผ้าบาติกโดยตรง จะไม่ซื้อผ้าชนิดอื่นแทนผ้าบาติก เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวลูกค้าที่ซื้อให้เหตุผลว่า ลวดลายจากกะลามะพร้าวมีความงดงามมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับวัสดุชนิดอื่นไม่ได้

สำหรับการวิเคราะห์ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อ วิสาหกิจชุมชนของจังหวัดนราธิวาสทั้งสามกลุ่ม กลุ่มผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองราคาได้น้อย เนื่องจากผู้ซื้อไม่สามารถซื้อสินค้าอื่นทดแทนได้ นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ แรงผลักดันจากระดับความเข้มข้นของการแข่งขันภายในธุรกิจเดียวกัน พบว่าทั้งสามวิสาหกิจมีการแข่งขันกันน้อยมาก เนื่องจากอุปสรรคจากคู่แข่งรายอื่นที่จะเข้ามาแทนที่หรือเพิ่มแหล่งผลิตมีน้อยมากสืบเนื่องจากสาเหตุความไม่ปลอดภัยในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

การวิเคราะห์ศักยภาพความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน

จากการศึกษาระดับ หรือความเข้มแข็งของกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งประกอบด้วย ทิศทางวิสาหกิจชุมชน การวางแผนดำเนินงาน การบริหารตลาด การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร การบริหารสมาชิก กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ และประเมินผลการดำเนินงาน ผลการวิเคราะห์แสดงข้อมูลดังตารางต่อไปนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ปี 2553
ด้านทิศทางวิสาหกิจชุมชน

ประเด็นการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
มิติทิศทางวิสาหกิจชุมชน	
1. การกำหนดทิศทางของวิสาหกิจ	
1) การกำหนดเป้าหมายและทิศทาง	ดีมาก
2) การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการกำหนดเป้าหมายและทิศทาง	ปานกลาง
2. การดำเนินการของวิสาหกิจชุมชน	
1) การกำหนดโครงสร้างบริหารองค์กรและการแบ่งหน้าที่	ดีมาก
2) การกำหนดกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ	ดีมาก
3) จัดบันทึกการเงินและบัญชี	ปานกลาง
4) การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่นๆ แก่สมาชิก	ปานกลาง
3. การบริหารจัดการทุนและผลประโยชน์	
1) การบริหารจัดการและผลประโยชน์	ปานกลาง
2) การจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ระหว่างสมาชิก	ดี
4. การทบทวนผลการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชน	
1) การทบทวนผลการดำเนินการ	ดี
2) การนำปัญหาในการดำเนินการไปแก้ไขปรับปรุง	ปานกลาง
5. ความรับผิดชอบต่อชุมชน	
1) การดำเนินการอย่างมีจริยธรรม การกำหนดเป้าหมายด้านจริยธรรม	ดี
2) ความรับผิดชอบต่อสาธารณะในด้านใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	ดี
3) การให้การสนับสนุนต่อชุมชน ในด้านการบำเพ็ญประโยชน์และการบริจาคเพื่อสาธารณะ	ดี
4) การจัดสรรรายได้เพื่อเป็นสวัสดิการชุมชน	ดี

จากตารางที่ 4.4 ข้อมูลที่วัดระดับศักยภาพหรือความเข้มแข็ง ในมิติทิศทางของวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย การบริหารองค์กรซึ่งจำแนกเป็น การกำหนดทิศทางการดำเนินการ การบริหารจัดการทุนและผลประโยชน์ การทบทวนผลการดำเนินการ และความรับผิดชอบต่อชุมชน ซึ่งจำแนกเป็น การดำเนินการอย่างมีจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ การสนับสนุนชุมชนและการจัดสรรรายได้เพื่อเป็นสวัสดิการชุมชน โดยเฉลี่ยแล้วศักยภาพอยู่ในระดับเกณฑ์ดี

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ปี 2553
ด้านการวางแผนดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

ประเด็นการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
มิติการวางแผนดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน	
1 กระบวนการและเป้าหมายในการจัดทำแผนการดำเนินงาน	
1.1 กระบวนการจัดทำแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน	
1) การเก็บรวบรวมข้อมูล	ปานกลาง
2) การวิเคราะห์ข้อมูล	ปานกลาง
3) การทำแผนแบบมีส่วนร่วม	ปานกลาง
1.2 เป้าหมายของแผน	
1) การกำหนดเป้าหมายของแผน เติบโตปริมาณและเชิงคุณภาพ	ดีมาก
2 การจัดทำแผนปฏิบัติการและการถ่ายทอดแผนเพื่อนำไปปฏิบัติ	
1) การจัดทำแผนปฏิบัติงาน	ปานกลาง
2) การถ่ายทอดแผนแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง	ปานกลาง
3) การปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้	ปานกลาง
4) การควบคุมแผนและการปรับแผน	ปานกลาง
5) การคาดการณ์ความสำเร็จของแผน	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 ข้อมูลที่วัดระดับศักยภาพหรือความเข้มแข็งในมิติการวางแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วยกระบวนการและเป้าหมายในการจัดทำแผนการดำเนินงานซึ่งจำแนกเป็น การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การทำแผนแบบมีส่วนร่วม เป้าหมายของแผน การจัดทำแผนปฏิบัติการและการถ่ายทอดแผนเพื่อนำไปปฏิบัติ จำแนกเป็นการจัดทำแผนปฏิบัติงาน ถ่ายทอดแผนแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ ควบคุมแผนและการปรับแผนและการคาดการณ์ความสำเร็จของแผน โดยเฉลี่ยแล้วศักยภาพอยู่ในระดับเกณฑ์ปานกลาง

ตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเขตสามจังหวัดชายแดน ปี 2553
ด้านการบริหารการตลาด

ประเด็นการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
มิติการบริหารตลาด	
1) การกำหนดแหล่งจำหน่าย/แหล่งบริการ/ลูกค้าเป้าหมาย	ดี
2) การติดตามข้อมูล ความต้องการของลูกค้า และตลาด	ดี

จากตารางที่ 4.6 ข้อมูลที่วัดระดับศักยภาพหรือความเข้มแข็ง ในมิติการบริหารการตลาด ประกอบด้วยการกำหนดแหล่งจำหน่าย แหล่งบริการลูกค้าเป้าหมาย การติดตามข้อมูล ความต้องการของลูกค้าและตลาดโดยเฉลี่ยแล้ว ศักยภาพอยู่ในระดับเกณฑ์ดี

ตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเขตสามจังหวัดชายแดน ปี 2553
ด้านการจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร

ประเด็นการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
มิติการจัดการความรู้ และข้อมูลข่าวสาร การจัดการความรู้ 1) การรวบรวม ถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) การแสวงหาความรู้ใหม่ 3) การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ความพร้อมการใช้งานของข้อมูล 1) ระบบการจัดเก็บข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน 2) การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก เครือข่าย และ บุคคลภายนอก	ดีมาก ดี ดีมาก ดี ดี

จากตารางที่ 4.7 ข้อมูลที่วัดระดับศักยภาพหรือความเข้มแข็งในมิติการจัดการความรู้ และข้อมูลข่าวสาร ประกอบด้วยการจัดการความรู้ซึ่งจำแนกเป็นการรวบรวมถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาท้องถิ่น การแสวงหาความรู้ใหม่ การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ความพร้อมการใช้งานของข้อมูลจำแนกเป็น ระบบการจัดเก็บข้อมูลและการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกและบุคคลภายนอก โดยเฉลี่ยแล้วศักยภาพอยู่ในระดับดี

ตารางที่ 4.8 การวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเขตสามจังหวัดชายแดน ปี 2553
ด้านการบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

ประเด็นการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
นิติการบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 1) การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิก 2) การพัฒนาผู้นำและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 3) การสร้างขวัญ กำลังใจ ความพึงพอใจและแรงจูงใจ 4) การประเมินผลการปฏิบัติงานของสมาชิก	ดีมาก ดี ดี ดี

จากตารางที่ 4.8 ข้อมูลที่วัดระดับศักยภาพหรือความเข้มแข็ง ในนิติการบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิก การพัฒนาผู้นำและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน การสร้างขวัญกำลังใจ ความพึงพอใจและแรงจูงใจ รวมทั้งการประเมินผลการปฏิบัติงานของสมาชิก โดยเฉลี่ยแล้วศักยภาพอยู่ในระดับเกณฑ์ดี

ตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเขตสามจังหวัดชายแดน ปี 2553
ด้านกระบวนการจัดการสินค้าและบริการ

ประเด็นการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
นิติกระบวนการจัดการสินค้าและบริการ 1) การบริหารให้เกิดความเชื่อมโยงกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน 2) ผลิตภัณฑ์ และระบบที่ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ 3) การควบคุมระบบงาน ป้องกันความผิดพลาดในระบบงาน ปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	ปานกลาง ปานกลาง ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 ข้อมูลที่วัดระดับศักยภาพหรือความเข้มแข็ง ในมิติกระบวนการจัดการสินค้าและบริการ ประกอบด้วยการบริหารให้เกิดความเชื่อมโยงกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ และระบบที่ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ การควบคุมระบบงานป้องกันความผิดพลาดในระบบงานปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยแล้ว ศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.10 การประเมินผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ปี 2553

ประเด็นการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
มิติผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน	
1. ด้านประสิทธิผลตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน	
1) ลดรายจ่าย	ปานกลาง
2) เพิ่มรายได้	ปานกลาง
3) มีคุณภาพชีวิต พึ่งตนเองได้	ดี
2. ด้านคุณภาพสินค้าและบริการ	
1) คุณภาพความปลอดภัย	ดี
2) การสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ	ปานกลาง
3. ด้านประสิทธิภาพของการดำเนินงาน	
1) ลดต้นทุน	ปานกลาง
2) มีคุณภาพของระบบงาน	ปานกลาง
4. ด้านพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	
1) ความสำเร็จของแผน และกิจการ	ปานกลาง
2) ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากวิสาหกิจชุมชน	ดี
3) การเพิ่มศักยภาพและความสามารถของสมาชิก	ปานกลาง
4) ความพึงพอใจของสมาชิก	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 ข้อมูลที่นำมาศึกษาสร้างดัชนีหรือตัวชี้วัดระดับศักยภาพหรือความเข้มแข็ง ในมิติผลลัพธ์การดำเนินงาน ประกอบด้วย ประสิทธิภาพตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจำแนกเป็นด้านลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ มีคุณภาพชีวิตดี พึ่งตนเองได้ ด้านคุณภาพสินค้าและบริการ จำแนกเป็นคุณภาพความปลอดภัย และการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ ด้านประสิทธิภาพของการดำเนินงาน จำแนกเป็นลดต้นทุน และมีคุณภาพของระบบงาน ด้านพัฒนาวิสาหกิจชุมชน จำแนกเป็นความสำเร็จของแผนและกิจกรรม ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับ จากวิสาหกิจชุมชน การเพิ่มศักยภาพและความสามารถของสมาชิก และความพึงพอใจของสมาชิก ศักยภาพอยู่ในระดับเกณฑ์ปานกลาง

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้า สำหรับวิสาหกิจชุมชนในเขต จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการแข่งขันทางการค้าของวิสาหกิจชุมชน ในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และได้รวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชน 3 จังหวัด จังหวัดละ 3 กลุ่ม ประกอบด้วย จังหวัดยะลา ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านสตรีกรงปินัง กลุ่มแม่บ้าน ป่าหวัง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคูหาमुख จังหวัดปัตตานี ได้แก่ กลุ่มบ้านกะมียอ กลุ่มบุญดูสายบุรี และกลุ่มแม่บ้านปะนาเระ และจังหวัดนราธิวาส ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านบาโง กลุ่มแม่บ้านยามูแรน และกลุ่มบ้านบลูกาสนอ เกี่ยวกับการวิเคราะห์ สภาพการแข่งขันทางการค้า ดังนั้นสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะมีรายละเอียดดังนี้

สรุปผล

จากการศึกษาวิสาหกิจชุมชนของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักกัน อย่างแพร่หลาย และการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้าของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่ง แต่ละจังหวัดนั้นมีผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ แตกต่างกันไป เช่น จังหวัดยะลา ผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักกัน อย่างแพร่หลายของจังหวัดยะลา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสื้อสตรี เป็นผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มสตรีบ้านกรงปินัง เป็นผู้ผลิตให้กับลูกค้าที่ต้องการเสื้อผ้าตามแบบที่ต้องการ ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้เป็นชุดแต่งกายของชาว ไทยมุสลิมใช้สวมใส่ในเทศกาลต่างๆที่สำคัญของศาสนาอิสลาม และมีหลากหลายรูปแบบ มีความ ทันสมัยตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งผลิตภัณฑ์กล้วยหินฉาบและทุเรียนทอด เป็นผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มแม่บ้านป่าหวัง โดยชุมชนมีการนำกล้วยหินที่มีอยู่ในชุมชนมาแปรรูปให้มีลักษณะที่ แตกต่างจากท้องตลาด เป็นการสื่อให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนในเรื่องของการแปรรูป ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีรูปแบบที่แตกต่างกับผลิตภัณฑ์อื่น ผลิตภัณฑ์นี้ใช้รับประทานยามว่าง นอกจากกล้วยหินฉาบแล้ว ยังมีผลิตภัณฑ์ทุเรียนทอด ตลอดจนผลิตภัณฑ์ถั่วอบเนย ของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนคูหาमुख โดยชุมชนมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชน มาใช้ประโยชน์ อีกทั้งยัง ส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิม

สำหรับผลิตภัณฑ์จังหวัดปัตตานี มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หมวกกะปิเยาะ ผลิตภัณฑ์นี้เป็นหมวกที่ชาวไทยมุสลิมใช้สวมใส่ประกอบศาสนกิจ ชุมชนได้มีการพัฒนาลวดลาย ชนิดของผ้าและรูปทรงของหมวกกะปิเยาะอย่างต่อเนื่อง ทำให้

ผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย รูปทรงสวยงาม อีกทั้งผลิตภัณฑ์น้ำบูดู เป็นที่ชื่นชอบกันแพร่หลาย ชุมชนสายบุรีมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฉลาก รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย มีการปรับเปลี่ยนรสชาติของบูดูให้มีรสชาติหลากหลาย ชุมชนมีการคิดค้นสูตรการทำบูดูตลอด เพื่อให้ได้สูตรที่หลากหลาย การทำบูดูเป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญาของชุมชนอีกทางหนึ่ง ชุมชนมีการขยายตลาดมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ ใบปลิว หรือจากปากต่อปาก ทำให้คนทั่วไปรู้จักกันอย่างแพร่หลาย ตลอดจนผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลากรอบ ผลิตภัณฑ์นี้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย โดยชุมชนนำเอาผลิตภัณฑ์ที่มีในชุมชนมาแปรรูปให้ได้ผลิตภัณฑ์นี้ มีการปรับเปลี่ยนรสชาติบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ มีการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์ให้แพร่หลาย เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน

ผลิตภัณฑ์จังหวัดนราธิวาส มีผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนคิดค้นวิธีการทำลวดลายต่างๆ ที่ทันสมัย มีสีสันให้เลือกมากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกมีกระบวนการผลิต โดยการเตรียมลวดลาย แล้วลงผืนผ้า และระบายสี เพื่อให้ได้ลวดลายตามที่ต้องการ เพื่อใช้ในการสวมใส่ในเทศกาลต่างๆ อีกทั้งผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลา เป็นผลิตภัณฑ์ที่คนทั่วไปนิยมบริโภคกันมาก โดยใช้เป็นอาหารว่างและกับแกล้ม มีรสชาติอร่อย กรอบ มันๆ ชุมชนมีการคิดสูตรการทำข้าวเกรียบให้ได้ ข้าวเกรียบหลากหลายรสชาติ และได้คุณภาพที่อร่อยน่ารับประทาน ตลอดจนผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและกรงนก ชุมชนจะคิดรูปทรง ลวดลาย ประดับตกแต่งได้สวยงาม แตกต่างจากท้องตลาด การทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและกรงนกของชุมชนจะเน้นการนำวัสดุที่มีในชุมชนของตน การทำผลิตภัณฑ์นี้เป็นการสร้างรายได้ให้ชุมชน ช่วยเพิ่มศักยภาพของชุมชน และที่สำคัญเป็นการอนุรักษ์การทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและกรงนกให้มีการสืบสานต่อไปยังรุ่นลูกรุ่นหลาน

สำหรับสถานการณ์ทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า วิสาหกิจชุมชนโดยส่วนใหญ่เห็นว่ารูปแบบของผลิตภัณฑ์ยังไม่เหมาะสม เนื่องจากมีชนิดและรูปแบบน้อยไป เช่น การผลิตเสื้อสตรี ชุดวิวาห์ หมวกกะปิเยาะ ผ้าบาติก และนอกจากนี้ผู้ผลิตยังไม่มีทักษะพอที่จะคิดรูปแบบชนิดใหม่ๆ เพื่อให้เพียงพอับความต้องการของลูกค้า สำหรับทางด้านความแตกต่างของสินค้าที่ผลิตได้ พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ลักษณะความโดดเด่น ยังเหมือนๆ กัน รูปแบบใกล้เคียงกันและราคาก็แตกต่างกันไม่มากนัก เมื่อพิจารณาหลังจากการขายสินค้า พบว่าผู้ผลิตเกือบทุกรายได้รับการคืนสินค้าน้อยมา เนื่องจากผู้ผลิตทำการขายสินค้าด้วยเงินสด ซึ่งจะไม่รับคืนสินค้า มีเพียงบางส่วนเท่านั้น ที่พอค้าจะส่งคืนกลับมา เพราะลักษณะของผลิตภัณฑ์

ผิดรูปแบบ เช่น เสื้อสตรี หมวกกะปิเยาะ เนื่องจากกลุ่มผลิตจดยละเอียดจากลูกค้าไม่ชัดเจน จึงทำให้เกิดข้อผิดพลาดนอกจากนี้การขายส่วนใหญ่เป็นการขายส่งและขายปลีก โดยปริมาณขายส่งมีสัดส่วนมากกว่าการขายปลีก อย่างไรก็ตามผู้ผลิตส่วนใหญ่ทำการผลิตสินค้าออกมาก่อนแล้วจึงขาย เนื่องจากวัตถุดิบมีเพียงพอ และแรงงานพร้อมที่จะทำการผลิต และมั่นใจว่าจะขายได้ ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นทุกกลุ่มมีการขายให้กับพ่อค้าคนกลาง โดยพ่อค้าคนกลางจะเข้ามารับซื้อถึงแหล่งผลิต รวมทั้งกลุ่มผู้ผลิตนำผลผลิตไปขายให้กับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง บางรายขายให้กับพ่อค้าคนกลางที่ต่างจังหวัด เช่น กลุ่มบ้านกะมียอ กลุ่มบ้านบาโง นอกจากนี้ทางกลุ่มอาจนำสินค้าไปตระเวนขายเองหรือออกร้านตามงานต่างๆ เช่น กลุ่มแม่บ้านป่าหวัง กลุ่มแม่บ้านปะนาเระ และกลุ่มแม่บ้านยามูแรน ซึ่งนับว่าเป็นช่องทางหนึ่งที่กลุ่มผู้ผลิตนิยมใช้กัน

เมื่อพิจารณาทางด้านราคาขายนั้น กลุ่มผู้ผลิตมีความเห็นว่า มีความเหมาะสมบางชนิดเท่านั้น กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์บางอย่าง เช่น หมวกกะปิเยาะ ผ้าบาติก เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนคุณภาพและราคาขายของสินค้าประเภทเดียวกันจากแหล่งอื่น ราคาที่ได้รับควรจะสูงกว่าราคาที่เป็นอยู่ สำหรับการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบางส่วนไม่มีการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากเป็นการขายส่ง และมีลูกค้าที่แน่นอนอยู่แล้ว เช่น กลุ่มแม่บ้านป่าหวัง กลุ่มแม่บ้านยามูแรน กลุ่มบ้านบลูกาสนอ ส่วนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่นๆมีการส่งเสริมการตลาด โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น การแจกนามบัตรให้ลูกค้าเมื่อมีการขายหรือออกร้าน บางกลุ่มมีการโฆษณาโดยผ่านทางวิทยุกระจายเสียง ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านสตรีกรงปินัง กลุ่มบ้านบาโง และกลุ่มแม่บ้านกะมียอ โดยหน่วยงานของรัฐในพื้นที่เป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ เมื่อพิจารณาถึงการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของตนพบว่าส่วนใหญ่ทราบมาจากการบอกต่อๆ กันไปของลูกค้า และจากการออกร้านซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ไปในตัว

สำหรับด้านคุณภาพของสินค้าของสินค้าพบว่า ผู้ผลิตทุกรายมองสินค้าของตนว่ามีคุณภาพปานกลางถึงดี และราคาไม่แพง เนื่องจากส่วนหนึ่งผู้ผลิตบางรายได้รับคัดเลือกให้เป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการเป็นสินค้าของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เมื่อสอบถามถึงคู่แข่งพบว่า มีคู่แข่งในพื้นที่หรือจากตำบลอื่น แต่เป็นคู่แข่งรายเดิม โดยกลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่คิดว่าคู่แข่งมีทักษะ ในการผลิตปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากผู้ผลิตเคยเห็นสินค้าของผู้ผลิตรายอื่นและสามารถประเมินถึงทักษะในการผลิตได้อย่างดี สำหรับด้านทักษะและการจัดฝึกอบรมนั้น กลุ่มผู้ผลิตที่เคยได้รับการอบรมกับกลุ่มผู้ผลิตที่ไม่เคยได้รับการอบรมมีจำนวนเท่ากัน กลุ่มที่ได้รับการอบรมโดยส่วนใหญ่มาจากการประสานงานกับภาครัฐ เช่น จากกรมพัฒนาชุมชน สำนักงานการเกษตร

การฝึกอบรมดังกล่าว มักดำเนินการเป็นช่วงสั้นๆ เมื่อได้รับการอบรมแล้ว ผู้ผลิตหรือผู้นำกลุ่มจะ คิดดัดแปลงและประยุกต์รูปแบบผลิตภัณฑ์และวิธีการให้แตกต่างไปจากเดิม เมื่อพิจารณา ทางด้านความช่วยเหลือที่ต้องการจากการภาครัฐพบว่าทุกกลุ่มมีความต้องการ โดยส่วนใหญ่มี ความต้องการด้านวิชาการเพื่อต่อยอดองค์ความรู้ต่างๆ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ความรู้ ด้านการตลาด ซึ่งต้องการให้ผู้เชี่ยวชาญจัดฝึกอบรม เพื่อสร้างความรู้และทักษะด้านต่างๆ ที่แตกต่างจากเดิม ในขณะที่บางรายต้องการด้านเงินทุนและอุปกรณ์ต่างๆ ในการผลิต เช่น กลุ่ม แม่บ้านป่าหวัง ยังขาดเครื่องมือในการอบกล้วยและทุเรียน

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้าของวิสาหกิจชุมชน พบว่า สภาพการแข่งขัน ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา เกี่ยวกับแรงผลักดันจากนักลงทุนรายใหม่ พบว่า ผลกระทบ จากการลงทุนของนักลงทุนรายใหม่มีน้อยมาก เนื่องจากสภาพแวดล้อมความไม่ปลอดภัยในเขต ภาคใต้ ทำให้มีนักลงทุนรายใหม่เกิดขึ้นน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย ซึ่งประเด็นนี้อาจทำให้กลุ่ม วิสาหกิจชุมชนของจังหวัดยะลาไม่สามารถเปรียบเทียบข้อมูลกับคู่แข่งได้ การวิเคราะห์แรงผลักดัน จากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดยะลา พบว่า วิสาหกิจกลุ่ม แม่บ้านสตรีกรงปินัง ผลิตเสื้อสตรี มีแรงผลักดันจากผู้ป้อนวัตถุดิบน้อย เนื่องจาก ผ้าที่ใช้ตัด เสื้อสตรีนั้น สามารถหาได้จากหลายแหล่ง สำหรับวิสาหกิจกลุ่มแม่บ้านป่าหวัง ผลิตกล้วยหินฉาบ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบมีสูง เนื่องจากกล้วยที่ใช้เป็นกล้วยหินเป็นวัตถุดิบ ที่หายากในท้องถิ่น ผู้ส่งกล้วยจึงมีอำนาจในการต่อรองราคาได้สูง เช่นเดียวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คูหามุข วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต ถั่วลิสง ซึ่งผู้ขายถั่วลิสงมีน้อยราย จึงมีอำนาจต่อรองเรื่อง ราคาจำหน่ายวัตถุดิบได้

อีกทั้งสภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดปัตตานี เกี่ยวกับ แรงผลักดันจากนัก ลงทุนรายใหม่ พบว่า ผลกระทบจากการลงทุนของนักลงทุนรายใหม่มีน้อยทั้งสามกลุ่ม เนื่องจาก สภาพแวดล้อมความไม่ปลอดภัยในเขตภาคใต้ ทำให้มีนักลงทุนรายใหม่เกิดขึ้นน้อยมากหรือแทบ จะไม่มีเลย ซึ่งประเด็นนี้อาจทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถเปรียบเทียบข้อมูลกับคู่แข่งได้ การวิเคราะห์แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปัตตานี พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มบ้านกะมียอ ผลิตกะปิเยาะ มีแรงผลักดันจากผู้ป้อนวัตถุดิบน้อย เนื่องจากผ้าสำหรับผลิตหมวกสามารถหาได้จากผู้ขายวัตถุดิบหลายรายและสามารถจัดหาวัตถุดิบ ได้ง่ายและไม่ขาดแคลนวัตถุดิบ สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มบุญดูสายบุรี ผลิตน้ำบูดู และกลุ่ม แม่บ้านปะนาเระ ซึ่งผลิตข้าวเกรียบปลากรอบ แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบสูง เนื่องจากปลาที่ใช้เป็นวัตถุดิบมีขายเป็นบางฤดูกาล ดังนั้น เมื่อวัตถุดิบมีน้อย ผู้ขายจึงมีอำนาจ

ในการต่อรองราคาได้สูง

และสภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนราธิวาส เกี่ยวกับ แรงผลักดันจาก นักลงทุนรายใหม่ พบว่า ผลกระทบจากการลงทุนของนักลงทุนรายใหม่มีน้อยทั้งสามกลุ่ม เนื่องจากสภาพแวดล้อมความไม่ปลอดภัยในเขตภาคใต้ ทำให้นักลงทุนรายใหม่เกิดขึ้นน้อยมาก หรือแทบจะไม่มีเลย ซึ่งประเด็นนี้อาจทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถเปรียบเทียบข้อมูล กับคู่แข่งได้

การวิเคราะห์แรงผลักดันจากอำนาจต่อรองของผู้ป้อนวัตถุดิบของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด นราธิวาส พบว่า วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตผ้าบาติก ข้าวเกรียบ และกะลามาะพร้าวอีกทั้งทรงนก มีแรงผลักดันจากผู้ป้อนวัตถุดิบมาก เนื่องจาก วัตถุดิบบางอย่างต้องสั่งซื้อเป็นการเฉพาะ เนื่องจากเน้นคุณภาพ และชนิดของผ้าที่นำมาผลิต สามารถทำตลาดขายบาติกได้ดี นอกจากนี้ ข้าวเกรียบปลาบางฤดูกาลที่ปลามีน้อย ทำให้ขายวัตถุดิบต่อรองราคาได้มาก

การวิเคราะห์ศักยภาพความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย ทิศทางของ วิสาหกิจชุมชนซึ่งจำแนกเป็น การดำเนินการอย่างมีจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ การสนับสนุนชุมชนและการจัดสรรรายได้เพื่อเป็นสวัสดิการชุมชน โดยเฉลี่ยแล้ว ศักยภาพอยู่ใน ระดับเกณฑ์ดี อีกทั้งการวางแผนการดำเนินงาน เป็นการจัดทำแผนปฏิบัติงาน ถ่ายทอดแผนแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ ควบคุมแผนและการปรับแผนและการคาดการณ์ความสำเร็จ ของแผน โดยเฉลี่ยแล้วศักยภาพอยู่ในระดับเกณฑ์ปานกลาง ตลอดจนการบริหารตลาด ประกอบด้วย การกำหนดแหล่งจำหน่าย แหล่งบริการลูกค้าเป้าหมาย การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาดโดยเฉลี่ยแล้ว ศักยภาพอยู่ในระดับเกณฑ์ดี รวมทั้งการจัดการความรู้ และข้อมูลข่าวสาร เป็นการรวบรวมถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาท้องถิ่น การแสวงหา ความรู้ใหม่ การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ความพร้อมการใช้งานของข้อมูลจำแนกเป็น ระบบการ จัดเก็บข้อมูลและการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกเครือข่ายและบุคคลภายนอก โดยเฉลี่ยแล้วศักยภาพอยู่ในระดับดี สำหรับการบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน การพัฒนาผู้นำและ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน การสร้างขวัญ กำลังใจ ความพึงพอใจและแรงจูงใจ รวมทั้งการประเมินผล การปฏิบัติงานของสมาชิก โดยเฉลี่ยแล้วศักยภาพอยู่ในระดับเกณฑ์ดี และกระบวนการจัดการ สินค้าและบริการ เกิดความเชื่อมโยงกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์และระบบที่ก่อให้เกิด ผลิตภัณฑ์ การควบคุมระบบงานป้องกันความผิดพลาดในระบบงานปรับปรุงและพัฒนา อย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยแล้ว ศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง

อภิปรายผล

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้า สำหรับวิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ในกรณีที่พบว่า แรงผลักดันที่เกิดขึ้นจากนักลงทุนรายใหม่ ในจังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส มีน้อยมากนั้นมีผลเสียต่อกลุ่มธุรกิจ กล่าวคือ ทำให้กลุ่มวิสาหกิจขาดแรงเสริมในการพัฒนากลุ่มและผลิตภัณฑ์ เพราะไม่มีคู่แข่งให้เปรียบเทียบ ทำให้ผลิตสินค้า และจำหน่ายไปเรื่อยๆ ขาดเป้าหมายทางการตลาดอย่างเห็นได้ชัด นอกจากนี้สถานการณ์ด้านการตลาด ประเด็นการส่งเสริมการจำหน่ายนั้น พบว่ามีการจัดงบประมาณสำหรับการส่งเสริมการจำหน่ายน้อยมาก บางกลุ่มไม่ได้จัดสรรงบประมาณได้เลย แต่รองบประมาณจากภาครัฐในการสนับสนุน ซึ่งประเด็นนี้เป็นจุดอ่อนของวิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดภาคใต้ ทำให้ขาดการระดมยอดขายผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคไม่รู้จักสินค้า จำหน่ายได้เฉพาะลูกค้ารายเดิม ดังนั้นโอกาสในการขยายตลาดจึงมีน้อย แต่อย่างไรก็ตามในสถานการณ์ปัจจุบัน เนื่องจากคู่แข่งมีน้อยราย ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังสามารถผลิตและจำหน่ายได้ในระดับหนึ่ง แต่ในอนาคต หากมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น วิสาหกิจชุมชนที่ไม่มีการส่งเสริมการจำหน่ายอาจสู้คู่แข่งไม่ได้ ซึ่งเป็นจุดอ่อนที่ควรพัฒนาต่อไป

สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน ประเด็นการติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและการบริหารลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย พบว่า อยู่ในเกณฑ์ดี รวมทั้งการจัดการความรู้ และการให้ข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งการแสวงหาความรู้ใหม่ พบว่าอยู่ในเกณฑ์ดี สืบเนื่องจากพื้นที่ในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ตั้งแต่ 2547 จนถึงปัจจุบัน ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่ปลอดภัย ดังนั้นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ ทำให้องค์กรภาครัฐให้การสนับสนุน และส่งเสริมงบประมาณสำหรับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งมีการจัดการความรู้โดยจัดกิจกรรมอบรมความรู้อย่างต่อเนื่องให้กับกลุ่ม เช่น หน่วยงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา วิทยาลัยอาชีวศึกษา ตลอดจนกลุ่มของทหารที่ทำการคุ้มครอง ความปลอดภัย และเสริมด้วยความรู้ด้านการพัฒนากลุ่มให้ยั่งยืน และสามารถช่วยเหลือตนเองได้

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันทางการค้า สำหรับวิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ การศึกษาในครั้งนี้ โดยเห็นว่าสภาพการแข่งขันทางการค้า เมื่อสอบถามถึงคู่แข่งแล้ว ปรากฏว่า คู่แข่งในพื้นที่มีน้อย แต่มีคู่แข่งจากต่างพื้นที่ ซึ่งผลิตและขายสินค้าลักษณะเดียวกัน โดยกลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ คิดว่าคู่แข่งมีทักษะในการผลิต เนื่องจากผู้ผลิตเคยเห็นสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น และสามารถประเมินถึงทักษะในการผลิตได้อย่างดี เมื่อพิจารณาทางด้านความช่วยเหลือที่ต้องการจากภาครัฐ ซึ่งพบว่าชุมชนโดยส่วนใหญ่มีความต้องการด้านวิชาการเพื่อต่อยอดองค์ความรู้ต่างๆ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ความรู้ด้านการตลาด ซึ่งต้องให้ผู้เชี่ยวชาญมาฝึกอบรม ในขณะที่บางรายต้องการด้านเงินทุนและอุปกรณ์ต่างๆ ในการผลิต ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดอบรมด้านวิชาการและทักษะของผู้นำกลุ่ม ด้านการคิดค้นเปลี่ยนแปลง และประยุกต์ผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากเดิม เป็นการดึงดูดให้ลูกค้าสนใจในผลิตภัณฑ์และควรมีการสนับสนุนให้ชุมชนอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาของคนในอดีตไว้ให้คนรุ่นใหม่ ได้ศึกษาและเป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก เครื่องมือการวิจัย

ภาคผนวก ข

- ภาพประกอบการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา
- ภาพประกอบการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดปัตตานี
- ภาพประกอบการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนราธิวาส

ภาพประกอบการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน
จังหวัดยะลา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา

1. กลุ่มแม่บ้านสตรีกรงปินัง

ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสตรี



ภาพประกอบผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสตรี



ภาพประกอบกระบวนการผลิต



ภาพประกอบการสัมภาษณ์ข้อมูล

2. กลุ่มแม่บ้านป่าหวัง
ผลิตภัณฑ์กล้วยหินฉาบ



ภาพประกอบผลิตภัณฑ์กล้วยหินฉาบ



ภาพประกอบกระบวนการผลิต



ภาพประกอบการสัมภาษณ์ข้อมูล

3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคูนามูข ผลิตภัณฑ์ถั่วอบเนย



ภาพประกอบผลิตภัณฑ์ถั่วอบเนย



ภาพประกอบกระบวนการผลิต



ภาพประกอบการสัมภาษณ์ข้อมูล

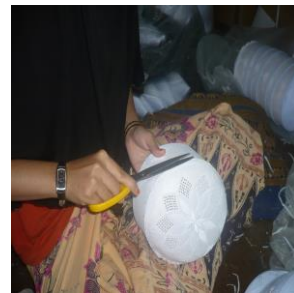
ภาพประกอบการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน
จังหวัดปัตตานี

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดปัตตานี

1. กลุ่มบ้านกะมียอ ผลิตภัณฑ์หมวกกะปิเยาะ



ภาพประกอบผลิตภัณฑ์หมวกกะปิเยาะ



ภาพประกอบกระบวนการผลิต



ภาพประกอบการสัมภาษณ์ข้อมูล

2. กลุ่มบุญดูสายบุรี ผลิตภัณฑ์น้ำบูดู



ภาพประกอบผลิตภัณฑ์น้ำบูดู



ภาพประกอบกระบวนการผลิต



ภาพประกอบกำลังสัมภาษณ์ข้อมูล

3. กลุ่มแม่บ้านปะนาเระ ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลากรอบ



ภาพประกอบผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลากรอบ



ภาพประกอบกระบวนการผลิต



ภาพประกอบกำลังสัมภาษณ์ข้อมูล

ภาพประกอบการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน
จังหวัดนราธิวาส

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนราธิวาส

1. กลุ่มแม่บ้านบาโง

ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก



ภาพประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก



ภาพประกอบกระบวนการผลิต



ภาพประกอบการสัมภาษณ์ข้อมูล

2. กลุ่มแม่บ้านยามูแรน
ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลา



ภาพประกอบผลิตภัณฑ์หัวเกรียบ



ภาพประกอบกระบวนการผลิต



ภาพประกอบการสัมภาษณ์ข้อมูล

3. กลุ่มบ้านบลูกาสนอ ผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวและกรงนก



ภาพประกอบผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวและกรงนก



ภาพประกอบกระบวนการผลิต



ภาพประกอบการสัมภาษณ์ข้อมูล