

(ค)

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG53E0008
ชื่อโครงการ : การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องชุมชนบ้านโนนคำแก้ว
ตำบลไผ่บุลย์ อำเภอน้ำขุ่น จังหวัดอุบลราชธานี
ชื่อนักวิจัย : นางชลฤดี จันทร์แก้ว, นางสาววิรินดา สุทธิพรหม, นางสาววันวิสา มากดี
และนางสาวณัฐริณี โชคชัยตระกูล
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
E-mail Address : dollyc0517@ hotmail.com ,
ระยะเวลาโครงการ : 1 พฤษภาคม 2553 – 31 สิงหาคม 2554

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องชุมชนบ้านโนนคำแก้ว ตำบลไผ่บุลย์ อำเภอน้ำขุ่น จังหวัดอุบลราชธานี” มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปและบริบทชุมชนของหมู่บ้านโนนคำแก้ว ตำบลไผ่บุลย์ อำเภอน้ำขุ่น จังหวัดอุบลราชธานี (2) เพื่อศึกษาศักยภาพและข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องในชุมชน รวมทั้งแนวทางการทำการตลาดผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และ (3) เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการ และการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการวิจัยแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) จัดเก็บข้อมูลโดยผ่านเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การแสดงความคิดเห็น กระบวนการเก็บข้อมูลบริบทชุมชนอย่างมีส่วนร่วม และข้อมูลอื่นๆจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปและบริบทชุมชนของหมู่บ้านโนนคำแก้ว

ชุมชนบ้านโนนคำแก้วเริ่มจากการอพยพเพื่อหาแหล่งทำมาหากินของ 2-3 ครอบครัว จากจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อจับจองพื้นที่ทำกินและตั้งรกรากบริเวณหนองชาติหรือที่เรียกตามภาษาเขมรว่า “ตะเป็ลียงปรีณ” หนองชาติเป็นพื้นที่ในเขตการปกครองของกิ่งอำเภอน้ำขุ่น ณ ขณะนั้น ต่อมาในปี พ.ศ. 2539 กิ่งอำเภอน้ำขุ่นปรับเป็นอำเภอน้ำขุ่น ส่วนท้องที่บ้านโนนคำแก้วได้ปรับให้อยู่ในเขตการปกครองของ ตำบลไผ่บุลย์ อำเภอน้ำขุ่น จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ปัจจุบันผู้ใหญ่บ้านคือนายประจักษ์ พงษ์สุระ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารภายในท้องถิ่นมี 4 ภาษา คือ ภาษาเขมร ภาษาส่วย ภาษาไทยอีสาน และภาษาไทย ปัจจุบันภาษาท้องถิ่นก็เริ่มลดหายไปกับการเข้ามาแทนที่ของเทคโนโลยีและกลุ่มคนรุ่นใหม่ แต่ยังคงใช้ภาษาเขมรสื่อสารกันภายในชุมชน ส่วนภาษาไทยจะใช้สื่อสารกับบุคคลต่างถิ่นหรือหน่วยงานราชการ

บ้านโนนคำแก้วอยู่ห่างจากตัวอำเภอน้ำขุ่น เป็นระยะทาง 17 กิโลเมตร ตามถนนลาดยาง 6 กิโลเมตร ถนนลูกรัง 11 กิโลเมตร ห่างจากตัวจังหวัดอุบลราชธานี 114 กิโลเมตร ลักษณะของคนในชุมชนมีความเป็นอยู่แบบพึ่งพาอาศัยกันไม่มีการแบ่งแยก เป็นพรรค เป็นพวก ช่วยเหลือเกื้อกูลกันคุณงามความดี สังกัดได้จากนามสกุลของคนในหมู่บ้านที่มาจากตระกูลที่เริ่มตั้งหมู่บ้านในอดีต สิ่งที่ใช้ยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวบ้านยังเป็นสิ่งที่เหนือธรรมชาติที่มาจากความเชื่อของชุมชน ได้แก่ การเข้าทรง การเป่าคาถาเพื่อรักษาโรค และการเสี่ยงทาย บางส่วนก็ใช้ตำหนักสงฆ์ และคอนปู้ตา เป็นที่ยึดเหนี่ยวเช่นเดียวกัน

อาชีพส่วนใหญ่ คือการทำงานซึ่งเป็นการทำนาปี รองลงมา คือการทำไร่ ได้แก่ ไร่มันสำปะหลัง ไร่มันแกว ไร่องุ่น ไร่องา และอื่นๆ ขึ้นอยู่กับความชำนาญของแต่ละครอบครัว แหล่งอาหารของชุมชนยังคงพึ่งพาธรรมชาติ ได้แก่ ลำห้วยซอม ห้วยร่องกลาง หนองชาดิ (ตะปลิงปริน) แต่ปัจจุบันการดำรงชีวิตประจำวันของคนในชุมชนเริ่มเปลี่ยนไปตามยุคสมัย ต้องซื้ออาหารตามตลาด ออกไปทำงานนอกพื้นที่ และสร้างรายได้จากการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือจากการอบรมจากภาครัฐ ซึ่งในชุมชนนี้มีหลากหลายผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน เช่น การทอเสื่อจากเตยหนาม แปรรูปทำขนม การผลิตข้าวกล้อง เป็นต้น

2. ข้อมูลกลุ่มข้าวกล้องบ้านโนนคำแก้ว

เกิดจากการรวมกลุ่มของเครือข่าย และคนในชุมชนที่มีความรู้ ความสามารถจากการถ่ายทอดของบรรพบุรุษ ในการผลิตข้าวกล้องที่มีอัตลักษณ์และเทคนิคพิเศษในการผลิตข้าวกล้องให้หอม นุ่ม ที่เรียกว่า “การซอมข้าว” และยังสามารถผู้ในกลุ่มอย่างนางสมนึก จันทนา ซึ่งในขณะนั้นดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้านเห็นโอกาสในการเพิ่มรายได้ของชุมชน และได้รับการสนับสนุนจากรัฐร่วมกันจัดตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องบ้านโนนคำแก้วในปี พ.ศ.2542 และความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มในการดำเนินงาน จนได้รับการรับรองจากการประกวดผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอุบลราชธานีให้เป็นสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาวในปี 2549 การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องใช้วิธีการแบบปากต่อปากของลูกค้าที่เคยรับประทานข้าวกล้องซึ่งก็ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี เห็นได้จากการซื้อซ้ำของลูกค้าที่เคยรับประทานข้าวกล้องชุมชนโนนคำแก้ว จึงทำให้กระบวนการผลิตสินค้าเป็นไปตามคำสั่งซื้อ โดยเมื่อลูกค้าต้องการสั่งซื้อสินค้า จะมีการแจ้งความต้องการข้าวกล้องกับบุคคลที่ตนเคยซื้อ จึงส่งผลให้ยอดขายและการผลิตกระจุกตัวอยู่ที่คนเพียงไม่กี่คน ซึ่งถือว่าเป็นลักษณะของการผลิตเพื่อขายแบบรายบุคคลไม่ใช่รายกลุ่ม ทำให้สมาชิกกลุ่มบางคนไม่ได้มีส่วนร่วมในการทำงานและรายได้ สมาชิกบางคนต้องออกไปหากิจกรรมอื่นทำแทน

3. การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการ และการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวกล้อง

การใช้วิธีการวิเคราะห์ตนเองของกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องโดยวิธีการเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นใช้เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องสามารถหาบทสรุปของข้อดี ข้อเสีย และโอกาสรวมทั้งอุปสรรคในการทำงานของกลุ่ม กลุ่มมีมติว่าควรเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องบ้านโนนคำแก้ว และการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวกล้อง ซึ่งจะใช้วิธีการประชุมกลุ่มชาวบ้าน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน และการจัดเวทีสาธารณะเพื่อให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ รูปแบบของแนวทางของการพัฒนาการบริหารจัดการ และการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าวกล้อง จึงใช้การอบรมและเรียนรู้จากเหตุการณ์จริง และนำหลักการบริหารจัดการ (POLC) ไปทดลองปฏิบัติเพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องชุมชนบ้านโนนคำแก้ว พบว่าโครงสร้างการบริหารจัดการกลุ่มที่มีความสับสน ไม่มีรูปแบบ กลุ่มจึงมีมติปรับโครงสร้างให้เหมาะสมกับจำนวนสมาชิกที่มีอยู่และสามารถดูแลกันทั่วถึง ผู้ที่จะทำหน้าที่ควรมีความยินดีในการรับตำแหน่ง และเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในกลุ่ม ใช้วิธีการทดลองปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยมีทีมพี่เลี้ยงคอยแนะนำ ทำให้ผู้ดำรงตำแหน่งงานสามารถปฏิบัติได้ถูกต้องและใช้เวทีการประชุมเพื่อหาแนวทางการทำงานที่ถูกต้องเหมาะสมได้พร้อมกัน การทำการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องเมื่อผ่านการอบรมและเรียนรู้จากสภาพความเป็นจริง และนำไปทดลองปฏิบัติ สามารถเรียนรู้ข้อผิดพลาดจากการลงมือปฏิบัติจริง พร้อมการมีผู้ชี้แนะในการทำตลาด ทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องได้รูปแบบการทำการตลาด โดยนำหลักส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4'Ps) เข้ามาปรับใช้เพื่อทำการตลาดของกลุ่ม

เมื่อนำหลักทางวิชาการทั้งสองส่วนคือ หลักการบริหารจัดการ (POLC) และหลักส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4'Ps) มาปรับใช้กับกลุ่ม ส่งผลให้กลุ่มเกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเป็นรูปธรรม สมาชิกในกลุ่มรู้บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตน เกิดการดึงเอาศักยภาพของสมาชิกมาใช้ในกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยอดขายเพิ่มขึ้น เป็นการสร้างรายได้ให้กับสมาชิกและชุมชนอย่างเห็นได้ชัด ทำให้สมาชิกและชุมชนเห็นความสำคัญของการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

คำหลัก : การเพิ่มประสิทธิภาพ หลักการบริหารจัดการ ผลิตภัณฑ์ข้าวกล้อง หลักส่วนประสมทางการตลาด