

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการศึกษา

การศึกษาคำดำเนินงานและกลยุทธ์ด้านการผลิต ด้านการตลาดของกลุ่มหัตถกรรม ดอกไม้ใบยางพาราบ้านหุแรมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการจัดตั้งและลักษณะการบริหารจัดการกลุ่ม เพื่อศึกษาคำดำเนินงานด้านการผลิต ด้านการตลาดของกลุ่มตลอดจนปัญหาและข้อจำกัดเพื่อเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มหัตถกรรมดอกไม้ใบยางพาราบ้านหุแรม โดยศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ส่วนข้อมูลปฐมภูมิจากผู้นำและสมาชิกกลุ่มจำนวน 52 คน ผู้ซื้อ 41 คน เจ้าหน้าที่ภาครัฐและภาคเอกชน 8 คน ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม SPSS ใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

1.1 พัฒนาการจัดตั้ง และลักษณะการบริหารจัดการ

กลุ่มหัตถกรรมดอกไม้ใบยางพาราบ้านหุแรม จัดตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2536 โดยมีพัฒนาการมาจาก กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหุแรม ซึ่งตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2520 มีสมาชิกก่อตั้ง 23 คน ต้องการพัฒนาอาชีพของคนในชุมชนโดยทำการแปรรูปอาหารทำเต้าเจี้ยว ทำหัตถกรรมถักผ้าพันคอ ไม่ประสบความสำเร็จ จึงชักชวนสมาชิกทำการฟอกใบยางพารา เนื่องจากมีวัตถุดิบในท้องถิ่นประกอบกับเจ้าหน้าที่ภาครัฐเข้ามาส่งเสริมสนับสนุน นำมาประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมทั้งดอกไม้ใบยางพาราจำหน่าย ทำให้มีสมาชิกเพิ่มขึ้นเกือบ 100 คน จึงเปลี่ยนชื่อ จาก กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหุแรม เป็นกลุ่มหัตถกรรมดอกไม้ใบยางพาราบ้านหุแรม และได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินงานในระดับ 2 ระดับพัฒนา ปัจจุบันมีสมาชิก 52 คน

สมาชิกมีอายุระหว่าง 50-59 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.9 มีการศึกษาต่ำกว่า ป. 6 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.4 สถานภาพแต่งงาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.4 รองลงมาเป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 26.9 มีคนอยู่ในครอบครัวจำนวน 4 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.2 ประกอบอาชีพทำสวนยางพารา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.9 มีรายได้จากอาชีพหลัก ระหว่าง 50,001-100,000 บาทต่อปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมา ระหว่าง 100,001-150,000 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 23 มีอาชีพรองทำดอกไม้ใบยางพารา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.2 มีรายได้จากอาชีพรอง ระหว่าง 2,001-5,000 บาทต่อปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.6 มีรายจ่ายระหว่าง 70,001-105,000

บาทต่อปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48 เป็นสมาชิกกลุ่มมานานกว่า 10 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.1 มีการเข้าร่วมประชุมในบางครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.2 มีการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มในบางครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.8 สมาชิกได้รับข่าวสารของกลุ่มจากประธานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.2 รองลงมาจากคณะกรรมการ คิดเป็นร้อยละ 42.3 สมาชิกนำดอกไม้ไปขอย่างพาราไปใช้ประโยชน์ในการตกแต่งบ้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.2

การบริหารจัดการของกลุ่มสมาชิกได้แสดงความพึงพอใจต่อคณะกรรมการบริหาร ระดับ มาก ได้แก่ ความตั้งใจมุ่งมั่นทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ความเสียสละ/มีน้ำใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ความคิดริเริ่ม/สร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ความซื่อสัตย์สุจริต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ความยุติธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ความมีมนุษยสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และการประสานงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ส่วน ความรู้และความสามารถมีผลระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

1.2 ด้านการผลิต

ในด้านการผลิต กลุ่มหัตถกรรมดอกไม้ขอย่างพาราบ้านหนูแร่ได้ประสานกับเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมให้เข้ามาส่งเสริม ตั้งแต่พัฒนาเทคนิคการฟอก การย้อมสี การประดิษฐ์รูปแบบต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ โดยมีโครงการฝึกอบรมเปลี่ยนรูปแบบ ปีละ 1 ครั้งให้แก่สมาชิกได้พัฒนาฝีมือ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ ดอกไม้ขอย่างพารา(ชื่อดอกบัวสงขลา ดอกแสงอาทิตย์ ดอกนางแย้ม ดอกกุหลาบ ดอกหยาดพิรุณ ดอกชมพูเห็ด ดอกเบญจรงค์ ดอกยิบโซ่ ดอกชบาตลอด ดอกผีเสื้อ และดอกพริก) ของชำร่วย พวงกุญแจ และพวงหรีด เป็นต้น

ความชำนาญในการผลิตดอกไม้ขอย่างพาราของสมาชิกโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และจำแนกตามขั้นตอนการผลิตสมาชิกมีความชำนาญระดับ มาก ได้แก่ การเลือกเก็บขอย่างพาราจากต้นขอย่างพารา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 การแช่น้ำและการฟอกขอย่างพารา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 การอบแห้งและผึ่งให้แห้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 การคัดขนาดและการจัดเรียงมัดละ 25 ใบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 การย้อมสีและผึ่งให้แห้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 การจัดเรียงขนาดเดียวกันบรรจุลง ถูละ 100 ใบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และการทำดอกไม้เฉพาะตัว ดอกได้ 3.49 สมาชิกมีความชำนาญระดับ ปานกลาง ได้แก่ การทำดอกไม้ตามตัวอย่างที่ผู้ซื้อนำมาจ้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 การจัดเข้าช่อดอกไม้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 การทำดอกไม้ตามรูปแบบของดอกไม้ธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนสมาชิกมีความชำนาญระดับ น้อย ได้แก่

การทำผลิตภัณฑ์รูปแบบ แผลงปอ ผีเสื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.08 และการทำผสมผสานกับวัสดุอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57

ความสามารถในการทำรูปแบบดอกไม้ใบยางพาราของสมาชิกโดยภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 รูปแบบที่สมาชิกมีความสามารถในการทำระดับมาก ได้แก่ รูปแบบที่กลุ่มได้รับรางวัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และรูปแบบที่สมาชิกมีความสามารถในการทำระดับ ปานกลาง ได้แก่ รูปแบบดอกไม้ที่คิดขึ้นเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 รูปแบบดอกไม้ที่เลียนแบบดอกไม้ธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 รูปแบบที่ลูกค้านำมาจ้างทำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 และรูปแบบที่วิทยากรด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์สอนให้ทำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

1.3 ด้านการตลาด

ในด้านการตลาด กลุ่มหัตถกรรมดอกไม้ใบยางพาราบ้านหุแระ มีสถานที่จำหน่ายประจำอยู่ที่ทำการของกลุ่ม บริเวณที่ดินของ นางชุน จันทโร หมู่ที่ 3 บ้านหุแระ มีส่งไปขายที่ร้าน OTOP และห้างสรรพสินค้าในจังหวัด รวมทั้ง มีบางส่วนจะนำไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ

สำหรับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดส่วนใหญ่คณะกรรมการบริหารเป็นผู้ดำเนินการ สำหรับสมาชิกมีส่วนร่วมในบางกิจกรรม โดยภาพรวมมีส่วนร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับ น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมรับคำสั่งซื้อโดยตรงจากลูกค้าอยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมตลาดอยู่ในระดับ น้อย ได้แก่ การวางแผนนำดอกไม้ใบยางพาราออกสู่ตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 และ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมตลาดอยู่ในระดับ น้อย ที่สุด ได้แก่ การนำดอกไม้ใบยางพาราไปฝากขายกับห้างสรรพสินค้าในจังหวัดและต่างจังหวัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.56 และ การนำดอกไม้ใบยางพาราไปฝากขายที่ร้าน OTOP มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.65

การได้รับข่าวสารด้านการตลาด สมาชิกแสดงความเห็นเกี่ยวกับการได้รับข่าวสารด้านการตลาดจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับ มาก ได้แก่ ประธานกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ระดับปานกลาง ได้แก่ คณะกรรมการบริหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 ระดับน้อย ได้แก่ เพื่อนสมาชิก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.36 ส่วนเจ้าหน้าที่ อบต. ระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.71 สำหรับสื่ออื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การทัศนศึกษาดูงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.49 และการเข้าร่วมสัมมนา/อบรม อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38 ส่วน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ระดับน้อยที่สุด ได้แก่ แผ่นพับ วิทยุ หอกระจายข่าว โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และโปสเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.66 1.46 1.40 1.38 1.38 1.34 และ 1.28 ตามลำดับ

ความรู้ความเข้าใจทางการตลาด สมาชิกแสดงความเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจทางการตลาดด้านการทำดอกไม้ตามความต้องการของตลาด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การค้นคว้าวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และระดับปานกลาง ได้แก่ การทดลองทำรูปแบบใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ความรู้ความเข้าใจทางการตลาดด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การกำหนดราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ความรู้ความเข้าใจทางการตลาดด้านช่องทางการจำหน่าย ระดับมาก ได้แก่ การขายตรง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และระดับปานกลาง ได้แก่ การขายโดยผ่านตัวแทน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 ความรู้ความเข้าใจทางการตลาดด้านส่งเสริมการขาย ระดับมาก ได้แก่ การให้ชำระเงินทั้งหมดทันทีก่อนนำไปขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ของแถม และการให้นำไปขายก่อนแล้วจ่ายเงินภายหลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 และ 2.31 ตามลำดับ ระดับน้อย ได้แก่ การให้วางมัดจำบางส่วนก่อนนำไปขาย และการให้ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.16 และ 2.10

ความต้องการซื้อดอกไม้ใบยางพารา ผู้ซื้อได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการซื้อ โดยให้เหตุผลสำคัญของความต้องการ ระดับมากที่สุด ได้แก่ ต้องการช่วยเพิ่มรายได้ให้ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ต้องการให้มีการพัฒนาเป็นสินค้าส่งออก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ราคาและคุณภาพเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ต้องการให้มีการนำดอกไม้ใบยางพาราไปจัดผสมผสานกับวัสดุอื่น เช่น แจกันดินเผา แจกันไม้มะม่วง และตะกร้าหวาย เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ต้องการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่มีในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ส่วนความต้องการ ระดับมาก ได้แก่ ต้องการหาซื้อได้อย่างสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ต้องการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ต้องการให้โดยมอบให้ผู้อื่นแล้วเห็นคุณค่าในฝีมือการประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ต้องการให้โดยมอบให้ผู้อื่นแล้วเห็นคุณค่าของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

1.4 แนวทางการส่งเสริมสนับสนุนด้านการตลาดของภาครัฐ

กลุ่มหัตถกรรมดอกไม้ใบยางพาราบ้านหุแร่ ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ดังนี้

1.4.1 สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสงขลา ร่วมกับ ศูนย์ส่งเสริมการส่งออกในภูมิภาค (หาดใหญ่) และหอการค้าจังหวัดสงขลา ดำเนินการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ดังนี้

- 1) คำนึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 2) ดำเนินการร่วมกับภาคเอกชนหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์และขยายตลาดให้กว้างขวางมากขึ้น
- 3) ดำเนินการนำกลุ่มเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.4.2 สำนักงานสหกรณ์จังหวัดสงขลา ร่วมกับสำนักงานเกษตรอำเภอหาดใหญ่ ดำเนินการ ดังนี้

- 1) จัดการฝึกอบรมถ่ายทอดเทคโนโลยีกระบวนการผลิต และการบริหารจัดการ วัสดุคุณภาพ อุปกรณ์ เพื่อให้มีใช้อย่างสม่ำเสมอตลอดปี และช่วยลดต้นทุนการผลิต
- 2) จัดการสัมมนาและศึกษาดูงานกลุ่มอื่นๆ และต่างจังหวัด เพื่อให้เกิดการเรียนรู้โดยตรงจากประสบการณ์
- 3) ดำเนินการพัฒนากลุ่มให้เข้าสู่วิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs)

1.4.3 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 11 จังหวัดสงขลา ดำเนินการ ดังนี้

- 1) จัดการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบแปลกไปจากเดิมและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด
- 2) นำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

1.4.4 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหาดใหญ่ส่งเสริมกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนปี 2550 ดังนี้

- 1) จัดการอบรมให้ความรู้ด้านการจัดการ การผลิต และการตลาด
- 2) ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบวิจัยและพัฒนา
- 3) ดำเนินการส่งเสริมกลุ่มที่มีศักยภาพให้เพิ่มขีดความสามารถในการผลิตโดยผลิตเฉพาะที่มีความชำนาญเท่านั้น เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิตกับกลุ่มอื่นๆ ในลักษณะห่วงโซ่ของกลุ่มการผลิต

1.4.5 องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งตำเสา ได้ดำเนินส่งเสริมสนับสนุนการสร้างรายได้แก่กลุ่ม โดยให้เงินอุดหนุนลักษณะเป็นทุนหมุนเวียนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีคณะกรรมการติดตามประเมินผล ตรวจสอบการใช้จ่ายงบประมาณ และความคุ้มค่า

1.5 ปัญหาและข้อจำกัด

- 1.5.1 กลุ่มไม่มีสถานที่ทำการและไม่มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างถาวร
- 1.5.2 กลุ่มประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบบางช่วงเวลา
- 1.5.3 กลุ่มประสบปัญหาการขาดแคลนผู้ผลิตในบางช่วงเวลา
- 1.5.4 กลุ่มประสบปัญหาการแข่งขันทางการตลาดสูง
- 1.5.5 ข้อจำกัดด้านผู้นำและสมาชิกของกลุ่มขาดความรู้ความสามารถทางการตลาด
- 1.5.6 ข้อจำกัดด้านผู้นำและสมาชิกของกลุ่มขาดความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีการผลิต
- 1.5.7 ข้อจำกัดด้านผู้นำและสมาชิกของกลุ่มขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ วัตถุดิบ และวัสดุ/อุปกรณ์ ซึ่งสามารถจัดหาได้ในท้องถิ่น
- 1.5.8 ข้อจำกัดด้านผู้นำและสมาชิกของกลุ่มขาดความรู้ด้านการเงิน และการบัญชี ทำให้เงินทุนหมุนเวียนขาดสภาพคล่องและมีไม่เพียงพอที่จะแบ่งรายได้ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

2. อภิปรายผล

จากการศึกษาการดำเนินงานและกลยุทธ์ด้านการผลิต ด้านการตลาดของกลุ่มหัตถกรรม ดอกไม้ใบยางพาราบ้านหุแร่ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มจะต้องพัฒนาการดำเนินงานและกลยุทธ์ด้านการผลิต ด้านตลาด ดังนี้

2.1 การพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่ม

คณะกรรมการบริหารจะต้องจัดการแบ่งหน้าที่ ความรับผิดชอบให้มีความชัดเจน และศึกษาหาความรู้เรื่องระบบการเงิน การบัญชี เพื่อบริหารเงินทุนหมุนเวียนให้มีสภาพคล่องและเพียงพอที่จะแบ่งรายได้ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ทำให้การดำเนินงานของกลุ่มมีความมั่นคงยั่งยืน เนื่องจากผลการศึกษาเห็นได้ว่า สมาชิกมีความพึงพอใจคณะกรรมการบริหารโดยภาพรวม อยู่ใน ระดับ มาก

2.2 การพัฒนาการดำเนินงานด้านกลยุทธ์การผลิตของกลุ่ม

ต้องอาศัยความได้เปรียบจากวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น คือ ใบยางพารา มีลำคลองลาดทำให้มีน้ำไหลผ่านเหมาะกับการแช่ใบยางพารา มีดอกหญ้าและกิ่งไม้หลากหลายชนิดนำมาผสมผสานทำดอกไม้ ซึ่งกลุ่มต้องพยายามผลิตดอกไม้โดยใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นและสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เนื่องจากผลการการศึกษาเห็นได้ว่า สมาชิกมีความชำนาญ และมีความสามารถทำดอกไม้ใบยางพาราโดยภาพรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง

2.3 การพัฒนาการดำเนินงานด้านกลยุทธ์การตลาดของกลุ่ม

ต้องพยายามขยายตลาด และสร้างเครื่องหมายการค้าของกลุ่มเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ตลาดได้รู้จัก รวมทั้ง การวิจัยตลาด ซึ่งยังไม่มีหน่วยงานใดทำการวิจัยตลาดให้กับกลุ่ม เนื่องจากผลการศึกษาเห็นได้ว่า ผู้ซื้อมีความต้องการช่วยเพิ่มรายได้ให้ท้องถิ่น มีความต้องการให้มีการพัฒนาเป็นสินค้าส่งออก มีความต้องการราคาและคุณภาพเหมาะสม มีความต้องการให้มีการนำดอกไม้ใบยางพาราไปจัดผสมผสานกับวัสดุอื่น และมีความต้องการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่มีในท้องถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะการพัฒนาการดำเนินงาน

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เกี่ยวข้อง พบว่า มีข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานและกลยุทธ์ด้านการผลิต ด้านการตลาดของกลุ่มหัตถกรรมดอกไม้ใบยางพาราบ้านหุแร่ ดังนี้

3.1.1 รัฐควรจัดหางบประมาณการสร้างที่ทำการถาวรให้กลุ่ม ซึ่งสมาชิกกลุ่มอาจเสียดสละที่ดินเพื่อการดำเนินงานภายใต้นโยบายและการสนับสนุนของ อบต.ทุ่งคำเสา

3.1.2 การจัดหาวัตถุดิบในช่วงที่ขาดแคลนควรสั่งซื้อจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น นครศรีธรรมราช พังงา ปัตตานี

3.1.3 การขาดแคลนผู้ผลิตบางช่วงเวลา ควรให้ความรู้ความเข้าใจแก่เยาวชนในท้องถิ่นและสร้างแรงจูงใจให้มาร่วมทำการผลิตผลิตภัณฑ์รวมทั้งร่วมทำกิจกรรมกับกลุ่มให้มากขึ้น

3.1.4 การจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้มีความชัดเจนเกี่ยวกับการนำสินค้าออกจำหน่ายในงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ควรมีมอบหน้าที่ให้สมาชิกได้สลับผลัดเปลี่ยนกันไป

3.1.5 การผลิต จะต้องคิดค้น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่แปลกใหม่อยู่เสมอ

3.1.6 ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานราชการในการหากลยุทธ์การตลาด โดยถือเป็นเป้าหมาย และผลงานของราชการ

3.1.7 ให้หน่วยงานราชการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เช่น เข้าร่วมงานแสดงสินค้าบ่อยขึ้น ลงโฆษณาในอินเทอร์เน็ต

3.1.8 สมาชิกกลุ่มควรได้รับการพัฒนาให้มียุทธศาสตร์ความรู้ ตั้งแต่การเขียนโครงการ การจัดทำแผนธุรกิจที่ชัดเจน เพื่อเสนอ อนาคตของงบประมาณไปศึกษาดูงานกลุ่มอื่นๆ เพื่อได้ประสบการณ์โดยตรง

3.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการดำเนินงานและกลยุทธ์ด้านการผลิต ด้านการตลาดสำหรับกลุ่มหัตถกรรมดอกไม้ใบยางพาราบ้านหุแร่ ดังนี้

3.2.1 กลุ่มควรปรับเปลี่ยนแนวทางการบริหารจัดการให้รองรับการแข่งขันที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต

3.2.2 กลุ่มควรมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์

3.2.3 กลุ่มควรทำงานเป็นทีมและมีความสามัคคีกันให้มากยิ่งขึ้น

3.2.4 กลุ่มควรมีการปรับแนวคิดและทัศนคติของกลุ่มใหม่ โดยวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตและการตลาดของกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ

3.2.5 กลุ่มควรศึกษาหาความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ ทั้งด้านการผลิตและด้านการตลาด

3.2.6 กลุ่มควรสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม โดยถ่ายทอดความรู้ให้เยาวชนในท้องถิ่น

3.2.7 กลุ่มควรนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ซื้อได้รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

3.3 ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์

ตาราง 13 แสดงข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์การพัฒนา กลุ่มหัตถกรรมดอกไม้ใบยางพาราบ้านหุแระ

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์	แนวทางการดำเนินงาน
1. ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพและพื้นที่	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อเป็นจุดศูนย์รวมและจัดการสินค้าให้เป็นระบบ - สนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็น 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดหาสถานที่ในชุมชนบริเวณบ้านหุแระ จุดศูนย์รวมรวมสินค้าและจัดการอย่างเป็นระบบ - จัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็นให้แก่กลุ่ม
2. ด้านการเพิ่มศักยภาพสมาชิกในการเพิ่มการผลิต	<ul style="list-style-type: none"> - การฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้ให้เยาวชนในท้องถิ่น - การฝึกอบรมเพิ่มความรู้และความชำนาญให้แก่สมาชิก - การส่งเสริมพัฒนาแนวความคิดสร้างสรรค์รูปแบบให้แก่สมาชิก - ส่งเสริมการใช้วัสดุและอุปกรณ์ที่มีอยู่ในท้องถิ่น 	<ul style="list-style-type: none"> - จัดให้มีโครงการฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้ให้เยาวชนในท้องถิ่น - จัดให้มีโครงการฝึกอบรมเพิ่มความรู้และความชำนาญให้แก่สมาชิก - จัดให้มีโครงการฝึกอบรมส่งเสริมและพัฒนาแนวความคิดสร้างสรรค์รูปแบบให้แก่สมาชิก - จัดให้มีโครงการให้ความรู้ด้านการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้เป็นวัสดุและอุปกรณ์ในการทำผลิตภัณฑ์

ตาราง 13 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์	วัตถุประสงค์	แนวทางการดำเนินงาน
3. ด้านการเพิ่มขีดความสามารถด้านการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ - การสร้างกลยุทธ์การตลาด - การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ E-commerce และ E-learning 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างระบบการรองรับเพื่อสร้างความเป็นธรรมให้กลุ่ม - นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ขยายตลาด เช่น สร้างฐานข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ระบบการสั่งซื้อและระบบการจ่ายเงิน - ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสื่อกลางในการติดต่อระหว่างกลุ่มฯกับผู้ซื้อ
4. ด้านการประชาสัมพันธ์และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างรูปแบบ E-commerce และ E-learning ให้จูงใจผู้ซื้อ - สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> - ร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชนในการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ซื้อรู้จักจดจำได้ และพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ - ร่วมมือกับ อบต. จัดการให้กลุ่มฯ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและศูนย์การเรียนรู้ชุมชน

จากตาราง 13 สามารถดำเนินการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนา กลุ่มหัตถกรรมดอกไม้ใบยางพาราบ้านหุแระ 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพและพื้นที่ ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการเพิ่มศักยภาพสมาชิกในการเพิ่ม

การผลิต ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการเพิ่มขีดความสามารถด้านการตลาด และยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการประชาสัมพันธ์และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพและพื้นที่โดยมีแนวทางในการจัดสร้างสถานที่ทำการเพื่อเป็นจุดศูนย์รวมจัดการสินค้าให้เป็นระบบสะดวกต่อการจัดจำหน่าย และการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการเพิ่มศักยภาพสมาชิกในการเพิ่มการผลิต การเพิ่มศักยภาพโดยมีแนวทางในการฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้ให้เยาวชนในพื้นที่ให้สามารถทดแทนคนรุ่นเก่าได้ การฝึกอบรมเพิ่มความรู้และความชำนาญให้แก่สมาชิกกลุ่ม การส่งเสริมพัฒนาแนวความคิดสร้างสรรค์รูปแบบให้แก่สมาชิก เพื่อให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง และส่งเสริมสนับสนุนการใช้วัสดุและอุปกรณ์ที่มีอยู่ในท้องถิ่นเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันด้านการตลาด โดยมีแนวทางส่งเสริมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ การสร้างกลยุทธ์การตลาดที่สามารถได้เปรียบคู่แข่งขั้นได้ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ E-commerce และ E-learning เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการประชาสัมพันธ์และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาด โดยมีแนวทางสร้างรูปแบบ E-commerce และ E-learning ให้จูงใจผู้ซื้อ รวมทั้งสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และกลุ่มหัตถกรรมดอกไม้ใบยางพาราบ้านหุแเร่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและศูนย์การเรียนรู้ชุมชน