

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีจุดเริ่มต้นจากรัฐบาลภายใต้การนำของ พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น ซึ่งได้แถลงนโยบายในคราวเข้ารับบริหารราชการแผ่นดินวาระแรกในปี พ.ศ. 2544 ว่า “รัฐบาลจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อแต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐบาลพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าและอินเทอร์เน็ต” (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548) จากจุดเริ่มต้นดังกล่าวได้ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือสินค้า OTOP ได้รับความนิยมนับเป็นจำนวนมากในปัจจุบัน มีการกำหนดหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เช่น พัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้ได้ตอบสนองนโยบายของภาครัฐ ด้วยการจัดสรรงบประมาณและนำวิทยากรใหม่ ๆ มาผสมผสานกับภูมิปัญญาชาวบ้านที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ จนทำให้เกิดเป็นตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่น เน้นการรวมตัวของคนในชุมชนเพื่อเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับชุมชน และสร้างรายได้ให้กับครอบครัวภายในชุมชนให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้นจึงส่งผลให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และภาพรวมเศรษฐกิจระดับประเทศสามารถเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน

นอกเหนือจากการส่งเสริมสนับสนุนให้ท้องถิ่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ มีกิจกรรมการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ เพื่อให้สินค้าของชุมชนมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ ตรงตามความต้องการของตลาดในระดับสากลโดยการพึ่งพาตนเองของท้องถิ่นเป็นหลักแล้ว การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเฉพาะช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ก็มีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ก้าวไปสู่ระดับสากล เนื่องจากอินเทอร์เน็ตมีผู้ใช้จำนวนเป็นร้อยล้านคนจากทั่วโลก และมีอัตราการเพิ่มขึ้นแบบเท่าตัวทุกปี ในฐานะผู้ประกอบการแล้วไม่ควรมองข้ามตลาดและช่องทางการตลาดขนาดใหญ่เช่นนี้ ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรงโดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องสถานประกอบการ เวลาทำการของธุรกิจ ด้วยต้นทุนที่ประหยัด ดังนั้นองค์กรธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องการพัฒนารูปแบบของตนเองโดยอาศัยคุณสมบัติของอินเทอร์เน็ตในการเตรียมความพร้อมในการให้บริการทางอินเทอร์เน็ตแก่

ลูกค้าที่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าสามารถเข้าถึงองค์กรธุรกิจได้โดยสะดวก ในขณะที่เดียวกัน องค์กรธุรกิจเองก็สามารถที่จะลงโฆษณาสินค้าของตนได้มากเท่าที่ต้องการ นอกจากนี้ยังสามารถปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลา อาทิ การเสนอส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าวันนี้ หรือสัปดาห์นี้ การจัดการรายการพิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การตอบปัญหา หรือการร่วมเล่นเกมต่าง ๆ ที่ดึงดูดใจลูกค้า ซึ่งหากองค์กรธุรกิจมีโอกาสนำข้อมูลเหล่านี้แก่ลูกค้า จะมีส่วนช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กรธุรกิจได้มากขึ้น จากความสำคัญดังกล่าวผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนโดยส่วนใหญ่จึงมีความคาดหวังเกี่ยวกับการค้าบนอินเทอร์เน็ตว่าเป็นทางออกที่ดี ที่จะช่วยผลักดันสินค้าของชุมชนให้ได้รับการยอมรับ และก้าวไปสู่ความเป็นสากลในระดับโลก สำหรับการประกอบธุรกิจชุมชนในประเทศไทยในปัจจุบันพบว่ามีผู้ประกอบการในลักษณะธุรกิจหลายประเภท เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร กลุ่มอุตสาหกรรมไม้แกะสลัก กลุ่มผลิตเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น และธุรกิจชุมชนหลายกลุ่มได้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้า และจากการที่กลุ่มธุรกิจชุมชนหลายกลุ่มประสบผลสำเร็จจากการค้าบนอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมาก จึงมีกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ที่สนใจจะพัฒนาเว็บไซต์เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดของตน

คณะผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการทำธุรกิจด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จึงจัดทำการศึกษาสำรวจกลุ่มธุรกิจชุมชนภายในท้องถิ่นที่มีการจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม ทั้งในและนอกประเทศ และพิจารณากลุ่มที่มีความต้องการที่จะพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนในรูปแบบของการทำเว็บไซต์อย่างเร่งด่วน คณะผู้วิจัยจึงได้เลือกผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา มาเป็นกรณีศึกษาในการทำการวิจัยพัฒนา และจากการสำรวจเบื้องต้นในจังหวัดสงขลาทำให้ทราบว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการกำลังประสบกับปัญหาในการติดต่อขายสินค้าให้กับลูกค้าชาวต่างประเทศ เนื่องจากไม่มีเว็บไซต์ที่จะนำเสนอตัวอย่างสินค้า ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ซึ่งลูกค้าชาวต่างประเทศโดยส่วนใหญ่ต้องการทราบรายละเอียดดังกล่าว ตลอดจนขั้นตอนในการประดิษฐ์สินค้า เพื่อเป็นการยืนยันว่าสินค้าทุกชิ้นล้วนเป็นงานหัตถกรรม (hand made) และเพื่อรับรองว่าสินค้าของทางกลุ่มได้ใช้เกลือปลามาเป็นวัสดุหลักในการผลิตสินค้า

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงสภาพโดยทั่วไปของธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อที่จะศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินงานด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนสรุปและเสนอแนะแนวทางในการพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยและพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความพร้อมของธุรกิจชุมชนในการพัฒนาไปสู่ตลาดในระดับประเทศ และระดับสากล ด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาจัดการ โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะของการวิจัย คือ

- 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน และสภาพปัญหาในการดำเนินงานทางด้านการตลาด ของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา แม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान)
- 2) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของหน่วยธุรกิจด้วยวิธีการ SWOT analysis และวิเคราะห์อำนาจทางการแข่งขัน 5 ประการ (five forces model) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการนำเอาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบของเว็บไซต์ สำหรับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา แม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान)
- 3) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเสนอแนะแนวทางในการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของธุรกิจชุมชนต่อไปในอนาคต

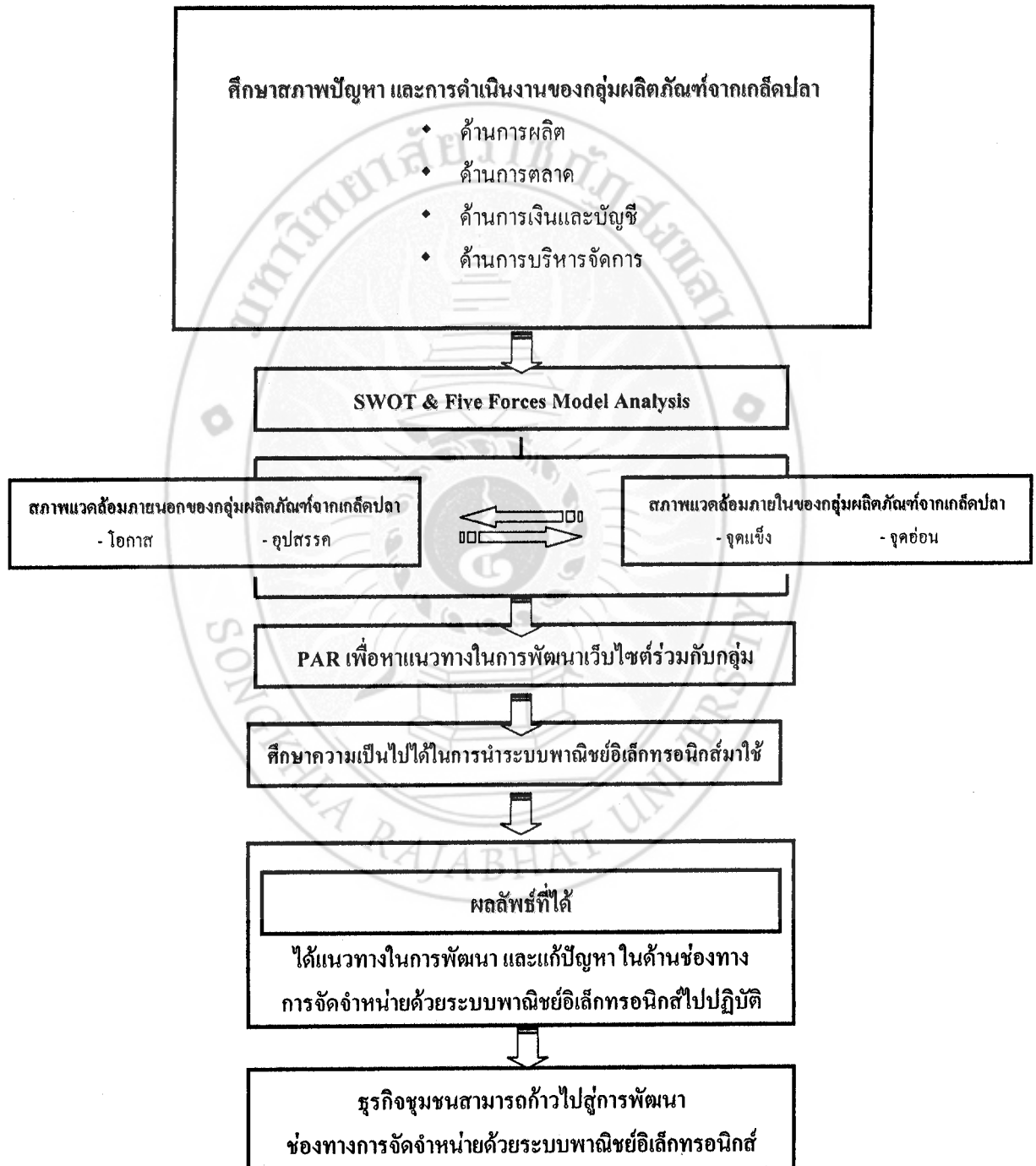
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

จากการศึกษาถึงความพร้อมของหน่วยธุรกิจเพื่อที่จะนำระบบพาณิชย์เข้ามาพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา แม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) คาดว่าจะได้รับประโยชน์จากการวิจัยดังนี้

- 1) ทราบถึงสภาพปัจจุบัน และสภาพปัญหาในการดำเนินงานทางด้านการตลาด ของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา แม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान)
- 2) สามารถนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยวิธี SWOT Analysis และการวิเคราะห์อำนาจทางการแข่งขัน 5 ประการ (five forces model) มาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางการตลาด และใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยการทำเว็บไซต์ได้อย่างถูกต้อง ตรงตามความต้องการของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา แม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำงานของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การตัดสินใจนำเอาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสมกับความต้องการของธุรกิจได้มากที่สุด

4) เสนอแนะแนวทางในการพิจารณานำเอาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้กับธุรกิจชุมชน ตลอดจนธุรกิจอื่น ๆ ได้อย่างสอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเพื่อการพัฒนาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีและเฉพาะพื้นที่ โดยได้เลือกพื้นที่แบบเจาะจง (purposive area) คือ กลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์จากเกลือปลาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา และผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร 1 กลุ่ม คือ กลุ่มของผู้ผลิต ซึ่งมีสมาชิกประมาณ 8 คน

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

ธุรกิจชุมชน หมายถึง ธุรกิจผลิตภัณฑ์จากเกลือปลาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เป็นธุรกิจภายในชุมชน

ผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเกลือปลา โดยผ่านกระบวนการผลิตด้วยมือของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์จากเกลือปลาเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของ เริ่มตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ออกจากผู้ผลิตจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางदान) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผ่านสื่อกลางต่าง ๆ จนกระทั่งถึงมือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง เทคโนโลยีที่ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์จากเกลือปลาระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค เพื่อช่วยสนับสนุน และอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์จากเกลือปลา ให้กับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง(บ้านบางदान) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา