



## รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนากลุ่มผลิตโกปี (กาแฟโบราณ)  
อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

สุพัตรา รุ่งรัตน์ และคณะ

31 ธันวาคม 2561

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนากลุ่มผลิตโกปี (กาแฟโบราณ)  
อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

คณะผู้วิจัย สังกัด

|                  |             |                                                        |
|------------------|-------------|--------------------------------------------------------|
| อาจารย์สุพัตรา   | รุ่งรัตน์   | มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา                                  |
| อาจารย์ชูลีฟกอร์ | มาโซ        | มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา                                  |
| อาจารย์ศรีประไพ  | อุดมละมูล   | มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา                                  |
| นายอนุลอัฟฟา     | สาและ       | สำนักงานส่งเสริมและพัฒนากาแฟเกษตรที่ ๕<br>จังหวัดสงขลา |
| อาจารย์มัสวีณี   | สาและ       | มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา                                  |
| อาจารย์นิษฐา     | มินทรศักดิ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา                                  |

ที่ปรึกษาโครงการวิจัย

ดร.ปรีดี โชติช่วง

(อดีตรองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม  
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกสว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

|                      |                                                                                                                                |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| สัญญาเลขที่          | RDG60A0040                                                                                                                     |
| ชื่อโครงการ (ไทย)    | การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนากลุ่มผลิตโกปี (กาแฟโบราณ)<br>อำเภอเบตง จังหวัดยะลา                                |
| ชื่อโครงการ (อังกฤษ) | the participatory action research for the development of Kopi<br>manufacturer (ancient coffee),Betong district, Yala province. |
| หัวหน้าโครงการ       | อาจารย์สุพัตรา รุ่งรัตน์                                                                                                       |
| สังกัด               | อาจารย์ประจำสาขาวิชาพัฒนาชุมชนคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์<br>มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา                                            |
| งบประมาณ             | 1,320,000 บาท ระยะเวลา 1 ปี 6 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2560<br>ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2561                          |

### บทคัดย่อ

โกปีนั้นถือได้ว่าเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่างซึ่งในอดีตนั้นอำเภอเบตงเป็นแหล่งผลิตโกปีที่สำคัญแห่งหนึ่งของภาคใต้ตอนล่าง เนื่องจากเป็นโกปีที่มีรสชาติอร่อย ซึ่งมีภูมิปัญญาในการผลิตโกปีมาช้านาน อีกทั้งยังเป็นวิถีดำรงชีวิตของคนเบตงอีกด้วย ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนากลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) อำเภอเบตง จังหวัดยะลา มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการจัดการวัตถุดิบ และกระบวนการผลิตโกปี เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตโกปี และเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกปี ซึ่งศึกษาจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การศึกษาดูงานและการจัดเวทีประชาคม วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์และการสังเคราะห์เนื้อหา

ผลจากการศึกษาพบว่า การพัฒนากลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) สามารถแบ่งได้ 3 ด้านด้วยกัน ประกอบด้วย (1) การพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มโดยใช้หลัก 5 ก ได้แก่ ก กลุ่ม ก กิจกรรม ก กรรมการ ก กติกา และ ก กองทุน และการพัฒนาให้เกิดเครือข่ายทั้งภายนอกและภายใน (2) ในด้านการบริหารธุรกิจนั้นได้พัฒนาโดยใช้ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งการให้ความรู้ทางด้านการบริหารธุรกิจ และกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิก (3) การพัฒนาการจัดการวัตถุดิบ สามารถพัฒนาโดยการสร้างเครือข่ายระหว่าง กลุ่มผู้ผลิตโกปีในเขตเทศบาลเมืองเบตงกับสหกรณ์ผู้ผลิตกาแฟชุมพร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตกาแฟถ้าสิ่งทั้งนี้ สามารถให้กลุ่มผู้ผลิตโกปี(กาแฟโบราณ) ได้วัตถุดิบที่มีราคาต่ำและมีคุณภาพ รวมทั้ง ต้องมีการพัฒนาสูตรให้มีมาตรฐาน ซึ่งจะส่งผลโดยตรงกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

ข้อเสนอแนะ กรรมการกลุ่มและหน่วยงานที่สนับสนุนควรติดตามผลการพัฒนา ปรับปรุงผลผลิตของกลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ให้มีคุณภาพ คงที่ สม่ำเสมอ และเพียงพอต่อความต้องการของตลาด รวมทั้ง รัฐควรสนับสนุนการเพิ่มพื้นที่ปลูกกาแฟในชุมชนให้มากขึ้น โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อลดต้นทุนการผลิตนอกจากนั้น ควรสร้างเครือข่ายผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ในพื้นที่อำเภอเบตงเพื่อเป็นพันธมิตร ในการถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

### Abstract

Kopi is considered a popular drink in the southern region. In the past, Betong District was one of the major Kopi production areas in the southern region and Kopi Betong was popular for coffee addict because of the mellow test which has made from traditional production. Moreover, it is also a way of life for Betong people as well. In the participatory action research for the development of Kopi manufacturer (ancient coffee), Betong district, Yala province, aims to develop raw materials management and Kopi production process , to develop the organization management , and to develop the business management. The sample of the study is Kapaekortornai farmer group by using in-depth interview, focus group, visual education, and community conferences technique. Then, the researcher analyze and synthesize data by using the content analysis and synthesis techniques.

The results of the study of the development of the Kopi manufacturer (ancient coffee) can be divided into 3 areas which are (1) the development of organization management can be used 5 principles of group management which are group, committee, activities, rules and funds. Other than that, internal and external networks are important in management. (2) in business management that was developed by using 4 marketing strategies, namely product, price, place, and promotion. Moreover, providing knowledge in business management and member participation in every processes will support the development. (3) the development of raw material management can be developed by creating a network between Kopi manufacturer in Betong Municipality, Chumphon Coffee Cooperative manufacturer ,and Thamsingha Coffee Community Enterprise Group, which can provide low price and quality raw materials. In addition, the development must have a stable formula which will directly affect the product quality

The researcher would suggest that the committees and the government sector should support and follow the development results, improve the productivity of manufacturer (ancient coffee) in a stable, consistent, quality, and sufficient. Also, they need to consider in the needs of the market as well. In order to reduce production costs, the government sector should encourage to cultivate coffee in the area by engaging people in the community. In addition, Should build a network of Kopi manufacturer (ancient coffee) in Betong district to be partners in transferring knowledge and sharing experiences in working together. It will lead to sustainable community development.

## บทสรุปผู้บริหาร

จากสถานการณ์ที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจในปี 2540 และประสบกับภาวะเศรษฐกิจถดถอย รัฐบาลจำเป็นต้องเร่งรัดฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพ ในการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดทำบนพื้นฐานของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ซึ่งเป็นแผนหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ของประเทศ หลักการพัฒนาประเทศที่สำคัญในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” “การพัฒนาที่ยั่งยืน” และ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ดังนั้นในการสร้างความเข้มแข็งให้กับสังคมและชุมชนด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากนั้นจำเป็นต้องเริ่มต้นจากการพัฒนาอาชีพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถและเพิ่มความเข้มแข็งให้กับประชาชนให้สามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้นด้วยการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างครบวงจรทั้งในด้านการผลิตการแปรรูปการตลาดและแหล่งเงินทุนหมุนเวียนสนับสนุนการรวมกลุ่มอาชีพใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเชื่อมโยงสู่ตลาดภายในและต่างประเทศได้

อำเภอเบตง จังหวัดยะลา เป็นอำเภอใต้สุดของประเทศไทยมีอาณาเขตติดชายแดนรัฐเปรัก ประเทศมาเลเซีย เป็นเมืองชายแดนที่มีการเคลื่อนไหวทางธุรกิจการค้าสูง ประกอบกับเป็นอำเภอที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ทั้ง ไทย มลายู และจีน จึงทำให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม ภาษา และขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ รวมทั้งการโกปี(กาแฟโบราณ) นี่เองที่เป็นการจุดประกายทางความคิดให้แก่กลุ่มสตรีแม่บ้านได้รวมตัวกันเ็นยามว่างจากการประกอบอาชีพหลักคือการทำสวนยางพารา ซึ่งเป็นแม่บ้านที่ต้องการสร้างรายได้เสริมจากการประกอบอาชีพหลัก รวมทั้งแก้ปัญหาการว่างงานและเสริมรายได้ให้กับสตรีในหมู่บ้าน จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการผลิตโกปี(กาแฟโบราณ) และได้รวมกลุ่มสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกาแฟโดยใช้เมล็ดกาแฟสายพันธุ์โรบัสต้าที่มีในท้องถิ่น ผลิตโกปี(กาแฟโบราณ) ที่มีกลิ่นหอมและมีรสชาติหวานกลมกล่อม

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอใน ผู้วิจัยพบว่า ยังคงประสบปัญหาที่สมาชิกกลุ่มเห็นว่าเป็นปัญหาสำคัญของกลุ่มที่ต้องได้รับการแก้ไขเป็นจุดแรกในขณะนี้ คือเรื่องของวัตถุดิบในการผลิต เนื่องจากมีการปลูกกาแฟน้อยทำให้ได้ผลผลิตกาแฟสารไม่เพียงพอต่อความต้องการในการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) จึงทำให้กลุ่มผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ในอำเภอเบตงไม่สามารถผลิตได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อรายได้ของสมาชิกกลุ่มลดลง จนทำให้สมาชิกบางคนขาดแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่ม และหันไปประกอบอาชีพอื่น นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน จึงทำให้ยากต่อการพัฒนาทางด้านการตลาด ซึ่งหากได้มีการพัฒนาสูตรให้สามารถเก็บได้นานยิ่งขึ้นและพัฒนาสูตรการคั่วกาแฟก่อนนำมาคั่วน้ำตาล จะเป็นการช่วยเพิ่มรสชาติของโกปี(กาแฟโบราณ) ให้ถูกใจกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น รวมทั้งอาจช่วยเพิ่มมูลค่าและช่องทางการจัดจำหน่ายได้ นอกจากนี้แล้ว กลุ่มสมาชิกยังขาดความรู้และประสบการณ์ในการบริหารจัดการกลุ่มและการผลิต อีกทั้งยังขาดเครือข่ายและ

ช่องทางการจัดซื้อวัตถุดิบ เพราะในปัจจุบันกลุ่มยังต้องอาศัยพ่อค้าคนกลางในการจัดซื้อวัตถุดิบมาอย่างกลุ่ม จึงทำให้ต้นทุนการผลิตมีราคาสูง ส่งผลต่อรายได้ที่น้อยลง

จากปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนากลุ่มผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) พัฒนาการจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) และพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ที่จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ของสมาชิกกลุ่ม โดยผ่านกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indept Interview) การจัดเวทีประชาคม การสนทนากลุ่ม (Focus group) การศึกษาดูงานด้านธุรกิจกลุ่มและรูปแบบการบริหารจัดการของกลุ่มที่ประสบความสำเร็จ และการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคโกปี (กาแฟโบราณ) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้รับผลการวิจัย ดังนี้

ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม จากการศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มพบว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน (โกปีวังเก่า) มีการก่อตั้งกลุ่มมาหลายปีแล้วโดยมีการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) เพื่อจำหน่าย แต่มีลักษณะการรวมกลุ่มแบบหลวมๆ โดยมีนางซิติการียะตาบาชอ เป็นประธานกลุ่มมีการดำเนินงานกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ และยังไม่มีการจัดระบบการบริหารงานกลุ่มที่ชัดเจน ยังไม่มีกฎระเบียบของกลุ่มที่เป็นลายลักษณ์อักษร ขาดการบริหารการเงินและการบัญชี แต่มีข้อตกลงในการทำกิจกรรมร่วมกันของกลุ่ม ซึ่งการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่ามีปัญหาอยู่หลายด้าน เช่น การจัดการรายได้ที่ไม่ชัดเจน ตลอดจนแบ่งผลกำไรของกลุ่มที่ไม่เป็นระบบ ซึ่งส่งผลโดยตรงกับแรงจูงใจของสมาชิกกลุ่มในการร่วมกันพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็งอย่างไรก็ตาม การพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็งสามารถใช้หลักการพัฒนา 5ก ซึ่งประกอบด้วยกลุ่ม กิจกรรม กรรมการ กติกา และกองทุน จากการศึกษาพบว่า กระบวนการพัฒนา 5ก นั้นสามารถพัฒนากลุ่มให้มีความเข้มแข็ง โดยสามารถทำให้ลดความขัดแย้งภายในกลุ่ม มีผลประกอบการที่เพิ่มขึ้นการบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ มีการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์มากขึ้นอย่างต่อเนื่องมีแผนการประชาสัมพันธ์หลายช่องทางมากขึ้นมีการปฏิบัติตามกติกากิจกรรมการบริหารกลุ่มได้รับความไว้วางใจจากสมาชิกกลุ่มและมีเงินทุนหมุนเวียนในกลุ่มเพิ่มขึ้น เป็นต้น

ด้านการจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิตจากการศึกษาการจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิตพบว่า กลุ่มชาววัตถุดิบในการผลิต เนื่องจากในพื้นที่มีกาแฟสารไม่เพียงพอ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กลุ่มขาดความต่อเนื่องในการผลิตกาแฟโบราณ โดยที่ผ่านมากลุ่มได้จัดซื้อกาแฟสารจากภายนอกพื้นที่เป็นส่วนใหญ่โดยผ่านพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ อย่างไรก็ตามการพึ่งพากาแฟสารจากภายนอกพื้นที่นั้นก่อให้เกิดปัญหาหลายอย่างด้วยกัน เช่น ต้องจัดซื้อในราคาสูงเพราะต้องซื้อผ่านพ่อค้าคนกลาง อีกทั้งกาแฟสารที่ได้รับมีคุณภาพค่อนข้างต่ำ ซึ่งจะเห็นได้จากขนาดและสีของเมล็ดกาแฟ จึงทำให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ต่ำลงไปด้วย ดังนั้นเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายผลิตกาแฟในเขตพื้นที่อำเภอเบตง โดยการรวมตัวส่งซื้อกาแฟสารจากแหล่งผลิตวัตถุดิบโดยตรง ทำให้กลุ่มได้วัตถุดิบในการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสม อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนในการผลิตด้วย ซึ่งสามารถแก้ไขปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตคือกาแฟสารได้ในระยะสั้นแต่ในระยะยาวนั้นต้องรอผลผลิตจากสวนกาแฟของโรงเรียนเทศบาล 2บ้านกาแปะกอตอ ที่อยู่ในพื้นที่ชุมชนซึ่งนักเรียนได้เป็นผู้ปลูกและดูแลรักษา และใน

ขณะเดียวกันกลุ่มเองก็ต้องมีการขยายพื้นที่ปลูกกาแฟเพิ่มขึ้นในชุมชน รวมทั้งใช้ระบบการศึกษาเรียนรู้ นอกเวลาเรียน เพื่อสนับสนุนให้เยาวชนรักทางด้านการเกษตร เพื่อรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้นในอนาคตด้วย ส่วนกระบวนการผลิตของกลุ่มแม่บ้านกาแป๊ะกอตอในยังคงใช้กระบวนการหรือวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม คือ ใช้ไม้ฟันในการก่อไฟคั่วเมล็ดกาแฟสดโดยตรงเพราะมีความเชื่อว่าจะทำให้กาแฟมีรสชาติที่ดีและมีกลิ่นหอม ก่อนจะนำไปคลุกผสมกับน้ำตาลเหลวร้อน แล้ววางผึ่งจนเย็นจึงนำไปตำด้วยครกไม้จนละเอียดซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการสืบทอดมานานนับ 100 ปี อย่างไรก็ตาม กลุ่มสามารถที่จะนำเครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตได้ โดยไม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรสชาติของผลิตภัณฑ์ อันจะนำไปสู่การเพิ่มปริมาณผลผลิต และลดเวลาในการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ได้ เช่น การใช้เครื่องบดแห้งแทนครกไม้ได้ในช่วงตอนการบดลดขนาดเป็นผงโกปี (กาแฟโบราณ) โดยไม่มีผลต่อกลิ่นรสและรสชาติของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งสามารถลดการใช้แรงงาน และลดระยะเวลาในการขั้นตอนดังกล่าวเป็นต้น

ด้านการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตและการตลาดโกปี (กาแฟโบราณ) พบว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กาแป๊ะกอตอ (โกปีวังเก่า) ไม่มีความรู้ในด้านการบริหารจัดการทางธุรกิจ โดยเฉพาะ ด้านการบริหารองค์กร ด้านการจัดทำบัญชี และด้านการตลาด ทั้งนี้ ในด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มใช้ชื่อผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์ ที่ไม่มีความทันสมัยและน่าดึงดูด รวมทั้งการกำหนดราคาจำหน่ายที่ไม่มีหลักการคิดคำนวณต้นทุนกำไร เมื่อกลุ่มผลิตและจำหน่ายสินค้าแล้วจึงทำให้ไม่มีผลกำไรและขาดเงินทุนหมุนเวียน ดังนั้น ในการพัฒนาให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจให้กับกลุ่มแม่บ้านจึงมีความสำคัญ รวมถึงการใช้แนวทางการพัฒนาทางด้านการตลาด 4P ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านสถานที่จัดจำหน่าย(place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นตัวตั้งในการพัฒนาทางด้านธุรกิจ นอกจากนี้ การใช้หลักการมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการของกิจกรรม จะทำให้การพัฒนาทางด้านธุรกิจมีความเข้มแข็งและยั่งยืนมากขึ้น เช่น กระบวนการมีส่วนร่วมในการออกแบบตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ และชื่อผลิตภัณฑ์ จะทำให้สมาชิกมีความรักที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเสมือนเป็นของตนเอง อย่างไรก็ตาม การเสริมสร้างความรู้ การเปิดโลกทัศน์ศึกษาดูงานกลุ่มที่ประสบความสำเร็จจะเป็นแนวทางให้กลุ่มแม่บ้านมองภาพในการพัฒนามากขึ้น และการมีที่ปรึกษาหรือมีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนและให้ความรู้จะทำให้กลุ่มมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตามกระบวนการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ยังคงใช้กระบวนการมีส่วนร่วม ควรมีการพัฒนาเชิงนโยบาย รวมทั้งการสร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) กลุ่มผู้ปลูกกาแฟ รวมทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาแบบองค์รวม และนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน

## สารบัญ

| เรื่อง                                                                                    | หน้า      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| บทคัดย่อภาษาไทย                                                                           | ก         |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ                                                                        | ข         |
| บทสรุปผู้บริหาร                                                                           | ค         |
| สารบัญ                                                                                    | ง         |
| สารบัญตาราง                                                                               | จ         |
| สารบัญภาพ                                                                                 | ฉ         |
| <b>บทที่ 1 บทนำ</b>                                                                       | <b>1</b>  |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา                                                        | 1         |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย                                                               | 3         |
| 1.3 ความสำคัญของการวิจัย                                                                  | 3         |
| 1.4 ขอบเขตการวิจัย                                                                        | 3         |
| 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                                                             | 4         |
| 1.6 นิยามศัพท์                                                                            | 4         |
| <b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>                                      | <b>6</b>  |
| 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกาแฟ (วัตถุดิบ)                                                  | 6         |
| 2.2 ข้อมูลเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตเมล็ดกาแฟสาร                                               | 15        |
| 2.3 บริบทชุมชนกาแฟกอดตอใน                                                                 | 20        |
| 2.4 ข้อมูลทั่วไปกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแฟกอดตอใน อำเภอเบตง จังหวัดยะลา                      | 20        |
| 2.5 แนวคิดการบริหารกลุ่มแบบมีส่วนร่วม                                                     | 25        |
| 2.6 แนวคิดการบริหารจัดการกลุ่ม 5 ก                                                        | 31        |
| 2.7 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)                                             | 33        |
| 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ                                    | 36        |
| 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                                                                 | 38        |
| 2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย                                                                   | 40        |
| <b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย</b>                                                        | <b>42</b> |
| 3.1 กลุ่มเป้าหมายการวิจัย                                                                 | 42        |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย                                                            | 42        |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล                                                                   | 42        |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล                                                                    | 43        |
| <b>บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน</b>                                                             | <b>44</b> |
| 4.1 พัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ)                                      | 44        |
| 4.2 พัฒนาการจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ)                                | 47        |
| 4.3 พัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ที่จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ของสมาชิก | 53        |



| เรื่อง     | สารบัญ                                   | หน้า |
|------------|------------------------------------------|------|
| บทที่ 5    | สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ             | 79   |
| 5.1        | สรุปผลการวิจัย                           | 79   |
| 5.2        | ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย             | 81   |
| 5.3        | ข้อเสนอแนะ                               | 81   |
| บรรณานุกรม |                                          | 83   |
| บุคลากร    |                                          | 86   |
| ภาคผนวก    |                                          | 87   |
|            | ภาคผนวก ก เครื่องมือการวิจัย             | 88   |
|            | ภาคผนวก ข เครื่องมือการบริหารจัดการกลุ่ม | 99   |
|            | ภาคผนวก ค ประวัตินักวิจัย                | 122  |

## สารบัญตาราง

|              | หน้า                                                                                                                                                                            |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ตารางที่ 4.1 | แสดงการเปรียบเทียบกระบวนการผลิตโกโก้แบบดั้งเดิม และแบบใหม่                                                                                                                      |
| ตารางที่ 4.2 | แสดงการเปรียบเทียบแบบบรรจุภัณฑ์แบบเดิมกับแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่                                                                                                                   |
| ตารางที่ 4.3 | แสดงขั้นตอนกระบวนการกลุ่มและการมีส่วนร่วมโดยใช้หลักการ 5ก                                                                                                                       |
| ตารางที่ 4.4 | แสดงสรุปการพัฒนาของกลุ่มโดยใช้หลัก 5 ก                                                                                                                                          |
| ตารางที่ 4.5 | แสดงสรุปการพัฒนาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอในผู้ผลิตโกโก้วัง<br>เก่า ด้านการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกโก้ (กาแฟโบราณ) ที่จะ<br>นำไปสู่การเพิ่มรายได้ของสมาชิกกลุ่ม |
| ตารางที่ 4.6 | แสดงผลกระทบจากผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นต่อกลุ่มเป้าหมายทางด้าน<br>รายได้                                                                                                        |
| ตารางที่ 4.7 | แสดงผลการคาดการณ์ผลกำไรอีก 5 ปีข้างหน้า                                                                                                                                         |

## สารบัญภาพ

|             |                                                     | หน้า |
|-------------|-----------------------------------------------------|------|
| ภาพที่ 2.1  | แสดงเมล็ดกาแฟสารพร้อมคั่ว                           | 22   |
| ภาพที่ 2.2  | แสดงการคั่วเมล็ดกาแฟสาร                             | 22   |
| ภาพที่ 2.3  | แสดงเมล็ดกาแฟสารที่คั่วแล้ว                         | 22   |
| ภาพที่ 2.4  | แสดงการเคี้ยวน้ำตาลทรายกับน้ำตาลอ้อย                | 23   |
| ภาพที่ 2.5  | แสดงการนำเมล็ดกาแฟที่คั่วแล้วผสมน้ำตาลเคี้ยว        | 23   |
| ภาพที่ 2.6  | แสดงเมล็ดกาแฟที่เย็นแผ่นหนืด                        | 23   |
| ภาพที่ 2.7  | แสดงการตำเมล็ดกาแฟที่เป็นแผ่นหนืดให้เป็นผง          | 23   |
| ภาพที่ 2.8  | แสดงการร่อนผงกาแฟ                                   | 24   |
| ภาพที่ 2.9  | แสดงผงกาแฟพร้อมบรรจุ                                | 24   |
| ภาพที่ 2.10 | แสดงวิธีการบรรจุภัณฑ์                               | 24   |
| ภาพที่ 2.11 | แสดงกาแฟที่บรรจุภัณฑ์พร้อมจำหน่าย                   | 24   |
| ภาพที่ 2.12 | แสดงส่วนประสมทางการตลาด(Marketing Mix)              | 36   |
| ภาพที่ 2.13 | แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย                              | 41   |
| ภาพที่ 4.1  | แสดงโลโก้ตัวอักษร                                   | 55   |
| ภาพที่ 4.2  | แสดงโลโก้ภาพ                                        | 55   |
| ภาพที่ 4.3  | แสดงโลโก้แบบที่ 1                                   | 56   |
| ภาพที่ 4.4  | แสดงโลโก้แบบที่ 2                                   | 56   |
| ภาพที่ 4.5  | แสดงโลโก้ออกแบบใหม่ตามความต้องการของกลุ่ม           | 57   |
| ภาพที่ 4.6  | แสดงขั้นตอนกระบวนการจัดการกลุ่ม                     | 65   |
| ภาพที่ 4.7  | แสดงกำไรสุทธิ เงินปันผล และรายได้จากค่าแรงในการผลิต | 77   |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์ที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจในปี 2540 และประสบกับภาวะเศรษฐกิจถดถอย รัฐบาลจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องเร่งรัดฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพ ในการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดทำบนพื้นฐานของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ซึ่งเป็นแผนหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เพื่อบูรณาการ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ของประเทศ หลักการพัฒนาประเทศที่สำคัญในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” “การพัฒนาที่ยั่งยืน” และ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ซึ่งมีประเด็นหนึ่งที่สำคัญคือ การพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อม ขนาดเล็กและขนาดกลาง วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุมมากขึ้น เป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มต่างๆ ในสังคม โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาและส่งเสริมสังคมผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการที่ผลิตได้และขายเป็น (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12, 2560)

ดังนั้นในการสร้างความเข้มแข็งให้กับสังคมและชุมชนด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเริ่มต้นจากการพัฒนาอาชีพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถและเพิ่มความเข้มแข็งให้กับประชาชนให้สามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้นโดยส่งเสริมการรวมกลุ่มในรูปแบบองค์กรชุมชนและสร้างเครือข่ายองค์กรชุมชนที่เข้มแข็งเสริมสร้างความมั่นคงด้านอาชีพและเพิ่มรายได้ด้วยการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างครบวงจรทั้งในด้านการผลิตการแปรรูปการตลาดและแหล่งเงินทุนหมุนเวียนสนับสนุนการรวมกลุ่มอาชีพใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเชื่อมโยงสู่ตลาดภายในและต่างประเทศได้(สินี ช่วงฉ่ำ และดิลก สารวดี, 2544)

อำเภอเบตง จังหวัดยะลา เป็นอำเภอใต้สุดของประเทศไทยมีอาณาเขตติดชายแดนรัฐเปรัก ประเทศมาเลเซีย เป็นเมืองชายแดนที่มีการเคลื่อนไหวทางธุรกิจการค้าสูง ประกอบกับเป็นอำเภอที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ทั้ง ไทย มลายู และจีน จึงทำให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม ภาษา และขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ อีกทั้งเป็นเมืองที่มีธรรมชาติที่สวยงามจึงทำให้อำเภอเบตงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจากในประเทศ และประเทศเพื่อนบ้านมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากจากประวัติศาสตร์ความเป็นมาพบว่า เดิมพื้นที่อำเภอเบตงเป็นส่วนหนึ่งของรัฐปัตตานี จึงทำให้ประชากรดั้งเดิมของอำเภอเบตงนั้น เป็นชาวมุสลิมเชื้อสายมลายู ต่อมาในปีพุทธศักราช 2443 มีชาวจีนกลุ่มแรกอพยพมาจากประเทศจีนโดยนำเรือมาขึ้นฝั่งประเทศมาเลเซียแล้วเดินเท้าหรือนั่งเกวียนเข้ามายังพื้นที่อำเภอเบตง จากนั้นก็มีชาวจีนอพยพเข้ามาเรื่อย ๆ

เนื่องจากวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชาวเบตงมีความหลากหลายโดยเฉพาะวัฒนธรรมจีนซึ่งนิยมดื่มโกโก้ (กาแฟโบราณ) ซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่คนในสังคมตั้งแต่อดีตนิยมดื่มกันมากมีคุณสมบัติของ

กลิ่นและรสชาติของกาแฟที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมีสารคาเฟอีน(Caffeine) ส่งผลต่อระบบประสาทและระบบกล้ามเนื้อของผู้ดื่มกาแฟทำให้ตื่นตัวไม่่วงซึมนอกจากนี้คาเฟอีนยังมียาแก้ปวดบรรเทาอาการปวดอย่างอ่อนผู้ที่ดื่มกาแฟจึงมักต้องการดื่มเป็นประจำอย่างที่บ้านเรียกว่า “ติดกาแฟ” เช่นเดียวกับผู้ที่ต้องเคี้ยวหมากเป็นประจำจนเกิดอาการ “ติดหมาก” และจะต้องซื้อหาโกปี(กาแฟโบราณ) จากร้านเจ้าประจำเนื่องจากติดรสชาติและสูตรการชงตามเทคนิคของร้านโกปี(กาแฟโบราณ) แต่ละร้าน ส่งผลให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่ชอบจับกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์เรื่องราวต่างๆในร้านกาแฟทั้งในช่วงเช้า และช่วงค่ำคืน นอกจากอรรถเบตงจะมีชื่อเสียงด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแล้วนั้นภูมิปัญญาการทำโกปี(กาแฟโบราณ) ที่มีมาคู่เมืองเบตงก็มีชื่อเสียงและสืบทอดมาช้านานนับแต่มีคนเชื้อสายจีนเข้ามาในพื้นที่ ซึ่งภูมิปัญญาการทำโกปี(กาแฟโบราณ) มีการสืบทอดมานานหลายสิบปี

จากวัฒนธรรมและความต้องการโกปี(กาแฟโบราณ) นี้เองที่เป็นการจุดประกายทางความคิดให้แก่กลุ่มสตรีแม่บ้านได้รวมตัวกันพยายามว่าจากการประกอบอาชีพหลักคือการทำสวนยางพารา ซึ่งเป็นแม่บ้านที่ต้องการสร้างรายได้เสริมจากการประกอบอาชีพหลัก รวมทั้งแก้ปัญหาการว่างงานและเสริมรายได้ให้กับสตรีในหมู่บ้าน จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของโกปีและได้รวมกลุ่มสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกาแฟโดยแต่เดิมจะใช้เมล็ดกาแฟสายพันธุ์โรบัสต้าที่มีในท้องถิ่น ผลิตโกปี(กาแฟโบราณ) ที่มีกลิ่นหอมและมีรสชาติหวานกลมกล่อม โดยเมื่อเตรียมผงโกปี(กาแฟโบราณ) ละเอียดที่ผ่านกระบวนการเคี้ยวด้วยน้ำตาลแล้วก็นำไปบรรจุในรูปแบบซองพร้อมชงเพื่อจำหน่ายให้กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว และรูปแบบถุงฟรอยด์สีเงินขนาด 1 กิโลกรัม เพื่อส่งให้ลูกค้าที่เป็นร้านขายกาแฟจากนั้นก็นำถุงที่ได้บรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามอีกครั้งหนึ่งกาแฟโบราณเบตงกลายเป็นสินค้าของฝากที่สำคัญอีกชิ้นหนึ่งจากการเยือนเมืองเบตงและยิ่งไปกว่านั้นขณะนี้กาแฟโบราณเบตงได้ถูกบรรจุให้เป็นหนึ่งในรายชื่อของ หนังสือเดินทางหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดยะลาอีกด้วย ซึ่ง ณ ปัจจุบันนี้มีกลุ่มผู้ผลิตโกปี(กาแฟโบราณ)ในพื้นที่เทศบาลเมืองเบตงจำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่กลุ่มนารีพัฒนา(ตรากาแฟโบราณเบตง) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอใน(ตรากาแฟวังเก่า)และกลุ่มฮางุส(ตรากาแฟโบราณ)

จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้นแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอใน เป็นกลุ่มที่ศึกษาด้วยความโดดเด่นของกลุ่มนี้ คือ 1) สมาชิกมีความสนใจในการเพิ่มการผลิตกาแฟและการพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆของกลุ่ม ซึ่งจะนำไปสู่การมีรายได้ของสมาชิกกลุ่มที่เพิ่มขึ้น 2) เป็นกลุ่มที่มีกระบวนการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ที่เป็นเอกลักษณ์โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมในการผลิต3)บริบทของชุมชนมีประวัติความเป็นมาสามารถพัฒนาเป็นพื้นที่เป็นหมู่บ้านกาแฟรองรับการท่องเที่ยวต่อไปได้ อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอใน ผู้วิจัยพบว่า ยังคงประสบปัญหาที่สมาชิกกลุ่มเห็นว่าเป็นปัญหาสำคัญของกลุ่มที่ต้องได้รับการแก้ไขเป็นจุดแรกในขณะนี้ คือ เรื่องของวัตถุดิบในการผลิต เนื่องจากมีการปลูกกาแฟน้อยทำให้ได้ผลผลิตกาแฟสารไม่เพียงพอต่อความต้องการในการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) จึงทำให้กลุ่มผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ในอำเภอเบตงไม่สามารถผลิตได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อรายได้ของสมาชิกกลุ่มลดลง จนทำให้สมาชิกบางคนขาดแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่ม และหันไปประกอบอาชีพอื่น นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน จึงทำให้ยากต่อการพัฒนาทางด้านการตลาด

ซึ่งหากได้มีการพัฒนาสูตรให้สามารถเก็บได้นานยิ่งขึ้นและพัฒนาสูตรการควักกาแพก่อนนำมาเคี้ยว น้ำตาล จะเป็นการช่วยเพิ่มรสชาติของโกปี(กาแพโบราณ) ให้ถูกใจกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น รวมทั้งอาจช่วยเพิ่มมูลค่าและช่องทางการจัดจำหน่ายได้ นอกจากนี้แล้ว กลุ่มสมาชิกยังขาดความรู้และประสบการณ์ในการบริหารจัดการกลุ่มและการผลิต อีกทั้งยังขาดเครือข่ายและช่องทางการจัดซื้อวัตถุดิบ เพราะในปัจจุบันกลุ่มยังต้องอาศัยพ่อค้าคนกลางในการจัดซื้อวัตถุดิบมายังกลุ่ม จึงทำให้ต้นทุนการผลิตมีราคาสูง ส่งผลต่อรายได้ที่น้อยลง

จากปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาการผลิตโกปี (กาแพโบราณ) ซึ่งมีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแพะกอตโน(กาแพวังเก่า) เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแพโบราณ) พัฒนาการจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิตโกปี (กาแพโบราณ) และพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกปี (กาแพโบราณ) ที่จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ของสมาชิกกลุ่ม คณะผู้วิจัยคาดหวังว่ากระบวนการวิจัยในครั้งนี้ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแพะกอตโน(ตรากาแพวังเก่า)จะมีการบริหารจัดการกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ จนสามารถเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกเกิดการพัฒนาลิขสิทธิ์ให้เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์หลักของเมืองเบตง รวมทั้งเป็นการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอัตลักษณ์การทำโกปี (กาแพโบราณ) อันเป็นจุดเริ่มต้นของการเป็นหมู่บ้านกาแพเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมของพื้นที่อำเภอเบตงต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแพโบราณ)
- 1.2.2 เพื่อพัฒนาการจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิตโกปี (กาแพโบราณ)
- 1.2.3 เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกปี (กาแพโบราณ) ที่จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ของสมาชิกกลุ่ม

## 1.3 ความสำคัญของการวิจัย

- 1.3.1 ทำให้ทราบถึงการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแพโบราณ))
- 1.3.2 ทำให้ทราบถึงการพัฒนาการจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิตโกปี (กาแพโบราณ)
- 1.3.3 ทำให้ทราบถึงการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจผลิตโกปี (กาแพโบราณ) ที่จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ของสมาชิกกลุ่ม

## 1.4 ขอบเขตการวิจัย

### 1.4.1 ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาเฉพาะ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแพะกอตโน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแพโบราณ) ในพื้นที่เทศบาลเมืองเบตงอำเภอเบตง จังหวัดยะลา โดยมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 30 คน

### 1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดเนื้อหาของการศึกษา ประกอบด้วยรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่ม การจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิต และการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ)

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ได้ระบบการบริหารจัดการกลุ่มผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ที่เหมาะสม และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.5.2 ได้รูปแบบการจัดการ ระบบการผลิต และการจัดการวัตถุดิบ เพื่อเพิ่มปริมาณผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ให้สามารถจัดจำหน่ายได้อย่างต่อเนื่อง

1.5.3 ได้แผนธุรกิจของกลุ่มผลิตโกปี (กาแฟโบราณ)

1.5.4 ได้รูปแบบกระบวนการส่งเสริมการจัดการธุรกิจการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่

## 1.6 นิยามศัพท์

**โกปี** หมายถึง เป็นคำที่มาจากภาษาจีนมีความหมายว่า กาแฟ ถ้าเป็นคนจีนสมัยก่อนมักจะเรียกกาแฟแบบติดปากว่า “โกปี” ซึ่งหมายถึงกาแฟโบราณที่มีน้ำสีดำเข้มและมีรสขม อาจจะนำมาใส่นมข้นหวานหรือใส่น้ำตาลอย่างเดียวกันได้ แต่ละพื้นที่จะเรียกชื่อของโกปีแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับส่วนผสมและชื่อกาแฟโกปีในพื้นที่นั้นๆ โกปี เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในท้องถิ่นทางภาคใต้ของไทย สังเกตได้จากวิถีความเป็นอยู่ของชาวใต้โดยเฉพาะในอำเภอเบตงจะนิยมดื่มกาแฟโกปีกันเป็นประจำทุกเช้าและมักจะตามด้วยขนมหวาน ร้านกาแฟโกปีทางภาคใต้จึงมีชื่อเสียง เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ถูกใจนักท่องเที่ยวที่มาเยือน และมีชื่อเรียกต่างกันไป เช่น โกปีโอหรือโกปี้อือ คือกาแฟโกปีที่ใส่น้ำตาลโกปี้อือ คือ กาแฟโกปีที่มีผสมชาและใส่นมข้นหวาน

**กาแฟโบราณ** หมายถึง กาแฟผสมไม่ใช่กาแฟแท้100%แบบกาแฟสด ส่วนผสมนั้นแล้วแต่ราคาของกาแฟโบราณ ซึ่งแบ่งเป็นแบบ เกรด 1 เกรด 2 เกรด1 จะเป็นกาแฟโบราณ100% จะประกอบไปด้วย กาแฟคั่วที่เคลือบด้วยน้ำตาลผสมกับงานเกรด2 กาแฟโบราณที่มีส่วนผสมแบบ ต่างๆ ประกอบไปด้วย ข้าวโพดคั่ว ข้าวคั่วเคลือบน้ำตาล และกาแฟเกรด1 ดังนั้นเกรด2จะราคาถูกกว่าเกรด 1 ราคานั้นมีตั้งแต่ 30, 50, 70 บาท ส่วนเกรด1 ราคาอยู่ที่ 120บาท ซึ่งวิธีการชงขึ้นอยู่กับการเลือกใช้กาแฟ ทักษะ และประสบการณ์ก็สำคัญเช่นกัน เริ่มต้นก็ต้องต้มน้ำเดือดมากๆ ร้อนจะทำให้คั้นกลิ่นและรสชาติได้มากกว่าน้ำร้อนธรรมดาเวลาหาร้านดีๆ ให้สังเกตที่หม้อต้มน้ำ เวลาทางร้านชงหากมีไอน้ำมาก แสดงว่าน้ำเดือดมากเป็นร้านที่มีมาตรฐาน

**กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน** หมายถึง ผู้ผลิตโกปี(กาแฟโบราณ)ตราโกปีวังเก่า ที่ดำเนินการผลิตโกปี(กาแฟโบราณ) สืบทอดมานานนับ 100 ปี โดยใช้กระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม

**การมีส่วนร่วม** หมายถึง การเปิดโอกาสให้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน กลุ่มผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ได้มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัย การพัฒนาทั้งในการแก้ไขปัญหาและป้องกันปัญหาโดยเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการคิด การวางแผน การตัดสินใจและปฏิบัติตามแผนร่วมติดตามประเมินผลและรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบถึงประชาชน ชุมชนและเครือข่ายทุกรูปแบบในพื้นที่

**การพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่ม** หมายถึง การพัฒนาและวิธีการจัดการกลุ่มให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร และมีความเข้มแข็ง โดยการพัฒนากลุ่ม กิจกรรม กรรมการ กติกา และกองทุนของกลุ่มด้วยหลักการเหล่านี้จะส่งผลให้กลุ่มสามารถบริหารจัดการภายในกลุ่ม อย่างเป็นระบบมากขึ้น และมีความโปร่งใสในการแบ่งผลกำไร

**การพัฒนาการบริหารจัดการวัตถุดิบกาแฟ** หมายถึง การพัฒนาและวิธีการจัดการเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพและราคาถูก การเก็บรักษา และการใช้วัตถุดิบ เพื่อให้เพียงพอ(เมล็ดกาแฟ)

**การพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจ** หมายถึง การพัฒนารูปแบบ แนวทาง และช่องทางขายผลิตภัณฑ์โกปี (กาแฟโบราณ) ให้ขยายมากขึ้น ตลอดจนการจัดการธุรกิจของกลุ่มให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนากลุ่มผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) อำเภอเบตง จังหวัดยะลา คณะผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยเรื่องต่างๆ ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกาแฟ (วัตถุดิบ)
- 2.2 ข้อมูลเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตเมล็ดกาแฟสาร
- 2.3 บริบทชุมชนกาแฟเบตง
- 2.4 ข้อมูลทั่วไปกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแฟเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา
- 2.5 แนวคิดการบริหารกลุ่มแบบมีส่วนร่วม
- 2.6 แนวคิดการบริหารจัดการกลุ่ม 5 ก
- 2.7 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)
- 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกาแฟ

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2560) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ กาแฟ สถานการณ์การผลิตกาแฟ ปัญหาในการผลิตกาแฟ การตลาด การแปรรูป ดังนี้

กาแฟ เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของไทยที่ทำรายได้ให้เกษตรกรปีละประมาณ 5,500 ล้านบาท กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ดำเนินการยุทธศาสตร์กาแฟตั้งแต่ปี 2552 -2556 สามารถบรรลุเป้าหมายได้ในระดับหนึ่งเนื่องจากปัญหาด้านงบประมาณ ไม่สามารถขยายผลได้ตามเป้าหมาย ต่อมาจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์กาแฟ ปี 2560 – 2564 ซึ่งอุตสาหกรรมกาแฟมีความจำเป็นจะต้องเร่งพัฒนา โดยไทยมีศักยภาพด้านการแปรรูปและ มีศักยภาพในการผลิตและส่งออกมาก ดังนั้น การพัฒนาในระยะต่อไปจำเป็นต้องจัดทำยุทธศาสตร์กาแฟ โดยเน้นการบริหารจัดการแบบครบวงจร (Value Chain) บนพื้นฐานของศักยภาพ (Potential) และอัตลักษณ์ของกาแฟไทย พัฒนาระบบมาตรฐานการผลิตในระดับฟาร์มถึงผู้บริโภค โดยการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุนการผลิต การพัฒนาคุณภาพเมล็ดกาแฟสู่มาตรฐานสากล การผลิตกาแฟเฉพาะถิ่น และการเป็นศูนย์กลางการค้ากาแฟในอาเซียนต่อไป

โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปี 2554 -2558) ตลาดกาแฟมีการขยายตัวอย่างมาก ทำให้ความต้องการใช้เมล็ดกาแฟของโรงงานแปรรูปกาแฟในประเทศเพิ่มขึ้นจาก 61,480 ตัน ในปี 2554 เป็น 80,000 ตัน ในปี 2558 ในขณะเดียวกัน ผลผลิตกาแฟในประเทศกลับลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากราคากาแฟที่ตกต่ำเป็นเวลานาน ทำให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนไปปลูกพืชอื่นแทน เช่น ยางพารา ปาล์มน้ำมัน และไม้ผล เนื้อที่ให้ผลจึงลดลงจาก 322,896 ไร่ ในปี 2554 เหลือเพียง 251,433 ไร่

ในปี 2558 ส่งผลให้ผลผลิตลดลงจาก 42,394 ตัน ในปี 2554 เหลือผลผลิตเพียง 26,089 ตัน ในปี 2558 พันธุ์ที่ปลูกส่วนใหญ่เป็นสายพันธุ์โรบัสต้า ซึ่งมีแหล่งปลูกที่สำคัญอยู่ในภาคใต้ ได้แก่ ชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี กระบี่ ซึ่งในปี 2558 มีสัดส่วนร้อยละ 66 ส่วนสายพันธุ์อาราบิก้ามีสัดส่วนร้อยละ 34 โดยแหล่งปลูกที่สำคัญอยู่ในภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ตาก

สถานการณ์การผลิตกาแฟพันธุ์โรบัสต้าของไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เนื้อที่ให้ผลและผลผลิตลดลง โดยเนื้อที่ให้ผลลดลงจาก 288,716 ไร่ ในปี 2553/54 เหลือ 189,281 ไร่ ในปี 2557/58 หรือลดลงร้อยละ 10.44 ผลผลิตลดลงจาก 37,055 ตัน ในปี 2553/54 เหลือ 17,160 ตัน ในปี 2557/58 หรือลดลงร้อยละ 15.72 เนื่องจากช่วงที่ผ่านมาเกษตรกรต้องการเปลี่ยนพื้นที่ปลูกกาแฟ โดยปลูกแซมในไม้ผล ไม้ยืนต้น เช่น ยางพารา ปาล์มน้ำมัน และทุเรียน ปัจจุบันไม้ผล ไม้ยืนต้น เริ่มให้ผลผลิต เกษตรกรจึงโค่นต้นกาแฟออก สำหรับผลผลิตต่อไร่ลดลงจาก 128 กิโลกรัมในปี 2553/54 เหลือ 91 กิโลกรัม ในปี 2557/58 หรือลดลงร้อยละ 5.71 เนื่องจากไม้ผลที่ปลูกไว้เริ่มให้ผลผลิต เกษตรกรโค่นต้นกาแฟที่ไม่สมบูรณ์ทิ้ง

ประเด็นปัญหาสำคัญในการผลิตกาแฟโรบัสต้า คือ พันธุ์กาแฟโรบัสต้าเดิมที่เกษตรกรปลูกไม่ได้ผ่านการคัดเลือกพันธุ์ ทำให้มีความแปรปรวนในการให้ผลผลิตที่มีปริมาณผลผลิตไม่สม่ำเสมอ รวมถึงศักยภาพด้านการให้ผลผลิตต่ำ ประกอบกับพื้นที่ปลูกลดลงทุกปี ทำให้ผลผลิตกาแฟมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศ อีกทั้งเกษตรกรยังขาดเทคโนโลยีและการจัดการการผลิตที่เหมาะสม (การจัดการดิน การเกษตรกรรม เครื่องมือเครื่องจักรกล การตัดฟันต้น การจัดการโรคและแมลงฯลฯ) ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ผลผลิตต่อไร่ต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง

นอกจากนี้ เมล็ดกาแฟของไทยขาดอัตลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่น มีการปลอมปนเมล็ดกาแฟจากถิ่นอื่น ทำให้ไม่สามารถรักษามาตรฐาน คุณภาพและราคาได้สูงเท่าที่ควร รวมถึงการลักลอบนำเข้าเมล็ดกาแฟจากประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาขายทำกำไรในประเทศไทยโดยไม่ผ่านขั้นตอนการนำเข้าตามกฎหมาย

สำหรับประเด็นปัญหาด้านการตลาด พบว่า ผลิตภัณฑ์กาแฟยังขาดอัตลักษณ์ที่จะช่วยส่งเสริมการขาย การตลาด การยกระดับคุณภาพกาแฟท้องถิ่น ที่จะสามารถเพิ่มคุณค่าในตัวสินค้า เช่น เป็นสินค้าที่ระลึกในพื้นที่นั้น ๆ รวมถึงยังขาดการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

ส่วนประเด็นปัญหาด้านการแปรรูป พบว่า การรวมกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ ยังขาดการพัฒนาให้ได้มาตรฐานและหลากหลาย อีกทั้งกลุ่มเกษตรกรขาดเครื่องจักรกลในการแปรรูปที่มีคุณภาพดี ราคาถูก

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2560) ได้ศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์กาแฟ ภายใต้เงื่อนไขการค้าเสรี เพื่อให้สามารถกำหนดกลยุทธ์สำหรับสินค้ากาแฟ โดยเฉพาะกาแฟโรบัสต้าของประเทศไทยได้ พบว่า

#### จุดแข็ง (Strength-S)

(1) พื้นที่ภาคใต้ของไทยมีความเหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของกาแฟโรบัสต้าเพราะมีฝนตกชุก ทำให้สภาพอากาศชุ่มชื้น

(2) กาแฟไทยได้รับการยอมรับว่าคุณภาพดีทั้งพันธุ์โรบัสต้าและอาราบิก้า และมีรสชาติดี ได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ

#### จุดอ่อน (Weakness-w)

(1) ต้นทุนการผลิตของไทยอยู่ในระดับสูง เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้วยกัน ทำให้แข่งขันกับประเทศคู่แข่งไม่ได้ในเรื่องราคาเมล็ดกาแฟ โดยราคากาแฟของคู่แข่งต่ำกว่าของไทย สาเหตุที่ต้นทุนของไทยสูงกว่า เนื่องจากไทยมีผลผลิตต่อไร่ต่ำกว่า ประกอบกับค่าแรงงานของไทยสูงกว่าของเวียดนามและประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น

(2) ผลผลิตลดลง ไม่เพียงพอความต้องการใช้ของโรงงานแปรรูป เนื่องจากชาวสวนกาแฟไทยหันไปปลูกพืชอื่นที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่า เช่น ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ส่งผลให้เนื้อที่ปลูกกาแฟลดลง

#### โอกาส (Opportunity-O)

(1) ความต้องการใช้เมล็ดกาแฟในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นประมาณร้อยละ 7-10 ต่อปี

(2) กาแฟไทยได้รับการยอมรับในด้านคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ

(3) รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุน และมีการจัดทำยุทธศาสตร์กาแฟ ในลักษณะบูรณาการ

(4) มีหน่วยงานของทางราชการ และภาคเอกชนส่งเสริมและสนับสนุนพันธุ์กาแฟคุณภาพดี และให้ผลผลิตต่อไร่สูง

(5) เกษตรกรสามารถจำหน่ายผลผลิตกาแฟได้สูงกว่าราคาค้นทุน

(6) มีกระแสความนิยมดื่มกาแฟภายในประเทศเพิ่มมากขึ้นทุกปี

(7) พฤติกรรมการบริโภคกาแฟในอาเซียนใช้กาแฟโรบัสต้าเป็นหลัก ในขณะที่พื้นที่ปลูกกาแฟโรบัสต้าในอาเซียนลดลง แต่ความต้องการใช้กาแฟโรบัสต้าทั้งในประเทศและต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น จะเป็นช่องทางให้ประเทศไทยสามารถครองตลาดกาแฟโรบัสต้าได้มากขึ้น

(8) รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมกิจการ SME สร้างสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการกิจการมากขึ้น

#### อุปสรรค/ข้อจำกัด (Threat-T)

การเปิดเสรีการค้า (AFTA) ส่งผลให้ภาษีการนำเข้าเมล็ดกาแฟลดลง โดยเฉพาะการนำเข้าจากประเทศอาเซียนมีผลให้ราคากาแฟถูกลง โดยเฉพาะประเทศเวียดนามซึ่งปลูกกาแฟโรบัสต้าเช่นเดียวกับไทยมีปริมาณการผลิตมากเป็นที่สองของโลก มีค่าแรงงานและต้นทุนการผลิตต่ำกว่าไทย และสามารถระบายกาแฟภายในประเทศโดยขายราคาต่ำกว่า

จากความสำคัญของกาแฟซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จึงได้กำหนดเป้าหมายยุทธศาสตร์กาแฟโรบัสต้าของประเทศไทยปี 2560 – 2564 ดังนี้

(1) รักษาผลผลิตกาแฟภายใต้การผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไม่น้อยกว่า 30,000 ตัน/ปี

(2) เพิ่มผลผลิตต่อไร่ให้มากกว่า 250 กก./ไร่ ในสวนเดี่ยว และ มากกว่า 150 กก./ไร่ ในสวนผสมผสาน (สวนเดี่ยว 170 ตัน/ไร่ และสวนผสมที่มีต้นกาแฟประมาณ 100 ตัน/ไร่)

(3) ลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกรอย่างน้อย 10%

(4) เพิ่มมูลค่าการค้ากาแฟอย่างน้อย 10%

ดังนั้น เพื่อให้ประสบผลสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายยุทธศาสตร์กาแฟโรบัสต้าดังกล่าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จึงได้กำหนดกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินการต่างๆ ดังนี้

(1) กลยุทธ์เพื่อพัฒนาการแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งมีแนวทางดำเนินการ คือ ส่งเสริมการแปรรูปกาแฟโรบัสต้าเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าผลิตภัณฑ์กาแฟ การผลิตกาแฟเฉพาะถิ่น สร้างเอกลักษณ์กาแฟไทย ในสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการ โดยส่งเสริมให้ใช้วัตถุดิบกาแฟที่มีคุณภาพเป็นส่วนผสมในการผลิตผลิตภัณฑ์กาแฟให้ได้มาตรฐาน GMP/HACCP รวมถึงส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและแบรนด์สินค้าผลิตภัณฑ์กาแฟโรบัสต้า ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(2) กลยุทธ์เพื่อพัฒนาด้านการตลาด มีแนวทางดำเนินการ คือ ส่งเสริมการใช้และซื้อขายเมล็ดกาแฟและผลิตภัณฑ์กาแฟโรบัสต้าตามชั้นคุณภาพ โดยจัดทำและทบทวนมาตรฐานผลิตภัณฑ์กาแฟโรบัสต้าเพื่อยกระดับคุณภาพ และทำการประชาสัมพันธ์กาแฟโรบัสต้าไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงกำหนดแนวทาง กลไก และมาตรการด้านการตลาดหลังส่งเสริมการผลิต

(3) กลยุทธ์ด้านการวิจัยและพัฒนา มีแนวทางดำเนินการ คือ ส่งเสริมงานวิจัยเทคโนโลยีการผลิตกาแฟโรบัสต้าในการเพิ่มผลผลิต คุณภาพ และลดต้นทุนการผลิต พร้อมกับพัฒนาเทคโนโลยีเกษตรแม่นยำ (precision farming) เพื่อลดการใช้ทรัพยากร และส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และเครื่องมือแปรรูปกาแฟโรบัสต้า และงานวิจัยการตลาดเดิมและตลาดใหม่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขัน

ทั้งนี้ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์การผลิตและแปรรูปกาแฟโรบัสต้านี้คือ กลุ่มเกษตรกร มีความเข้มแข็ง มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และเกษตรกรมีความสามารถในการผลิตกาแฟคุณภาพ มาตรฐาน ลดต้นทุนการผลิต และสามารถแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าได้ โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

กาแฟเป็นพืชยืนต้น มีทั้งพุ่มเล็กถึงพุ่มใหญ่ จะต้องใช้ระยะเวลาการปลูกช่วงหนึ่งก่อนที่จะให้ผลผลิตออกมา นอกจากนี้ การปลูกพืชยืนต้นนั้น จะปลูกครั้งเดียวแล้วจะสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้หลายปี ซึ่งโดยส่วนใหญ่ผลผลิตจะเก็บเกี่ยวได้มากในช่วงปีแรกๆ และจะลดน้อยลงในปีต่อไป สายพันธุ์กาแฟทั่วโลกมีมากกว่า 6,000 สายพันธุ์ แต่มีเพียง 2 สายพันธุ์ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและนำมาขยายพันธุ์เพื่อการค้า ได้แก่ สายพันธุ์อาราบิก้าและสายพันธุ์โรบัสต้า

#### กาแฟสายพันธุ์โรบัสต้าพันธุ์พื้นเมืองเบตง

กาแฟสายพันธุ์โรบัสต้า เป็นสายพันธุ์กาแฟที่ปลูกมากและมีความสำคัญทางการค้าในตลาดโลกเป็นอันดับสองรองจากกาแฟอาราบิก้า มีผลผลิตประมาณร้อยละ 20 ของผลผลิตโลก ลักษณะต้นกาแฟเป็นพุ่มมีขนาดใหญ่กว่ากาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า มีกิ่งก้านจำนวนมาก ใบสีเขียวเข้มขนาดใหญ่แต่ไม่เป็นมัน ดอกไม่สามารถผสมตัวเองได้ ต้องผสมพันธุ์ข้ามต้นโดยอาศัยแมลงและลมช่วยผสมพันธุ์ เหตุนี้จึงทำให้ดอกกาแฟหอมมาก ทนทานต่อการเกิดโรคและการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศได้ดี ให้ผลผลิตสูงกว่าสายพันธุ์อาราบิก้า เหมาะสมต่อการผลิตเป็นกาแฟสำเร็จรูป หรือผสมกับกาแฟอาราบิก้าเพื่อทำให้รสชาติกาแฟเข้มข้นขึ้น จุดเด่นของกาแฟโรบัสต้า ได้แก่ มีปริมาณเนื้อกาแฟมาก รสชาติกาแฟเข้มข้น ขี้ด้อย ได้แก่ มีกลิ่นหอมน้อยกว่ากาแฟอาราบิก้า

### ลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของกาแฟสายพันธุ์โรบัสต้า

วงศ์ (Family): Rubiaceae

จีนัส (Genus): Coffea

สปีชีส์ (Species): C. Canephora

ชื่อสามัญ (Common name): Robusta Coffee

ชื่อวิทยาศาสตร์ (Scientific name): Coffea robusta Pierre ex Froehner L.

ผลของกาแฟมีลักษณะคล้ายลูกหว่า รูปรูปร่าง ผลดิบสีเขียว เมื่อเวลาผลสุกจะมีสีเหลือง สีส้ม สีแดง ผลของกาแฟจะแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 1. เปลือก (Skin) 2. เนื้อ (Pulp) มีสีเหลือง เมื่อสุกมีรสหวาน 3. กะลา (Parchment) จะห่อหุ้มเมล็ด ช่วงระหว่างเมล็ดกับกะลาจะมีเยื่อบางๆ หุ้มเมล็ดอยู่เรียกว่า เยื่อหุ้มเมล็ด (Silver Skin) ผลกาแฟแต่ละผลจะมี 2 เมล็ดประกบกัน ด้านที่ประกบกันจะอยู่ด้านในมีลักษณะแบน มีร่องบริเวณกลางเมล็ด 1 ร่อง ส่วนด้านนอกมีลักษณะโค้ง ลักษณะเมล็ดจะเป็นเตี๋ยหรือเมล็ดโทน (Pea Bean, Pea Berry) ในบางครั้งหากการผสมเกสรไม่สมบูรณ์ จะทำให้ผลติดเมล็ดเพียงเมล็ดเดียว ผลกาแฟมีเมล็ดเพียงเมล็ดเดียวรูปร่างกลมรีทั้งเมล็ด โดยมีร่องบริเวณกลางเมล็ด 1 ร่อง

สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการเจริญเติบโตของกาแฟสายพันธุ์โรบัสต้า คือ เป็นพื้นที่ที่มีความสูง ประมาณ 800 ถึง 12,000 เมตรจากระดับน้ำทะเล มีความลาดชันไม่เกิน 50 เปอร์เซ็นต์ ดินมีความอุดมสมบูรณ์ปานกลาง มีการถ่ายเทอากาศและระบายน้ำได้ดี ไม่ควรเป็นพื้นที่ที่มีการท่วมขังของน้ำ ชั้นดินลึกไม่น้อยกว่า 50 เซนติเมตร ควรจะเป็นดินเหนียวที่มีธาตุโปแตสเซียม มีความเป็นกรดเป็นด่าง ระหว่าง 4.5 ถึง 6.5 มีอุณหภูมิอากาศที่เหมาะสมอยู่ระหว่าง 25 ถึง 32 องศาเซลเซียส และส่วนใหญ่แล้วสวนกาแฟจะอาศัยปริมาณน้ำฝนเป็นหลักมากกว่าระบบชลประทานหรือการให้น้ำ ดังนั้น ปริมาณน้ำฝนในพื้นที่ปลูกจึงต้องมีไม่ต่ำกว่า 1,500 มิลลิเมตรต่อปี และต้องให้มีช่วงแล้ง ระยะเวลา 8 ถึง 10 สัปดาห์ เพื่อชักนำให้เกิดตาดอก

โดยทั่วไปการปลูกกาแฟจะแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมและความต้องการของผู้ปลูกเอง หลักการโดยทั่วไปคือ การกำหนดระยะปลูก ประชากรที่เหมาะสมของกาแฟที่จะให้ผลผลิตที่ดีจะอยู่ประมาณ 150 ถึง 200 ต้นต่อไร่ แต่สามารถที่จะเพิ่มหรือลดจำนวนกว่าปกติได้ ขึ้นกับวิธีการปลูก คือหากจะเพิ่มจำนวนให้มากกว่านี้จำเป็นจะต้องออกแบบการตัดแต่งต้นกาแฟให้เหมาะสมเพื่อให้ต้นกาแฟสามารถรับแสงเต็มที่ในการติดดอกออกผล บางครั้งจะต้องตัดทั้งต้นสลับแถวเพื่อให้เกิดช่องว่างในพื้นที่ แล้วต้องเลี้ยงต้นใหม่จนอายุ ประมาณ 3 ปี ก็จะออกดอกติดผลอีก แต่ก็ต้องตัดต้นกาแฟในแถวใกล้เคียงกันออกเพื่อเป็นการเปิดพื้นที่ให้กับต้นใหม่เช่นกัน โดยมีหลักการว่าต้นกาแฟจะติดดอกออกผลเมื่อต้นมีอายุประมาณ 3 ปีและต้นกาแฟที่อายุมากขึ้นจะให้ผลผลิตลดลงและการจัดการจะยุ่งยากมากขึ้น ดังนั้น การจัดการวิธีการปลูกจะต้องวางแผนให้แน่นอนและชัดเจน

ในพื้นที่บางแห่ง เกษตรกรนิยมปลูกไม้ร่มเงาซึ่งเป็นวิธีการเพื่อให้ร่มเงาแก่ต้นกาแฟในระยะแรก และมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการพังทลายของดิน โดยไม้ร่มเงากาแฟแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ไม้ร่มเงาชั่วคราว และไม้ร่มเงาถาวร โดยไม้ร่มเงาชั่วคราว ได้แก่ พืชล้มลุก เช่น ข้าวโพด ปอเทือง ถั่ว เป็นต้น ส่วนไม้ร่มเงาถาวร ได้แก่ ไม้ยืนต้น เช่น สะตอ ทองหลาง มะพร้าว ขี้เหล็ก เป็นต้น แต่การปลูกไม้ร่มเงานั้นควรมีการจัดการตัดแต่งไม้ร่มเงา เพื่อให้ต้นกาแฟได้รับแสง

ที่เหมาะสมเพื่อการติดดอกออกผลที่เต็มที่ด้วย เพราะบางครั้งหากการจัดการไม่ดี ไม้ร่มเงาจะเป็นตัวต้นเหตุของการทำให้ผลผลิตกาแฟลดลงได้เพราะจะเป็นการบังต้นกาแฟมากเกินไป และอาจจะแย่งน้ำและอาหารจากต้นกาแฟได้

เมื่อต้นกาแฟเจริญเติบโตจนมีอายุประมาณ 3 ปี ก็จะสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ โดยกาแฟจะออกดอกหลังจากผ่านการกระทบกับความแห้งแล้งและผ่านความชุ่มชื้นจากฝนหรือการให้น้ำแล้ว และจะพัฒนากลายเป็นผลจนสุก ซึ่งมีลักษณะสีแดงในเวลาต่อมา การเก็บเกี่ยวผลผลิตจะต้องเก็บเฉพาะผลผลิตที่สุกเท่านั้น ซึ่งจะประสบปัญหายากพอสมควร เพราะกาแฟบางพันธุ์จะมีผลที่สุกไม่พร้อมกันในช่อเดียวกัน จึงต้องระมัดระวังเพราะผลกาแฟที่ยังไม่สุกแก่ เมื่อนำไปแปรรูปจะทำให้ได้กาแฟที่มีคุณภาพไม่ดี ดังนั้นเพื่อความสะดวกในการเก็บเกี่ยวเกษตรกรจึงมักใช้วัสดุที่เป็นแผ่น เช่น ตาข่ายตาถี่ปูใต้โคนต้นแล้วเก็บเฉพาะผลที่สุกร่วงหล่นลงมามาบดแล้วค่อยรวบรวมเป็นต้นๆไป

โดยกาแฟจะเริ่มติดดอกออกผลหลังจากปลูกไปแล้วประมาณปีที่ 3 และผลกาแฟจะเริ่มสุกประมาณเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนเมษายน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์ของต้นกาแฟ และสภาพของพื้นที่ปลูก ผลกาแฟในแต่ละช่อจะสุกไม่พร้อมกัน ในการเก็บผลกาแฟให้เลือกเก็บเฉพาะผลที่สุกแก่มีสีแดงเท่านั้น ไม่ควรเก็บผลกาแฟที่ยังอ่อนซึ่งมีสีเขียวหรือผลที่ไม่แก่จัดหรือใช้วิธีดูทั้งกิ่ง เพราะจะทำให้ได้สารกาแฟคุณภาพต่ำ สำหรับผลกาแฟที่เก็บได้ควรมีการคัดแยกคุณภาพ โดยผลกาแฟที่แก่จัดเกินไปซึ่งมีสีแดงเข้ม หรือผลที่แห้งคั่ว ผลที่ร่วง หรือหล่นตามพื้น ควรเก็บแยกไว้ต่างหากจากผลกาแฟที่เก็บได้ในแต่ละครั้ง จากนั้นให้นำผลกาแฟทั้งหมดออกตากแดดโดยเร็วที่สุด ทั้งนี้ควรเก็บผลที่สุก 90 ถึง 100 เปอร์เซ็นต์ คือเมื่อผลมีสีแดงเกือบทั้งผลหรือทั่วทั้งผล หรือผลมีสีเหลืองเกือบทั้งผลหรือทั่วทั้งผล (บางสายพันธุ์ผลสุกจะเป็นสีเหลือง) ซึ่งการทดสอบผลสุกพร้อมที่จะเก็บเกี่ยว สามารถทำได้โดยการเก็บผลกาแฟแล้วใช้นิ้วบีบผล หากผลสุกเปลือกจะแตกง่ายและเมล็ดกาแฟจะไถลออกมาจากเปลือก

การเก็บผลควรพิจารณาการสุกของผลของแต่ละกิ่งที่ให้ผลในแต่ละต้นว่ามีผลสุกมากกว่าร้อยละ 50 สำหรับการเก็บผลผลิตครั้งแรก ซึ่งปกติการเก็บผลกาแฟจะต้องเก็บประมาณ 2 ถึง 4 ครั้ง โดยอายุการเก็บเกี่ยวผลกาแฟในแต่ละสภาพพื้นที่ปลูกไม่พร้อมกัน (ตั้งแต่ติดผล - ผลสุก) ดังนั้นหากปลูกที่ระดับความสูง 700 - 900 เมตร จากระดับน้ำทะเล จะมีอายุการเก็บเกี่ยวประมาณ 6 เดือน แต่หากปลูกที่ระดับความสูง 1,000 เมตรขึ้นไป จากระดับน้ำทะเล อายุการเก็บเกี่ยวประมาณ 9 เดือน

กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ได้กำหนดมาตรฐานเมล็ดกาแฟโรบัสต้า เพื่อส่งเสริมการปลูกกาแฟพันธุ์โรบัสต้าของประเทศไทย ดังนี้

(1) เมล็ดกาแฟโรบัสต้าจะต้องมีสี กลิ่น ตามธรรมชาติของเมล็ดกาแฟ ไม่บูดเน่า หรือขึ้นราและไม่มีผลกาแฟปะปน

(2) เมล็ดสารกาแฟจะต้องมีความชื้นไม่เกินร้อยละ 13

(3) ข้อบกพร่องของเมล็ดกาแฟทั้งหมดจะต้องไม่เกินร้อยละ 7 โดยน้ำหนัก ดังนี้

- 1) เมล็ดกาแฟซื้อขายไม่ควรจะมีเมล็ดกาแฟที่กะเทาะเปลือกออกไม่หมด
- 2) เมล็ดดำ คือ เมล็ดกาแฟที่มีสีดำเกินครึ่งหนึ่งของเมล็ด ซึ่งจะมีได้ไม่เกินร้อยละ
- 3) เมล็ดมอด คือ เมล็ดกาแฟที่มีรูมอดเจาะเกิน 1 รู จะมีได้ไม่เกินร้อยละ 4

4) เมล็ดแตก คือ ขึ้นส่วนเมล็ดกาแฟที่มีขนาดเท่ากับหรือน้อยกว่าครึ่งหนึ่งของเมล็ดกาแฟทั้งหมด ซึ่งจะมีได้ไม่เกินร้อยละ 2

5) เมล็ดเสีย คือ เมล็ดกาแฟที่มีลักษณะเป็นรูพรุน มีเชื้อราหรือมีสีผิดปกติ เมล็ดกาแฟหล่นโคนต้น เมล็ดกาแฟที่ผิดปกติและอื่นๆ ซึ่งจะมีได้ไม่เกินร้อยละ 0.5

6) สิ่งเจือปนจำพวก เศษหิน เศษไม้ เปลือกกาแฟ และทุกอย่างที่ไม่ใช่เมล็ดกาแฟ ซึ่งจะมีได้ไม่เกินร้อยละ 0.5

เมื่อได้ผลกาแฟสุกแล้วจะต้องมีการแยกหรือเมล็ดกาแฟดิบ (กะลา) ออกจากผลสุก เพื่อเตรียมนำไปสีแยกกะลาเป็นสารกาแฟซึ่งเป็นส่วนที่จะนำไปคั่วเป็นกาแฟคั่วสำหรับดื่ม ซึ่งสามารถทำได้ 2 วิธี คือ

(1) วิธีแห้ง (Dry Method or Natural Method) นิยมทำกันมากในการผลิตสารกาแฟพันธุ์โรบัสตา เป็นวิธีการทำสารกาแฟที่ง่าย ลงทุนน้อย มีความสะดวก เนื่องจากขั้นตอนน้อย ประหยัดแรงงานและไม่ต้องการเครื่องมือที่ซับซ้อน แต่จะควบคุมคุณภาพได้ยาก มีวิธีการทำโดยการนำผลกาแฟที่เก็บเกี่ยวได้มาตากแดดประมาณ 15 - 20 วัน จนกาแฟแห้ง หลังจากนั้นจึงนำผลกาแฟเข้าเครื่องสีกะเทาะเมล็ด ก็จะได้สารกาแฟที่ต้องการ วิธีนี้มีข้อเสียคือ อาจเกิดกลิ่นจากการหมักที่เกิดจากเมือกหุ้มรอบกะลาได้ ต้องรีบกะเทาะเปลือกทันทีก่อนที่จะเกิดจากการหมัก วิธีดังกล่าวนี้ เหมาะสำหรับพื้นที่ขาดน้ำ ปริมาณกาแฟมากและผู้ผลิตขาดความรู้ความชำนาญในการทำสารกาแฟโดยวิธีเปียก

(2) วิธีเปียก (Wet Method or Parchment Method) เป็นวิธีที่นิยมในการผลิตสารกาแฟอาราบิก้า เพราะสามารถผลิตสารกาแฟที่มีกลิ่นและรสชาติดีกว่าวิธีแห้งแต่ต้องการแรงงานมากกว่า มีขั้นตอนมากกว่า และต้องมีน้ำในการทำความสะดวกอย่างพอเพียง ขั้นตอนการผลิตสารกาแฟโดยวิธีเปียกทำได้โดย นำผลกาแฟสุกที่เก็บเกี่ยวได้แช่น้ำ เพื่อแยกผลกาแฟที่ฝ่อลอยน้ำออกจากผลกาแฟที่ดี จากนั้นปอกเปลือกผลกาแฟ (pulping) ซึ่งผลกาแฟควรจะได้รับ การปอกเปลือกทันทีหลังจากเก็บมาจากต้นกาแฟแล้วแต่ถ้ายังไม่สามารถนำไปปอกเปลือกได้ทันทีอาจเก็บไว้ได้แต่ไม่ควรเกิน 36 ชั่วโมง เพื่อป้องกันการเกิดปฏิกิริยาการหมักของเปลือก (fermentation) อันจะทำให้เกิดกลิ่นที่ไม่เหมาะสมแก่สารกาแฟ แล้วกำจัดเมือก (demucilaging) ที่ห่อหุ้มเมล็ดกาแฟก่อนจะล้างเมล็ดกาแฟ (washing) ด้วยน้ำสะอาดและนำไปตากแดดให้แห้ง บางครั้งจะมีการนำเมล็ดกาแฟที่ล้างเมือกออกแล้วแช่น้ำ (water soaking) อีกประมาณ 12 ชั่วโมงก่อนการนำออกตากแดด จะสามารถทำให้เมล็ดกาแฟมีสีสวยและมีรสชาติดี เมื่อตากแดดให้ความชื้นลดลงพอเหมาะกับการนำไปเก็บเพื่อนำส่งขายซึ่งจะเรียกว่ากาแฟกะลาหรือหากจะนำไปคั่วเพื่อแปรรูปต้องสีกาแฟกะลา (hulling) ซึ่งเป็นการนำเอากาแฟกะลาไปสีเพื่อกำจัดกะลาออกไปให้เหลือแต่เนื้อในเมล็ดหรือที่เรียกว่าสารกาแฟโดยใช้เครื่องสี ลักษณะของสารกาแฟที่ดี เมล็ดต้องสมบูรณ์มีสีเขียวอมฟ้าและมีความชื้นประมาณร้อยละ 11 - 12

#### การส่งเสริมการปลูกกาแฟพันธุ์โรบัสต้าของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่จังหวัดยะลา

นักวิชาการเกษตรสงขลาชี้ทิศทางการผลิตตลาดต้องการสูง ด้านรองประธานชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทยเผยในประเทศบริโภคถึง 8 หมื่นตัน ขณะที่มีผลผลิตกาแฟไทย 2.5 หมื่นตันเท่านั้น โดยปี 2560 มีเงินหมุนสะพัดไม่ต่ำกว่า 1,700 ล้านบาท ปัจจุบันทิศทางการเศรษฐกิจ

การเกษตรมีหลายตัวเลือกเพื่อสร้างรายได้ให้กับชาวสวนยาง โดยเฉพาะกาแฟที่สามารถปลูกร่วมกับยางพาราได้อย่างกลมกลืน ที่ผ่านมามีในอดีต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส เคยเป็นพื้นที่ปลูกสวนกาแฟรวมยาง หรือที่เรียกกันว่าปายาง โดยเฉพาะพื้นที่ลาดเชิงภูเขา หรือควน กาแฟจะขึ้นงอกงามมาก แต่เนื่องจากนโยบายสวนยางเชิงเดี่ยว ทำให้กาแฟถดถอยไปตามลำดับ อย่างไรก็ตามปัจจุบันกาแฟเป็นที่ต้องการของตลาดสูง แต่ผลผลิตไม่เพียงพอ ทำให้เมล็ดกาแฟได้ราคาสูง และมีเสถียรภาพมาหลายปีแล้ว จึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจระดับเป็นอาชีพหลักแทนสวนยางพาราได้เลย สำหรับภาคใต้สายพันธุ์กาแฟ คือ โรบัสต้า สามารถปลูกได้ทุกจังหวัด อายุประมาณ 2 ปี และ 3 ปี ก็ให้ผลผลิต โดยเฉพาะพื้นที่เป็นเชิงลาดริมภูเขา และควน ขณะที่ภาคเหนือจะเป็นสายพันธุ์อาราบิก้า

สถานการณ์เกษตรทางด้านสวนกาแฟอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมีระยะหลายปี และราคาได้ขยับขึ้น และมีเสถียรภาพโดยเฉพาะระยะ 4 ปีมาเริ่มตั้งแต่ราคา 70 บาท จนถึงราคาอยู่ที่ 87 - 88 บาท/กิโลกรัม และปี 60 ขยับได้ถึง 90 บาท/กิโลกรัม ปัจจุบันกาแฟในภาคใต้ปลูกมากที่จังหวัดชุมพร และระนอง ส่วนจังหวัดอื่นๆ ปลูกกันประปรายตั้งแต่จังหวัดนครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี ส่วนที่เริ่มปลูกคือ จังหวัดกระบี่ สตูล สงขลา และยะลา ส่วนมากเป็นรายใหม่ที่เริ่มปลูกทดแทนยางพารา โดยภาพรวมมีพื้นที่ปลูกกว่า 100,000 ไร่ สามารถแปรรูปเป็นกาแฟสารหรือกาแฟแห้ง ได้ประมาณ 23,000-25,000 ตัน /ปี โดยให้ผลผลิตเฉลี่ยประมาณ 200 กิโลกรัม/ปี/ไร่ ทั้งนี้เป็นกาแฟที่ปลูกแซมตามสวนต่างๆ ถึง 90 เปอร์เซ็นต์ และ 10 เปอร์เซ็นต์ เป็นไร่กาแฟเชิงเดี่ยว แต่ในระยะ 2 ปีที่ผ่านมาเนื่องจากสภาพอากาศฝนตกยาวทำให้ดอกร่วงและเน่า ผลผลิตตกต่ำลงเหลือประมาณ 20,000 ตัน เท่านั้น

สำหรับภาคใต้ตอนล่าง สามารถปลูกกาแฟได้ทุกพื้นที่ โดยเฉพาะอำเภอเบตง จังหวัดยะลา แต่จะเป็นสายพันธุ์โรบัสต้า เพราะอยู่กับอากาศร้อนชื้น และสำหรับการตลาดไม่ต้องหวั่นวิตก สามารถมีผู้รับซื้อทั้งหมดอย่างแน่นอน อย่างไรก็ตามการปลูกกาแฟรัฐจะต้องส่งเสริม แนะนำ และทำแปลงสาธิต เพราะประเทศอื่นก้าวหน้าไปมาก โดยเฉพาะรูปแบบของประเทศเวียดนามที่ปลูกกาแฟเชิงเดี่ยว ขนาด 5 ไร่ 5 ไร่ 5 ไร่ ได้กว่า 300 ตัน/ไร่ โดยให้ผลผลิตถึง 700 - 800 กิโลกรัม/ไร่ ซึ่งถือเป็นเรื่องน่าเสียดายอย่างมากที่ราชการนำเอามาศึกษาเป็นตัวอย่าง และแนะนำ ส่งเสริมให้เกษตรกรปลูก

กรมวิชาการเกษตรและเทศบาลนครยะลาได้ร่วมประชุมหารือปัญหาภาคการเกษตรในจังหวัดยะลา โดยเห็นชอบร่วมกันจัดทำโครงการส่งเสริมเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดยะลา ปลูกกาแฟเป็นพืชทางเลือก ทดแทนสวนยางพาราที่เสื่อมโทรมและมีปัญหาด้านราคา ตามนโยบายการลดพื้นที่ปลูกยางพาราของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หรือปลูกเป็นพืชเสริมรายได้ในระบบการปลูกพืชแบบผสมผสานตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้เกษตรกรในจังหวัดยะลา มีอาชีพที่มั่นคงและมีเสถียรภาพ โดยมอบหมายให้ศูนย์วิจัยพืชสวนยะลา ซึ่งเป็นหน่วยงานในพื้นที่ของกรมวิชาการเกษตรเข้าดำเนินการร่วมกับเทศบาลนครยะลา



ศูนย์วิจัยพืชสวนยะลาได้วิจัยการปลูก "กาแฟโรบัสต้า" ตั้งแต่ปี 2555 พบว่า มีการเจริญเติบโตดี ให้ผลผลิตเฉลี่ย 290 กิโลกรัม/ไร่ ตอบสนองได้ดีในสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศของจังหวัดยะลา ส่วนด้านคุณภาพ คะแนนคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ดี มีฟองครีมหนา มีกลิ่นหอมของถั่วรสเปรี้ยวของกรดมะนาว รสชาติอยู่ในกลุ่ม Brown Sugar ซึ่งไม่พบในกาแฟโรบัสต้าที่ปลูกจากแหล่งอื่น และสามารถที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งปลูกกาแฟที่สำคัญในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ได้

อธิบดีกรมวิชาการเกษตร กล่าวว่า เมื่อปี 2560 ที่ผ่านมา กรมวิชาการเกษตรและเทศบาลนครยะลาได้มอบต้นพันธุ์กาแฟโรบัสต้าให้แก่เกษตรกร จำนวน 40,000 ต้น คิดเป็นพื้นที่ปลูกประมาณ 225 ไร่ และได้ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตกาแฟโรบัสต้า พร้อมกับจัดทำแปลงต้นแบบเทคโนโลยีการผลิตกาแฟโรบัสต้าให้เกษตรกรได้เข้ามาศึกษาดูงานภายในศูนย์วิจัยพืชสวนยะลา รวมทั้งยังขยายผลสู่ศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) อำเภอธารโต จังหวัดยะลา โดยจัดทำแปลงต้นแบบการปลูกกาแฟในพื้นที่ อบต.คีรีเขต อำเภอธารโต จังหวัดยะลา เพื่อเป็นแปลงเรียนรู้การผลิตกาแฟในระดับพื้นที่ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการถ่ายทอดเทคโนโลยีการปลูกกาแฟโรบัสต้าเป็นพืชเสริมรายได้

ปัจจุบัน กรมวิชาการเกษตรอยู่ระหว่างการผลิตต้นพันธุ์กาแฟ จำนวน 100,000 ต้น คิดเป็นพื้นที่ปลูกประมาณ 560 ไร่ เพื่อรองรับความต้องการของเกษตรกรจังหวัดยะลา ที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการปลูกกาแฟทดแทนสวนยางพาราที่เสื่อมโทรม นอกจากนี้ ศูนย์วิจัยพืชสวนยะลา ยังร่วมกับเทศบาลนครยะลา และห้างหุ้นส่วนจำกัด Southern Agriculture Product Limited Partnership (SAP) พัฒนาการแปรรูปกาแฟเพื่อให้ได้รสชาติที่มีอัตลักษณ์พื้นถิ่น มีการสร้างแบรนด์ที่เป็นอัตลักษณ์ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของจังหวัดยะลา และมีการเชื่อมโยงการตลาดระหว่างเกษตรกรกับโรงงานแปรรูปกาแฟ

อธิบดีกรมวิชาการเกษตร กล่าวว่า จังหวัดยะลา ถือเป็นจังหวัดต้นแบบนำร่องโครงการปลูกกาแฟทดแทนสวนยางพารา ซึ่งกรมวิชาการเกษตรได้รับการประสานให้หาพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการปลูกกาแฟตามโครงการเพิ่มขึ้นในอีก 2 จังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ จ.ปัตตานี และนราธิวาสด้วย เนื่องจากปัจจุบันตลาดมีความต้องการกาแฟเพิ่มขึ้นทุกปี ผลผลิตที่ได้ไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ โดยในปี 2560 มีการนำเข้าเมล็ดกาแฟดิบปริมาณ 55,641 ตัน คิดเป็นมูลค่า 4,359 ล้านบาท ซึ่งสัมพันธ์กับประชากรไทยที่บริโภคกาแฟเพิ่มขึ้น 3 - 5 เปอร์เซ็นต์ต่อปี

คนไทยบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 60% ของประชากร ส่งผลให้การผลิตในประเทศไม่เพียงพอจึงต้องนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ยังต้องปลูกเสริมในพื้นที่ยังกาแฟโรบัสต้า กำลังได้รับความนิยม เพราะมีรสชาติเข้มข้นและกลิ่นหอม ราคาในประเทศประมาณ 110 บาท/กก. แต่ถ้าหากส่งออกต่างประเทศจะได้ราคาดีขึ้นกว่านี้

เกษตรกรชาวสวนในพื้นที่จังหวัดยะลา ให้ความสนใจการปลูก “กาแฟ” เป็นพืชเศรษฐกิจทางเลือก หลังจากแม่ทัพภาค 4 และหน่วยงานในพื้นที่ให้การสนับสนุน และนำร่องเป็นกาแฟยะลา

เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้จากพืชเศรษฐกิจหลักอย่างยางพาราที่ราคาได้ลดต่ำลงโดยโครงการดังกล่าวนั้น ได้รับการสนับสนุนจากกรมวิชาการเกษตร และศูนย์วิจัยพืชสวน อำเภอรำไพบุรี จังหวัดยะลา พล.ท.พรศักดิ์ พูลสวัสดิ์ แม่ทัพภาค 4 นายพงษ์ศักดิ์ ยิ่งชนม์เจริญ นายกเทศมนตรีเทศบาลนครยะลา และนายสุภรณ์ ตัวดี บริษัทเซวาร์เทิร์นแอครีเคาท์เซอร์ โปรดัก รวมไปถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ให้การสนับสนุน ซึ่งได้เล็งเห็นความสำคัญของพื้นที่จังหวัดยะลา โดยเฉพาะในพื้นที่ อำเภอบันนังสตา อำเภอรำไพบุรี และ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่สามารถเพาะปลูกกาแฟพันธุ์โรบัสต้าได้เป็นอย่างดี โดยในอดีตพื้นที่ดังกล่าวเคยมีเกษตรกรปลูกกาแฟมาบ้างแล้ว แต่ได้เลิกการเพาะปลูกไปเนื่องจากเกิดปัญหาด้านการส่งขาย และไม่มีตลาดรับซื้อในพื้นที่ใกล้เคียง ทำให้ไม่คุ้มทุนในการปลูกกาแฟแต่หลังจากที่ นายพงษ์ศักดิ์ ยิ่งชนม์เจริญ นายกเทศมนตรีเทศบาลนครยะลา และศูนย์วิจัยพืชสวน อำเภอรำไพบุรี จังหวัดยะลา ได้มีแนวความคิดในการฟื้นฟูและนำร่องให้เกษตรกรชาวสวนในพื้นที่ทั้ง 3 อำเภอ เปลี่ยนแนวความคิดหันมาปลูกกาแฟ เพื่อเป็นรายได้เสริมอีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นการนำไปสู่การสร้างแบรนด์กาแฟของชาวยะลา เพื่อตอบรับกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองท่องเที่ยวของจังหวัดยะลา และในอนาคตอันใกล้ที่ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา จะมีสนามบินแห่งใหม่ ภายในปี 2563 การส่งเสริมและนำร่องให้เกษตรกรหันมาปลูกกาแฟ ก็จะสามารถนำผลผลิตส่งขายสู่ท้องตลาด และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรชาวสวนได้อีกด้วย

ทั้งนี้ ที่ผ่านมามีการส่งเสริมให้เกษตรกรในพื้นที่ปลูกกาแฟ ได้มีการแจกจ่ายต้นพันธุ์กาแฟโรบัสต้าให้แก่เกษตรกรในพื้นที่ไปแล้วกว่า 40,000 ต้น และมอบต้นพันธุ์กาแฟให้แก่เกษตรกรรายใหม่ที่มีความสนใจอีกจำนวน 20,000 ต้น โดย พล.ท.พรศักดิ์ พูลสวัสดิ์ แม่ทัพภาค 4 ลงพื้นที่พบปะกับกลุ่มเกษตรกร และมอบต้นพันธุ์กาแฟให้แก่เกษตรกรด้วยตัวเอง

## 2.2 ข้อมูลเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตเมล็ดกาแฟสาร

จากการศึกษาดูงานเพื่อสร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตกาแฟในพื้นที่จังหวัดชุมพร โดยสถานที่ศึกษาดูงานมี 4 แห่ง คือ สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟจังหวัดชุมพร วิสาหกิจชุมชนกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านถ้ำสิงห์ (กาแฟถ้ำสิงห์) ศูนย์วิจัยพืชสวนชุมพร และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแซะสามัคคี ผลิตกาแฟโบราณ ตรา “กาแฟลุงเหนอ” โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่ม และสังเคราะห์ข้อมูลเรียบเรียงให้สอดคล้องกับประเด็น ดังนี้

### 2.2.1 สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟจังหวัดชุมพร

#### (1) ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

การจัดตั้งกลุ่มสหกรณ์ฯ เริ่มจากสถานการณ์ความเดือดร้อนของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ ในช่วงปี 2530-2540 ที่ราคากาแฟตกต่ำเหลืออีกโลกรัมละ 25-35 บาท ซึ่งจังหวัดชุมพรถือว่าเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกกาแฟพันธุ์โรบัสต้ามากที่สุดในประเทศไทย จึงมีเกษตรกรส่วนหนึ่งได้แนวคิดว่าจะก่อตั้งองค์กรที่บริหารจัดการผลผลิตกาแฟ เพื่อสร้างช่องทางทางการตลาด ดังนั้นเกษตรกรจึงได้รวมตัวกันขอจดทะเบียนในชื่อ "สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟจังหวัดชุมพรจำกัด" ซึ่งการดำเนินการของกลุ่มได้อยู่ภายใต้หลักการและวิธีการของสหกรณ์ โดยมีธุรกิจหลักคือ ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจรวบรวม พร้อมกับนำผลผลิตกาแฟสารจากสมาชิกมาแปรรูปเป็น

ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในชื่อ กาแฟชุมพร และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกาแฟ อาทิ กาแฟคั่วบด กาแฟพร้อมดื่ม และกาแฟ 3 in 1 ตรากาแฟชุมพร ผลจากความตั้งใจและใช้หลักสหกรณ์ดำเนินงาน ส่งผลให้สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟจังหวัดชุมพรจำกัด เจริญก้าวหน้ามาโดยลำดับโดยตำแหน่งที่ตั้งของสหกรณ์อยู่ที่ ตำบลท่าแซะ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร

## (2) ความรู้และประสบการณ์ในด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

การบริหารจัดการกลุ่มสหกรณ์ฯ ประกอบด้วย สมาชิกสามัญ ที่ครอบคลุม 8 อำเภอ ซึ่งปัจจุบันมีจำนวน 835 คน โดยมีการประชุมใหญ่สมาชิกปีละ 2 ครั้ง ในด้านการบริหารงาน ได้มีกรรมการบริหาร จำนวน 15 คน ผู้ตรวจกิจการ จำนวน 2 คน เจ้าหน้าที่ดำเนินงานธุรการและด้านอื่นๆ จำนวน 18 คน ลูกจ้าง จำนวน 6 คน (จ้างรายเดือน) ทั้งนี้ ในการสมัครสมาชิก จะใช้ระเบียบสหกรณ์ทั่วไปซึ่งการระดมทุนของสหกรณ์ เริ่มแรกจากเงินลงทุน จำนวน 20,000 บาท และหลังจากนั้น จึงมีการระดมทุนจากสมาชิก โดยให้สมาชิกถือหุ้น หุ้นละ 100 บาท คนละไม่เกิน 100 หุ้น นอกจากนั้น สหกรณ์ได้รับวงเงินกู้ยืม จำนวน 139 ล้านบาท เพื่อรับซื้อผลผลิตจากสมาชิก ในส่วนของกิจกรรมการดำเนินงานของสหกรณ์นั้น นอกจากรับซื้อเมล็ดกาแฟสารจากสมาชิกและผลิตกาแฟแปรรูปแล้ว ยังได้มีการปล่อยสินเชื่อ รับฝากเงิน จำหน่ายสินค้าทางการเกษตร ธุรกิจปั้มน้ำมัน ซึ่งกิจกรรมด้านธุรกิจดังกล่าว ยังส่งผลต่อรายได้และการเพิ่มเงินลงทุนให้กับสหกรณ์ฯ รวมทั้งยังมีกิจกรรมทางด้านสังคม ที่ทางสหกรณ์ได้ไปช่วยเหลือ เช่น การช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย การให้ความรู้ทางด้านการปลูกกาแฟให้กับบุคคลภายนอกที่นอกเหนือจากสมาชิก

## (3) การบริหารงานทางด้านธุรกิจของกลุ่ม

ในการจัดทำแผนธุรกิจของสหกรณ์กลุ่มผู้ปลูกกาแฟ ได้มีการทำบัญชี โดยมีผู้ตรวจสอบกิจการ จำนวน 2 คน ซึ่งธุรกิจทางด้านกาแฟของสหกรณ์ ได้มีการจำหน่าย 2 ผลิตภัณฑ์ คือ 1) เมล็ดกาแฟสาร 2) ผลิตภัณฑ์กาแฟแปรรูป โดยช่องทางการจัดจำหน่ายเมล็ดกาแฟสาร เป็นการจำหน่ายโดยทางตรงระหว่างสหกรณ์และผู้ซื้อ โดยเป็นการซื้อแบบใช้เงินสด ไม่มีจำนวนขั้นต่ำ และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟแปรรูปของกลุ่ม ซึ่งมีจำนวน 2 ตราสินค้า(Brand) คือ 1) กาแฟคั่วบด กาแฟชุมพร มีผลิตภัณฑ์ 2 ชนิด ได้แก่ กาแฟคั่วบดและ กาแฟ 3in1 2) กาแฟสหกรณ์ มีผลิตภัณฑ์ 2 ชนิด ได้แก่ กาแฟ 3 in 1 ที่เป็นแบบเข้มข้น และกาแฟดริป(Drip) โดยมีบรรจุภัณฑ์และการตั้งราคาที่หลากหลาย คือ บรรจุภัณฑ์มีทั้งเป็นกล่องและเป็นซองกระดาษฟรอยด์ โดยกาแฟดริป ขนาดเล็ก 20 กรัม ราคากล่องละ 100 บาท กาแฟคั่วบด ขนาดกลาง 250 กรัม ราคาถุงละ 120 บาท ขนาดใหญ่ 500 กรัม ราคาถุงละ 230 บาท กาแฟ 3in1 ขนาด 20 กรัม 25 ซอง ราคาถุงละ 80 บาท โดยใช้ช่องทางการขายผ่านร้านค้าของสหกรณ์กาแฟชุมพร และร้านค้าปลีกทั่วไป ในส่วนด้านการประชาสัมพันธ์สินค้าและกิจกรรมของสหกรณ์ ได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ค เว็บไซต์ในเฟสบุ๊ค วิดีโอผ่าน youtube และทางช่องทางอื่นๆ เช่น ไปรษณีย์ รถขนส่งสินค้าโฆษณา

## (4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในช่วงก่อนการผลิต ทางกลุ่มสหกรณ์ได้จัดหาและรวบรวมโดยการรับซื้อวัตถุดิบจากสมาชิกที่ปลูกเองในพื้นที่เป็นกาแฟสาร) โดยมีการตรวจสอบความชื้น ไม่เกินร้อยละ 12 ซึ่งจะรับซื้อ 5-6 พันต้นต่อปี หลังจากนั้นนำวัตถุดิบมาคัดเกรดภายหลัง แล้วนำมาบ่มไว้ 1 ปี และนำมาคัดเกรด

ด้วยวิธีใส่เครื่องแยกอีกครั้ง โดยมีการตรวจสอบความชื้นเพื่อตรวจสอบคุณภาพ ไม่ให้เกิน 5% จากนั้น จึงนำไปจัดเก็บในกระสอบป่านเพื่อระบายความชื้น และเก็บในสถานที่ที่มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก โดยการวางไม่ให้ติดพื้น จากนั้นในช่วงระหว่างการผลิต ทางกลุ่มใช้เครื่องคั่วอัตโนมัติโดยใช้แก๊สในการแปรรูป โดยการคั่วแต่ละครั้ง สามารถคั่วกาแฟสดได้ครั้งละ 80 กิโลกรัม และหลังจากคั่วเสร็จแล้วจะเหลือน้ำหนัก 50 กิโลกรัม ทั้งนี้ การคั่วจะคั่วแบบไม่ให้แตกมัน ซึ่งการคั่วมี 3 ระดับ คืออ่อน กลาง เข้ม จะใช้เวลาคั่ว 20-25 นาที ต่อครั้ง โดยมีผู้เชี่ยวชาญในการทำหน้าที่ควบคุมการคั่วเสร็จแล้วนำไปแยกเพื่อจำหน่ายเป็นแบบคั่วและขายแบบเมล็ดกาแฟคั่วบด โดยมีการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมสินค้าในการส่งออก จำหน่าย ซึ่งทางกลุ่มได้มีการรับผลิตให้ตราสินค้าอื่น โดยมีการทดสอบคุณภาพด้วยการคัฟเทศ (Cup taste) ตามระยะ ฝ่ายขายจะพยายามกระจายสินค้าให้หมดภายใน 1 ปี ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์สามารถเก็บได้มากกว่า 1 ปีก็ตาม

## 2.2.2 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟถ้ำสิงห์ (กาแฟถ้ำสิงห์)

### (1) ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

การจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟถ้ำสิงห์ ได้เริ่มจากการหาแนวทางที่จะสนับสนุนสมาชิกและกลุ่มอาชีพให้มีความเข้มแข็ง มีรายได้เพิ่มขึ้นเพื่อที่จะนำเงินมาชำระหนี้ให้กับกลุ่มหรือสถาบันการเงินอื่นที่สมาชิกเป็นหนี้อยู่ จึงได้จัดประชุมคณะกรรมการ จึงได้ข้อสรุปว่า จะทำการแปรรูปผลผลิตกาแฟ ซึ่งเป็นพืชที่เคยสร้างรายได้ให้กับสมาชิกและเกษตรกรตำบลถ้ำสิงห์เมื่อประมาณ 30 กว่าปีที่ผ่านมา เนื่องจากพื้นที่ดินตำบลถ้ำสิงห์มีความเหมาะสมต่อการปลูกกาแฟ ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภค จึงได้จัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านถ้ำสิงห์ ขึ้นเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2551 หลังจากนั้น คณะกรรมการกลุ่มออมทรัพย์ฯ จึงได้ทำสัญญากู้เงินกับธนาคารออมสินสาขาปทุมพร จำนวน 1,000,000 บาท มาให้สมาชิกออมทรัพย์ฯ ที่ผ่านการคัดเลือกเป็นสมาชิกรองจำนวน 19 คน กู้เพื่อการลงทุนธุรกิจกาแฟ ในลำดับต่อมา เพื่อการพัฒนากลุ่มให้มีประสิทธิภาพและเครือข่ายความช่วยเหลือจากทางภาครัฐและเอกชนมากขึ้น จึงได้คัดเลือกคณะกรรมการสำหรับบริหารกลุ่มกาแฟขึ้นมาใหม่จำนวน 20 คน เพื่อจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน ภายใต้ชื่อว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านถ้ำสิงห์ และเพื่อให้ชื่อกลุ่มได้สอดคล้องกับกิจกรรมที่ทำคือ แปรรูปผลผลิตกาแฟ จึงได้เปลี่ยนชื่อเป็น “วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟบ้านถ้ำสิงห์” จากนั้น จึงได้มีการรณรงค์ให้สมาชิกและเกษตรกรทั่วไปปลูกกาแฟเพิ่มขึ้น มีการอบรมให้ความรู้ตามระบบของ GAP ของสำนักงานเกษตร และกรมวิชาการเกษตร ทำให้ปัจจุบันมีเกษตรกรมาสมัครเป็นสมาชิกกลุ่มเพิ่มขึ้นจนปัจจุบันมีจำนวน 416 คน พื้นที่ปลูกกาแฟจำนวน 1,500 ไร่ และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

### (2) ความรู้และประสบการณ์ในด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

การบริหารจัดการกลุ่ม ประกอบด้วย กรรมการบริหารวิสาหกิจจำนวน 9 คน กรรมการบริหารกลุ่มจำนวน 15 คน และ สมาชิกสามัญ ซึ่งปัจจุบันมีจำนวน 416 คน มีการระดมทุนจากสมาชิก โดยสมาชิกถือหุ้น หุ้นละ 100 บาท คนละไม่เกิน 100 หุ้น และได้มีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐคือ องค์การบริหารส่วนตำบลถ้ำสิงห์ และ สำนักงานการปฏิรูปที่ดิน เพื่อเกษตรกรรม (ส.ป.ก.) ซึ่งกิจกรรมของกลุ่มได้มีการผลิตและแปรรูปกาแฟ รวมทั้งมีการจำหน่ายต้นกล้ากาแฟ และมีกิจกรรมทางสังคมโดยการบริจาคเงินให้กับโรงเรียน บ้าน วัด อีกด้วย

### (3) การบริหารงานทางด้านธุรกิจของกลุ่ม

การดำเนินงานทางด้านธุรกิจกาแฟของกลุ่ม ได้มีการวางแผนทางการตลาด โดยใช้ชื่อผลิตภัณฑ์ ตรากาแฟถั่วสิงห์ ซึ่งมีผลิตภัณฑ์กาแฟแปรรูป คือ กาแฟดริป ขนาด 6 ซอง ราคากล่องละ 120 บาท กาแฟสำเร็จรูป 3in1 ขนาด 25 ซอง ราคากล่องละ 90 บาท กาแฟ 4in1 ขนาด 25 ซอง 20 กรัม ราคากล่องละ 120 บาท กาแฟคั่วบด ขนาด 150 กรัม ราคากล่องละ 150 บาท ขนาด 500 กรัม ราคา 250 บาท และกาแฟดำ ราคาขวดละ 120 บาท โดยมีช่องทางการจัดจำหน่าย ในงานจำหน่ายสินค้าโอท็อปทั่วไป ห้างสรรพสินค้าในจังหวัดชุมพร เช่น ห้างโลตัส ที่ทำการไปรษณีย์ทั่วประเทศ รถโมบายเคลื่อนที่ รวมทั้งตามร้านกาแฟถั่วสิงห์ ซึ่งมีการประชาสัมพันธ์ทางด้านสื่อออนไลน์ คือ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ในเฟสบุ๊ก วิดีโอผ่าน youtube และนอกจากนี้ ทางกลุ่มได้มีแผนการทำธุรกิจเพื่อขยายโอกาสทางการตลาดโดยการส่งออกต่างประเทศ

### (4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในช่วงระหว่างก่อนการผลิต ทางกลุ่มวิสาหกิจได้รับซื้อวัตถุดิบ(กาแฟสาร)จากสมาชิกกลุ่มถั่วสิงห์ แล้วนำมาแยกเป็น 2 เกรด โดยการแช่น้ำ เอาเฉพาะที่จมน้ำและผลสุก(แดง) จากนั้นจึงนำมาคัดแยกอีกครั้ง โดยมีกระบวนการจัดการวัตถุดิบ 2 วิธี คือ 1) การสีเปียก คือ การเอาลูกสดไปสี เอาเปลือกและเนื้อออก ให้เหลือแต่กะลาและเอาไปตากแห้ง ในโรงอบพลังงานแสงอาทิตย์ 2)การสีแห้ง คือ การเอาลูกเซอร์รี่ไปตากแห้งเลยในโรงอบพลังงานแสงอาทิตย์ แล้วนำไปสีทั้งเปลือกและกะลาออก จะได้กาแฟสาร ซึ่งทั้ง 2 วิธีการนี้จะได้คุณภาพกาแฟสารที่ต่างกัน เมื่อได้กาแฟสารแล้วจึงนำไปคัดขนาดและคุณภาพ แล้วนำไปใส่กระสอบป่านเพื่อจัดเก็บในโรงบ่ม นานอย่างน้อย 1 ปี หลังจากนั้น ในกระบวนการผลิต ทางกลุ่มได้ทำการคั่วโดยเครื่องคั่วอัตโนมัติ ที่ใช้ความร้อนจากแก๊ส ขนาด 10 กิโลกรัม และ 50 กิโลกรัม ซึ่งเทคนิคการผลิตของกลุ่ม คือมีการควบคุมคุณภาพตั้งแต่การปลูกจนถึงผลิตโดยเน้นการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะไม่ใช้สารเคมีในทุกกระบวนการ ทั้งนี้ จะมีการเก็บตอนเช้าแล้วนำมาขายภายในตอนเย็นโดยไม่ให้มีการค้างคืน เพื่อไม่ให้กาแฟมีรสเปรี้ยว

## 2.2.3 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแซะสามัคคี ผลิตกาแฟโบราณ ตรา “กาแฟลุงเหนอ”

### (1) ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

การจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรบ้านหนองแซะสามัคคี เริ่มจากปัญหาราคาเมล็ดกาแฟตกต่ำ แต่ต้นทุนในการผลิตค่อนข้างสูง ทำให้สมาชิกเกิดความเดือดร้อน จึงต้องรวมตัวกันตั้งกลุ่มแปรรูป กาแฟขึ้น โดยมีนายเสนอ ศรีคง เป็นผู้ริเริ่มคิดค้นสูตรกาแฟขึ้น ซึ่งใช้ระยะเวลาในการคิดค้นกว่า 2 ปี โดยใช้วิธีการจดบันทึกสูตร และส่วนผสมของกาแฟ จึงเกิดสูตรกาแฟที่วางจำหน่ายในปัจจุบัน ในการจัดตั้งกลุ่มนั้น มีเป้าหมายคือ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิก สร้างความสามัคคีให้กับคนในหมู่บ้าน เพิ่มราคาวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น และสร้างงานให้กับสมาชิก

### (2) ความรู้และประสบการณ์ในด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

การบริหารจัดการกลุ่ม ประกอบด้วย กรรมการ จำนวน 5 คน โดยมีสมาชิก ที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 28 คน โดยมีระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม คือ 1) สมาชิกต้องมีความสามัคคีและซื่อสัตย์ต่อกัน 2) สมาชิกต้องลงหุ้นอย่างน้อยคนละ 1 หุ้น หุ้นละ 100 บาท คนละไม่เกิน 5 หุ้น 3) สมาชิกต้องเข้าร่วมประชุมอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการ

บริหารกลุ่มร่วมกัน 4) หากสมาชิกรายใดไม่เข้าประชุม เกินกว่าที่กำหนดและไม่แจ้งเหตุผลในการไม่เข้าประชุมให้ทางกลุ่มทราบ ทางกลุ่มจะตัดชื่อออก พร้อมคืนเงินหุ้นและปันผล 5) สมาชิกจะไม่นำข้อขัดแย้งไปพูดข้างนอกเพื่อสร้างความแตกแยกและเสียหายให้กับกลุ่มและต้องนำข้อขัดแย้งมาหาข้อสรุปในที่ประชุม 6) สมาชิกจะขาดจากการเป็นสมาชิกต่อเมื่อสมาชิกเสียชีวิต ลาออกด้วยตัวเอง หรือทางกลุ่มมีมติให้ออก หรือขาดประชุมตามระเบียบข้อบังคับ ทั้งนี้ ทางกลุ่มได้มีการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่มโดยมีหลักเกณฑ์คือ 1) ร้อยละ 50 จ่ายเงินปันผลตามจำนวนเงินลงทุนของสมาชิก 2) ร้อยละ 20 เงินหมุนเวียนภายในกลุ่ม 3) ร้อยละ 10 จ่ายสวัสดิการให้สมาชิก 4) ร้อยละ 10 ค่าพาหนะ เบี้ยเลี้ยง สำหรับสมาชิกในการอบรม สัมมนาต่างๆ 5) ร้อยละ 10 ช่วยสาธารณะประโยชน์ รายได้และกองทุนที่สนับสนุนการดำเนินงานกิจกรรมของกลุ่ม นอกจากรายได้ที่มาจากหุ้นจากสมาชิกแล้ว ยังได้มีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชน อุตสาหกรรมจังหวัด พาณิชย์จังหวัด องค์การบริหารตำบลนาสัก การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และเงินกู้จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ทั้งนี้ ทางกลุ่มได้มีกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น การให้ความรู้กับนักเรียนและผู้สนใจในการผลิตกาแฟแปรรูป

### (3) การบริหารงานทางด้านธุรกิจของกลุ่ม

ด้านการบริหารจัดการทางด้านธุรกิจ กาแฟสด ซึ่งประธานกลุ่มเป็นผู้บริหารเอง ทั้งในเรื่องการทำบัญชี และการบริหารงานด้านต่างๆ โดยจ้างกลุ่มแม่บ้านวันละ 300 บาท ในการผลิตกาแฟแปรรูป มีการบริการหลังการขาย เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยการโทรศัพท์สอบถาม ซึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้ใช้ชื่อ กาแฟสด กาแฟสด ซึ่งมีผลิตภัณฑ์จำนวน 4 ชนิด คือ กาแฟโบราณ 20 ซอง ราคาถุงละ 75 บาท โกปี 2 in 1 จำนวน 20 ซอง ราคาถุงละ 85 บาท กาแฟ 3in1 จำนวน 20 ซอง ราคาถุงละ 95 บาท และกาแฟคั่วบดสูตรโบราณบรรจุในซองกระดาษเยื่อ จำนวน 20 ซอง ราคาถุงละ 100 บาท ซึ่งมีเอกลักษณ์ความเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยใช้ช่องทางการขายที่มีทั้งการขายผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เพจ เฟสบุ๊กกาแฟสด เว็บไซต์ Lazada โดยการจัดส่งผ่านบริษัทขนส่งเอกชน (Kerry) และการขายผ่านหน้าร้านกาแฟสดในจังหวัด ซึ่งจะทำการผลิตตามการสั่งซื้อ อีกทั้งยังมีการประชาสัมพันธ์โดยผ่านการจำหน่ายสินค้าตามงานโอท็อปและใช้วิธีการฝากนามบัตรให้ผู้เข้าร่วมงาน

### 4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ในช่วงก่อนการผลิต ทางกลุ่มจะรับซื้อวัตถุดิบจากภายนอกร้อยละ 10 และรับซื้อจากสมาชิกร้อยละ 90 ซึ่งการจัดเก็บเมล็ดกาแฟสด จัดเก็บโดยใช้ระยะเวลา 1 ปี ซึ่งจะมีห้องสต็อกกาแฟสด และมีการคัดเลือกเมล็ดกาแฟด้วยมือคนก่อนนำมาแปรรูป ในส่วนระหว่างการผลิต ทางกลุ่มได้ใช้เครื่องคั่วกาแฟโบราณ กับเครื่องคั่วกาแฟสด ซึ่งมีการพัฒนาเครื่องจักรอัตโนมัติ โดยเริ่มจากเป็นระบบใช้แรงงานคนสู่การใช้เครื่องอัตโนมัติ ซึ่งเทคนิคในการผลิตของกลุ่มจะนำกาแฟพันธุ์อาราบิก้ามาผสมด้วยเพื่อให้กาแฟมีความหอม และมีการจดบันทึกรายละเอียดในการคั่วแต่ละครั้ง เป็นเพื่อเป็นฐานข้อมูล

## 2.3 บริบทชุมชนกาแป๊ะกอตอใน

ชุมชนกาแป๊ะกอตอใน เป็นหนึ่งใน 27 ชุมชน ของเทศบาลเมืองเบตง อยู่ห่างจากเทศบาลเมืองเบตง ประมาณ 5 กิโลเมตร มีครัวเรือน 120 ครัวเรือน ประชากรประมาณ 500 คน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนยางพารา สวนผลไม้ ค้าขาย และรับจ้างทั่วไป ชุมชนกาแป๊ะกอตอใน มีการผลิตโกปี(กาแฟโบราณ)สูตรดั้งเดิมของชาวบ้านที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

ประวัติชุมชนกาแป๊ะกอตอใน ตามหลักฐานและตำนานที่เล่าขานสืบต่อกันมา ตั้งแต่รัชกาลที่ 1 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ในราวปี พ.ศ. 2357 ได้ยกมณฑลปัตตานี ออกเป็น 7 หัวเมือง อันได้แก่ ปัตตานี หนองจิก สายบุรี ยะหริ่ง ยะลา รามันห์ และระแงะ อำเภอบะตังจึงขึ้นกับเมืองรามันห์ เจ้าเมืองรามันห์ ได้มาสร้างวังอยู่ที่เบตง คือ ที่ชุมชนบ้านกาแป๊ะกอตอแห่งนี้ เล่ากันว่า เป็นวังของรายอ “ซียง” (ราชาเขี้ยวออก) เป็นราชาอธรรม ชอบข่มเหงรังแกชาวบ้าน บ้างก็ว่าชอบเสวยเลือดมนุษย์ ชาวบ้านจึงได้รวมตัวกันขับไล่ไปอยู่ทางตอนใต้ (ในประเทศมาเลเซียปัจจุบัน) ดังนั้น ชุมชนเมืองเก่าจึงมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญ เป็นกำแพงเมืองที่ปรากฏ ร่องรอยให้เห็นอยู่ในหมู่บ้าน กำแพงเมืองบ้านกาแป๊ะกอตอใน เป็นกำแพงดินฐานกว้างประมาณ 3 เมตร สูง 2 เมตร คลุมพื้นที่ประมาณ 20 ไร่ เป็นรูปสี่เหลี่ยมคางหมู สภาพปัจจุบันกำแพงดินถูกขุดทำลายหายเป็นช่วงๆ บางตอนถูกรื้อปลุกบ้านเรือน บางตอนอยู่ในสวนยางพารา คนที่มีอายุมากกว่า 90 ปี เล่าให้ฟังว่า เมื่อก่อนกำแพงนี้สูงมากคนยืนไม่สามารถจะมองข้ามกำแพงไปได้ นอกจากนี้ ยังมีบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ที่น้ำไม่เคยเหือดแห้ง และลานประหาร ในปีงบประมาณ 2547 สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม ได้จัดตั้งให้บ้านกาแป๊ะกอตอใน เป็นหมู่บ้านภูมิทัศน์วัฒนธรรม โดยได้ดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์ จัดทำป้ายชื่อและประวัติความเป็นมาของกำแพงเมือง บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ และลานประหาร ซึ่งต่อไปจะปรับปรุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอบะตังอีกด้วย

## 2.4 บริบทกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอใน ตำบลเบตง อำเภอบะตัง จังหวัดยะลา

### 2.4.1 ประวัติความเป็นมา

“กาแป๊ะ” หมายถึง คลองหรือลำธาร ส่วน “กอตอ” หมายถึง “วัง” ของเจ้าเมือง (รายอ) ซึ่งในที่นี้ คือวังเก่าของ เจ้าเมืองรามันห์ ซึ่งได้สร้างไว้ครั้งในยามเสด็จมาในพื้นที่ ได้มีที่ตั้งของวังในปัจจุบัน อยู่ในเขตปกครอง ของอำเภอบะตัง เมื่อลำธารนี้ผ่านในชุมชนใดหรือผ่านสถานที่ใดก็จะเรียกตามสถานที่นั้น ดังเช่น ลำธารแห่งนี้ได้ไหลผ่านหน้าวัง จึงเรียกว่า “กาแป๊ะกอตอ”

สมัยก่อนชาวบ้านกาแป๊ะกอตอ นิยมดื่มกาแฟกัน จะต้องเดินทางออกไปซื้อกาแฟนอกหมู่บ้านหรือในตลาดทำให้นาง เจ๊ะมีเนาะ ตอบาชอ มีความคิดที่จะผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) เพื่อดื่มในชุมชน ประกอบกับในหมู่บ้านมีการปลูกกาแฟ แต่จำหน่ายเฉพาะเมล็ด จึงได้คิดหาวิธีการทำโกปี (กาแฟโบราณ) ไว้ดื่มเอง โดยใช้วัตถุดิบในชุมชน นางเจ๊ะมีเนาะ จึงลองนำเมล็ดกาแฟสดมาคั่วผสมกับน้ำตาลทรายและน้ำตาลอ้อย แล้วนำมาตำให้ละเอียดด้วยครก และร่อนให้เหลือเป็นผง นำมาชงกับน้ำร้อน เติมนมและน้ำตาล จึงได้เป็นสูตรโกปี (กาแฟโบราณ) หลังจากนั้น นางเจ๊ะมีเนาะ จึงชักชวนเพื่อนบ้านคนในชุมชนบ้านกาแป๊ะกอตอใน มาผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ไว้ดื่มเอง จนมีคนมา

ชิมก็ได้พูดกันปากต่อปาก จนในภายหลังจึงมีการผลิตเพื่อจำหน่ายด้วย ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มจำนวน 50 คน แต่ดำเนินการผลิตจำนวน 25 คน ส่วนที่เหลือเป็นเพียงแค่สมาชิกกลุ่มเท่านั้น และไม่มีการจัดตั้งกลุ่มอย่างเป็นทางการ ต่อมาเมื่อนางซีตีการีเยาะ ตอบาซอ ซึ่งเป็นบุตรสาวได้เรียนรู้กระบวนการผลิตตั้งแต่เด็ก จึงได้รับการสืบทอดภูมิปัญญาดั้งเดิมในการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) จากรุ่นสู่รุ่น โดยนางซีตีการีเยาะ ตอบาซอ เป็นผู้ที่ได้รับการสืบทอดรุ่นที่ 2 และเป็นประธานกลุ่ม ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการกลุ่ม

นอกจากนั้น ในเวลาต่อมาประธานกลุ่มได้มีการรวมตัวเกษตรกรผู้หญิง โดยแม่บ้านในชุมชนกาแปะกอตอใน รวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร โดยเริ่มแรกจดทะเบียนอย่างเป็นทางการ มีสมาชิกจำนวนทั้งหมด 17 คน ในปี พ.ศ.2545 สำนักงานเกษตรอำเภอเบตง ได้จดทะเบียนเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ใช้ชื่อว่า “กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน” ซึ่งในขณะนั้นได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อหารายได้เสริมเท่านั้น ต่อมาได้ปรึกษากับเจ้าหน้าที่ของสำนักงานเกษตรอำเภอเบตง เพื่อปรึกษาหารือด้านการพัฒนากลุ่ม ซึ่งทางกลุ่มมีความต้องการที่จะขยายหรือต่อยอดกิจกรรมเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้กลุ่มมั่นคงและเจริญเติบโตขึ้น สำนักงานเกษตรอำเภอเบตง จึงได้ประสานงานระหว่างกลุ่มกับหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณเข้าไปช่วยเหลือในการขยายหรือต่อยอดกิจกรรมกลุ่ม จนกระทั่งในปี พ.ศ.2546 กลุ่มได้รับการสนับสนุนการก่อสร้างอาคารที่ทำการกลุ่มและโรงเรือนการผลิตจากเทศบาลเมืองเบตง กิจกรรมการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ของกลุ่มได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง จนเป็นที่ยอมรับของตลาด ส่งผลให้ในปี พ.ศ.2547 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้ผ่านการพิจารณาด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ และความปลอดภัย ตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา นอกจากนี้ ในปี พ.ศ.2558 กลุ่มยังได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกาแฟผสม มาตรฐานเลขที่ มผช.1315/2558 และที่สำคัญได้ผ่านการรับรองฮาลาล จากสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดยะลา ผลิตภัณฑ์กาแฟผสม เลขที่ E 438/2558 และได้รับการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ 4 ดาว

ต่อมาในปี พ.ศ.2559 กลุ่มได้ประสบปัญหาในหลายๆด้าน อันเนื่องมาจากสมาชิกกลุ่มขาดความรู้ทางด้านวิชาการในการบริหารจัดการ ส่งผลโดยตรงกับแรงจูงใจของสมาชิกกลุ่มในการร่วมกันพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็ง ทำให้มีสมาชิกกลุ่มบางรายทยอยกันลาออก และขอถอนเงินจากกลุ่ม ทำให้มีจำนวนสมาชิกกลุ่มน้อยลงจนเหลือ 10 คน จึงทำให้สมาชิกกลุ่มดำเนินการผลิตกาแฟได้บ้างเป็นครั้งคราว ขาดความต่อเนื่องในการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ทั้งๆที่ยังเป็นที่ต้องการตลาด

ในปี พ.ศ.2560 ได้มีการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการกลุ่มใหม่ โดยการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการกลุ่ม มีกฎระเบียบข้อบังคับกลุ่มที่ชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษร และได้เลือกประธานกลุ่มคนใหม่ คือ นางสาวนุช หล้าทุง ซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) เป็นรุ่นที่ 3 ที่มาจากการเลือกของสมาชิกกลุ่ม รวมทั้ง ได้มีการเปิดรับสมัครสมาชิกกลุ่มเพิ่มให้ถึงหundert 100 บาท แต่ไม่เกินคนละ 5 หุน จนถึงปัจจุบัน กลุ่มมีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 19 คน นอกจากนั้น เมื่อมีการบริหารจัดการที่ดี ส่งผลให้กลุ่มมีความเข้มแข็ง และดำเนินการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) อย่างต่อเนื่อง และได้ร่วมงานจำหน่ายสินค้าเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มทั้งในพื้นที่อำเภอเบตง จังหวัดยะลา และต่างจังหวัด จนได้พัฒนารูปแบบการบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นมาก



ยิ่งขึ้น ส่งผลให้ในปีเดียวกันกลุ่มได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ในชื่อ “วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอโน (โกปี้วังเก่า)” และได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP นวัตกรรม ของอำเภอเบตง จังหวัดยะลา

#### 2.4.2 กระบวนการผลิตโกปี้ (กาแป๊ะโบราณ)

กระบวนการผลิตโกปี้ (กาแป๊ะโบราณ) ประกอบด้วย (1) วัตถุดิบและส่วนประกอบ (2) ขั้นตอนการผลิต และ(3) เทคนิคและเคล็ดลับในการผลิต

##### (1) วัตถุดิบและส่วนประกอบหลัก

- 1) เมล็ดกาแป๊ะที่แก่จัด
- 2) น้ำตาลอ้อย
- 3) น้ำตาลทราย

##### (2) ขั้นตอนการผลิต

1) คัดเลือกเมล็ดกาแป๊ะที่แก่จัด ต้มเพื่อเอาเปลือกออก ตากให้แห้ง แล้วเลือกเมล็ดกาแป๊ะที่เสียซึ่งมีเมล็ดสีดำออก ล้างด้วยน้ำสะอาด 4 – 5 ครั้ง และพักให้สะเด็ดน้ำ



ภาพที่ 2.1 แสดงเมล็ดกาแป๊ะสารพร้อมคั่ว

2) นำเมล็ดกาแป๊ะที่สะเด็ดน้ำมาคั่ว โดยใช้วิธีการดั้งเดิม คือ ใช้เตาถ่านและไม้พิน คั่วคั่วไฟให้สม่ำเสมอจนเมล็ดกาแป๊ะเริ่มเปลี่ยนสีเป็นสีดำและกรอบ ก็ตักกาแป๊ะใส่ในภาชนะคลุมนิ่มทิ้งไว้ให้เย็น เมล็ดกาแป๊ะจะมีลักษณะใหญ่ขึ้นกว่าเดิม ส่งกลิ่นหอม ชวนให้ลิ้มลอง



ภาพที่ 2.2 แสดงการคั่วเมล็ดกาแป๊ะสาร



ภาพที่ 2.3 แสดงเมล็ดกาแป๊ะสารที่คั่วแล้ว

3) นำน้ำตาลทราย และน้ำตาลอ้อยมาเคี่ยว โดยการตั้งไฟ คนให้ละลาย จนเหนียวข้นเป็นยางมะตูม กระทั่งเป็นสีน้ำตาลไหม้ จากนั้นก็ใส่เมล็ดกาแฟที่คั่วแล้วลงไป คนให้เข้ากัน แล้วนำมาเทลงบนแผ่นอะลูมิเนียม แล้วกระจายให้ทั่วแผ่น ไม่ให้หนาจนเกินไป ก็จะได้เมล็ด กาแฟแผ่นหนืดแผ่นใหญ่ จากนั้นก็ทิ้งไว้ให้เย็น



ภาพที่ 2.4 แสดงการเคี่ยวน้ำตาลทรายกับน้ำตาลอ้อย



ภาพที่ 2.5 แสดงการนำเมล็ดกาแฟที่คั่วแล้วผสมน้ำตาลเคี่ยว

4) เมื่อเมล็ดกาแฟแผ่นหนืดเริ่มเย็น และแข็งตัว ก็ใช้ตะหลิวเหล็กแคะออกมา ให้เป็นแผ่นเล็กๆ พร้อมสำหรับการนำไปตำด้วยครกและสากโบราณที่ทำด้วยไม้ ซึ่งมีลักษณะแข็งแรงมาก การตำต้องใช้จังหวะและความแม่นยำลงสากสลับกันไปมาตรงจังหวะขึ้นลง เพื่อให้ได้กาแฟที่ละเอียด



ภาพที่ 2.6 แสดงเมล็ดกาแฟที่เย็นแผ่นหนืด



ภาพที่ 2.7 แสดงการตำเมล็ดกาแฟที่เป็นแผ่นหนืดให้เป็นผง

5) จากนั้นนำกาแฟมาร้อนด้วยกระชอนขนาดใหญ่ เอาส่วนที่ละเอียด ส่วนที่ยังไม่ละเอียดนำไปตำต่อจนกว่าจะละเอียด จนได้ผงกาแฟ ที่เรียกว่าโกปี (กาแฟโบราณ) แล้วนำผงกาแฟทั้งหมด ที่ทำการตำเรียบร้อยแล้ว มาผสมคลุกเคล้าเป็นส่วนเดียวกัน



ภาพที่ 2.8 แสดงการร่อนผงกาแฟ



ภาพที่ 2.9 แสดงผงกาแฟพร้อมบรรจุ

6) นำผงโกปี (กาแฟโบราณ) ที่ได้มาบรรจุลงในปริมาณที่กำหนดเพื่อจัดจำหน่าย



ภาพที่ 2.10 แสดงวิธีการบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 2.11 แสดงกาแฟที่บรรจุภัณฑ์พร้อมจำหน่าย

**เทคนิคและเคล็ดลับในการผลิต** คือ ต้องเลือกเมล็ดกาแฟที่แก่จัด ล้างด้วยน้ำสะอาด 4 – 5 ครั้ง ต้องพักไว้ให้สะเด็ดน้ำก่อนนำมาคั่ว การคั่วเมล็ดกาแฟควรใช้ไฟปานกลางอย่างสม่ำเสมอ ในขณะที่คั่วหน้าครกและสากไปฟุ้งเพื่อไล่ความชื้น การเคี้ยวน้ำตาลก็เช่นกันต้องใช้ไฟปานกลางและสม่ำเสมอ ไม่ควรใช้ไฟแรง และในขณะที่เทกาแฟลงบนแผ่นอะลูมิเนียมนั้น ให้นำตะหลิวเหล็กตีลงบนแผ่นกาแฟให้แน่น แล้วยกตะหลิวขึ้นจะมียางกาแฟติดขึ้นมา เหมือนโยเยมุ่มมและพักไว้ให้เย็น ส่วนการเก็บรักษากาแฟให้หลีกเลี่ยงจากความชื้นเพราะจะเก็บไว้ได้นานกว่าปกติ

### 2.4.3 แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์โกปี (กาแฟโบราณวังเก่า)

แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์โกปี (กาแฟโบราณวังเก่า) ประกอบด้วย

#### (1) แหล่งจำหน่ายภายในจังหวัด ได้แก่

- 1) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน 73/3 บ้านกาแปะกอตอใน ถนนกาแปะกอตอ 1 ตำบลเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา โทร.098-7421453
- 2) ศูนย์ OTOP ชกส. อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา
- 3) ศูนย์ OTOP บ่อน้ำร้อนเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา
- 4) ร้านขายของที่ระลึกครูน้ำหวาน อำเภอเบตง จังหวัดยะลา
- 5) ร้านฮาสนะ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา
- 6) ร้านค้าทั่วไปในพื้นที่อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

(2) แหล่งจำหน่ายต่างจังหวัด ได้แก่ ร้านฮาสนะ ภูเก็ต ร้านเหมย กรุงเทพมหานคร และร้านจิน กรุงเทพมหานคร

(3) แหล่งจำหน่ายต่างประเทศ ได้แก่ ร้านวฮัฟ เมืองบาลิง ประเทศมาเลเซีย และร้านฮาสีมาะ เมืองฮูลูเปรัก (กรีก) ประเทศมาเลเซีย

**2.4.4 จุดเด่นของผลิตภัณฑ์โกปี (กาแฟโบราณวังเก่า)** คือ เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่เป็นอัตลักษณ์ของอำเภอเบตง จังหวัดยะลา มีรสชาติกาแฟที่กลมกล่อม มีสูตรของส่วนผสมและวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมโดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ ปัจจัยการผลิต แรงงานทุน ส่วนหนึ่งมาจากชุมชน มีการจัดสรรผลกำไรจากการขายคืนสู่ชุมชน และคนในชุมชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการประกอบการของกลุ่ม

**2.4.5 จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์โกปี (กาแฟโบราณวังเก่า)** คือ วัตถุดิบในการผลิต ซึ่งเมล็ดกาแฟดิบไม่เพียงพอต่อการผลิตตามความต้องการของตลาด การบริหารจัดการกลุ่มที่ไม่มีประสิทธิภาพ สมาชิกขาดความรู้ที่จะพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์

## 2.5 แนวคิดการบริหารกลุ่มแบบมีส่วนร่วม

ในการบริหารกลุ่มองค์กรนั้น นอกจากผู้บริหารซึ่งมีบทบาทสำคัญในกลุ่มแล้ว สมาชิกหรือบุคคลในกลุ่มก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้กลุ่มก้าวหน้าไปได้ด้วยดี การบริหารในปัจจุบันจึงพยายามหาวิธีการที่จะให้มีการยอมรับและความเข้าใจระหว่างผู้บริหาร และสมาชิกกลุ่ม แนวความคิดหนึ่งของการบริหารก็คือ การบริหารแบบมีส่วนร่วม (Participation management) ได้ถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกลุ่มตามแนวคิดของแมคเกรเกอร์ (McGregor, 1960) ที่มีความเห็นว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วมจะก่อให้เกิดผลดีต่อการควบคุมตนเอง และการควบคุมตนเอง จะช่วยให้บุคคลรู้จักพัฒนาบุคลิกภาพของตนเอง ในด้านการตัดสินใจ การแสดงออก เทคนิคการควบคุมงาน ตลอดจนทัศนคติและความสามารถที่จะนำไปสู่ความสำเร็จได้ ตามแนวคิดของอาร์กิริส (Argyris, 1964 อ้างถึงใน จันทรานี สงวนนาม)

### 2.5.1 ความหมายการบริหารแบบมีส่วนร่วม

การบริหารแบบมีส่วนร่วม เป็นความพยายามที่จะจูงใจ ให้ผู้ที่ร่วมปฏิบัติงานในกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ร่วมรับผิดชอบและร่วมมือกันพัฒนางานด้วยความเต็มใจ ลักษณะการบริหาร

แบบมีส่วนร่วม มีผู้ทำการศึกษาไว้เป็นจำนวนมาก และให้คำนิยามความหมายที่แตกต่างกัน อากีริส (Argyris, 1964) กล่าวว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วมเป็นการจูงใจให้ผู้ร่วมปฏิบัติงานในกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมมือในการพัฒนาองค์การที่ปฏิบัติอยู่ด้วยความเต็มใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานขององค์การ ควรประกอบด้วยสาระสำคัญอย่างน้อย 3 ประการ คือ

(1) การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น สมาชิกขององค์การย่อมมีความผูกพันกับกลุ่มที่ตนเองปฏิบัติงานอยู่ และมีความปรารถนาที่จะได้มีส่วนร่วมในการบริหารงานกลุ่มแม้เพียงได้รับฟังความคิดเห็น ก็ทำให้รู้สึกว่าได้มีส่วนร่วมในการบริหารงานของกลุ่มแล้ว

(2) การมีส่วนร่วมช่วยให้เกิดการยอมรับในเป้าหมาย เพราะนอกจากจะช่วยกระตุ้นให้สมาชิกแสดงความคิดเห็นแล้ว ยังช่วยให้เกิดความช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกัน ระหว่างกลุ่ม สมาชิกและความร่วมมือนั้นจะแพร่ขยายไปทั้งองค์การ ทำให้สมาชิกทั้งองค์การมีเป้าหมายเดียวกัน การมีส่วนร่วมเป็นการยินยอมและพร้อมที่จะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ ซึ่งจะมีผลทั้งทางใจ การยอมรับ การสนับสนุน และผลต่อการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่

(3) การมีส่วนร่วมช่วยให้เกิดความสำนึกในหน้าที่ความรับผิดชอบ การที่บุคคลได้แสดงความคิดเห็นและยอมรับในเป้าหมายเดียวกัน จะช่วยกระตุ้นให้บุคคลเกิดความสำนึกในหน้าที่ความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานของกลุ่ม

เอกชัย กิสุขพันธ์ (2538) ให้ความหมายของการบริหารแบบมีส่วนร่วมว่า รูปแบบของความเกี่ยวข้องผูกพันร่วมกัน (Involvement) ของสมาชิกในการประชุมหรือเพื่อตัดสินใจและควบคุมการทำงานร่วมกัน

คุณวุฒิ คนฉลาด (2540) ให้ความหมายของการบริหารแบบมีส่วนร่วมว่าเป็นกระบวนการที่มุ่งให้สมาชิกในกลุ่มมีโอกาสทำงานร่วมกันเป็นทีม ให้ทุกคนมีส่วนร่วม งานจึงประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ การจัดการแบบมีส่วนร่วม เน้นการจัดการที่ผู้เกี่ยวข้องหรือควบคุมปัญหาได้มาช่วยกันแก้ปัญหาแบบเป็นทีม ซึ่งจะได้ออมรับในปัญหา และช่วยกันแก้ปัญหาได้ดีขึ้นมักจะได้อผลทางจิตวิทยา สร้างขวัญกำลังใจในการทำงานของทุกคนด้วย

ธงชัย สันติวงษ์ (2543) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วม คือ การที่ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการใช้วิธีการแบบเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีส่วนร่วมในการบริหารงานด้านต่าง ๆ เช่น การให้มีส่วนร่วม ในการวางแผน ช่วยเสนอแนะข้อคิดเห็นเพื่อประกอบ การตัดสินใจของผู้บริหาร ตลอดจนการให้โอกาสและอิสระกับกลุ่มที่จะตัดสินใจทำงานเองภายใต้เป้าหมาย และนโยบายที่มอบหมายไว้ให้กว้าง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วม คือ กระบวนการที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้ได้บังคับบัญชาได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องที่สำคัญต่อการบริหารหน่วยงานอยู่บนพื้นฐานของแนวความคิดของการแบ่งอำนาจหน้าที่ จัดให้มีการตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน และให้ความเป็นอิสระต่อความรับผิดชอบในงาน

## 2.5.2 ประเภทของการบริหารแบบมีส่วนร่วม

การบริหารแบบมีส่วนร่วมสามารถแบ่งประเภทออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน ได้แก่

(1) การมีส่วนร่วมโดยตรง การมีส่วนร่วมในการบริหารเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบกิจกรรมโดยตรง เช่น ผู้บริหาร หัวหน้าโครงการ การปฏิบัติตาม



อำนาจหน้าที่ก็ตาม มักจะเปิดโอกาสให้บุคคลอื่นเข้ามามีส่วนร่วมในรูปของกรรมการที่ปรึกษาที่จะให้ข้อคิด ข้อเสนอแนะ เพราะกิจกรรมบางอย่างอาจมีอุปสรรคไม่สามารถแก้ปัญหาให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี จึงจำเป็นต้องให้บุคคลอื่นเข้ามาร่วมในการตัดสินใจ เพื่อให้ผลการตัดสินใจเป็นที่ยอมรับแก่คนทั่วไป หรือเกิดผลงานที่มีประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วมโดยตรงจึงมีสาระสำคัญอยู่ที่ว่าเป็นการร่วมอย่างมีระบบตามกระบวนการบริหาร มักทำเป็นสายลักษณะอักษร เช่น เมื่อมีคำสั่งแต่งตั้งบุคคลเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องใดก็ตาม ผลที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากการตัดสินใจร่วมกัน เป็นต้น

(2) การมีส่วนร่วมโดยอ้อม การมีส่วนร่วมโดยอ้อมเป็นเรื่องของการทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งให้บรรลุเป้าหมายอย่างไม่เป็นทางการ โดยไม่ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในกระบวนการบริหารแต่อย่างใด แต่เป็นเรื่องของการให้การสนับสนุน ส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายเท่านั้น เช่น การบริจาคเงินทรัพย์สิน วัสดุอุปกรณ์ แรงงาน เข้าช่วยสมทบ ไม่ได้เข้าร่วมประชุมแต่ยินดีร่วมมือ เป็นต้น ลักษณะของการมีส่วนร่วม ลักษณะหรือรูปแบบของการเข้าไปมีส่วนร่วมนั้นสามารถพิจารณาได้หลากหลาย ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าเราจะสนใจในด้านใด บางท่านพิจารณาจากกิจกรรมที่เข้าไปมีส่วนร่วม เช่น การเลือกตั้ง การประชุมบางท่านก็พิจารณาในเชิงการบริหาร เช่น การมีส่วนร่วมในแนวราบ – แนวตั้ง เป็นต้น

อาร์นสไตน์ (Arnstien,1969) เห็นว่า การมีส่วนร่วมจะมีลักษณะอย่างน้อยเพียงใด ให้พิจารณาว่าผู้นำเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปร่วมในการใช้อำนาจและมีบทบาทในการควบคุมได้เท่าใด ซึ่งเป็นข้อบ่งบอกถึงภาวะผู้นำที่เป็นประชาธิปไตย (Democratic leadership) ว่ามีสูงหรือต่ำ อาร์นสไตน์ได้ใช้อำนาจการตัดสินใจเป็นเกณฑ์ในการบ่งบอกการมีส่วนร่วมโดยสรุปเป็นขั้นบันได (Participation ladder) 8 ขั้น และ ใน 8 ขั้น จัดได้เป็น 3 กลุ่ม หรือ 3 ประเภท ดังนี้

- 1) การมีส่วนร่วมเทียม หรือไม่มีส่วนร่วม
- 2) การมีส่วนร่วมพอเป็นพิธี หรือร่วมเพียงบางส่วน
- 3) การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง คือ มีอำนาจและบทบาทมาก

เงื่อนไขของการมีส่วนร่วมในการบริหาร แม้ว่าการบริหารแบบมีส่วนร่วมจะเป็นที่ยอมรับและมีความสำคัญต่อการบริหารงานตามวิทยาการสมัยใหม่และนักบริหารทุกองค์กรต่างต้องการให้เกิดบรรยากาศการทำงานเช่นนี้ก็ตาม แต่บรรยากาศเช่นนี้มีใช้จะเกิดขึ้นได้ง่ายๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานเป็นสำคัญ ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะต้องมีความปรารถนาพร้อมกันที่จะให้เกิดการมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมจึงจะเกิดขึ้นได้ ในขณะเดียวกัน ถ้าฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดหรือทั้งสองฝ่ายไม่พึงปรารถนาจะให้เกิดการมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมย่อมจะไม่มีทางเกิดขึ้นได้ จึงกล่าวได้ว่าปัจจัยทั้งสองดังกล่าวเป็นเงื่อนไขสำคัญของการมีส่วนร่วมในการบริหาร ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1) ผู้บริหารหรือผู้นำ นับว่าสำคัญที่สุดเป็นอันดับแรก เพราะถ้าหากว่าผู้บริหารไม่มีความต้องการที่จะให้เกิดการบริหารแบบมีส่วนร่วมแล้ว ก็คงยากที่จะเกิดบรรยากาศการทำงานแบบประชาธิปไตย แม้ว่าผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาจะเรียกร้องก็ตาม แต่ถ้าผู้บริหารมีบุคลิกและปรารถนาที่จะให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีส่วนร่วมแล้ว การมีส่วนร่วมในการบริหารย่อมเกิดขึ้นได้อย่างง่ายดาย นอกจากนี้ผู้บริหารจะต้องมีความสามารถและประสบการณ์ในการบริหารงาน เพราะการจะนำวิธีการบริหารแบบมีส่วนร่วมมาใช้นั้น มิใช่จะใช้ได้ทุกสถานการณ์บางครั้งนำไปใช้กับองค์กรหนึ่งแล้วเกิดความสำเร็จ แต่เมื่อนำไปใช้กับอีกองค์กรหนึ่งอาจจะไม่ประสบผลสำเร็จก็ได้ ทั้งนี้ ปัจจัยแห่ง

ความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับเงื่อนไขหลายประการ เช่น เวลา สถานที่ ภาวะผู้นำ สถานการณ์ วิธีชีวิตของคนแต่ละสังคม เป็นต้น ดังนั้น ผู้บริหารหรือผู้นำจะต้องตระหนักในเรื่องเหล่านี้และพิจารณาว่าในสถานการณ์ใดควรจะใช้เทคนิคการบริหารแบบใด

2) ผู้ปฏิบัติหรือผู้ตาม แม้ว่าผู้บริหารปรารถนาจะให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำงานเพียงใด ไม่ว่าจะสร้างบรรยากาศประชาธิปไตยหรือออกคำสั่งก็ตาม แต่หากผู้ปฏิบัติหรือผู้ตามไม่เต็มใจไม่สนใจหรือไม่เห็นความสำคัญ การมีส่วนร่วมในการบริหารก็จะไม่เกิด ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องชี้แจงทำความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน และวัตถุประสงค์ขององค์กร เช่น ทุกคนจะต้องร่วมมือร่วมใจกันเพื่อให้เกิดผลงาน องค์กรจะอยู่ได้หรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับพนักงานหรือผู้ตาม ถ้าหากไม่ร่วมมือไม่ทุ่มเทการทำงานให้แก่องค์กร องค์กรก็ต้องสิ้นสลายและเมื่อนั้นทุกคนในองค์กรก็จะหมดงานทำ เช่นนี้เป็นต้น ถ้าหากผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ตามเข้าใจในวัตถุประสงค์ ก็จะทำให้ความร่วมมือและทุ่มเทกำลังสติปัญญา ความสามารถเพื่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กรเพราะโดยธรรมชาติของมนุษย์ต่างก็มีความรักและความผูกพันกับองค์กรเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว การตบมือข้างเดียวไม่ดังฉันใด เปรียบได้กับผู้บริหารและพนักงานเจ้าหน้าที่ไม่มีการประสานร่วมมือกันฉันนั้น ดังนั้นทั้ง 2 ฝ่ายจะต้องมีความตระหนักร่วมกันในสิ่งสำคัญดังกล่าว ผู้บริหารมีหน้าที่ใช้กลยุทธ์ในการสร้างบรรยากาศในองค์กรให้เกิดการบริหารแบบมีส่วนร่วม เพื่อสร้างเป็นวัฒนธรรม ในการทำงาน เมื่อบุคคลมีโอกาสดแสดงความสามารถในศักยภาพของตนร่วมกำหนดเป้าหมายหรือร่วมตัดสินใจในการทำงาน ย่อมจะทำให้เกิดการผูกมัดในเชิงจิตวิทยา(Psychological commitment) และจะเป็นพลังใจให้เกิดความกระตือรือร้นให้ภารกิจบรรลุเป้าหมายมากไปกว่านั้น และจะเป็นผลให้องค์กรมีการพัฒนาไปสู่ความเจริญก้าวหน้าต่อไปผลของการมีส่วนร่วม การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการรับทราบข้อมูลข่าวสาร กำหนดปัญหาและความต้องการของตนเองและการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ถ้าหากสามารถบริหารการมีส่วนร่วมได้อย่างเหมาะสมแล้ว การบริหารงานก็จะเกิดผลดีมีประสิทธิภาพในทางตรงกันข้าม หากเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมมากจนเกินไปก็จะทำให้เกิดข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะหลากหลายจนเกินขอบเขต ซึ่งจะทำให้การบริหารงานขาดประสิทธิภาพ ท้ายที่สุดก็ไม่สามารถดำเนินการอะไรเป็นชิ้นเป็นอัน ไม่ว่าการมีส่วนร่วมนั้นจะกระทำโดยตรงหรือโดยอ้อมตลอดจนการเข้าไปมีส่วนร่วมในรูปแบบลักษณะใดๆ ก็ตาม จะปรากฏผลเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

### 2.5.3 รูปแบบของการบริหารแบบมีส่วนร่วม

(1) การมีส่วนร่วมที่สร้างสรรค์ (Constructive participation) คือ การมีส่วนร่วมที่ทั้งสองฝ่ายต่างมองโลกไปในทางที่ดีพร้อมที่จะร่วมกันสร้างสรรค์ด้วยการปรับทัศนคติเข้าหากันเกิดการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน เพื่อที่จะแก้ไขปัญหาและหาข้อยุติต่างๆ อันจะนำไปสู่การร่วมมือร่วมใจบนพื้นฐานที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายพึงพอใจ การมีส่วนร่วมในลักษณะนี้จะนำมาซึ่งความเจริญก้าวหน้าและเป็นสิ่งที่สังคมพึงปรารถนา

(2) การมีส่วนร่วมที่มีความขัดแย้ง (Conflictive participation) คือ การมีส่วนร่วมที่ทั้งสองฝ่ายมีอคติต่อกัน เป็นการมองโลกในแง่ร้าย เมื่อมีโอกาสเผชิญหน้ากันจะพยายามหักล้างความคิดซึ่งกันและกันโดยไม่มีการปรับทัศนคติเข้าหากัน จึงยากที่จะหาจุดร่วมให้เกิดความพึงพอใจกันได้ การร่วมมือร่วมใจจึงแอบแฝงไว้ซึ่งความไม่จริงใจต่อกันในการดำเนินกิจกรรม ความขัดแย้งเริ่มตั้งแต่มีคน 2 คน ขึ้นไป ทำงานร่วมกัน ดังนั้น ที่ใดมีสังคมมนุษย์ที่นั้นย่อมมีความขัดแย้งเกิดขึ้นเสมอ เพราะใน

แต่ละสังคมมีพื้นฐานหลายอย่างแตกต่างกัน เช่น เพศ วัย ความรู้ ความสามารถอาชีพ ศาสนา วัฒนธรรม เป็นต้น ปัญหาของความขัดแย้งเห็นว่าการขัดแย้งไม่ใช่สิ่งเลวร้าย ไม่ควรจะหลีกเลี่ยงแต่เราต้องเผชิญกับมันและยอมรับว่าความขัดแย้งเป็นสิ่งที่มิประโยชน์ช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดในการแก้ไขปัญหา

จึงกล่าวได้ว่า ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ความขัดแย้งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งบางครั้งเป็นไปในทางสร้างสรรค์แต่บางครั้งก็เป็นการทำลาย ผู้บริหารคนใดเข้าใจสมมติฐาน และกระบวนการของความขัดแย้ง ย่อมอยู่ในฐานะได้เปรียบในการแก้ไขปัญหาขององค์กร ได้ดีการจัดการความขัดแย้งในภาวะการมีส่วนร่วม การจัดการความขัดแย้งในภาวะของการมีส่วนร่วมในการบริหารนั้น จะต้องพิจารณาว่าเกิดจากปัญหาใด อย่างไรก็ตามสามารถพิจารณาได้ ดังนี้

- 1) นโยบายจะต้องมีความชัดเจนสามารถนำไปปฏิบัติได้
- 2) จัดหาทรัพยากรในการบริหารให้เพียงพอและมีประสิทธิภาพ
- 3) การแต่งตั้ง การเลือกสรรบุคลากรเข้าสู่ตำแหน่งจะต้องเป็นไปตามระบบคุณธรรมและให้เกิดความยุติธรรม
- 4) การประนีประนอม
- 5) หลีกเลี่ยงการขัดแย้ง
- 6) ระบบการสื่อสารความหมายจะต้องชัดเจน
- 7) ปรับเปลี่ยนอารมณ์ ค่านิยม ความเชื่อ ความคิดเห็น ให้เป็นไปในทางเดียวกัน ดังที่กล่าวกันว่า “พูดภาษาเดียวกัน”

การบริหารแบบมีส่วนร่วมมีความเกี่ยวข้องกับความพอใจในงานอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะการบริหารดังกล่าวมีลักษณะที่เปิดโอกาสให้สมาชิกได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การยอมรับฟังข้อเสนอแนะจากฝ่ายผู้ใต้บังคับบัญชา การร่วมกันแก้ไขปัญหาตลอดจนความรู้สึกถึงความเป็นอิสระในการทำงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนเอง ภายหลังจากที่ความต้องการได้รับการตอบสนองแล้ว ผู้ใต้บังคับบัญชาก็จะเกิดความพึงพอใจ

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วมเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารงานในองค์กรเป็นอย่างมาก เพราะผู้บริหารระดับสูงเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารมีอิสระในการทำงาน ตลอดจนมีสิทธิในการเสนอแนะความคิดเห็นเพื่อร่วมกันแก้ปัญหาซึ่งลักษณะดังกล่าวย่อมเป็นแรงจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความรู้สึกผูกพัน และร่วมรับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้ร่วมกันตัดสินใจจะนำพาให้สมาชิกทุกคนร่วมมือกันดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จต่อไป

## 2.5.5 ประโยชน์ของการบริหารแบบมีส่วนร่วม

การบริหารแบบมีส่วนร่วม เป็นวิธีการทำให้บุคคลมีความพึงพอใจในการทำงานเปิดโอกาสให้บุคคลเติบโต และประสบความสำเร็จในงาน สร้างความรับผิดชอบทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ รวมทั้งเป็นการแก้ไขปัญหาความไม่สอดคล้องกันระหว่างความต้องการของบุคคลกับกลุ่มด้วย จึงมีผลดีต่อการบริหารงาน ดังนี้ (อนงค์ อนันตริยเวช, 2539)

- (1) การยอมรับการเปลี่ยนแปลงมีมากขึ้น เมื่อบุคคลมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

ในการเปลี่ยนแปลง ทำให้อยอมรับการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น ถ้าการเปลี่ยนแปลงถูกมองว่าเป็นสิ่งบังคับก็จะมีแนวโน้มที่จะเกิดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง



(2) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชารับรู้ยิ่งขึ้น การบริหารงานแบบมีส่วนร่วมทำให้ความไม่พอใจของกลุ่มถูกเปิดเผยออกมา และสามารถยุติได้โดยการอภิปรายอย่างตรงไปตรงมา

(3) ความผูกพันของบุคคลต่อกลุ่มมีมากขึ้น เพราะสมาชิกรู้สึกถึงความสำคัญและคุณค่าในกลุ่ม

(4) มีความไว้วางใจฝ่ายบริหารมากขึ้น การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่สำคัญของกลุ่มทำให้สมาชิกตั้งใจ และความต้องการของฝ่ายบริหาร ทำให้มีความไว้วางใจกันมากขึ้นอันนำไปสู่ความรับผิดชอบให้เกียรติและมีการเปิดเผยอย่างตรงไปตรงมา

(5) การบริหารจะง่ายขึ้น เมื่อผู้ใต้บังคับบัญชามีความไว้วางใจผู้บริหารยอมรับการเปลี่ยนแปลง การบริหารงานจะง่ายขึ้นการควบคุมจะน้อยลง สมาชิกมีความรับผิดชอบมากขึ้น

(6) การตัดสินใจทางการบริหารมีคุณภาพมากขึ้น การรวมความรู้ความสามารถของผู้รู้ในหลายสาขาที่แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจรอบคอบขึ้น

(7) การติดต่อสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบนดีขึ้นอันเป็นการพัฒนาการสื่อสารแบบสองทางให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

(8) เป็นการสร้างทีมที่มีประสิทธิภาพ

#### 2.5.4 ข้อจำกัดของการบริหารแบบมีส่วนร่วม

ถึงแม้ว่าการบริหารแบบมีส่วนร่วมจะมีส่วนดี แต่การที่ผู้บริหารจะนำการบริหารในรูปแบบนี้มาใช้ ควรจะระมัดระวังถึงข้อจำกัดของการให้กลุ่มมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ เพราะอาจทำให้เกิดอิทธิพลขึ้นได้ และก่อให้เกิดความขัดแย้งกัน ความรับผิดชอบและการกระทำของกลุ่มไม่มีหลักประกันอันใดแน่ชัด เพราะทุกอย่างขึ้นอยู่กับมติของกลุ่มผู้บริหารจึงควรคำนึงถึงผลได้ผลเสีย เช่น ค่าใช้จ่าย เวลา ปัญหา และสถานการณ์ การกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของกลุ่ม จึงควรได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบ ก่อนที่จะให้กลุ่มมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในทำนองเดียวกัน สมยศ นาวิการ (2545) ได้กล่าวถึงอุปสรรคของการใช้การบริหารแบบมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพว่า อุปสรรคเหล่านี้อาจเกิดขึ้นกับหลาย ๆ ปัจจัย ดังนี้ คือ อุปสรรคทางด้านกลุ่มซึ่งจะยึดติดกับประเพณี ปรัชญา และค่านิยมของกลุ่ม คุณภาพของนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติงาน คุณภาพของเจ้าหน้าที่ โครงสร้างของกลุ่ม การขาดบรรยากาศสนับสนุน การขาดระบบการให้รางวัลในการมีส่วนร่วม นอกจากอุปสรรคทางด้านกลุ่มแล้ว อุปสรรคบางอย่างอาจเกิดขึ้นจากตัวผู้บริหารเองที่ขัดขวางการใช้การบริหารแบบมีส่วนร่วม เช่น ความไม่เข้าใจ การขาดความมั่นคงหรือความกลัวที่สูญเสียอำนาจการบริหารไป เป็นต้น ส่วนอุปสรรคทางด้านผู้ใต้บังคับบัญชานั้นอาจเกิดขึ้นจากการขาดความสามารถ ขาดความต้องการ การไม่รับรู้ว่าถูกคาดหวังให้มีส่วนร่วมและความกลัว นอกจากนี้ ยังมีอุปสรรคทางด้านสถานการณ์ที่ขึ้นอยู่กับข้อจำกัดด้านเวลา งานและอิทธิพลทางด้านสภาพแวดล้อม

โดยสรุปแล้ว การบริหารแบบมีส่วนร่วมเป็นวิธีการบริหารที่ช่วยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงานได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจหรือการปฏิบัติงานในหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้เกิดความผูกพันและความรับผิดชอบต่อกลุ่มมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ผู้บริหารจะต้องเห็นความสำคัญ

พร้อมทั้งมีความรู้ความเข้าใจในแนวคิดพื้นฐานและองค์ประกอบที่สำคัญของการบริหารแบบมีส่วนร่วม และสิ่งสำคัญจะต้องทราบถึงประโยชน์ ข้อจำกัดและอุปสรรคของการบริหารแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อกลุ่ม

## 2.6 แนวคิดการบริหารจัดการ

ในการศึกษาความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการ ควรทำความเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารเป็นเบื้องต้นก่อน กล่าวคือ สืบเนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ซึ่งหมายถึงมนุษย์โดยธรรมชาติย่อมอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ไม่อยู่อย่างโดดเดี่ยว แต่อาจมีข้อยกเว้นน้อยมากที่มนุษย์อยู่โดดเดี่ยวตามลำพัง เช่น ฤๅษี การอยู่รวมกันเป็นกลุ่มของมนุษย์อาจมีได้หลายลักษณะและเรียกต่างกันไปเป็นต้นว่า ครอบครัว (family) เผ่าพันธุ์ (tribe) ชุมชน (community) สังคม (society) และประเทศ (country) เมื่อมนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่มย่อมเป็นธรรมชาติอีกทีในแต่ละกลุ่มจะต้องมี “ผู้นำกลุ่ม” รวมทั้งมี “แนวทางหรือวิธีการควบคุมดูแลกันภายในกลุ่ม” เพื่อให้เกิดความสุขและความสงบเรียบร้อย สภาพเช่นนี้ได้มีวิวัฒนาการตลอดมา

ความหมายของกลุ่ม ตามพจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา (ราชบัณฑิตยสถาน.2540,น164) ได้ให้ความหมายของกลุ่มว่า “กลุ่ม” ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ที่ได้สร้างแบบอย่างของการกระทำระหว่างกันทำงานขึ้น กลุ่มหรือหมู่คณะนี้ เป็นที่ยอมรับว่าเป็นองค์การอย่างหนึ่งทั้งโดยสมาชิกของกลุ่มเอง และตามปกติโดยผู้อื่นด้วย ทั้งนี้เพราะกลุ่มจะมีพฤติกรรมร่วมกัน ในแบบฉบับเฉพาะของตนเอง

จิรพรรณ กาญจนจิตรา (2538,น189) ได้ให้ความหมายของกลุ่มว่า กลุ่ม คือ บุคคลรวมกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยมีกิจกรรมร่วมกันที่ชี้ให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ มีการปฏิสัมพันธ์กัน มีความผูกพันว่าเป็นพวกเดียวกัน ทั้งกลุ่มและบุคคลแยกกันไม่ได้ จะต้อง เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน มีความสนใจร่วมกัน และมีพฤติกรรมตามบทบาทและหน้าที่ของสมาชิก กลุ่มเหล่านี้เป็นหน่วยสังคมขั้นพื้นฐานที่จะเสริมบุคลิกภาพและอุดมการณ์ของบุคคล

แมคเควิต และฮารารี (Mc David and Harari. 1986,น237) ได้ให้นิยาม กลุ่มว่า กลุ่มทางสังคมจิตวิทยา คือ ระบบที่จัดไว้อย่างมีระเบียบของปัจเจกบุคคลสองคน หรือมากกว่า ผู้ซึ่งได้เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน เพื่อว่าระบบก่อให้เกิดการกระทำบางอย่างมีบทบาทของความสัมพันธ์ ระหว่างสมาชิกของกลุ่มอย่างเป็นมาตรฐานและมีบรรทัดฐาน ซึ่งครบกำหนดการกระทำของกลุ่ม และสมาชิกของกลุ่ม เมื่อพิจารณาความหมายเกี่ยวกับกลุ่มดังกล่าวข้างต้นแล้วสรุปได้ว่า กลุ่ม มีลักษณะสำคัญ คือ กลุ่มจะต้องมีสมาชิกอย่างน้อย 2 คนขึ้นไป จะต้องมีการสร้างกลุ่ม มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในกลุ่ม มีบรรทัดฐานของกลุ่ม มีความสัมพันธ์กันระหว่าง สมาชิก และมีกิจกรรมกลุ่มเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกลุ่ม

กรมพัฒนาชุมชน (2560) การบริหารจัดการกลุ่มโดยใช้หลักการ 5 ก ได้แก่ ก 1 : กลุ่ม/สมาชิก ก 2 : กรรมการ ก 3 : กฎ กติกา ระเบียบข้อบังคับกลุ่ม ก 4 : กองทุนเป็นปัจจัย เงินหรือเครื่องมือที่ทำให้กิจกรรมของกลุ่มดำเนินการได้และบรรลุตามวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ที่มาของทุน และ ก 5 : กิจกรรมเป็นสิ่งที่ร่วมกันปฏิบัติ เพื่อสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนและชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

### (1) สมาชิกกลุ่ม ( ก 1 )

1) การจัดทำทะเบียนรายชื่อสมาชิก ในการจัดตั้งกลุ่มอาชีพในชุมชนนั้น จำนวนสมาชิก ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งขององค์ประกอบการก่อตั้งกลุ่ม ดังนั้นควรมีการจัดทำทะเบียนรายชื่อสมาชิก เพื่อเป็นข้อมูลในการบริหารจัดการกลุ่ม

2) การจัดทำใบสมัครสมาชิก วัตถุประสงค์ในการจัดทำใบสมัครกลุ่ม เพื่อให้มีข้อมูลของกลุ่มผู้ที่สนใจเข้าร่วมกลุ่มและแสดงความจำนงในการเข้าร่วมกลุ่ม การยอมรับในกติกาของกลุ่ม รวมถึงข้อมูลและแนวทางในการปฏิบัติของกลุ่ม และข้อมูลเก็บไว้เป็นหลักฐาน

### (2) คณะกรรมการกลุ่ม ( ก 2 )

1) การจัดทำทะเบียนคณะกรรมการกลุ่ม สำหรับการจัดทำทะเบียนคณะกรรมการกลุ่ม นั้น ควรมีคณะกรรมการจำนวน 9-15 คน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความต้องการของสมาชิก ที่ได้จากการลงมติในที่ประชุมของกลุ่ม เมื่อได้รายชื่อคณะกรรมการกลุ่มเรียบร้อยแล้ว จึงจัดทำทะเบียนคณะกรรมการกลุ่ม

2) การกำหนดบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ ประกอบด้วย คณะกรรมการ 4 ฝ่าย (แล้วแต่กลุ่มบางกลุ่มอาจจะมีกรรมการมากกว่านี้ก็ได้) ได้แก่

- คณะกรรมการอำนวยการ(ประธาน,รองประธาน,เลขานุการและเหรัญญิก) มีบทบาทหน้าที่ในการบริหารและอำนวยความสะดวก ในการดำเนินการของกลุ่ม

- คณะกรรมการฝ่ายผลิต มีหน้าที่ในการจัดหาวัตถุดิบในการผลิต และดำเนินการผลิตทุกกระบวนการให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ

- คณะกรรมการฝ่ายตลาด มีหน้าที่จัดจำหน่ายและออกตลาดทั้งในชุมชน จังหวัด ต่างจังหวัด และต่างประเทศ พร้อมจัดทำเอกสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมกลุ่ม เช่นแผ่นพับ ป้ายไว้นิล เว็บไซต์ เป็นต้น

- คณะกรรมการฝ่ายการเงิน มีหน้าที่จัดทำบัญชี รายรับรายจ่าย บัญชีลูกหนี้ บัญชี งบดุล งบกำไร-ขาดทุนของกลุ่ม

### (3) กฎกติกาของกลุ่ม ( ก 3 )

หมายถึงระเบียบข้อบังคับ ที่ได้ผ่านความเห็นชอบของสมาชิกกลุ่ม เพื่อใช้บังคับกับสมาชิกในกลุ่ม โดยกรรมการเป็นผู้ดำเนินการ หากจะมีการเปลี่ยนแปลงข้อบังคับของกลุ่มจะต้องเป็นไปตามความต้องการของที่ประชุมใหญ่เท่านั้น

### (4) กองทุนกลุ่ม ( ก 4 )

กิจกรรมของกลุ่มอาชีพ ย่อมต้องมีรายการเงินเกิดขึ้นในแต่ละวัน มากบ้าง น้อยบ้าง และโดยที่กลุ่มเป็นของสมาชิก ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ของสมาชิกเป็นส่วนรวม จึงจำเป็นต้องมีแนวทางในการปฏิบัติเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการด้านการเงินการบัญชี

### (5) กิจกรรมกลุ่ม ( ก 5 )

หมายถึงกิจกรรมที่ดำเนินการโดยคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มที่ได้ร่วมกันก่อตั้งกลุ่ม ในแต่ละกลุ่มก็จะมีกำหนดกิจกรรมหลัก ซึ่งส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับการจัดตั้ง เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มบาติกแฮนด์เพนต์ กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้า กลุ่มปักจักรผ้าคลุมผม กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วยหิน เป็นต้น

## 2.7 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

คอตเลอร์ ฟิลลิป (2546, น.24) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่มดังที่รู้จักกันว่าเป็น “4Ps” อันได้แก่ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เสรี วงษ์มณฑา (2542, น.11) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความพยายามมุ่งให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, น. 26) กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ลักษณะบางประการของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่อาจกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คือ ความใหม่ ความสลับซับซ้อนและคุณภาพที่คนรับรู้ได้ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ใหม่และสลับซับซ้อนอาจต้องมีการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง ถ้าเรารู้เรื่องเหล่านี้แล้ว ในฐานะนักการตลาดเราควรจะเสนอทางเลือกที่ง่ายกว่าผู้บริโภคมีความคุ้นเคย เพื่อให้ผู้บริโภคที่ไม่ต้องการเสาะแสวงหาทางเลือกอย่างกว้างขวางในการพิจารณา ส่วนในเรื่องของรูปร่างของผลิตภัณฑ์ตลอดจนหีบห่อและป้ายฉลาก สามารถก่ออิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภค หีบห่อที่สะดุดตาอาจทำให้ผู้บริโภคเลือกไว้เพื่อพิจารณาประเมินเพื่อการตัดสินใจซื้อป้ายฉลากที่แสดงให้ผู้บริโภคเห็นคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญก็จะทำให้ผู้บริโภคประเมินสินค้าเช่นกัน สินค้าคุณภาพสูงหรือสินค้าที่ปรับเข้ากับความต้องการบางอย่างของผู้ซื้อจะมีอิทธิพลต่อการซื้อด้วย

(2) ราคา (Price) ราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อก็ต่อเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกและทำการตัดสินใจ โดยปกติผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ นักการตลาดจึงควรคิดราคาน้อย ลดต้นทุนการซื้อหรือทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจด้วยลักษณะอื่นๆ สำหรับการตัดสินใจอย่างกว้างขวางผู้บริโภคมักพิจารณารายละเอียด โดยถือเป็นอย่างหนึ่งในลักษณะทั้งหลายที่เกี่ยวข้องสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือย ราคาสูงไม่ทำให้การซื้อลดน้อยลง นอกจากนี้ราคายังเป็นเครื่องประเมินคุณค่าของผู้บริโภคซึ่งก็ติดตามด้วยการซื้อ

(3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Placement-Channel of Distribution) กลยุทธ์ของนักการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์แน่นอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่น่าเสนออีกอาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าที่มีของแถมในร้าน

เสริมสวยชั้นดีในห้างสรรพสินค้าทำให้สินค้ามีชื่อเสียงมากกว่านำไปใช้บนชั้นวางของในซูเปอร์มาร์เก็ต

(4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion-Marketing Communication) การส่งเสริมการตลาดสามารถก่อให้เกิดอิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ข่าวสารที่นักการตลาดส่งไปอาจเตือนใจให้ผู้บริโภครู้ว่าเขามีปัญหา สินค้าของนักการตลาดสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้และมันสามารถส่งมอบให้ได้มากกว่าสินค้าของคู่แข่ง เมื่อได้ข่าวสารหลักการซื้อเป็นการยืนยันว่าการตัดสินใจซื้อของลูกค้าถูกต้อง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น80-81) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การใช้หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Armstrong and Kotler, 2009, น616) ประกอบด้วย สิ่งที่มีสัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

2) องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

(2) ราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป (Armstrong and Kotler, 2009, น616) หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

1) คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์นั้น

2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

## 3) การแข่งขัน

## 4) ปัจจัยอื่น ๆ

(3) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Armstrong and Kotler. 2009, น617) เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย (Etzel, Walker and Stanton. 2007, น677) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบ คือ (1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) (2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion) (3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force Promotion)

1) การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) มีความหมายดังนี้ (1) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์ (2) ประชาสัมพันธ์ (Public relations) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Etzel, Walker and Stanton. 2007, น677) มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

2) การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) และการตลาดเชื่อมต่อตรงหรือการโฆษณาเชื่อมต่อตรง (Online advertising) มีความหมายต่างกัันดังนี้ (1) การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่เน้นการตลาดที่ใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและ ทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น ใช้สื่อโฆษณาและแคตตาล็อก (2) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) เป็นข่าวสารการโฆษณาซึ่งถามผู้อ่าน ผู้รับฟัง หรือผู้ชม ให้เกิดการตอบสนองกลับโดยตรงไปยังผู้ส่งข่าวสาร หรือป้ายโฆษณา (3) การตลาดเชื่อมต่อตรงหรือการโฆษณาเชื่อมต่อตรง (Online advertising) หรือการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

(Electronic marketing หรือ E-marketing) เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อสาร ส่งเสริม และขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมุ่งหวังผลกำไรและการค้าเครื่องมือที่สำคัญในข้อนี้ประกอบด้วย (1) การขายทางโทรศัพท์ (2) การขายโดยใช้จดหมายตรง (3) การขายโดยใช้แคตตาล็อก (4) การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง

(4) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัว

สินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Distribution) หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับการใช้หรือบริโภค (Kotler and Keller. 2009, น.787) หรือหมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิต ผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

2) การกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical distribution หรือ Market logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร (Kotler and Keller. 2009 : 786) หรือหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญมีดังนี้ (1) การขนส่ง (2) การเก็บรักษาสินค้า และการคลังสินค้า (3) การบริหารสินค้าคงเหลือ



ภาพที่ 2.12 แสดงส่วนประสมทางการตลาด(Marketing Mix)

## 2.8 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ

Kotler, Philip. (1999). อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541, น.124 –125) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึงว่า การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นวิธีการศึกษาที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร เช่น เวลา บุคลากร และอื่นๆ เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาจะเสนอนั้น ใครคือผู้บริโภค (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้ออย่างไร (How) ซื้อ

เมื่อไร (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (How often) รวมทั้งการศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื้อ

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถคาดได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แม้จะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการ ตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)

### 2.8.1 พฤติกรรมของผู้ซื้อ

ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าจะสนใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค (Buyer behavior) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการปฏิบัติการบริโภค ซึ่งหมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้า และบริการด้วยเงิน และรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวกำหนดให้มีกระบวนการกระทำนี้ พฤติกรรมของผู้ซื้อนั้นหมายรวมถึงผู้ซื้อที่เป็นอุตสาหกรรม (Industrial buyer) หรือเป็นการซื้อบริษัทในอุตสาหกรรมหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อ แต่พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นเน้นถึงการซื้อของผู้บริโภคเอง ปกติมักใช้คำว่า พฤติกรรมของลูกค้า (Customer behavior) แทนกันกับพฤติกรรมผู้ซื้อได้คำทั้งสองคือ พฤติกรรมผู้ซื้อและพฤติกรรมลูกค้านี้เป็นความหมายเหมือนกัน และค่อนข้างไปในแง่ลักษณะในทางเศรษฐกิจของการบริโภคมากกว่า

### 2.8.2 การซื้อและการบริโภค

คำว่า พฤติกรรมผู้บริโภค นั้น ในความหมายที่ถูกต้อง มิใช่หมายถึง การบริโภค (Consumption) แต่หากหมายถึงการซื้อ (Buying) ของผู้บริโภค จึงเน้นถึงตัวผู้ซื้อเป็นสำคัญและที่ถูกต้องแล้ว การซื้อเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งของการตัดสินใจและไม่สามารถแยกออกได้จากการบริโภคสินค้า ทั้งที่กระทำโดยตัวผู้ซื้อเองหรือบริโภคโดยสมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัวซึ่งมีผู้ซื้อทำตัวเป็นผู้แทนให้ การซื้อแทนนั้น ผู้ซื้อแทนจะเป็นผู้ทำงานแทนความพอใจของผู้ที่จะบริโภคอีกต่อหนึ่ง ด้วยเหตุผลนี้เอง ผู้วิเคราะห์การตลาดจึงต้องระวังอยู่เสมอถึงความสัมพันธ์นั้น

สรุป พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การกระทำของบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการหาที่มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ส่วนพฤติกรรมผู้ซื้อนั้น หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้า และบริการด้วยเงิน และรวมถึงการตัดสินใจ

(1) บทบาทพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior role) หมายถึง บทบาทของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาบทบาทพฤติกรรมของผู้บริโภค นักการตลาดได้นำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด โดยเฉพาะกลยุทธ์การโฆษณาและผู้แสดงโฆษณา (Presenter) ให้บทบาทใดบทบาทหนึ่ง เช่น ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้ โดยทั่วไปมี 5 บทบาทคือ

- 1) ผู้ริเริ่ม (Initiator) บุคคลที่รับรู้ถึงความจำเป็นหรือความต้องการ ริเริ่มซื้อ และเสนอความคิดเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง
- 2) ผู้มีอิทธิพล (Influence) บุคคลที่ใช้คำพูดหรือการกระทำตั้งใจหรือไม่ตั้งใจที่



เมื่อพิจารณาต่อการตัดสินใจซื้อ การซื้อ และการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3) ผู้ตัดสินใจ (Decision) บุคคลผู้ตัดสินใจหรือมีส่วนในการตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ซื้ออะไร ซื้ออย่างไร หรือซื้อที่ไหน

4) ผู้ซื้อ (Buyer) บุคคลที่ซื้อสินค้าจริง

5) ผู้ใช้ (User) บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริโภค การใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

(2) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้การการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategy) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

## 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เป็นที่ทราบโดยทั่วกันว่า พื้นที่การปลูกกาแฟในประเทศไทยที่เห็นชัดและเป็นที่ยอมรับของประชาชนในภูมิภาคคือพื้นที่ทางตอนเหนือของไทย ซึ่ง นันทนภัส ทรัพย์โชคธนกุล และคณะ (2557) ได้ศึกษากลุ่มการพัฒนาธุรกิจกาแฟในภาคเหนือของไทย ที่เริ่มต้นจากเกษตรกรชาวเขาที่อาศัยอยู่บนบนดอยช้าง จังหวัดเชียงราย ที่มีอาชีพปลูกฝิ่นมาก่อน และเปลี่ยนมาปลูกกาแฟตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชการที่ 9 เพื่อลดการแผ้วถางป่าจากการปลูกฝิ่นและพัฒนาคุณภาพชีวิตของชาวไทยภูเขาให้ดีขึ้น จากนั้น ได้เกิดปัญหาทางการตลาด เช่น การกดราคาของพ่อค้าคนกลาง ภายหลังเกษตรกรจึงรวมตัวกันเพื่อสร้างบริษัทของตนเองขึ้นมา มีการควบคุมคุณภาพของเมล็ดกาแฟจนกระทั่งเป็นที่ต้องการของตลาดและขายได้ราคาดี ด้วยกรรมวิธีการผลิตเฉพาะของกาแฟดอยช้าง ส่งผลให้กาแฟดอยช้างเป็นที่ยอมรับและเป็นกาแฟอันดับ 1 ของโลก บริษัทกาแฟดอยช้างมีลักษณะการทำงานโดยอาศัยแรงงานและจิตอาสาจากชาวบ้านเป็นสำคัญ เน้นสร้างคนเพื่อพัฒนาธุรกิจและชุมชนให้เข้มแข็งจนกระทั่งสามารถช่วยเหลือตนเองได้

นอกจากนี้ กนกวรรณ อุทองทรัพย์ (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟในภาคเหนือภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในจังหวัดเชียงรายและจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟใน 6 อำเภอ มีกลยุทธ์การปรับตัวแตกต่างกันคือ (1) ปรับตัวโดยการรับจ้างเป็นผู้ผลิตภายใต้บริษัทดอยช้างซึ่งเป็นบริษัทเอกชน (2) ปรับตัวโดยการรับจ้างเป็นผู้ผลิตภายใต้มูลนิธิโครงการหลวงฯ (3) ปรับตัวโดยการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรอง และ (4) ปรับตัวโดยลดปริมาณการปลูกกาแฟอาราบิก้าและหันมาปลูกชาทดแทน สำหรับข้อเสนอแนะในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้เสนอข้อคิดที่กลุ่มผลิตกาแฟควรให้ความสำคัญเพื่อเตรียมพร้อมทางด้านเศรษฐกิจใน 3 ประการใหญ่ๆ คือ (1) ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการผลิต (2) การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์กาแฟ และ (3) การพัฒนาและส่งเสริมความรู้เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่เกษตรกร

นอกจากกาแฟดอยช้างที่เป็นที่ยอมรับภาคเหนือแล้ว ในจังหวัดพิษณุโลกก็ได้มีการพัฒนาธุรกิจการตลาดกาแฟสดเช่นกัน จิรัชยากรณ์ สังข์แป้น และคณะ (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาธุรกิจการตลาดกาแฟสดในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก พบว่า ปัจจัยทางการตลาด 4

ด้าน มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดอยู่ในระดับมาก รวมทั้งให้ข้อมูลในส่วนของการกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจกาแฟในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ โดยให้แนวทางว่า ผลิตภัณฑ์ เป็นหัวใจสำคัญในธุรกิจการตลาดกาแฟสด เช่น รสชาติ กลิ่นหอมที่เป็นเอกลักษณ์ การปรับเปลี่ยนภาชนะบรรจุกาแฟให้มีความหลากหลาย

ในส่วนของกลุ่มผลิตกาแฟทางตอนใต้ของไทย พัทรี หล้าแหล่ง (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มสหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟจังหวัดชุมพร จำกัด พบว่า การดำเนินงานของกลุ่มสหกรณ์ฯ มีจุดแข็งในหลายด้าน เช่น การมีวัตถุดิบที่เพียงพอต่อความต้องการ การบริหารงานสหกรณ์ฯ มีความโปร่งใส สินค้าของสหกรณ์ฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน OTOP 5 ดาว , เครื่องหมาย ออ. , เครื่องหมายฮาลาล เป็นต้น ส่วนจุดอ่อนในการดำเนินงาน ที่สำคัญคือ ไม่มีการทำการตลาดที่เหมาะสมเนื่องจากขาดแคลนนักการตลาดที่มีความเชี่ยวชาญ นอกจากนี้ พบว่าสหกรณ์ฯ มีเงินทุนหมุนเวียนที่ไม่เพียงพอต่อการบริหารกิจการ และช่องทางการกระจายสินค้ามีน้อย เป็นต้น ในส่วนของการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้เลือกกลยุทธ์ทางเลือกด้วยเทคนิค TOWS MATRIX ที่สำคัญคือ (1) การสร้าง ความเข้มแข็งขององค์กรด้วยการส่งเสริมให้เป็นกลุ่มสหกรณ์ตัวอย่าง ในด้านการดำเนินงานที่มีความยั่งยืน มั่นคงตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (2) สนับสนุนกลุ่มสหกรณ์ฯ ด้วยการต่อยอดโครงการ OTOP เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และเสริมช่องทางการตลาดด้วยโครงการ Veridian OTOP (3) ส่งเสริมการเพาะปลูกกาแฟแก่เกษตรกรและเพิ่มพื้นที่ให้แก่สมาชิกสหกรณ์เพื่อกระจายผลประโยชน์ให้แก่สมาชิกอย่างทั่วถึง ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการเป็นเจ้าของ และเป็นโอกาสในการขยายการลงทุนบนฐานทุนของตนเองเนื่องจากการมีจุดแข็ง และโอกาสในด้านปัจจัยการผลิต (4) ส่งเสริมการเพิ่มรายได้ของสมาชิกสหกรณ์ด้วยการขยายกำลังการผลิต และการขยายตลาดโดยอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนการสนับสนุนเรื่อง แหล่งเงินทุนตามความเหมาะสม (5) จัดอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ด้านการตลาดให้แก่กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ฯ เป็นต้น

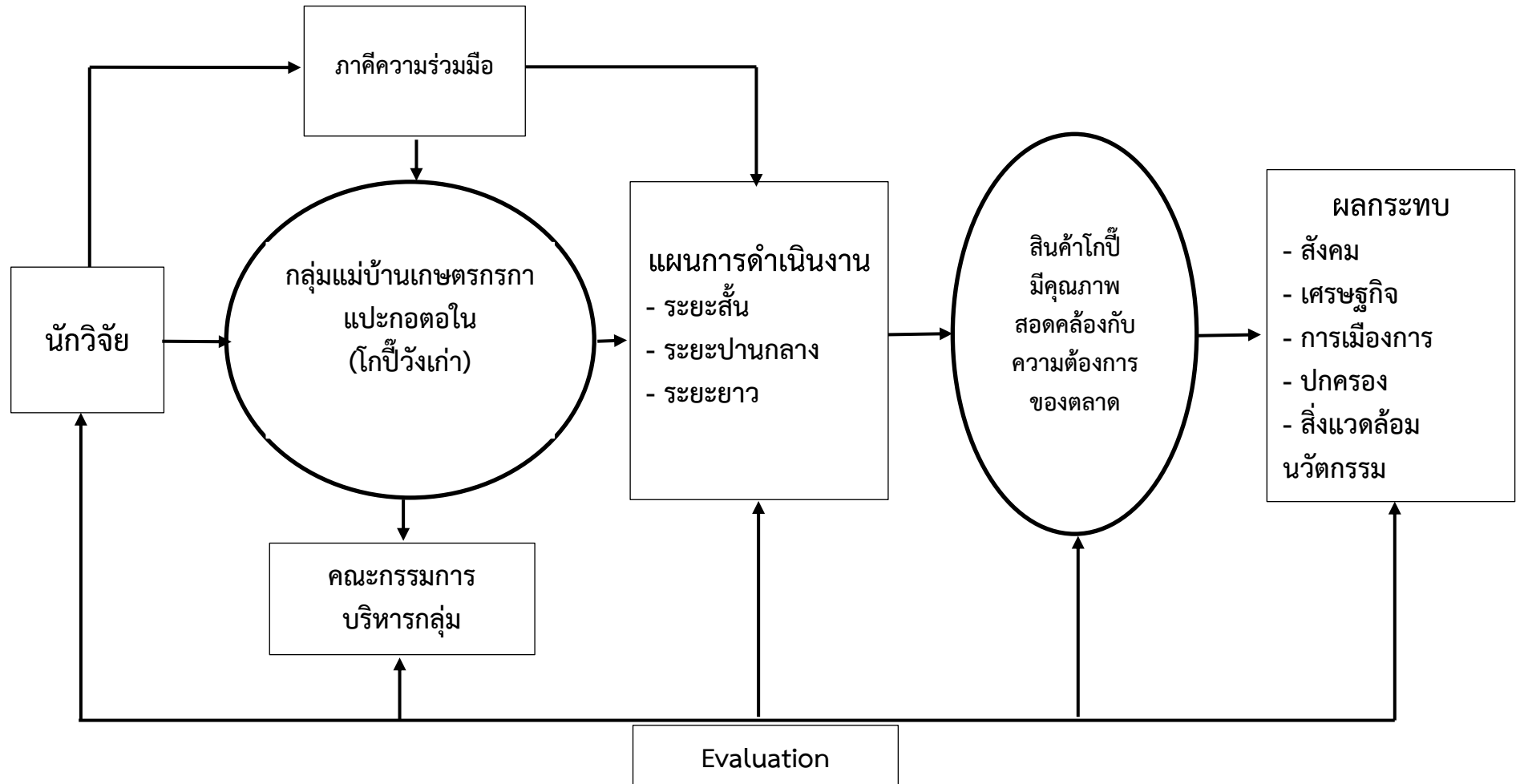
นอกจากการศึกษากิจการทำธุรกิจกาแฟในจังหวัดชุมพรแล้ว ผกามาศ เพชรสิน (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ภูมิปัญญาการทำกาแฟโบราณเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวบนเส้นทางระหว่างกระบี่-เกาะลันตา ในชุมชนบ้านร่าหมาด อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ พบว่า ภูมิปัญญาการทำกาแฟโบราณนอกจากจะเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์และวิถีการดำเนินชีวิตของชาวบ้านแล้ว ยังสามารถสร้างรายได้และทำให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น ทั้งนี้ ยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการกลุ่ม รวมทั้งการเข้ามามีส่วนร่วมในการสืบทอดและเผยแพร่ภูมิปัญญานี้ของหน่วยงานของรัฐและเอกชนอีกด้วย

ทั้งนี้ เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้มุ่งสู่การพัฒนาอำเภอเบตง ซึ่งเป็นเมืองชายแดนประเทศไทย-มาเลเซีย ดังนั้น การให้ความสำคัญเกี่ยวกับวัฒนธรรมการดื่มกาแฟของประเทศเพื่อนบ้านจึงเป็นสิ่งสำคัญ SITI NURBAYA ABDUL RAHMAN (2010) ได้ศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมการดื่มกาแฟของชาวมาเลเซียในมุมมองทางด้านสังคม พบว่าวัฒนธรรมของธุรกิจกาแฟในประเทศมาเลเซียไม่ได้เป็นแค่การดื่มเพื่อการพบปะสังสรรค์กัน แต่นั่นได้บ่งบอกถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเครื่องหมายทางการค้าของประเทศ การดื่มกาแฟของชาวมาเลเซีย มีนัยยะเพื่อการเข้าหาสังคม ไม่ว่า

จะเป็นร้านกาแฟท้องถิ่นหรือร้านกาแฟจากฝั่งประเทศตะวันตก นอกจากนี้ Nooraini Mohamad Sheriff และคณะ (2016) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการตลาดกาแฟในประเทศมาเลเซีย พบว่า การผลิตกาแฟควรให้ความสำคัญของมาตรฐานการผลิต เช่น รสชาติ รวมถึงบรรจุภัณฑ์และการแบ่งประเภทของกาแฟ Siti Syamsul Nurin Mohamad Yazam และคณะ (2012) ได้กล่าวถึงการดื่มกาแฟของชาวมาเลเซียว่า การดื่มกาแฟของชาวมาเลเซียนั้นเป็นวิถีชีวิตของชาวมาเลเซีย ซึ่งได้เปลี่ยนแปลงในเรื่องของรสชาติที่มีความทันสมัยมากขึ้น ทั้งนี้ยังให้ความสำคัญกับธุรกิจร้านกาแฟที่ได้รับความนิยมของกลุ่มผู้ดื่มกาแฟนั้นจะมุ่งให้ความสำคัญกับบรรยากาศของร้านและการโฆษณา นอกจากนี้ Yeo Sing Yee และคณะ (2014) ได้ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจการบริการของ ร้านกาแฟหยีหื้อ OLD TOWN WHITE COFFEE และ PAPPA RICH KOPITIAM ซึ่งเป็นหยีหื้อกาแฟท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จในประเทศมาเลเซีย พบว่า การทำผลิตภัณฑ์ให้เป็นในรูปแบบเป็นธุรกิจเครือข่ายเฟรนไชย จะทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักกันกว้างขวางมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Maria-Alejandra Gonzalez-Perez and Santiago Gutierrez-Viana (2014) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความร่วมมือทางด้านการตลาดธุรกิจกาแฟของประเทศเวียดนามและประเทศโคลัมเบีย พบว่าการผลิตกาแฟของทั้งสองประเทศนั้นได้มีความแตกต่าง ซึ่งได้วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า(Value Chains) ของธุรกิจนี้ สร้างเครือข่ายทางการผลิตด้วยการดึงดูดแข็งและจุดอ่อนของทั้งสองประเทศและร่วมมือเติมเต็มซึ่งกันและกันในส่วนของการกระบวนการผลิต

## 2.10 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เรื่อง การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนากลุ่มผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) อำเภอเบตง จังหวัดยะลา คณะผู้วิจัยได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 2.13 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิตโกปี้ (กาแฟโบราณ) เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตโกปี้ (กาแฟโบราณ) และ เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกปี้ (กาแฟโบราณ) ที่จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ของสมาชิกกลุ่ม ซึ่งคณะวิจัยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

- 3.1 กลุ่มเป้าหมายการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 กลุ่มเป้าหมายการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กาแปะกอตอใน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตโกปี้ (กาแฟโบราณ) ในพื้นที่เทศบาลเมืองเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา โดยมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 30 คน

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

- 3.2.1 แบบสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก ภาควิชาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตโกปี้ (กาแฟโบราณ) ดังภาคผนวก ก
- 3.2.2 การสนทนากลุ่ม เป็นการจัดสนทนากลุ่มคณะกรรมการกลุ่ม ภาควิชาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ผลิตโกปี้ (กาแฟโบราณ)
- 3.2.3 กระบวนการจัดเวทีประชาคมโดยใช้หลักการ SWOT เป็นการจัดเวทีเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น วิเคราะห์ประเด็นปัญหา สาเหตุและแนวทางในการแก้ไขปัญหา เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผู้ผลิตโกปี้(กาแฟโบราณ) โดยสมาชิกกลุ่มและภาคีที่สนับสนุนความร่วมมือ
- 3.2.4 แบบสอบถามเพื่อสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค ดังภาคผนวก ก
- 3.2.5 แผนการดำเนินงาน ดังภาคผนวก ก

#### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

- 3.3.1 การสัมภาษณ์คณะกรรมการกลุ่ม และภาคีความร่วมมือในการพัฒนาผู้ผลิตโกปี้ (กาแฟโบราณ) โดยมีการสัมภาษณ์ตามประเด็นดังนี้ (1) นโยบายขององค์กรในการพัฒนาผู้ผลิตกาแฟ (2) การสนับสนุนขององค์กรต่อกลุ่มผู้ผลิตโกปี้ (กาแฟโบราณ) ในพื้นที่ (3) มุมมองการพัฒนา

กลุ่มผู้ผลิตโกปี้(กาแฟโบราณ) เป็นอย่างไร (4) แนวทางการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตโกปี้ (กาแฟโบราณ) (5) แนวโน้มการบริโภคโกปี้ (กาแฟโบราณ) และ(6) ข้อเสนอแนะในการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตโกปี้ (กาแฟโบราณ)

3.3.2 การสนทนากลุ่ม (Focus group) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อย ในประเด็นที่สมาชิกกลุ่มสะท้อนปัญหาของการบริหารจัดการกลุ่ม และการดำเนินกิจการของกลุ่ม เพื่อร่วมกันหาแนวทางในการพัฒนากลุ่ม

3.3.3 การจัดเวทีประชาคม เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหากลุ่ม จากคณะกรรมการกลุ่ม กรรมการชุมชน ภาควิชาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลุ่ม

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คณะวิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์และการสังเคราะห์เนื้อหา โดยวิเคราะห์และสังเคราะห์ประเด็นต่างๆที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการจัดเวทีประชาคม และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อหาข้อสรุปของการวิจัย

## บทที่ 4

### ผลการดำเนินงาน

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนากลุ่มผลิตโกปี(กาแฟโบราณ) อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) พัฒนาการจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) และพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ที่จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ของสมาชิกโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ระหว่างคณะผู้วิจัย กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน และภาคความร่วมมือทางการวิจัย จึงได้สรุปผลการศึกษาที่ผ่านกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus group) การจัดเวทีประชาคม และการศึกษาดูงานด้านธุรกิจกลุ่มและรูปแบบการผลิตของกลุ่มที่ประสบความสำเร็จ โดยการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกระบวนการดังกล่าว นำมาสรุปประเด็นเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

#### 4.1 พัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ)

จากการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน ผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) พบว่า กลุ่มยังไม่มี ความเข้มแข็งและมีศักยภาพไม่เพียงพอที่จะดำเนินกิจกรรมการผลิต การบริหารจัดการองค์กร และการจำหน่ายสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด เพื่อรองรับการขยายตัวของ การท่องเที่ยวของอำเภอบางละมุงในอนาคตได้ ซึ่งจะเห็นได้จากปัญหาต่างๆ ดังต่อไปนี้

**4.1.1 การจัดการวัตถุดิบเพื่อการผลิตที่ผ่านมากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน** ผู้ผลิตโกปี ไม่สามารถจัดหาวัตถุดิบในพื้นที่อำเภอบางละมุงให้เพียงพอต่อการผลิตของกลุ่ม ทั้งยังต้องสั่งซื้อวัตถุดิบจากพื้นที่ภายนอกเช่น มาเลเซีย สุราษฏร์ธานี และชุมพร เป็นต้น และปัญหาที่สำคัญคือ จะต้องสั่งซื้อวัตถุดิบผ่านนายหน้าหรือพ่อค้าคนกลาง ทำให้ได้วัตถุดิบที่มีราคาแพงและคุณภาพไม่ดี ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนการผลิตที่สูงและคุณภาพของผลผลิตไม่ดีเท่าที่ควร จึงมีผลกระทบโดยตรงต่อการขยายตลาด จะเห็นได้จากการผลิตของกลุ่มในแต่ละครั้งที่มีจำนวนน้อยทำให้กลุ่มไม่สามารถขยายตัวได้ และทำให้กลุ่มสูญเสียโอกาสทางการตลาดให้กับกลุ่มอื่นๆ

**4.1.2 การบริหารจัดการกลุ่ม** การบริหารจัดการกลุ่มของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอในผู้ผลิตโกปี ได้จัดมาหลายปีแล้ว และผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) เพื่อจำหน่ายแต่การรวมกลุ่มแบบหลวมๆ โดยมีนางชีตีการียะเยา ตาบาซอเป็นประธานกลุ่มและดำเนินการกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ ยังไม่มีการจัดระบบการบริหารงานกลุ่มที่ชัดเจน ไม่มีกฎระเบียบของกลุ่มที่เป็นลายลักษณ์อักษร ขาดการบริหารการเงินและการบัญชีที่ดี แม้มีข้อตกลงในการทำกิจกรรมร่วมกันของกลุ่ม แต่ก็ยังมีปัญหาอยู่หลายด้าน เช่น การจัดการรายได้ของสมาชิกที่ไม่ชัดเจน และการแบ่งผลกำไรของกลุ่มที่ไม่เป็นระบบ ซึ่งปัญหาเหล่านี้จะส่งผลโดยตรงกับแรงจูงใจของสมาชิกกลุ่มในการร่วมกันพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็ง ทำให้มีสมาชิกกลุ่มบางรายทยอยกันลาออก และขอถอนเงินจากกลุ่ม จึงมีจำนวนสมาชิกกลุ่มน้อยลงจนทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าได้



**4.1.2 การพัฒนาด้านการตลาด** ที่ผ่านมากลุ่มยังไม่มีเป้าหมายทั้งในด้านการผลิตและการตลาด ขาดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี การสร้างตราสินค้า(โลโก้) ช่องทางการตลาดมีน้อย ขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนทางการผลิต ขาดระบบการจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย ไม่มีระบบการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ คุณภาพและปริมาณการบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานไม่สามารถรักษาอายุการใช้งานผลิตภัณฑ์ได้นาน การจัดการเทคโนโลยีการผลิตและอุปกรณ์การผลิตไม่ได้มาตรฐาน และขาดข้อมูลทางโภชนาการ ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยส่วนหนึ่งอาจจะมีสาเหตุมาจาก การจัดการการผลิตของกลุ่มที่ไม่มีเสถียรภาพ รวมทั้งสูตรในการผลิตโกปีที่ยังไม่คงที่ การจำหน่ายสินค้าไม่สม่ำเสมอไม่มีการพัฒนาระบบการตลาด ทำให้กลุ่มไม่สามารถรับการสั่งซื้อจากลูกค้าภายนอกได้จึงทำให้กลุ่มสูญเสียโอกาสในการขยายการตลาด ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อรายได้ของกลุ่มจึงทำให้กลุ่มขาดความเข้มแข็ง

จากปัญหาที่กล่าวมาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอในผู้ผลิตโกปี(กาแพโบราณ) คณะผู้วิจัยได้เลือกวิธีการพัฒนากลุ่มเพื่อให้กลุ่มมีความเข้มแข็งสามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการบริหารงานอย่างเป็นระบบ สามารถรองรับการพัฒนาพื้นที่อำเภอเบตงโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวและสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาพื้นที่เมืองต้นแบบ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ใช้หลักการพัฒนาองค์ประกอบ 5 ประการ(5 ก) ได้แก่ (1) กลุ่ม (สมาชิกกลุ่ม)(2) กิจกรรม(3) กรรมการ(4) กฎกติกา และ (5) กองทุน สามารถนำมาใช้ในการพัฒนากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอในผู้ผลิตโกปี(กาแพโบราณ) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเห็นได้จากการพัฒนาความเข้มแข็งของกลุ่มในทุกๆด้านที่มีแนวโน้มดีขึ้นโดยมีรายละเอียดดังนี้

**(1)กลุ่ม (สมาชิกกลุ่ม)**จากการศึกษาพบว่า การพัฒนากลุ่มที่มีปัญหาโดยเฉพาะในเชิงโครงสร้างนั้นจำเป็นต้องยุบกลุ่มในเบื้องต้นเพื่อให้เกิดการสลายตัวของทัศนคติบางประการและอิทธิพลทางความคิด โดยการดำเนินการจัดตั้งกลุ่มใหม่ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจำเป็นต้องให้บุคคลภายนอกที่ทางกลุ่มให้ความนับถือและยอมรับ เป็นบุคคลที่มีคุณวุฒิและวิสัยทัศน์ที่เหมาะสมและมีความสามารถชักนำสมาชิกกลุ่ม ทั้งนี้จะต้องให้สมาชิกกลุ่มเกิดความตระหนักของปัญหากลุ่มในอดีตที่ผ่านมาและจะต้องให้สมาชิกสามารถมองภาพร่วมกันในอนาคต เพื่อสร้างกลุ่มให้เข้มแข็งและการมองเห็นถึงผลประโยชน์ร่วมกัน นอกจากนี้จะต้องชี้ให้กลุ่มได้เห็นถึงผลเสียจากภาวะของกลุ่มที่ขาดความเข้มแข็ง โดยวิธีการนี้สามารถทำให้สมาชิกได้กำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันในการพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็งได้

**(2)กิจกรรม** จากการศึกษากิจกรรมพัฒนาด้านกิจกรรมของกลุ่มพบว่า การที่จะทำให้อำเภอกลุ่มสามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องเป็นระบบนั้นมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น การจัดการวัตถุดิบ ระบบการบริหารจัดการ การดำเนินกิจกรรมและการตลาด ซึ่งการจัดระบบกิจกรรมนั้นสามารถดำเนินการได้โดย จัดระบบกิจกรรมของกลุ่ม โดยเบื้องต้นจะต้องทำให้สมาชิกกลุ่มได้เห็นและเข้าใจถึงความสำคัญของกิจกรรมกลุ่มความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมและความเข้มแข็งของกลุ่ม หลังจากนั้นจะต้องให้กลุ่มจัดทำแผนกิจกรรมปฏิทินการดำเนินกิจกรรมของตนเองที่ชัดเจน ทั้งในส่วนของกิจกรรมการผลิต กิจกรรมการบริหารจัดการกลุ่มและกิจกรรมเชิงการตลาด โดยต้องกำหนดให้เห็นถึงช่วงระยะเวลาของกิจกรรมตลอดจนผู้รับผิดชอบของแต่ละกิจกรรม ทั้งนี้ จะต้องให้ประธานกลุ่มมีบทบาทในการกำกับและติดตามการดำเนินงานในทุกกิจกรรม ตลอดจนนำผลการดำเนินงานในทุก

กิจกรรมในแต่ละเดือนมาประชุมเพื่อถอดบทเรียนให้สมาชิกทุกคนได้รับรู้ถึงจุดเด่น จุดด้อย ปัญหา อุปสรรค ตลอดจนแนวทางการแก้ไขปัญหาของแต่ละกิจกรรมเพื่อนำไปปรับปรุงการดำเนินกิจกรรมในอนาคตต่อไป

(3) **กรรมการ** จากการศึกษาพบว่า ที่ผ่านมายังไม่มีการแต่งตั้งกรรมการในแต่ละฝ่ายที่ชัดเจน โดยความรับผิดชอบทุกอย่างขึ้นอยู่กับประธานกลุ่มเพียงคนเดียว จึงทำให้ไม่มีการกระจายความรับผิดชอบของงานให้กับสมาชิกคนอื่น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการแต่งตั้งกรรมการให้เป็นทางการ เพื่อจะได้กำหนดบทบาทหน้าที่ของกรรมการแต่ละฝ่ายให้มีความชัดเจน โดยวิธีนี้จะทำให้กรรมการทุกคนรู้สึกว่าจะตัวเองจะต้องมีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบในแต่ละงานที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งรายงานความคืบหน้าของงานที่รับผิดชอบในที่ประชุมประจำเดือน เพื่อให้สมาชิกได้รับรู้ร่วมกันถึงการขับเคลื่อนของงานในแต่ละฝ่าย ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ ของกลุ่มที่ผ่านมา การใช้วิธีการนี้สามารถทำให้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตโนผู้ผลิตโกปี(กาแฟโบราณ) มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการกลุ่มมากขึ้น

(4) **กติกา** จากการศึกษาพบว่า ที่ผ่านมากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตโน(โกปีวังเก่า) ยังไม่มีระเบียบข้อบังคับของกลุ่มที่ชัดเจน โดยกลุ่มดำเนินงานภายใต้ข้อตกลงร่วมกันของสมาชิกกลุ่มท ไม่มีการจดบันทึกที่เป็นลายลักษณ์อักษร ทำให้การดำเนินงานคลุมเครือ ไม่มีความชัดเจน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องร่างกฎระเบียบข้อบังคับของกลุ่มที่ผ่านการยอมรับของสมาชิกทุกคน โดยมีรายละเอียดข้อบังคับของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตโน(โกปีวังเก่า) ดังนี้

(5) **กองทุน** จากการศึกษาพบว่า ที่ผ่านมากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตโนผู้ผลิตโกปี(กาแฟโบราณ) ยังไม่ได้มีการจัดระบบกองทุนของกลุ่ม ซึ่งทุนที่ใช้ในการดำเนินการ ส่วนใหญ่มาจากเงินกองทุนกลุ่มแม่บ้านเดิมที่ได้รับการจัดสรรจากหน่วยงานราชการ ซึ่งส่งผลทำให้กลุ่มขาดสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียนในการผลิต และการจัดหาวัตถุดิบเพื่อการผลิต ดังนั้น การพัฒนากองทุนของกลุ่มจึงมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับการพัฒนาในด้านอื่นๆ อีกด้วย จึงได้กำหนดข้อตกลงว่าด้วยเรื่องกองทุนเพื่อให้มีความชัดเจนและเป็นระบบมากขึ้น โดยกำหนดที่มาของเงินทุน ประกอบด้วย การให้สมาชิกลงหุ้นอย่างน้อยคนละ 1 หุ้นๆละ 100 บาท แต่ไม่เกิน 5 หุ้นเงินอุดหนุนจากหน่วยงานภายนอกทั้ง เอกชนและภาครัฐ และรายได้จากผลกำไรในการจัดกิจกรรมของกลุ่ม ส่วนการบริหารกองทุนนั้น ได้กำหนดให้มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายรายงานการใช้จ่ายของกลุ่มให้สมาชิกทราบในวันประชุมใหญ่สามัญประจำปี และจ่ายเงินปันผลให้สมาชิกกลุ่มปีละ 1 ครั้งโดยร้อยละ 70 จัดสรรเข้ากลุ่มร้อยละ 5 จ่ายเงินปันผลตามหุ้นของสมาชิก และร้อยละ 25 ดำเนินการบริหารจัดการกลุ่ม

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการพัฒนากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตโน ผู้ผลิตโกปี(กาแฟโบราณ) โดยใช้หลักการพัฒนา 5 ก นั้นทำให้กลุ่มสามารถดำเนินการบริหารจัดการกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นระบบมากขึ้น มีความน่าเชื่อถือมีความเข้มแข็ง ซึ่งจะเห็นได้จากการมีข้อบังคับของกลุ่มที่ชัดเจน มีสมาชิกเพิ่มขึ้น มีการระดมทุนจากสมาชิก มีรูปแบบการแบ่งปันผลประโยชน์ให้แก่สมาชิกที่ชัดเจน มีการจัดระบบการผลิตที่ดีขึ้นมีการบริหารจัดการวัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพ มีการประชาสัมพันธ์สินค้าที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การขยายตลาดของสินค้าได้มากขึ้น ขณะเดียวกัน กลุ่มได้รับความสนใจจากหน่วยงานภายนอกมากขึ้น จึงเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในการพัฒนากลุ่มโดยใช้หลักการบริหารจัดการกลุ่ม 5 ก ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

อย่างไรก็ตามนอกจากการพัฒนากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอในผู้ผลิตโกปี้ (กาแพโบริณ) โดยใช้หลักการพัฒนากลุ่มตามองค์ประกอบ 5 ก แล้วยังพบว่าในด้านการจัดการเครือข่ายของกลุ่มที่ผ่านมา กลุ่มไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะเครือข่ายกับกลุ่มองค์กรใดๆทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ทำให้กลุ่มขาดโอกาสและแรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง รวมทั้งขาดศักยภาพ ในการแก้ไขปัญหาของตนเองและส่งผลทำให้กลุ่มไม่เข้มแข็ง ดังนั้นจึงต้องกำหนดวาระในการพัฒนากลุ่มโดยให้กลุ่มเข้าร่วมเป็นเครือข่าย กับหน่วยงานภายนอกตลอดจนกลุ่มอื่นที่ทำกิจกรรมในลักษณะเดียวกัน อาทิ ด้านการจัดการวัตถุดิบกลุ่มได้เข้าร่วมเป็นเครือข่ายกับสหกรณ์ผู้ปลูกกาแพชุมพร และกลุ่มผลิตกาแพถ้ำสิงห์ ทำให้กลุ่มได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาไม่สูงมากนัก ส่วนในด้านการตลาดนั้นทางกลุ่มได้ให้ความร่วมมือกับองค์กรและหน่วยงานภายนอกในการเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดเป็นการออกบูธจำหน่ายผลผลิตของกลุ่มในโอกาสต่างๆ ที่องค์กรและหน่วยงานนั้นๆได้จัดขึ้นซึ่งส่งผลทำให้สินค้าของกลุ่มมีตลาดที่กว้างขึ้น กระจายสินค้าได้มากขึ้นดังจะเห็นได้จากผลประกอบการของกลุ่มที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ

## 4.2 พัฒนาการจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิตโกปี้ (กาแพโบริณ)

ในการจัดการจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิตโกปี้ (กาแพโบริณ) คณะผู้วิจัยได้แบ่งผลของการพัฒนาตามแผนการดำเนินงานโครงการออกเป็น 3 ช่วง ประกอบด้วย

### 4.2.1 ก่อนการผลิต

จากการศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอในผู้ผลิตโกปี้(กาแพโบริณ) พบว่า ที่ผ่านมากลุ่มมีปัญหาทางด้านวัตถุดิบไม่เพียงพอ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้กลุ่มขาดความต่อเนื่องในการผลิตโกปี้ (กาแพโบริณ) โดยที่ผ่านมากลุ่มได้จัดซื้อเมล็ดกาแพจากภายนอกพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ ส่วนเมล็ดกาแพจากพื้นที่อำเภอเบตงและอำเภอใกล้เคียงมีปริมาณน้อยมาก บางครั้งต้องสั่งเมล็ดกาแพจากประเทศมาเลเซีย อย่างไรก็ตามการพึ่งพาเมล็ดกาแพจากภายนอกพื้นที่นั้นก่อให้เกิดปัญหาหลายอย่างด้วยกัน เช่น ราคาสูงโดยรับซื้อในราคา 150 - 160 บาทต่อกิโลกรัม เนื่องจากรับซื้อผ่านพ่อค้าคนกลาง อีกทั้งคุณภาพของเมล็ดกาแพค่อนข้างต่ำ ซึ่งจะเห็นได้จากขนาดและสีของเมล็ดกาแพ จึงทำให้คุณภาพของผลผลิตต่ำไปด้วย นอกจากนี้ยังมีปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบเมล็ดกาแพสาร โดยเฉพาะในช่วงพ่อค้าคนกลางไม่สามารถจัดหาเมล็ดกาแพมาขายให้กับกลุ่มได้ ย่อมส่งผลต่อความต่อเนื่องในการผลิตทั้งๆที่ยังมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ ส่วนสาเหตุหลักๆมาจากการที่กลุ่มมีต้นทุนน้อย ส่งผลให้ไม่สามารถซื้อเมล็ดกาแพจำนวนมากๆได้ในขณะเดียวกันกลุ่มไม่มีศักยภาพในการปลูกกาแพเอง เหมือนนายทุนขนาดกลางและขนาดใหญ่ ทำให้กลุ่มขาดเครือข่ายและแหล่งวัตถุดิบในการผลิต ทั้งๆที่กลุ่มมีความต้องการที่จะปลูกกาแพเอง โดยปลูกกาแพแซมสวนมังคุดของสมาชิกกลุ่มที่มีอยู่แล้วเพื่อใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่ามากที่สุด รวมทั้งเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่ม

สำหรับแนวทางการแก้ปัญหาดังกล่าวคณะผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่มจำเป็นต้องจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายผู้ผลิตโกปี้ (กาแพโบริณ) ในเขตพื้นที่อำเภอเบตง โดยการรวมตัวสั่งซื้อเมล็ดกาแพจากแหล่งวัตถุดิบรายใหญ่ เพื่อที่จะได้สั่งซื้อเป็นจำนวนมาก และได้ราคาที่ประหยัดกว่าเดิมซึ่งเป็นการแก้ปัญหาในระยะสั้น สำหรับในระยะยาวนั้นทางกลุ่มควรหาพื้นที่ปลูกเป็นของกลุ่มเองเพื่อลดต้นทุนในการผลิต

และสามารถผลิตโกปี้ (กาแฟโบราณ) ได้ตลอดปีแบบยั่งยืนด้วยตัวเองกลุ่มยังขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัยและมีเครื่องมือบางอย่างมีสภาพชำรุด ใช้การไม่ได้ ส่วนหนึ่งมาจากกลุ่มแม่บ้านขาดความรู้ในด้านการเก็บรักษาและการซ่อมบำรุงเครื่องมือให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้อย่างปกติ ในเรื่องของอุปกรณ์การผลิตวัตถุดิบนั้นสมาชิกในกลุ่มทุกคนจะต้องเข้าใจวิธีการใช้และวิธีการเก็บรักษาอุปกรณ์ให้คงทนถาวร ซึ่งกลุ่มควรได้รับการแนะนำวิธีการใช้และรักษาเครื่องผลิตหรืออุปกรณ์ที่ใช้ อาทิ ควรเช็คเครื่องผลิตหรืออุปกรณ์ 2 เดือนครั้ง เป็นต้น

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้นำตัวแทนสมาชิกกลุ่มไปศึกษาดูงานเพื่อสร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตกาแฟ ในพื้นที่จังหวัดชุมพรโดยได้ไปศึกษาดูงานจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ (1) สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟจังหวัดชุมพร (2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านถ้ำสิงห์ (กาแฟถ้ำสิงห์) (3) ศูนย์วิจัยพืชสวนชุมพร และ (4) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแซะสามัคคีผลิตกาแฟโบราณ ตรา “กาแฟลุงเหนือ”

จากการศึกษาดูงานพบว่า เมล็ดกาแฟในพื้นที่จังหวัดชุมพรมีราคาที่ถูกกว่าในพื้นที่อำเภอเบตง เนื่องจากจังหวัดชุมพรมีผู้ปลูกกาแฟจำนวนมาก ส่งผลให้ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับกาแฟในพื้นที่อำเภอเบตง อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่ได้รับการพัฒนาทางด้านการส่งเสริมอาชีพของชุมชน การแปรรูปการผลิต และการพัฒนากลุ่มอาชีพ ที่สามารถนำมาเป็นแบบอย่างของการพัฒนากลุ่มได้ จึงทำให้กลุ่มแม่บ้านได้มีการบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับกลุ่มผู้ผลิตกาแฟถ้ำสิงห์ จังหวัดชุมพร ด้านการส่งเสริมอาชีพของชุมชน การแปรรูป การพัฒนาการผลิต และการพัฒนากลุ่มอาชีพ ตลอดจนการดำเนินงานแบบบูรณาการ และหลังจากศึกษาดูงานกลุ่มได้มีการสั่งซื้อเมล็ดกาแฟ (กาแฟสาร) กับสหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟชุมพร เนื่องจากทางสหกรณ์สามารถจำหน่ายกาแฟสารได้ตลอดทั้งปี ในคุณภาพที่สูงขึ้นแต่ราคาที่ต่ำกว่าที่ทางกลุ่มได้รับซื้อเดิมจากในพื้นที่อำเภอเบตง โดยซื้อในราคารวมค่าขนส่ง 100 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งถือว่าราคาถูกลงกว่าเดิม 50-60 บาท จากเดิมเคยซื้อในราคา 150-160 บาท อันนำไปสู่การลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มปริมาณการผลิตรวมถึงการเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกอีกด้วย ถือเป็นการแก้ไขปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบเบื้องต้นระหว่างรอการปลูกในพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาในระยะยาวโดยการส่งเสริมการผลิตในพื้นที่ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ประสานความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในการสนับสนุนการปลูกกาแฟในพื้นที่ชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบในระยะยาว จึงได้รับการสนับสนุนจากภาคีความร่วมมือทางภาครัฐดังนี้

#### (1) โรงเรียนเทศบาล 2 บ้านกาปะกอต

คณะผู้วิจัยได้เข้าหารือกับผู้อำนวยการโรงเรียนเทศบาล 2 และกรรมการสถานศึกษา รวมทั้งผู้นำชุมชนเกี่ยวกับความร่วมมือในการพัฒนาชุมชน พบว่า โรงเรียนเทศบาล 2 มีพื้นที่หลังโรงเรียนที่รกร้าง ไม่ได้เกิดประโยชน์จำนวน 5 ไร่ ซึ่งเหมาะในการปลูกกาแฟ อีกทั้งโรงเรียนยังมีบุคลากรทางด้านการเกษตรและมีทีมยุวเกษตรกรที่สามารถปลูกกาแฟและร่วมกันดูแลพื้นที่ได้ ส่งผลให้นักเรียนใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักการทำงานเป็นหมู่คณะ และมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง อันนำไปสู่การเพิ่มรายได้อีกทางหนึ่งของโรงเรียน อีกทั้งเป็นการบูรณาการระหว่างชุมชนกับโรงเรียน และเป็นแหล่งเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

(2) สำนักประสานนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของศูนย์อำนวยการบริหาร จังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.)

จากการหารือประสานความร่วมมือกับผู้อำนวยการโรงเรียนเทศบาล 2 จึงได้รับความร่วมมือจาก โรงเรียนเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนากลุ่มทางด้านวัตถุดิบ โดยให้พื้นที่ปลูกกาแฟจำนวน 5 ไร่ อย่างไรก็ตามทางโรงเรียนสามารถสนับสนุนพื้นที่ แต่ไม่มีงบประมาณในการดำเนินการปลูกกาแฟ คณะผู้วิจัยจึงได้เข้าหารือกับสำนักประสานนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของศอ.บต พบว่า ทางหน่วยงานมีนโยบายการส่งเสริมการปลูกกาแฟ เพื่อให้ดำเนินการในลักษณะการท่องเที่ยวเชิง เกษตรแปลงตัวอย่างของการปลูกกาแฟ และการแปรรูปกาแฟอย่างครบวงจร โดยมีการบริหารจัดการ ในรูปของวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจโรงเรียน ตลอดจนการนำไปสู่การจัดสิทธิบัตรต่างๆ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้ผลักดันโรงเรียนเทศบาล 2 ซึ่งเป็นโรงเรียนที่อยู่ในพื้นที่บ้านกาแปะกอตอ ใกล้ ที่ตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรกาแปะกอตอในผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) เข้าสู่โครงการ “การศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้การบริหารจัดการวิสาหกิจโรงเรียนและการมีส่วนร่วมของโรงเรียนต่อการพัฒนา ชุมชนท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” เพื่อสร้างกระบวนการพัฒนาเครือข่าย โดยมีแนวทางและ วิธีการส่งเสริมอาชีพในสถานศึกษาและชุมชนเพื่อฝึกทำธุรกิจ (วิสาหกิจสถานศึกษา) เสริมความเป็น พลเมืองที่ดีบนความเสมอภาค ยุติธรรม เคารพธรรมชาติและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมตามการ เปลี่ยนแปลงของตลาดโลกในปัจจุบัน ตลอดจนส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยน ประสบการณ์การทำงานของกลุ่มเป้าหมายในโครงการทุกกลุ่ม ซึ่งปรากฏว่า โรงเรียนเทศบาล 2 ได้รับการคัดเลือกเข้าสู่โรงเรียนวิสาหกิจชุมชนโดยได้รับงบประมาณสนับสนุนในการปลูกกาแฟ จำนวน 150,000 บาท(หนึ่งแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) เพื่อส่งเสริมกลุ่มอาชีพในพื้นที่ และร่วมกันพัฒนา ชุมชนให้เกิดรายได้เข้าสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

### (3) เทศบาลเมืองเบตง

จากการประชุม คณะกรรมการพัฒนากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรกาแปะกอตอใน(กลุ่มกาแฟ โบราณ) ที่ได้รับการแต่งตั้งจากเทศบาลเมืองเบตง ประกอบด้วย ผู้บริหารเทศบาลเมืองเบตง ผู้อำนวยการโรงเรียนเทศบาล 2 พัฒนาการอำเภอเบตง และคณะผู้วิจัย เพื่อวางแผนการดำเนินงาน โครงการวิจัยและโครงการต่างๆที่เทศบาลเมืองเบตงจัดขึ้นในการขับเคลื่อนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรกาแปะกอตอในทำให้โรงเรียนเทศบาล 2 ได้รับการสนับสนุนจากเทศบาลเมืองเบตงในการปรับพื้นที่ใน การปลูกกาแฟ โดยฝ่ายกองช่างจากเทศบาลเมืองเบตงเป็นผู้รับผิดชอบ เพื่อปรับพื้นที่และทำร่องใน การปลูกแซมต้นกล้ากาแฟจำนวน 1,000 ต้น อีกทั้งยังได้รับความร่วมมือจากผู้นำชุมชนในพื้นที่ ร่วมกันถางหญ้า และดำเนินการปลูกกาแฟ และติดตามดูแลการปลูกกาแฟ ทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ ระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับชุมชน เพื่อพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน อันนำไปสู่การเกิดรายได้ให้กับชุมชน

### 4.2.2 ระหว่างการผลิต

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรกาแปะกอตอในผู้ผลิตโกปี(กาแฟโบราณ) ยังคงใช้กระบวนการหรือวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม คือ ใช้ไม้ฟันในการก่อไฟคั่วเมล็ดกาแฟเพราะมีความ เชื่อว่าจะทำให้กาแฟมีรสชาติที่ดีและมีกลิ่นหอม แล้วนำไปตำด้วยครกไม้ให้ละเอียดตามสูตรของกลุ่ม ที่ผ่านมา โดยไม่มีการจดบันทึกการพัฒนาสูตร อาศัยความเคยชิน และชิมรสชาติ อีกทั้งปริมาณ ส่วนผสมในการผลิตไม่ชัดเจน เนื่องจากใช้ตราชั่งแบบธรรมดา ส่งผลเกิดการคาดเคลื่อนของตัวเลขได้

ทำให้รสชาติ กลิ่น สีที่ไม่คงที่ เมื่อมีการเก็บข้อมูลในระยะเวลาการผลิตทั้งปีของทางกลุ่มแม่บ้านฯ พบว่าใน 1 การผลิต ทางกลุ่มใช้กาแฟสาร 4 กิโลกรัม น้ำตาลขาว 3 กิโลกรัม และน้ำตาลอ้อย 5 กิโลกรัม เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เร็วขึ้นและไม่ส่งผลกระทบต่อลักษณะของผลิตภัณฑ์ คณะผู้วิจัยจึงได้ศึกษากระบวนการผลิตที่เหมาะสมเพื่อลดระยะเวลาในการผลิต โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

#### ขั้นตอนที่ 1 การคั่วเมล็ดกาแฟ

คณะผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบการใช้กาแฟสารกับกาแฟคั่วสำเร็จ เพื่อลดระยะเวลาในการคั่ว โดยกระบวนการคั่วเมล็ดกาแฟ ในกระบวนการผลิตปกติ กลุ่มใช้กาแฟสารคั่วโดยตรง โดยใช้กาแฟสาร จำนวน 4 กิโลกรัม จะใช้เวลาคั่ว 1 ชั่วโมง ถึง 1 ชั่วโมง 30 นาที เมื่อใช้กาแฟคั่วสำเร็จ จะใช้เวลา ประมาณ 20 นาที ซึ่งจะช่วยลดระยะเวลาในการผลิตต่อหนึ่งรอบการผลิต อีกทั้งเมื่อนำมาทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์โกปี (กาแฟโบราณ) โดยผู้ทดสอบเป็นผู้บริโภคทั่วไป พบว่าลักษณะทางประสาทสัมผัสในด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และความชอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์โกปี (กาแฟโบราณ) ที่ผลิตจากเมล็ดกาแฟคั่วสำเร็จ ได้รับการยอมรับสูงกว่าผลิตภัณฑ์โกปี (กาแฟโบราณ) ที่ผลิตจากเมล็ดกาแฟสาร เนื่องจากผู้บริโภคทั่วไปให้เหตุผลว่า มีความหอมกว่า โกปี (กาแฟโบราณ) ที่ผลิตจากกาแฟสาร อาจเนื่องมาจากกาแฟที่ผ่านการคั่วสำเร็จที่ใช้ในการผลิต เป็นการคั่วเข้มในระบบการคั่วแบบปิดทำให้มีการกักความหอมได้ดีกว่า และไม่ได้คั่วจนไหม้เหมือนกับที่ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน ผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) คั่ว จึงทำให้มีกลิ่นรสที่ดีกว่า มีกลิ่นของกาแฟสูงกว่ากาแฟที่ผ่านการคั่วจนไหม้แต่เมื่อนำมาทดสอบโดยกลับพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านรสชาติ กลิ่นรส ความรู้สึกหลังกลืน และความชอบโดยรวม โดยกลุ่มให้เหตุผลว่า รสชาติ และกลิ่นรสไม่หอมเหมือนการใช้กาแฟสารมาคั่ว และจากการใช้กาแฟคั่วสำเร็จนั้นมีราคา 224 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งมีราคาสูงกว่ากาแฟสารที่ทางกลุ่มใช้ในการผลิตที่มีราคาเพียง 100 บาทต่อกิโลกรัม โดยจากการทดลองพบว่า เมล็ดกาแฟสารหนัก 1000 กรัม เมื่อนำไปคั่วจะได้เป็นเมล็ดกาแฟคั่วหนัก 800 กรัม

#### ขั้นตอนที่ 2 การบดผงโกปี (กาแฟโบราณ)

คณะผู้วิจัยทำการศึกษาการใช้เครื่องบดแห้งเปรียบเทียบกับการใช้ครกไม้ตำ เพื่อลดระยะเวลาในการบดผงโกปี โดยในการผลิตแบบดั้งเดิม ใช้ครกไม้ในการบดลดขนาดกาแฟให้เป็นผง ซึ่งใช้แรงงานคน จำนวน 2-3 คนระยะเวลาในการตำ 1-2 ชั่วโมง แต่เมื่อนำมาบดด้วยเครื่องบดแห้งพบว่าใช้คนในการบด เพียง 1 คน และใช้เวลาในการบด 10 นาที และเมื่อนำไปทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์โกปีโดยผู้ทดสอบชิมที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน ผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) ในทุกลักษณะทางประสาทสัมผัส เนื่องจากเครื่องบดแห้งที่ใช้ มีใบพัดแบบไม่มีคม ใช้ลักษณะการตีให้ตัวยาบแตก แทนการตัดเหมือนเครื่องบดทั่วไป ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้เกิดความร้อนน้อยกว่า จึงทำให้ลดการสูญเสียกลิ่นรส จากกระบวนการบดลดขนาด ทางกลุ่มจึงสนใจการใช้เครื่องบดแห้งเพื่อลดการใช้แรงงาน และลดระยะเวลาในการผลิต ทางกลุ่มจึงได้ขอรับการสนับสนุนจากเทศบาลเมืองเบตงสนับสนุนเครื่องมือวัสดุ อุปกรณ์ ตามโครงการไทยนิยมยั่งยืนจำนวน 100,000 บาทโดยกลุ่มมีการสั่งซื้อเครื่องบดกาแฟ โดยใช้ในการบดโกปี (กาแฟโบราณ) เพื่อเพิ่มความสะดวกในการผลิต

และลดกำลังในการผลิต ซึ่งกลุ่มจะใช้วิธีการตัดด้วยครกไม้ก่อนนำไปใส่ในเครื่องบดเพื่อให้ผงโกโก้ (กาแฟโบราณ) ละเอียดยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.1แสดงการเปรียบเทียบกระบวนการผลิตโกโก้ (กาแฟโบราณ) แบบดั้งเดิม และแบบใหม่

| ลำดับ | กระบวนการผลิต<br>ดั้งเดิม                                                       | กระบวนการผลิตใหม่                                                  |                                                                             | ผลที่คาดว่าจะได้รับ                          |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
|       | กาแฟสาร                                                                         | กาแฟสาร                                                            | กาแฟคั่วสำเร็จ                                                              |                                              |
| 1     | คั่วกาแฟ                                                                        |                                                                    |                                                                             |                                              |
|       | -ใช้กระทะ<br>-ใช้ไม้พิน<br>-ใช้คน จำนวน 2 คน<br>-ระยะเวลาในการคั่ว 60 – 90 นาที | -ใช้กระบวนการ<br>เดิม                                              | -ลดขั้นตอนการคั่ว<br>ระยะเวลาในการคั่ว<br>10 - 15 นาที<br>-ใช้คน จำนวน 1 คน | -ลดระยะเวลาในการคั่วลง<br>-ลดแรงงานในการผลิต |
| 2     | เคี้ยวน้ำตาล                                                                    |                                                                    |                                                                             |                                              |
|       | -ใช้ไม้พิน<br>-ใช้คน จำนวน 2 คน                                                 | -ใช้กระบวนการ<br>เดิม                                              | -ใช้กระบวนการ<br>เดิม                                                       | -ใช้กระบวนการเดิม                            |
| 3     | ตำกาแฟ                                                                          |                                                                    |                                                                             |                                              |
|       | -ใช้ครกไม้<br>-ใช้คน จำนวน 2-3 คน<br>-ระยะเวลาในการตำ 1-2 ชั่วโมง               | -ใช้เครื่องบดแห้ง<br>-ใช้คน จำนวน 1 คน<br>-ระยะเวลาในการบด 10 นาที | -ใช้เครื่องบด<br>-ใช้คน จำนวน 1 คน<br>-ระยะเวลาในการคั่ว 10 นาที            | -ลดระยะเวลาในการตำกาแฟ<br>-ลดแรงงานในการผลิต |
| 4     | ร่อนผงกาแฟ                                                                      |                                                                    |                                                                             |                                              |
|       | -ใช้คน จำนวน 2 คน<br>-ระยะเวลาในการร่อน 30-45 นาที                              | -ใช้คน จำนวน 2 คน<br>-ระยะเวลาในการร่อน 30-45 นาที                 | -ใช้คน จำนวน 2 คน<br>-ระยะเวลาในการร่อน 30-45 นาที                          | -ใช้กระบวนการเดิม                            |
| 5     | การบรรจุ                                                                        |                                                                    |                                                                             |                                              |
|       | -ใช้คน จำนวน 2 คน<br>-ระยะเวลาในการบรรจุ 30 นาที                                | -ใช้คน จำนวน 2 คน<br>-ระยะเวลาในการบรรจุ 30 นาที                   | -ใช้คน จำนวน 2 คน<br>-ระยะเวลาในการบรรจุ 30 นาที                            | -ใช้กระบวนการเดิม                            |

นอกจากนี้กลุ่มยังขาดความรู้ทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และที่สำคัญต้องเผชิญกับปัญหาทางด้านต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากที่ผ่านมาทางกลุ่มได้รับการสนับสนุนบรรจุภัณฑ์จากหน่วยงานของรัฐมาใช้เป็นทุนหมุนเวียน การคิดราคาการผลิตโดยไม่คำนวณถึงต้นทุนบรรจุภัณฑ์ เมื่อ

บรรจุภัณฑ์หมดทางกลุ่มจึงสั่งเองแบบเดิมทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นแต่จำหน่ายในราคาเดิม และการสั่งบรรจุภัณฑ์นั้นหากสั่งผลิตในจำนวนน้อยราคาจะสูงและหากสั่งในจำนวนมากค่าใช้จ่ายก็จะสูง เงินทุนหมุนเวียนก็จะขาดสภาพคล่อง อีกทั้งกลุ่มยังขาดความรู้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาสินค้าได้นานได้มาตรฐานนั้น ส่งผลให้ขาดเครื่องมือในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและสวยงาม รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ยังไม่มีมีความโดดเด่นไม่ทันสมัย เนื่องจากขาดความรู้ในการคิดค้นออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ และที่สำคัญไม่สามารถเก็บโกปีได้นานโดยมีลักษณะเป็นแบบกล่องและถุงแบบเดิมตามขนาดราคาแบ่งออกเป็น 3 แบบ ได้แก่ (1) แบบกล่องขนาด 500 กรัม ราคากล่องละ 140 บาท (2) แบบถุงขนาด 50 กรัม ราคาถุงละ 15 บาท และ (3) แบบซองขนาด 50 กรัมบรรจุ 12 ซองราคากล่องละ 35 บาทซึ่งถือว่ามีความสูงมากเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่นๆ ในอำเภอเบตง

ดังนั้น จึงจำเป็นต้องนำสมาชิกศึกษาดูงานกลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) จังหวัดชุมพรตามสถานที่ที่ผลิตกาแฟรายใหญ่และรายย่อย ซึ่งพบว่ามีบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายรูปแบบสวยงาม และโดดเด่นมีการสื่อถึงอัตลักษณ์ในพื้นที่นั้นๆ อย่างชัดเจน และใช้เครื่องจักรในการคั่วเมล็ดกาแฟ ส่งผลให้กลุ่มได้เพิ่มความรู้เกี่ยวกับการผลิต และที่สำคัญยังได้ค้นพบว่าถึงแม้จะผลิตด้วยเครื่องจักรแต่ยังคงรสชาติที่ดีและกลิ่นหอม ทำให้กลุ่มมีทัศนคติที่เปลี่ยนไปต่อการใช้เครื่องจักรในการคั่วเมล็ดกาแฟว่าสามารถทำให้เมล็ดมีความมัน กลิ่นหอม และสามารถควบคุมอุณหภูมิได้ จึงมีความสนใจที่จะเรียนรู้กระบวนการผลิตแบบใหม่ๆ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีหลากหลายรูปแบบ และโดดเด่นมากยิ่งขึ้น คณะผู้วิจัยจึงได้ประสานความร่วมมือภาคีเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐ โดยได้รับความร่วมมือเทศบาลเมืองเบตง ในการสนับสนุนเครื่องมือวัสดุ อุปกรณ์ ตามโครงการไทยนิยมยั่งยืนจำนวน 100,000 บาท ซึ่งกลุ่มได้นำไปซื้อเครื่องบดกาแฟ เพื่อใช้ในการบดโกปี (กาแฟโบราณ) เพิ่มความสะดวกและลดกำลังในการผลิต ซึ่งกลุ่มจะใช้วิธีการตำด้วยครกไม้ก่อน แล้วนำไปใส่ในเครื่องบดเพื่อให้ผงโกปีละเอียดมากยิ่งขึ้น

#### 4.2.3 หลังการผลิต

จากการศึกษาหลังการผลิตพบว่า สภาพตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มยังแคบและไม่มีตลาดรองรับที่แน่นอน เป็นผลมาจากการที่บรรจุภัณฑ์ยังไม่มีมีความโดดเด่น เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในท้องตลาด อีกทั้งขาดการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายอย่างจริงจัง ซึ่งมีการขายตามร้านค้าทั่วไปที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเท่านั้น แต่ไม่มีการขายออนไลน์ เนื่องจากสมาชิกกลุ่มไม่มีความรู้ทางด้านการใช้เทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป จึงจำเป็นต้องเพิ่มศักยภาพของกลุ่มในด้านดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงได้ประสานความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายที่มีนโยบายในการพัฒนากลุ่มทางด้านวิชาการ โดยได้รับความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐดังนี้

##### 1) อำเภอเบตง

อำเภอเบตงสนับสนุนการประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่ม โดยได้มีการจัดทำวิดีโอโฆษณาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และสนับสนุนการออกบูธจำหน่ายสินค้า ทดลองให้ลูกค้าชิม ตามงานต่างๆ โดยเริ่มออกบูธครั้งแรกในงานโอท็อปอำเภอเบตง ซึ่งถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอีกทางหนึ่ง และได้รับการตอบรับจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลายๆ กลุ่มมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้กลุ่มได้มีแรงผลักดันและมีความกระตือรือร้นในการออกบูธ รวมทั้งมีการวางแผนว่าทุกครั้งที่มีการจัดงานทั้งใน



พื้นที่อำเภอเบตง และต่างจังหวัดจะต้องส่งตัวแทนกลุ่มไปออกบูธ ทั้งนี้หากขายไม่ได้ในครั้งนั้น ให้ถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า ซึ่งกลางปี 2561กลุ่มได้รับยอดการสั่งเพิ่มขึ้น จึงมีการวางแผนในการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ให้ได้จำนวนเพิ่มขึ้นจากปกติผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) โดยใช้เมล็ดกาแฟสารจำนวน 5 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ ได้ผลผลิตจำนวน 10-12 กิโลกรัม มาผลิตให้มากขึ้นโดยใช้เมล็ดกาแฟสารจำนวน 8 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ ได้ผลผลิตจำนวน 16-18 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นจากเดิม 3 กิโลกรัม ทำให้กลุ่มมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากเดิม และในขณะเดียวกันกลุ่มพยายามที่จะพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่ม อีกทั้งยังได้มีการวางแผนการผลิตในอนาคต คือผลิตให้ได้จำนวน 50 กิโลกรัมต่อเดือน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ศูนย์วัฒนธรรมในอนาคตและที่สำคัญปัจจุบันมีกลุ่มร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายในมีมากขึ้น เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก เพจโกปีวังเก่า เว็บไซต์ต่างๆได้แก่ เว็บไซต์ OTOP ของพัฒนาชุมชน และเว็บไซต์ขอเทศบาลเมืองเบตง

#### 4.3 พัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ที่จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ของสมาชิก

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินงานพัฒนาทางด้านการบริหารจัดการธุรกิจ โดยใช้หลักการสังเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาดูงาน การสนทนากลุ่ม และข้อมูลจากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน (4Ps) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านสถานที่จัดจำหน่าย(place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) โดยผู้วิจัยขอสรุปผลตามหัวข้อต่อไปนี้

4.3.1 ผลการสำรวจผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อโกปีเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

4.3.2 ผลการพัฒนาด้านพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ที่จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ของสมาชิก

##### 4.3.1 ผลการสำรวจผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อโกปีเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

จากการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โกปีเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลาโดยมีเป้าหมายในการสำรวจทั้งสิ้น 350 คน โดยแบ่งเป็นเพศหญิงจำนวนทั้งสิ้น 208 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 และเป็นเพศชายจำนวนทั้งสิ้น 142 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 โดยการสำรวจครั้งนี้ ได้สำรวจในพื้นที่อำเภอเบตง จังหวัดยะลา จำนวน 100 คน, สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ยะลา, ปัตตานี และนราธิวาส จำนวน 150 คน และพื้นที่อื่นๆ คือ จังหวัดสงขลา, จังหวัดสตูล และพื้นที่ชายแดนประเทศมาเลเซีย จำนวน 100 คน สำหรับวัตถุประสงค์หลักในการสำรวจครั้งนี้คือ เพื่อต้องการทราบถึงการรู้จักและระสนิยมในการดื่มโกปี (กาแฟโบราณ) ของในพื้นที่ที่สำรวจดังกล่าวว่ารู้จักและบริโภคโกปีเบตง (กาแฟโบราณ) อย่างไร อีกทั้งโดยปกติแล้วสามารถซื้อผลิตภัณฑ์โกปี (กาแฟโบราณ) ได้จากที่ไหนและอย่างไร ซึ่งข้อมูลจากการสำรวจในครั้งนี้ มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการทำใหทางคณะผู้วิจัยและกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตในผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ได้ตระหนักถึงลักษณะและความเป็นไปของตลาดโกปี(กาแฟโบราณ) ในปัจจุบัน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งรายงานผลการวิเคราะห์การสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคโกปี (กาแฟโบราณ) เพื่อนำไปส่งเสริมกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน (4Ps) ประกอบด้วย ด้าน

ผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านสถานที่จัดจำหน่าย(place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)ในการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ที่จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ของสมาชิก โดยสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านการตลาดของโกปีเบตง(กาแฟโบราณ) พบว่าด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมาก 3.82 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ รสชาติของโกปี(กาแฟโบราณ) 4.13 รองลงมา การมีกลิ่นหอมของโกปี(กาแฟโบราณ) จากกรรมวิธีการชง 4.06 และ เมล็ดกาแฟคั่วมีความสดใหม่ 3.81 ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่ามีความคิดเห็นในระดับมาก 3.61 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพโกปี(กาแฟโบราณ) 3.86 รองลงมา การมีป้ายบอกราคาโกปี(กาแฟโบราณ) แต่ละชนิดชัดเจนและมีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลายราคา 3.57 และ ราคาถูกกว่าคู่แข่ง 3.45 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่ามีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 3.32 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับทำเลของร้าน สะดวกในการซื้อ 3.75 รองลงมา มีการจัดจำหน่ายในรูปแบบร้านขายของฝาก 3.34 และมีการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย 3.29 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ามีความคิดเห็นในระดับปานกลาง 3.09 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีโปรโมชั่นกิจกรรมเพื่อสังคมที่ดี เช่น สร้างงานให้กับชาวบ้าน เป็นต้น 3.50 รองลงมา มีการให้ความรู้และทดลองชิมแก่ผู้บริโภค 3.38 และ มีการให้ส่วนลดหรือให้ของแถมในรูปแบบต่าง 3.10 ตามลำดับ

#### 4.3.2 ผลการพัฒนาด้านพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ที่จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ของสมาชิก

##### (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (product)

คณะผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์โกปีของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตในผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) โดยแบ่งขั้นตอนของการพัฒนาออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

##### 1) ตราสินค้า(Re-Branding)

จากการดำเนินงานที่ผ่านมาคณะผู้วิจัยมองว่าตราสินค้าของกลุ่มไม่มีความโดดเด่นเป็นรูปถ้วยกาแฟทั่วไป โดยใช้ชื่อว่า“กาแฟโบราณวังเก่า”เป็นลายอักษรธรรมดาในรูปวงกลม ไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ทำให้ลูกค้าจำสินค้าของกลุ่ม ทั้งๆที่อยู่ใกล้พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (วังเก่า) ที่สามารถนำมาสร้าง Story สินค้าของกลุ่มได้ แต่เนื่องจากสมาชิกกลุ่มขาดความรู้ในการพัฒนาตราสินค้าจึงไม่มีการ Re-Branding ตราสินค้าของกลุ่มตั้งแต่ดำเนินกิจการมาหลายปีซึ่งกลุ่มได้ใช้ตราสินค้าที่เทศบาลเมืองเบตงสนับสนุนที่ผ่านมาและใช้อยู่ในปัจจุบัน มีทั้งโลโก้รูปภาพและโลโก้ตัวอักษร แสดงดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4.1 แสดงโลโก้ตัวอักษร



ภาพที่ 4.2 แสดงโลโก้ภาพ

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้พัฒนาตราสินค้าของกลุ่มให้มีความโดดเด่น ทันสมัย สร้างความน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยการปรับเปลี่ยนตราสินค้าตามความต้องการของสมาชิกกลุ่ม อันนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มต่อไป โดยคณะผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนของการพัฒนาตราสินค้าดังนี้

- คณะผู้วิจัยร่วมกับนักออกแบบศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนของกลุ่ม โดยการศึกษาบริบทชุมชน และสภาพวิถีการดำเนินชีวิต รวมทั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ใกล้เคียงที่สามารถนำมาเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์โกปี(กาแฟโบราณ)เพื่อใช้ในการร่างแบบโลโก้

- จัดสนทนากลุ่ม โดยนักออกแบบให้ความรู้กับตัวแทนสมาชิกกลุ่มจำนวน 10 คน เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2561 ณ ที่ทำการกลุ่ม เรื่องการออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยบรรยายเรื่องประเภทของสัญลักษณ์ ลักษณะที่ดีของสัญลักษณ์ อารมณ์และสี เพื่อให้สมาชิกกลุ่มมีความเข้าใจและสามารถเลือกประเภทของสัญลักษณ์ กลุ่มสี ให้เหมาะสมกับความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ตนเอง และเรื่องการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ด้านองค์ประกอบของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลที่จำเป็นของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และภาพประกอบสำหรับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เพื่อให้กลุ่มสามารถใช้ในการประกอบการตัดสินใจเลือกแบบตราสินค้า

- หลังจากนั้นนักออกแบบได้ให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ แล้ว คณะผู้วิจัยร่วมกับกลุ่ม จัดสนทนากลุ่มระดมความคิดเห็นการมีส่วนร่วมในการออกแบบตราสินค้าโดยใช้เครื่องมือประเด็นคำถามค้นหาอัตลักษณ์ที่สำคัญ และโดดเด่นของกลุ่ม จากนั้นให้กลุ่มเลือกสัญลักษณ์ต่างๆที่จะใช้ในการร่างแบบโลโก้ ซึ่งในการสนทนากลุ่มในครั้งนี้สมาชิกกลุ่มได้มีมติเปลี่ยนชื่อผลิตภัณฑ์จากเดิมคือ “กาแฟโบราณวังเก่า” เป็นชื่อ “โกปีวังเก่า” (Kopi WangKao) ซึ่งชื่อนี้จะบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ที่เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีการดื่มโกปีของคนในพื้นที่

- จากนั้นนักออกแบบนำข้อมูลที่ได้จากกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มออกแบบในขั้นตอนต่างๆและได้โลโก้ 2 แบบดังนี้

ภาพที่ 4.3 แสดงโลโก้แบบที่ 1



โลโก้ 1

จากรูปจะเห็นเป็นรูปครกกับถ้วยกาแฟซ้อนกัน โดยมองรูปใหญ่เป็นรูปสี่เหลี่ยมคางหมูซึ่งเป็นแผนที่ชุมชนกาแป๊ะกอตอใน ส่วนอีกภาพหนึ่งที่ซ้อนกันอยู่นั้นมองเป็นรูปถ้วยกาแฟข้างบนมีหลอดหรือสากไม้ใช้สำหรับตำโกปี(กาแฟโบราณ) ส่วนตัวอักษรเลือกใช้แบบเขียนภาษาไทยสีโกปี และภาษามลายูสีน้ำตาลอ่อน และมีหลังคาวังเก่าข้างบนเพื่อให้ดูโบราณผสมกับแนวใหม่และแสดงถึงกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมและความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่

ภาพที่ 4.4 แสดงโลโก้แบบที่ 2



โลโก้ 2

จากรูปจะเห็นเป็นรูปครกกับถ้วยกาแฟซ้อนกัน โดยมองรูปใหญ่เป็นรูปสี่เหลี่ยมคางหมูซึ่งเป็นแผนที่ชุมชนกาแป๊ะกอตอใน ส่วนอีกภาพหนึ่งที่ซ้อนกันอยู่นั้นมองเป็นรูปถ้วยกาแฟมีหลอดดูดหรือสากไม้ที่ขีดวงกลมใช้สำหรับตำโกปี(กาแฟโบราณ) ส่วนตัวอักษรเลือกใช้แบบเขียนภาษาไทยและภาษามลายู สีโกปี และมีหลังคาวังเก่าข้างบนเพื่อให้ดูโบราณผสมกับแนวใหม่และแสดงถึงกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมและความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่

- คณะผู้วิจัยนำแบบโลโก้ทั้งสองแบบให้สมาชิกกลุ่มเลือกและตัดสินใจโดยมีตัวแทนสมาชิกกลุ่มจำนวน 15 คน มีส่วนร่วมในการเลือกแบบโลโก้จากการออกแบบเบื้องต้น เพื่อให้คณะผู้วิจัยนำไปพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งกลุ่มได้เลือกโลโก้แบบที่ 2 โดยมีความโบราณ ผสมผสานกับยุคใหม่สื่อความหมายได้อย่างชัดเจน จากรูปจะเห็นเป็นรูปครกกับถ้วยกาแฟซ้อนกัน โดยมองรูปใหญ่เป็นรูปสี่เหลี่ยมคางหมูซึ่งเป็นแผนที่ชุมชนกาแป๊ะกอตอใน ส่วนอีกภาพหนึ่งที่ซ้อนกันอยู่นั้นมองเป็นรูปถ้วยกาแฟมีหลอดดูดหรือสากไม้ที่ขีดวงกลมใช้สำหรับตำโกปี(กาแฟโบราณ) ส่วนตัวอักษรเลือกใช้แบบเขียนภาษาไทยและภาษามลายู สีโกปี และมีหลังคาวังเก่าข้างบนเพื่อให้ดูโบราณผสมกับแนวใหม่และแสดงถึงกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมและความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ นอกจากนั้นให้เพิ่มหลังคาวังเป็นเส้น แฉกๆ โดยนักออกแบบได้ทำการแก้ไขโลโก้ตามความต้องการของกลุ่มได้ดังรูปต่อไปนี้



ภาพที่ 4.5 แสดงโลโก้ที่ออกแบบใหม่ตามความต้องการของกลุ่ม

## 2) บรรจุภัณฑ์

ในอดีตผลิตภัณฑ์โกปี (กาแฟโบราณ) ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอ ในผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ตำบลเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา บรรจุลงในถุงพอยด์ ภายในกล่องกระดาษ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ 1.แบบกล่องขนาด 500 กรัม ราคากล่องละ 140 บาท 2.แบบถุงขนาด 50 กรัม ราคาถุงละ 15 บาท และ 3.แบบซองขนาด 50 กรัมราคากล่องละ 35 บาท โดยใช้ชื่อว่า “กาแฟโบราณวังเก่า” เนื่องจากที่ตั้งกลุ่มอยู่ในบริเวณวังเก่าโบราณ และอยู่ในความดูแลของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา ซึ่งจะมีการปรับปรุง เพื่อรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวของอำเภอเบตง และจังหวัดยะลาในอนาคต

นอกจากนี้หลังจากมีการพัฒนาตราสินค้าของกลุ่ม โดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบโลโก้ใหม่นั้น คณะผู้วิจัยได้นำโลโก้หรือตราสินค้าที่ได้มาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามกระบวนการดังนี้

- คณะผู้วิจัยนำโลโก้หรือตราสัญลักษณ์ที่ได้จากกระบวนการมีส่วนร่วมตัดสินใจเลือกของกลุ่มนำไปพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามความต้องการของกลุ่ม โดยเน้นแบบที่มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในเรื่องของสี ความเป็นเอกลักษณ์ ความสวยงามโดดเด่น สะดุดตาน่าจดจำ และให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมด้านการใช้ภาพประกอบ สีเส้น และความน่าเชื่อถือดูสะอาดปลอดภัย โดยสมาชิกกลุ่มร่วมกันตัดสินใจแบบส่วนร่วมในการปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเบื้องต้นยังคงราคาและรูปแบบเดิมอยู่แต่ให้เปลี่ยนวัสดุ หลากหลาย สีเส้น ที่ใช้ในการบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้นแสดงดังตารางที่ 4.2 การเปรียบเทียบแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่

ตารางที่ 4.2แสดงการเปรียบเทียบแบบบรรจุภัณฑ์แบบเดิมกับแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่

| แบบบรรจุภัณฑ์เดิม                                                                                | แบบบรรจุภัณฑ์ใหม่                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1.แบบกล่องขนาด 500 กรัม ราคากล่องละ 140 บาท โดยข้างในบรรจุใส่ถุงพรอยด์</p>                    | <p>1.แบบถุงขนาด 500 กรัม ราคากล่องละ 180 บาท โดยข้างในบรรจุใส่ถุงพรอยด์หุ้มด้วยกระดาษ</p>                                                                      |
|                 |                                                                              |
| <p>2.แบบถุงขนาด 50 กรัม ราคาถุงละ 15 บาท ติดบนกระดาษจำนวน 12 ซอง</p>                             | <p>2.แบบกล่องขนาด 50 กรัมบรรจุใส่กล่องมีจำนวน 12 ซอง ราคาซองละ 45 บาท ซึ่งมีรูป สี และลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ที่เหมือนกันทุกแบบ</p>                                 |
|               |                                                                            |
| <p>3.แบบซองขนาด 50 กรัมบรรจุ 12 ซองใส่กล่องราคากล่องละ 35 บาท ซึ่ง 1 ซองสามารถชงได้ 3-5 แก้ว</p> | <p>3.แบบซองขนาด 3 กรัม ราคากล่องละ 45 บาทบรรจุ 12 ซอง โดยลดปริมาณต่อซองลง เพื่อสะดวกในการบริโภคต่อแก้วซึ่งมีรูป สี และลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ที่เหมือนกันทุกแบบ</p> |
|               |                                                                            |



| แบบบรรจุภัณฑ์เดิม | แบบบรรจุภัณฑ์ใหม่                                                                                                                                                        |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ไม่มี             | <p>4.บรรจุภัณฑ์ใหม่แบบถุงขนาด 250 กรัมราคา 130 บ.ที่ได้รับการสนับสนุนจากอำเภอเบตง</p>  |
| ไม่มี             | <p>5.น้ำโกโก้พร้อมดื่ม ราคา 25 บาท</p>                                                |

- จากนั้นเมื่อได้แบบบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์แล้ว คณะผู้วิจัยนำแบบบรรจุภัณฑ์ให้สมาชิกกลุ่มดูแบบและดำเนินการแก้ไขตามความต้องการของสมาชิกกลุ่ม และส่งมอบงานให้กับกลุ่มนำไปใช้ในการบรรจุโกปี(กาแฟโบราณ) ให้ได้มาตรฐานตามที่วางไว้ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ประสานความร่วมมือกับอำเภอเบตง ในการสนับสนุนการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม จึงทำให้กลุ่มได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากอำเภอเบตงจำนวน 40,000 บาทในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทั้งสามรูปแบบ และมีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอีก 2 รูปแบบ คือ 1) น้ำโกโก้พร้อมดื่ม 2) แบบถุงขนาด 250 กรัม ตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

## (2) ด้านราคา(price)

จากการดำเนินงานที่ผ่านมากลุ่มมีการตั้งราคาสินค้าของกลุ่มไม่ได้คิดจ้างค่าแรงงานและค่าบรรจุภัณฑ์เนื่องจากได้รับการสนับสนุนการบรรจุภัณฑ์จากเทศบาลเมืองเบตงมาโดยตลอด จึงเห็นได้ว่ากลุ่มได้ผลกำไรมาต่อครั้งในการผลิต อีกทั้งขาดความรู้ในการบริหารจัดการกลุ่มจึงได้กำหนดราคาสินค้าตามคู่แข่งในพื้นที่เดียวกัน กำหนดราคาที่เหมาะสมและแข่งขันได้ และมีการขายใน

ราคาส่งให้กับร้านค้าที่เป็นคู่ค้าหลัก โดยจำหน่ายออกเป็น 3 แบบ ได้แก่ 1.แบบกล่องขนาด 500 กรัม ราคากล่องละ 140 บาท 2.แบบถุงขนาด 50 กรัม ราคาถุงละ 15 บาท และ 3.แบบซองขนาด 50 กรัม ราคากล่องละ 35 บาท ซึ่งจะเห็นได้ว่าสินค้าของกลุ่มมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกัน นอกพื้นที่และสามารถแข่งขันทางด้านราคาได้ คณะผู้วิจัยจึงได้ประสานความร่วมมือภาคีเครือข่ายกับเทศบาลเมืองเบตงในการสนับสนุนกลุ่มทางด้านการให้ความรู้ต่างๆเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่ม โดยเบื้องต้นเทศบาลเมืองเบตงนำตัวแทนกลุ่มจำนวน 5 คนเข้าร่วมโครงการการอบรมให้ความรู้การทำแผนธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมทางด้านการตั้งราคาสินค้าด้วย ส่งผลให้มีความรู้ในการตั้งราคาสินค้ามากขึ้น ปัจจุบันกลุ่มมีการปรับเพิ่มราคาหลังจากมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และพัฒนาปรับปรุงรสชาติที่คงและหอม กลมกล่อมมากยิ่งขึ้น โดยปรับราคาเป็น แบบกล่องขนาด 500 กรัม ราคากล่องละ 180 บาท 2.แบบถุงขนาด 50 กรัม ราคาถุงละ 35 บาท และ 3.แบบซองขนาด 50 กรัม ราคากล่องละ 45 บาท อีกทั้งเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น แต่ได้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ สะดวกต่อการบริโภค และทันสมัยมากยิ่งขึ้น 2 แบบ ได้แก่ 1) ผงโกปีขนาด 250 กรัม ราคา 130 บาท 2) โกปีพร้อมดื่ม ขนาด 270 มม. ราคา 25 บาท และที่สำคัญการตั้งราคานี้กลุ่มจะมุ่งเน้นไปที่ความคาดหวังของลูกค้าเป็นหลัก เพื่อให้ได้สินค้าและบริการตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด โดยการกำหนดราคามาตรฐานราคาขายปลีก ขนาดเดียวกัน ราคาเดียวกันทั่วประเทศ ผลลัพธ์ที่มีปริมาณการบรรจุหลายขนาด และมีระดับราคาที่แตกต่างกัน เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น และใช้ความโดดเด่นที่ราคาไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับคู่แข่ง และขายในราคาส่งสำหรับผู้ซื้อสินค้าจำนวน 10 ชิ้นขึ้นไป รวมถึงสำหรับร้านค้าที่เป็นแหล่งจำหน่ายของกลุ่มเพื่ออาศัยการกระจายสินค้าอย่างทั่วถึง

### (3) ด้านการจัดจำหน่าย (place)

ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มที่ผ่านมา จะจำหน่ายผ่านร้านค้าต่างๆ ภายในจังหวัดยะลา ต่างจังหวัด และต่างประเทศ ซึ่งแหล่งจำหน่ายภายในจังหวัด ได้แก่ ศูนย์ OTOP ชกส. อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ศูนย์ OTOP บ่อน้ำร้อนเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ร้านขายของที่ระลึกครูน้ำหวาน อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ร้านค้าประชารัฐปัมปตท.อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ร้านเคมาร์ทเบตง และร้านขายของชำในพื้นที่ ส่วนแหล่งจำหน่ายต่างจังหวัดได้แก่ ร้านเหมย กรุงเทพมหานคร และร้านจิน กรุงเทพมหานคร และแหล่งจำหน่ายต่างประเทศ ได้แก่ ร้านวาฮอฟ เมืองบาหลี ประเทศมาเลเซีย และร้านฮาสิเมะ เมืองฮูลูเปรัก (กรีก) ประเทศมาเลเซีย เป็นต้น

นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้ประสานความร่วมมือภาคีเครือข่ายกับศอ.บต.ในการสนับสนุนกลุ่มด้านแผนธุรกิจ ซึ่งศอ.บต.ได้สนับสนุนกลุ่มเข้าอบรมแผนธุรกิจ โดยมีตัวแทนสมาชิกกลุ่มและกลุ่มอาชีพในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้จำนวน 50 กลุ่มเข้าร่วมอบรม ทำให้กลุ่มได้เห็นสินค้าอื่นๆที่ได้รับการพัฒนาและนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้ มีความก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น และได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดีจากลูกค้า อีกทั้งทางกลุ่มได้รับข้อเสนอแนะจากวิทยากรให้กลุ่มออกบูธแสดงและชิมสินค้าตามสถานที่ต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ดังนั้นในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มจึงจำเป็นต้องพึ่งพาหน่วยงานจากภาครัฐในการออกบูธงานต่างๆ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากอำเภอเบตงในการนำสินค้าออกบูธงาน OTOP อำเภอเบตง ทำให้มีผลการตอบรับเกินเป้าหมายที่วางไว้สำหรับการออกบูธ นอกจากนี้เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักมาก



ยิ่งขึ้นแต่กลับได้รับกำไรจากการขายเพิ่มขึ้นมาด้วย อีกทั้งกลุ่มมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook, เพจ โกปี้วังเก่า Line และโพสขายตามเพจออนไลน์ต่างๆที่ได้รับความนิยม โดยการส่งสินค้าทางไปรษณีย์ และเคอร์รี่บริการรับส่งถึงที่ เน้นความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นหลัก เพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าในอนาคตช่องทางอินเทอร์เน็ตจะเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทำรายได้อย่างมากให้กับกลุ่ม เนื่องจากปัจจุบันสินค้าทางออนไลน์โตต่อเนื่อง และการซื้อสินค้าออนไลน์ขึ้นมาติด 1 ใน 5 กิจกรรมยอดฮิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นครั้งแรก สะท้อนการยอมรับการทำอีคอมเมิร์ซมากขึ้นในสังคมไทย (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ETDA, 2560)

#### (4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (promotion)

เนื่องจากสมาชิกกลุ่มไม่มีความรู้ทางด้านการตลาด เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมการตลาด จึงใช้การส่งเสริมทางการตลาดโดยการออกบูธแสดงและชงชิมสินค้าที่ได้รับการสนับสนุนจากอำเภอเบตงเป็นหลัก และมีการส่งเสริมการขาย โดยขายให้กับร้านค้าหรือลูกค้าทั่วไปในราคาส่งเมื่อซื้อสินค้าจำนวน 10 ขึ้นขึ้นไป อีกทั้งปัจจุบันกลุ่มได้มีการจัดระบบการบริหารจัดการกลุ่มใหม่แบ่งหน้าที่อย่างชัดเจนขึ้น จึงมีการวางแผนจากฝ่ายการตลาด ซึ่งได้มีการแจกโปรชัวร์ นามบัตร และนำผลิตภัณฑ์ออกโชว์ ตามงานอำเภอเคลื่อนที่ จังหวัดเคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและเป็นการส่งเสริมการขายให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อีกทั้งมีการวางแผนจัดโปรโมชั่น โดยลูกค้าจะได้รับส่วนลดเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มครบ 10 ขึ้นขึ้นไป มอบส่วนลดให้ 5% และสะสมคูปองจากร้านค้าที่เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม จำนวน 10 คูปอง จะได้รับส่วนลด 5% ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านดังกล่าว เพื่อสร้างความประทับใจและรักษารากฐานลูกค้าเดิมในระยะยาว

#### แนวทางการดำเนินงานทางการตลาดของกลุ่มนอกพื้นที่

คณะผู้วิจัยประสานความร่วมมือภาคีเครือข่ายในการสนับสนุนกลุ่มทางด้านการตลาดโดยเบื้องต้นอำเภอเบตงสนับสนุนกลุ่มในการออกบูธแสดงสินค้าตามงานโอท็อปและงานต่างๆที่ผ่านมา และมีแผนในการส่งเสริมทางการตลาดของกลุ่มทั้งในและนอกพื้นที่ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มควบคู่กับการท่องเที่ยววัฒนธรรมของอำเภอเบตง จังหวัดยะลา อีกทั้งกลุ่มได้วางแผนในการออกบูธแสดงสินค้าและชงชิมโกปี้ (กาแฟโบราณ) ในงานวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ระหว่างวันที่ 15 - 20 สิงหาคม 2561 โดยการเปิดบูธชงชิมและสาธิตกระบวนการผลิตโกปี้ (กาแฟโบราณ) และตามงานต่างทั้งจังหวัดยะลาและต่างจังหวัด พร้อมทั้งแจกโปรชัวร์ นามบัตร เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกลุ่มมากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้นการพัฒนาการจัดการธุรกิจและพัฒนาทางการตลาดของกลุ่มทั้ง 4 ด้านนั้นการจัดทำแผนธุรกิจของกลุ่มก็เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการขับเคลื่อนกลุ่มให้สามารถพึ่งตนเองได้ โดยเฉพาะกลุ่มที่จะก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจในอนาคต ซึ่งแผนนี้เป็นผลสรุปหรือผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของสมาชิกกลุ่มให้ออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ การเขียนแผนธุรกิจจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งในเรื่องการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการสนับสนุนการขาย รวมทั้งการแข่งขัน กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงินที่จะขึ้นากกลุ่มที่จะก้าวไปเป็นผู้ประกอบการสามารถนำองค์ประกอบไปสู่ความสำเร็จ หรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวัง แผนธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญที่

ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญและคำนึงถึงเป็นอันดับแรก ซึ่งแผนดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานในอนาคตของกลุ่ม ทำให้คณะผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญดังกล่าวจึงได้ประสานความร่วมมือภาคีเครือข่ายกับศอ.บต.ในการสนับสนุนกลุ่ม โดยศอ.บต.ได้นำสมาชิกกลุ่มเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนธุรกิจในเดือนมีนาคม 2561 ที่ผ่านมา เพื่อให้ความรู้กับตัวแทนสมาชิกกลุ่มในการเขียนแผนธุรกิจเบื้องต้นของกลุ่ม รวมทั้งคณะผู้วิจัยก็ได้จัดอบรมให้ความรู้ทางด้านแผนธุรกิจด้วยเช่นกัน เพื่อศักยภาพในการเขียนแผนธุรกิจของกลุ่ม โดยประสานความร่วมมือกับเทศบาลเมืองเบตงสนับสนุนกลุ่มทางด้านแผนธุรกิจ เพื่อเพิ่มความรู้ด้านการบริหารจัดการแผนธุรกิจและได้แผนธุรกิจของกลุ่มอย่างเป็นรูปธรรม โดยดำเนินการระหว่างวันที่ 28-29 เมษายน 2561 ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

1) กลุ่มอาชีพในพื้นที่อำเภอเบตง จำนวนทั้งสิ้น 250 คน กิจกรรมอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นในการเขียนแผนธุรกิจ ดำเนินงานในวันที่ 28 เมษายน 2561 ณ ห้องประชุมไพลิน โรงแรม เบตงเมอร์ลิน อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ซึ่งมีอาจารย์ ดร.ภูริชาติ พรหมเต็ม สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาให้ความรู้ เรื่อง ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับแผนธุรกิจ อาจารย์ ภูตรา อาแล สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ให้ความรู้ เรื่อง การทำแผนการตลาด และอาจารย์ ดร.เพ็ญญา เกื้อเกตุ สาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาให้ความรู้ เรื่อง การทำแผนการเงิน

2) กลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ในพื้นที่อำเภอเบตง ทั้ง 3 กลุ่มจำนวนทั้งสิ้น 18 คน ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มแม่บ้านจำนวน 5 คน ตัวแทนกลุ่มนารีพัฒนาจำนวน 5 คน และตัวแทนกลุ่มกาแปะฮูลูจำนวน 8 คน ซึ่งการอบรมในครั้งนี้เป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนธุรกิจแบบมีส่วนร่วม โดยแต่ละกลุ่มจะต้องทำแผนธุรกิจของตนเองตามบริบทของกลุ่มหรือกิจกรรมกลุ่ม โดยมีวิทยากรกลุ่มทั้ง 3 ท่านดังกล่าวให้ความรู้ในการปฏิบัติการจัดทำบัญชีกลุ่มเบื้องต้นและปฏิบัติการเขียนแผนธุรกิจเพื่อให้กลุ่มสามารถซักถามในประเด็นที่ไม่เข้าใจ ทั้งนี้แผนธุรกิจของกลุ่มสอดคล้องกับข้อมูลที่เป็นรูปธรรมมากที่สุดและสามารถนำไปใช้ในการของสินเชื่อได้ในอนาคต

**ผลกระทบต่อการดำเนินงานโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนา**

**กลุ่มผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) อำเภอเบตง จังหวัดยะลา**

#### **1.ด้านสังคม**

- 1) การรวมกลุ่มสมาชิกมีศักยภาพดีขึ้นกว่าเดิม
- 2) สมาชิกกลุ่มชุมชนโรงเรียนและภาคีภายนอกราชการและเอกชนมีส่วนร่วมมีส่วนร่วมมากขึ้น
- 3) มีการยกระดับภูมิปัญญาให้มีคุณค่าและมีมูลค่าต่อชุมชน
- 4) มีการรับรู้เรียนรู้กระบวนการผลิตการจัดการและการตลาดเกิดขึ้น
- 5) การบูรณาการทรัพยากรทุกด้านทั้ง การนำคนหน่วยงานและวัสดุ
- 6) สนับสนุนวิถีชีวิตประชาธิปไตย
- 7) สนับสนุนวิถีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
- 8) เกิดสวัสดิการในชุมชน

## 2.การเมืองการปกครอง

- 1) การบริหารจัดการใช้หลักธรรมาภิบาล
- 2) พัฒนาทัศนคติของกลุ่มประชาชน ที่มีทั้งภาครัฐ เอกชน องค์การปกครองท้องถิ่น และโรงเรียน
- 3) สร้างภาวะผู้นำ ผู้ตาม สำนักผลเมือง สำนักสาธารณะ
- 4) สมาชิกกลุ่ม ประชาชน ทำหน้าที่สมานิติที่พึงได้จากการบริหารของรัฐ

## 3.ด้านเศรษฐกิจ

- 1) ยกย่องได้ของสมาชิกกลุ่มและชุมชนให้มีคุณภาพ
- 2) กลุ่ม และสมาชิกให้เสมือนหนึ่งผู้ประกอบการธุรกิจหรือชุมชน
- 3) การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน และวิสาหกิจชุมชน
- 4) เพิ่มมูลค่า คุณค่าผลผลิตทางการเกษตร (กาแฟ)
- 5) รู้จักการใช้นวัตกรรมใหม่มายกระดับต่อยอดผลิตภัณฑ์ (กาแฟ)
- 6) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ ให้มีมูลค่าสูงขึ้น
- 7) การรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่ได้มาตรฐาน

## 4. ด้านสิ่งแวดล้อม

- 1) การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในชุมชน (กาแฟ) สภาพแวดล้อมในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า
- 2) ปรับปรุงสภาพแวดล้อมการเพิ่มพื้นที่ปลูกกาแฟในพื้นที่ว่างๆบริเวณรอบๆบ้าน
- 3) พื้นฟูการปลูกกาแฟที่เป็นอัตลักษณ์เดิมของพื้นที่ให้กลับมาเหมือนเดิมในอดีต
- 4) ปรับปรุงสภาพแวดล้อม สถานที่ทางประวัติศาสตร์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน
- 5) ปรับปรุงอาคารสถานที่ให้เอื้อต่อการใช้ประโยชน์ของกลุ่ม

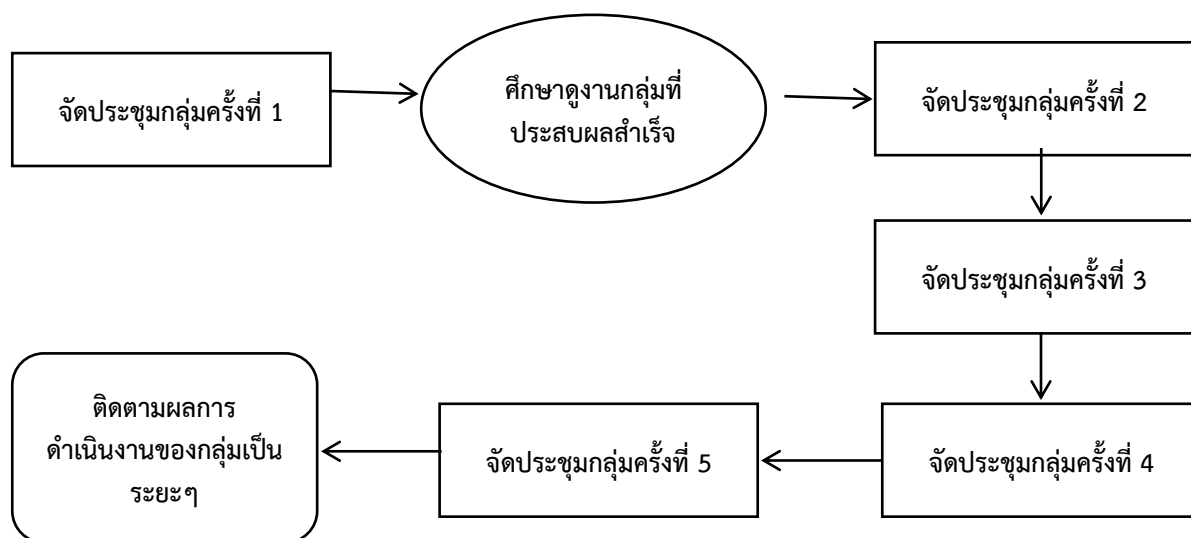
## 5. ด้านนวัตกรรม

- 1) การพัฒนาช่องทางการตลาด เช่น ออนไลน์
- 2) การพัฒนาสัญลักษณ์ โลโก้ เอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น
- 3) พัฒนาต่อยอดสูตร ผสมผสานด้วยกาแฟโบราณใช้ผลิตภัณฑ์ประกอบด้านอื่นอย่างต่อเนื่องและหลากหลายมากขึ้น
- 4) ยกย่องการจัดทำบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย
- 5) พัฒนาเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ ให้มีความทันสมัยสะอาดปลอดภัยและมีมาตรฐาน

คณะผู้วิจัยได้สรุปขั้นตอนกระบวนการจัดการกลุ่มโดยใช้หลักการมีส่วนร่วมผ่านหลักการ 5 ก ได้ทั้งหมด 7 ขั้นตอนได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 จัดประชุมกลุ่มครั้งที่ 1 ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาดูงานกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จขั้นตอนที่ 3 จัดประชุมกลุ่มครั้งที่ 2 ขั้นตอนที่ 4 จัดประชุมกลุ่มครั้งที่ 3 ขั้นตอนที่ 5 จัดประชุมกลุ่มครั้งที่ 4 ขั้นตอนที่ 6 จัดประชุมกลุ่มครั้งที่ 5 และขั้นตอนที่ 7 ติดตามผลการดำเนินงานของกลุ่มเป็นระยะๆ

ตารางที่ 4.3 แสดงขั้นตอนกระบวนการจัดการกลุ่มและการมีส่วนร่วมโดยใช้หลักการ 5 ก ดังนี้

| ขั้นตอน                                            | วัตถุประสงค์                                               | กลยุทธ์                                                                                                |
|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ขั้นตอนที่ 1 จัดประชุมกลุ่มครั้งที่ 1              | -ให้ความรู้แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จ      | -สะท้อนปัญหาการบริหารจัดการกลุ่ม<br>-แนะนำรูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จ                   |
| ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาดูงานกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จ       | -เปิดโลกทัศน์สมาชิกกลุ่ม                                   | -แบบไปงานให้สมาชิกศึกษา และเก็บข้อมูลดังนี้<br>ด้านวัตถุดิบ<br>ด้านกระบวนการบริหารจัดการ<br>ด้านธุรกิจ |
| ขั้นตอนที่ 3 จัดประชุมกลุ่มครั้งที่ 2              | -สังเคราะห์ความรู้ที่ได้จากดูงาน                           | -นำจุดอ่อน จุดแข็งของกลุ่มมาเปรียบเทียบกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จ<br>-สอบถามความต้องการและแนวทาง            |
| ขั้นตอนที่ 4 จัดประชุมกลุ่มครั้งที่ 3              | -ร่างระเบียบ                                               | ร่วมกันร่างระเบียบโดยใช้วิธีการมีส่วนร่วม ให้ตัวแทนสมาชิกยกร่างระเบียบ                                 |
| ขั้นตอนที่ 5 จัดประชุมกลุ่มครั้งที่ 4              | -นำระเบียบเข้าการประชุมเพื่อรับรอง                         | -อธิบายกฎ ข้อบังคับต่างๆ ให้สมาชิกเข้าใจในแต่ละข้อ หากไม่เห็นด้วยสามารถที่จะร่วมกันแก้ไขได้            |
| ขั้นตอนที่ 6 จัดประชุมกลุ่มครั้งที่ 5              | -แก้ไขประเด็นที่ขัดข้องเกี่ยวกับกฎระเบียบและระเบียบสมบรูณ์ | -ชี้จุดที่เป็นปัญหาเพื่อความเข้าใจตรงกัน<br>-แผนการดำเนินงานของกลุ่ม                                   |
| ขั้นตอนที่ 7 ติดตามผลการดำเนินงานของกลุ่มเป็นระยะๆ | เพื่อติดตามผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการพัฒนา          | -สอบถามคณะกรรมการบริหารจัดการกลุ่มแต่ละฝ่าย                                                            |



ภาพที่ 4.6 แสดงขั้นตอนกระบวนการจัดการกลุ่ม

ตารางที่ 4.4แสดงสรุปการพัฒนากลุ่มโดยใช้หลัก 5 ก

| ที่ | หลักการพัฒนากลุ่ม 5 ก | ก่อนการดำเนินงานวิจัย                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | แนวทางการพัฒนา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ผลที่เกิดขึ้น                                                                                                                                                                                                                                                            | ผลกระทบ                                                                                                          |
|-----|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | ก กลุ่ม               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการรวมกลุ่มแบบหลวมๆไม่เป็นทางการ</li> <li>- ไม่มีการจัดระบบการบริหารงานกลุ่มที่ชัดเจน</li> <li>- ไม่มีกฎระเบียบของกลุ่มที่เป็นลายลักษณ์อักษร</li> <li>- การจัดการรายได้ที่ไม่ชัดเจน</li> <li>- ขาดการบริหารการเงินและการบัญชี</li> <li>- การแบ่งผลกำไรของกลุ่มที่ไม่เป็นระบบ</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การยุบกลุ่มในเพื่อให้เกิดการสลายทัศนคติและอิทธิพลทางความคิดของบางคน</li> <li>- ดำเนินการจัดตั้งกลุ่มใหม่โดยบุคคลภายนอกที่ทางกลุ่มให้ความนับถือและยอมรับที่มีคุณวุฒิและวิสัยทัศน์ที่เหมาะสมและมีความสามารถขึ้นนำสมาชิกกลุ่ม</li> <li>- กำหนดบทบาทหน้าที่ใหม่ให้กับคณะกรรมการกลุ่มใหม่</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการจัดตั้งกลุ่มที่เข้มแข็ง โดยสมาชิกกลุ่มทุกคนยอมรับในกฎระเบียบ</li> <li>- มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน</li> <li>- มีการบริหารจัดการกลุ่มด้านรายได้การเงินและการบัญชี และผลกำไร ที่เป็นระบบและตรวจสอบได้</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลดความขัดแย้งภายในกลุ่ม</li> <li>- มีผลประกอบการที่เพิ่มขึ้น</li> </ul> |
| 2   | ก กิจกรรม             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีการวางแผนด้านการผลิต การบริหารการจัดการกลุ่ม และการตลาด</li> <li>- ไม่มีการประชุมติดตามงาน</li> </ul>                                                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดระบบกิจกรรมของกลุ่มโดยให้สมาชิกกลุ่มได้เห็นและเข้าใจถึงความสำคัญของกิจกรรมกลุ่ม</li> <li>- จัดทำแผนกิจกรรมและปฏิทินการดำเนินงานของกลุ่ม</li> </ul>                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีระบบการบริหารจัดการกลุ่ม โดยมีการจัดทำแผน ติดตามการดำเนินงานตามแผน และประเมินผลการทำงานกิจกรรมของกลุ่ม</li> </ul>                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มมีความเข้มแข็ง</li> <li>- การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ</li> </ul>  |

| ที่ | หลักการพัฒนากลุ่ม 5 ก | ก่อนการดำเนินงานวิจัย                                                                                                                                          | แนวทางการพัฒนา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ผลที่เกิดขึ้น                                                                                                                               | ผลกระทบ                                                                                                                                                         |
|-----|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                       |                                                                                                                                                                | <p>ที่ชัดเจน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการวางแผนกิจกรรมการผลิต กิจกรรมการบริหารจัดการกลุ่มและกิจกรรมเชิงการตลาด</li> <li>- ประธานกลุ่มมีการติดตามการดำเนินงานในทุกกิจกรรมให้เป็นไปตามแผน</li> <li>- มีการประชุมถอดบทเรียนให้สมาชิกทุกคนได้รับรู้ถึงจุดเด่น จุดด้อย ปัญหาอุปสรรค ตลอดจนแนวทางการแก้ไขปัญหา</li> </ul> |                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                 |
| 3.  | ก กรรมการ             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีการแต่งตั้งกรรมการในแต่ละด้านที่ชัดเจน</li> <li>- ไม่มีการกระจายความรับผิดชอบของงานให้กับสมาชิกคนอื่น</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- แต่งตั้งกรรมการกลุ่มอย่างเป็นทางการ</li> <li>- กำหนดบทบาทหน้าที่ของกรรมการแต่ละคนให้ชัดเจน</li> <li>- มอบหมายให้กรรมการแต่ละคนรายงานความคืบหน้า</li> </ul>                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน(โกปี้วังเก่า) มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการกลุ่มมากขึ้น</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการผลิตมากขึ้น</li> <li>- มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มากขึ้น</li> <li>- มีแผนการประชาสัมพันธ์หลายช่องทางมากขึ้น</li> </ul> |

| ที่ | หลักการพัฒนากลุ่ม 5 ก | ก่อนการดำเนินงานวิจัย                                                                                                                                                                                                               | แนวทางการพัฒนา                                                                                                                                                | ผลที่เกิดขึ้น                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ผลกระทบ                                                                                                                                                                                                                     |
|-----|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                       |                                                                                                                                                                                                                                     | ของงานที่รับผิดชอบในที่ประชุมประจำเดือน                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                             |
| 4.  | ก กติกา               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีระเบียบข้อบังคับของกลุ่มที่ชัดเจน</li> <li>- มีข้อตกลงร่วมกันของสมาชิกกลุ่มโดยไม่มีการบันทึกที่เป็นลายลักษณ์อักษร</li> <li>- การดำเนินงานของกลุ่มคลุมเครือ ไม่มีความชัดเจน</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ร่างกฎระเบียบข้อบังคับของกลุ่มที่ผ่านความคิดเห็นของสมาชิกทุกคน</li> </ul>                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีระเบียบข้อบังคับที่เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งได้รับการยอมรับจากสมาชิก</li> </ul>                                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มมีความเข้มแข็ง มีการปฏิบัติตามกติกา</li> </ul>                                                                                                                                |
| 5.  | ก กองทุน              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่ได้จัดระบบกองทุนให้ชัดเจน</li> <li>- ไม่มีการกำหนดแหล่งที่มาของกองทุน</li> <li>- ไม่มีการกำหนดสัดส่วนการแบ่งผลประโยชน์ที่ชัดเจน</li> </ul>                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กำหนดข้อตกลงว่าด้วยการกองทุนของกลุ่มโดยกำหนดแหล่งที่มาของเงินทุนและสัดส่วนในการแบ่งปันผลประโยชน์ให้ชัดเจน</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการกำหนดในระเบียบของกลุ่มว่าด้วยเรื่องกองทุน ประกอบด้วยทำให้สมาชิกลงหุ้นอย่างน้อยคนละ 1 หุ้นๆ ละ 100 บาทแต่ไม่เกิน 5 หุ้นเงินอุดหนุนจากหน่วยงานภายนอกทั้งเอกชนและภาครัฐและรายได้จากผลกำไรในการจัดกิจกรรมของกลุ่มส่วนการบริหารกองทุนนั้นได้กำหนดให้มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรรมการบริหารกลุ่มได้รับความไว้วางใจจากสมาชิกกลุ่ม</li> <li>- มีสมาชิกเพิ่มขึ้น</li> <li>- มีเงินทุนหมุนเวียนในกลุ่มเพิ่มขึ้น</li> <li>- มีการจัดสรรผลกำไรอย่างเป็นระบบ</li> </ul> |



| ที่ | หลักการพัฒนากลุ่ม 5 ก | ก่อนการดำเนินงานวิจัย | แนวทางการพัฒนา | ผลที่เกิดขึ้น                                                                                                                                                                                                              | ผลกระทบ |
|-----|-----------------------|-----------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|     |                       |                       |                | <p>รายงานการใช้จ่ายของกลุ่มให้สมาชิกทราบในวันประชุมใหญ่สามัญประจำปีและจ่ายเงินปันผลให้สมาชิกกลุ่มปีละ 1 ครั้งโดยร้อยละ 70 จัดสรรเข้ากลุ่มร้อยละ 5 จ่ายเงินปันผลตามหุ้นของสมาชิกและร้อยละ 25 ดำเนินการบริหารจัดการกลุ่ม</p> |         |

ตารางที่ 4.5แสดงสรุปการพัฒนาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน ผู้ผลิตโกปีวังเก่า  
ด้านการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกปี (กาแปะโบราณ) ที่จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ของสมาชิกกลุ่ม

| ลำดับ | ประเด็นการพัฒนาด้านการจัดการทางธุรกิจ | การดำเนินงานก่อนการวิจัย (ก่อน กรกฎาคม 60)                                                                      | แนวทางการแก้ไขและพัฒนา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ผลการดำเนินงาน (ตั้งแต่ กรกฎาคม 60 ถึง ปัจจุบัน)                                                                                                                             | ผลกระทบ                                                                                                                                                    |
|-------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | การพัฒนาด้านการบริหารจัดการธุรกิจ     | กลุ่มไม่มีความรู้ในด้านการบริหารจัดการทางธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการบริหารองค์กรด้านการจัดทำบัญชีด้านการตลาด เป็นต้น | คณะวิจัยได้จัดอบรมให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการแผนธุรกิจ ซึ่งได้ประสานความร่วมมือภาคีเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐดังนี้<br>- ประสานความร่วมมือกับเทศบาลเมืองเบตงในการสนับสนุนกลุ่ม ซึ่งเทศบาลได้นำตัวแทนกลุ่มเข้าอบรมการให้ความรู้การเขียนแผนธุรกิจเบื้องต้น<br>- ประสานความร่วมมือกับศอ.บต.ในการสนับสนุนกลุ่ม โดยศอ.บต.ได้นำสมาชิกกลุ่มเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนธุรกิจ เพื่อเพิ่มความรู้ให้กับสมาชิกกลุ่มในการเขียนแผนธุรกิจของกลุ่ม | สมาชิกกลุ่มมีความรู้เพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมกิจกรรมและสามารถเขียนแผนธุรกิจเพื่อขอจดสิทธิบัตร รวมทั้งมีการจัดการด้านบัญชีที่เป็นระบบและเข้าใจแนวทางในการพัฒนาทางการตลาดมากขึ้น | -กลุ่มที่แผนธุรกิจที่สามารถไปยื่นจดทะเบียนต่างๆ ได้อย่างเป็นรูปธรรม<br>-ได้รับการจดทะเบียนขึ้นเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน(โกปีวังเก่า) |

| ลำดับ | ประเด็นการ<br>พัฒนาด้านการ<br>จัดการทางธุรกิจ | การดำเนินงาน<br>ก่อนการวิจัย<br>(ก่อน กรกฎาคม<br>60)                                                                       | แนวทางการแก้ไขและพัฒนา                                                                                                                                                                                  | ผลการดำเนินงาน (ตั้งแต่<br>กรกฎาคม 60 ถึง ปัจจุบัน)                                                                                                                                                                                                                             | ผลกระทบ                                                                         |
|-------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 2     | กลยุทธ์ส่วน<br>ประสมทาง<br>การตลาด 4 ด้าน     |                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                 |
| 2.1   | ด้านผลิตภัณฑ์<br>(product)                    |                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                 |
|       | 1.1 พัฒนาสูตร<br>โกโก้                        | สูตรโกโก้ไม่มี<br>มาตรฐาน และ<br>ยังคงยึดหลักตัว<br>บุคคลในการผลิต<br>เพราะสมาชิกไม่มี<br>ความมั่นใจในสูตร<br>การผลิตโกโก้ | -คณะวิจัยได้จัดทำแบบสำรวจผู้บริโภคโกโก้<br>-เก็บข้อมูลการผลิตโกโก้จากกลุ่มและนำกลับมาทดลอง<br>-เปรียบเทียบการทดลองโดยใช้การทดสอบความแตกต่างทาง<br>ประสาทสัมผัสโดยวิธี Duo-Trio Test Difference Analysis | -ลดระยะเวลาในการผลิตลง<br>โดยการใช้เครื่องมือในการคั่ว<br>กาแฟ เคี้ยวน้ำตาล และการ<br>บดกาแฟ<br>-ลดการใช้แรงงานในการผลิต<br>เพื่อลดต้นทุนในการผลิต<br>-กระบวนการผลิตใหม่ไม่มี<br>ผลต่อรสชาติของโกโก้ในกรณี<br>การใช้กาแฟสาร<br>-มีสูตรการผลิตโกโก้ที่มี<br>มาตรฐาน สมาชิกสามารถ | -ผู้บริโภคมั่นใจใน<br>ผลิตภัณฑ์<br>-เกิดการเผยแพร่<br>ภูมิปัญญาการ<br>ผลิตโกโก้ |

| ลำดับ | ประเด็นการ<br>พัฒนาด้านการ<br>จัดการทางธุรกิจ | การดำเนินงาน<br>ก่อนการวิจัย<br>(ก่อน กรกฎาคม<br>60)                                                                | แนวทางการแก้ไขและพัฒนา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ผลการดำเนินงาน (ตั้งแต่<br>กรกฎาคม 60 ถึง ปัจจุบัน)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ผลกระทบ                                                            |
|-------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
|       |                                               |                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ผลิตเองได้โดยไม่ยึดที่ตัว<br>บุคคล                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                    |
|       | 1.2 ตราสินค้า<br>(Re-Branding)                | -กลุ่มใช้ชื่อ<br>ผลิตภัณฑ์คือ<br>“กาแฟโบราณวัง<br>เก่า”<br>-มีโลโก้เป็นรูปถ้วย<br>กาแฟที่ทาง<br>เทศบาลออกแบบ<br>ให้ | (1) คณะวิจัยร่วมกันนำออกแบบศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับชุมชน<br>ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตโน โดยการศึกษา<br>บริบทและสภาพวิถีการดำเนินชีวิต รวมทั้งสถานที่สำคัญทาง<br>ประวัติศาสตร์ใกล้เคียงที่สามารถนำมาเป็นจุดเด่นของ<br>ผลิตภัณฑ์โกปี(กาแฟโบราณ)เพื่อใช้ในการร่างแบบโลโก้และ<br>บรรจุภัณฑ์<br>(2) จัดสนทนากลุ่ม โดยนักออกแบบให้ความรู้กับสมาชิก<br>กลุ่มแม่บ้านฯ เรื่องการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุ<br>ภัณฑ์ เพื่อให้สมาชิกกลุ่มแม่บ้านฯ มีความเข้าใจและสามารถ<br>เลือกประเภทของสัญลักษณ์ กลุ่มสี ให้เหมาะสมกับ<br>ความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ตนเอง<br>(3) หลังจากนักออกแบบได้ให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบ<br>ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์แล้ว คณะวิจัยร่วมกับกลุ่ม<br>แม่บ้านฯ สนทนากลุ่มระดมความคิดเห็นการมีส่วนร่วมในการ | -ตราสินค้าใหม่เป็น “โกปีวัง<br>เก่า KOPI Wangkao”<br>-เป็นรูปครกกับถ้วยกาแฟ<br>ซ้อนกัน โดยมองรูปใหญ่เป็น<br>รูปสี่เหลี่ยมคางหมูซึ่งเป็น<br>แผนที่ชุมชนกาแป๊ะกอตโน<br>ส่วนตัวอักษรเลือกใช้แบบ<br>เขียนภาษาไทยและภาษา<br>มลายู สีโกปี และมีหลังคาวัง<br>เก่าข้างบน เพื่อให้ดูโบราณ<br>ผสมกับแนวใหม่และแสดงถึง<br>กระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม<br>และความเป็นเอกลักษณ์ของ<br>พื้นที่ | -มี Brand สินค้า<br>ที่เป็นเอกลักษณ์<br>น่าจดจำสำหรับ<br>ผู้บริโภค |

| ลำดับ | ประเด็นการ<br>พัฒนาด้านการ<br>จัดการทางธุรกิจ | การดำเนินงาน<br>ก่อนการวิจัย<br>(ก่อน กรกฎาคม<br>60) | แนวทางการแก้ไขและพัฒนา                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ผลการดำเนินงาน (ตั้งแต่<br>กรกฎาคม 60 ถึง ปัจจุบัน)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | ผลกระทบ                                                                                            |
|-------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       |                                               |                                                      | ออกแบบตราสินค้าโดยใช้เครื่องมือประเด็นคำถามค้นหาอัต<br>ลักษณ์ที่สำคัญ และโดดเด่นของกลุ่มแม่บ้านฯ จากนั้นให้<br>กลุ่มแม่บ้านเลือกสัญลักษณ์ต่างๆที่จะใช้ในการร่างแบบโลโก้<br>ซึ่งในการสนทนากลุ่มในครั้งนี้สมาชิกกลุ่มแม่บ้านกาแป๊ะกอ<br>ตอในได้มีมติเปลี่ยนชื่อผลิตภัณฑ์จากเดิมคือ “กาแป๊ะโบราณ<br>วังเก่า” เป็นชื่อ “โกปีวังเก่า” (Kopi WangKao) ซึ่งชื่อนี้จะ<br>บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ที่เน้นภูมิปัญญา<br>ท้องถิ่นและวิถีการดื่มโกปีของคนในพื้นที่<br>(4) จากนั้นนำออกแบบนำข้อมูลที่ได้จากกระบวนการมีส่วน<br>ร่วมของกลุ่มแม่บ้านฯไปออกแบบในขั้นตอนต่างๆและได้โล<br>โก้และบรรจุภัณฑ์มาเบื้องต้น<br>(5)คณะวิจัยนำแบบโลโก้และบรรจุภัณฑ์เบื้องต้น ให้สมาชิก<br>กลุ่มเลือกและตัดสินใจโดยเลือกโลโก้มีความโบราณ<br>ผสมผสานกับยุคใหม่สื่อความหมายได้อย่างชัดเจน | พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้<br>ทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยแบ่ง<br>ออกเป็น 3 ดังนี้<br>1) แบบกล่องขนาด 500<br>กรัม พัฒนารูปแบบจาก<br>กล่องเป็นถุงฟรอยด์หุ้ม<br>กระดาษ<br>2) แบบถุงขนาด 50 กรัม<br>พัฒนารูปแบบเป็นกล่องยาว<br>ข้างในบรรจุเป็นซองๆ<br>3)แบบซองขนาด 50กรัมบรรจุ<br>ในกล่อง พัฒนารูปแบบบรรจุ<br>ภัณฑ์เป็นแบบกล่อง ขนาด 3<br>กรัมต่อซองเพื่อความสะดวก<br>ในการบริโภคต่อแก้ว | บรรจุภัณฑ์ใหม่<br>ทำให้สะดวกต่อ<br>ผู้บริโภคในการ<br>ดื่ม และทำให้<br>ยอดสั่งซื้อโกปี<br>เพิ่มขึ้น |

| ลำดับ | ประเด็นการ<br>พัฒนาด้านการ<br>จัดการทางธุรกิจ | การดำเนินงาน<br>ก่อนการวิจัย<br>(ก่อน กรกฎาคม<br>60)                                                                                                                     | แนวทางการแก้ไขและพัฒนา                                                                                                                                         | ผลการดำเนินงาน (ตั้งแต่<br>กรกฎาคม 60 ถึง ปัจจุบัน)                                                                                                                                                                                                         | ผลกระทบ                                                                          |
|-------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 2.2   | ด้านราคา<br>(price)                           | 1.แบบกล่องขนาด<br>500 กรัม ราคา<br>กล่องละ 140 บาท<br>2.แบบถุงขนาด 50<br>กรัม ราคาถุงละ<br>15 บาท<br>3.แบบซองขนาด 50<br>กรัมบรรจุในกล่อง<br>12 ซองราคากล่อง<br>ละ 35 บาท | ผู้วิจัยได้ให้ความรู้กับกลุ่มแม่บ้านเกี่ยวกับการจัดการทางด้านการเงินและการบัญชี                                                                                | 1) แบบกล่องขนาด 500<br>กรัม ราคากล่องละ 180<br>บาท<br>2)แบบถุงขนาด 50 กรัม<br>ราคาถุงละ 45 บาท<br>3)แบบซองขนาด 50 กรัม<br>บรรจุในกล่อง ยังคงราคาเดิม<br>แต่พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์<br>เป็นแบบกล่อง ขนาด 4 กรัม<br>ต่อซอง เพื่อความสะดวกใน<br>การบริโภคต่อแก้ว | -กลุ่มแม่บ้านมี<br>รายได้ที่เพิ่มขึ้น                                            |
| 2.3   | ด้านสถานที่จัด<br>จำหน่าย(place)              | จัดจำหน่ายผ่าน<br>ร้านสะดวกซื้อและ<br>ร้านค้าต่างๆใน<br>พื้นที่อำเภอเบตง<br>จังหวัดยะลา                                                                                  | คณะวิจัยจัดให้มีการให้ความรู้เรื่องการทำแผนธุรกิจและ<br>การตลาด รวมถึงผลจากการนำกลุ่มแม่บ้านศึกษาดูงานกับ<br>กลุ่มตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจการขายกาแฟ | กลุ่มแม่บ้านได้มีการจัด<br>จำหน่ายทั้งทางการฝากขาย<br>ตามสถานที่ต่างๆและ<br>ออนไลน์ ดังนี้<br>1)ร้านค้าในพื้นที่/ K-mart/                                                                                                                                   | -ยอดการขาย<br>เพิ่มขึ้นทั้งใน<br>พื้นที่และนอก<br>พื้นที่<br>-โกปีวังเก่าเป็นที่ |

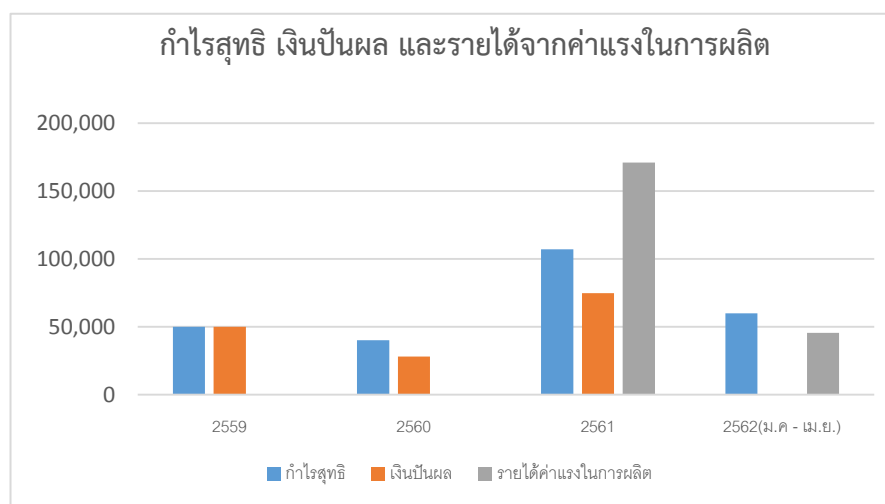
| ลำดับ | ประเด็นการพัฒนาด้านการจัดการทางธุรกิจ | การดำเนินงานก่อนการวิจัย (ก่อน กรกฎาคม 60) | แนวทางการแก้ไขและพัฒนา | ผลการดำเนินงาน (ตั้งแต่ กรกฎาคม 60 ถึง ปัจจุบัน)                                                                                                                                                   | ผลกระทบ                                                                                                                             |
|-------|---------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       |                                       |                                            |                        | <p>ร้านประชารัฐ</p> <p>2)ร้านค้านอกพื้นที่ โดยมีการฝากขายผ่านตัวแทนจำหน่าย</p> <p>3)ออกบูธแสดงสินค้างาน OTOP ต่างๆทั้งในพื้นที่และต่างจังหวัด</p> <p>4)จัดจำหน่ายผ่านเพจเฟสบุค “@kopiawangkao”</p> | รู้จักมากขึ้น                                                                                                                       |
| 2.4   | ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)    | ใช้วิธีการฝากขายตามร้านและตลาดนัดชุมชน     |                        | <p>กลุ่มแม่บ้าน ได้มีการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมทางการตลาด ดังนี้</p> <p>1)มีการสาธิตการผลิตโกปี และเผยแพร่ผ่านทางคลิปวิดีโอยูทูป</p> <p>2)เพิ่มกลยุทธ์ในการขายโดยการให้ผู้บริโภคชิมก่อนซื้อ</p> | <p>-ยอดขายเพิ่มขึ้น</p> <p>-โกปีวังเก่าเป็นที่รู้จักมากขึ้น</p> <p>-ลูกค้ามีความหลากหลายมากขึ้น</p> <p>-ขยายพื้นที่ทางการตลาดไป</p> |

| ลำดับ | ประเด็นการ<br>พัฒนาด้านการ<br>จัดการทางธุรกิจ | การดำเนินงาน<br>ก่อนการวิจัย<br>(ก่อน กรกฎาคม<br>60) | แนวทางการแก้ไขและพัฒนา | ผลการดำเนินงาน (ตั้งแต่<br>กรกฎาคม 60 ถึง ปัจจุบัน)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ผลกระทบ                                                       |
|-------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
|       |                                               |                                                      |                        | 3)ประชาสัมพันธ์กิจกรรม<br>ทางด้านช่วยเหลือสังคมของ<br>กลุ่มแม่บ้านผ่านช่องทาง<br>ออนไลน์เพจเฟซบุค<br>4)ลูกค้าจะได้รับส่วนลดเมื่อ<br>ซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มครบ<br>10 ชิ้นขึ้นไป มอบส่วนลดให้<br>5%<br>5)มีการแจกนามบัตรและโปร<br>ชัวร์ข้อมูลเกี่ยวกับโกปีและ<br>วิธีการสั่งซื้อโกปี<br>6)จัดบริการส่งสินค้าทั่ว<br>ประเทศโดยผ่านระบบ<br>ไปรษณีย์ Kerry และรถ<br>ประจำทาง | ต่างจังหวัดมาก<br>ขึ้น<br>-เกิดการสั่งซื้อซ้ำ<br>ของผู้บริโภค |



ตารางที่ 4.6 แสดงผลกระทบจากผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นต่อกลุ่มเป้าหมายทางด้านรายได้ดังนี้

| ก่อนการดำเนินงาน                                                                                                                                                                                                          | หลังการดำเนินงานวิจัย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ในปี พ.ศ. 2559 กลุ่มมีการดำเนินกิจกรรมการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) สัปดาห์ละ 1 ครั้ง โดยมีสมาชิกกลุ่มทั้งหมด 10 คน มีรายได้คงเหลือหักจากต้นทุนวัตถุดิบอย่างเดียว ไม่ได้หักค่าแรงจำนวน 50,000 บาท แบ่งผลกำไรได้คนละ 5,000 บาทปี | <p>1. ในปีพ.ศ. 2560-2562 กลุ่มมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารจัดการกลุ่มและวางแผนการดำเนินกิจกรรมกลุ่มใหม่ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. กลุ่มมีการดำเนินกิจกรรมการผลิตโกปี(กาแฟโบราณ) เพิ่มขึ้นเป็น สัปดาห์ละ 2 ครั้ง กำหนดเป็นวันอาทิตย์กับวันอังคาร</li> <li>2. มีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 19 คน</li> <li>3. มีการหักค่าแรงในการผลิตครั้งละ 1,500บาทโดยใช้ผู้ผลิตจำนวน 10 คนต่อครั้ง สลับเวียนกันไปในแต่ละครั้ง</li> </ol> <p>2. ในปีพ.ศ. 2560กลุ่มมีกำไรสุทธิทั้งสิ้น 40,000 บาท เนื่องจากเป็นปีแรกของการพัฒนากลุ่ม และมีการนำเงินไปใช้ในการดำเนินบริหารจัดการกลุ่มจำนวน 30% ของเงินทั้งหมด</p> <p>3. ในปีพ.ศ. 2561กลุ่มมีกำไรสุทธิทั้งสิ้น 107,000 บาท และสมาชิกกลุ่มเพิ่มขึ้นเป็น 19 โดยที่ผ่านมากกลุ่มดำเนินกิจกรรมการผลิตจำนวน 120 ครั้ง ใช้ตัวแทนสมาชิกในการผลิตแค่ 10 คนต่อครั้ง จึงทำให้สมาชิกกลุ่มได้รับรับค่าแรงการผลิตต่อคนจำนวน 60 ครั้งต่อปี โดยครั้งละ 150 บาท เท่ากับคนละ 9,000 ต่อปี รวมทั้งสิ้น 171,000 บาท</p> |



ภาพที่ 4.7 แสดงกำไรสุทธิ เงินปันผล และรายได้จากค่าแรงในการผลิต

จากภาพที่ 4.7แสดงข้อมูลทางด้านกำไรสุทธิ เงินปันผล และรายได้จากค่าแรงในการผลิตพบว่า เมื่อปี พ.ศ.2559 กลุ่มได้รับกำไรสุทธิจำนวน50,000 บาทโดยปันผลกำไรทั้งหมด และไม่มีรายได้ค่าแรงในการผลิต เนื่องจากการไม่มีการหักต้นทุนค่าแรง ส่วนในปี พ.ศ.2560 กลุ่มได้รับกำไรสุทธิจำนวน40,000 บาท และได้ปันผลเพียง 70% จำนวน 28,000 บาท เนื่องจากเป็นปีที่มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารจัดการกลุ่ม และมีการพัฒนากลุ่มจึงจำเป็นต้องใช้เงินในการบริหารจัดการกลุ่มจำนวน 30% ของกำไรสุทธิ และในขณะเดียวกันกลุ่มก็ยังไม่มีการหักค่าแรงในการผลิต จน

กระทั่งในปี พ.ศ. 2561 กลุ่มได้มีการพัฒนาทางด้านการบริหารจัดการกลุ่ม ด้านการจัดการวัตถุดิบในการผลิต และด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ส่งผลให้มีรายได้เพิ่ม โดยได้รับผลกำไรสุทธิจำนวน 107,000 บาท มีการปันผลกำไรรายปี 25% (ตามระเบียบข้อบังคับกลุ่ม) จำนวน 74,900 บาท อีกทั้งยังได้เปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มทางการเงินโดยการหักต้นทุนทุกชนิด รวมทั้งค่าแรงในการผลิตต่อครั้งของสมาชิกกลุ่มคน ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มได้รับรายได้ 2 ช่องทาง คือ 1) รายได้ค่าแรงในการผลิต 2) เงินปันผลรายปี ซึ่งพบว่าในปี พ.ศ. 2561 นั้น กลุ่มได้รับรายได้ในการผลิตจำนวน 171,000 บาท ตลอดระยะเวลาหนึ่งปี ส่วนในปี พ.ศ. 2562 ตั้งแต่เดือนมกราคม - เมษายน พบว่ากลุ่มมีกำไร 60,000 บาท และรายได้ในการผลิตจำนวน 45,600 บาท แต่ยังไม่มีการปันผลกำไร

ดังนั้นจะเห็นได้จากการพัฒนาของกลุ่ม ส่งผลให้กลุ่มมีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง มีผลผลิตมากยิ่งขึ้น ผลผลิตของกลุ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น ทำให้กลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้น อันนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อีกทั้งจากความร่วมมือของประชาชนในพื้นที่ที่ผ่านมาในการต้อนรับผู้ที่มาศึกษาเรียนรู้กระบวนการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ได้เห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่กับชุมชน เพื่อคนรุ่นลูกหลานได้เรียนรู้ต่อไปได้

ตารางที่ 4.7 แสดงการคาดการณ์ผลกำไรในอีก 5 ปีข้างหน้าจากการพัฒนา

| รายการ                   | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| รายได้จากการขาย          | 388,800 | 427,680 | 466,560 | 505,440 | 544,320 |
| ต้นทุนขาย                | 256,320 | 281,952 | 307,584 | 333,216 | 358,848 |
| <b>กำไรขั้นต้น</b>       | 132,480 | 145,728 | 158,976 | 172,224 | 185,472 |
| ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน | 10,000  | 11,000  | 12,000  | 13,000  | 14,000  |
| ค่าใช้จ่ายทางการตลาด     | 15,000  | 16,500  | 18,000  | 19,500  | 21,000  |
| <b>กำไรสุทธิ</b>         | 107,480 | 118,228 | 128,976 | 139,724 | 150,472 |

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) พัฒนาการจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) และพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ที่จะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตในผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) トラโกปีวังเก่า โดยผ่านกระบวนการการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indept Interview) การจัดเวทีประชาคม การสนทนากลุ่ม (Focus group) การศึกษาดูงานด้านธุรกิจกลุ่มและรูปแบบการบริหารจัดการของกลุ่มที่ประสบความสำเร็จ และการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคโกปี (กาแฟโบราณ) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยได้วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกระบวนการดังกล่าวเพื่อใช้ในการพัฒนากลุ่ม คณะผู้วิจัยจึงได้สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม จากการศึกษการบริหารจัดการกลุ่มพบว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตใน (โกปีวังเก่า) มีการก่อตั้งกลุ่มมาหลายปีแล้วโดยมีการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) เพื่อจำหน่ายแต่มีลักษณะการรวมกลุ่มแบบหลวมๆ โดยมีนางชีติการีเยาะ ตาบาซอ เป็นประธานกลุ่ม มีการดำเนินงานกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ และยังไม่มีการจัดระบบการบริหารงานกลุ่มที่ชัดเจน ยังไม่มีกฎระเบียบของกลุ่มที่เป็นลายลักษณ์อักษร ขาดการบริหารการเงินและการบัญชี แต่มีข้อตกลงในการทำกิจกรรมร่วมกันของกลุ่ม ซึ่งการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่า มีปัญหาอยู่หลายด้าน เช่น การจัดการรายได้ที่ไม่ชัดเจน ตลอดจนแบ่งผลกำไรของกลุ่มที่ไม่เป็นระบบ ซึ่งส่งผลโดยตรงกับแรงจูงใจของสมาชิกกลุ่มในการร่วมกันพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็ง อย่างไรก็ตาม การพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็งสามารถใช้หลักการพัฒนา 5 ก ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มกิจกรรม กรรมการ กติกา และกองทุน จากการศึกษาพบว่า กระบวนการพัฒนา 5 ก นั้นสามารถพัฒนากลุ่มให้มีความเข้มแข็ง โดยสามารถทำให้ลดความขัดแย้งภายในกลุ่ม มีผลประกอบการที่เพิ่มขึ้น การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ มีการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีแผนการประชาสัมพันธ์หลายช่องทางมากขึ้น มีการปฏิบัติตามกติกา กรรมการบริหารกลุ่มได้รับความไว้วางใจจากสมาชิกกลุ่ม และมีเงินทุนหมุนเวียนในกลุ่มเพิ่มขึ้น เป็นต้น

ด้านการจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิต จากการศึกษการบริหารจัดการวัตถุดิบและกระบวนการผลิต พบว่า กลุ่มชาววัตถุดิบในการผลิต เนื่องจากในพื้นที่มีกาแฟสารไม่เพียงพอ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กลุ่มขาดความต่อเนื่องในการผลิตกาแฟโบราณ โดยที่ผ่านมา กลุ่มได้จัดซื้อกาแฟสารจากภายนอกพื้นที่เป็นส่วนใหญ่โดยผ่านพ่อค้าคนกลางในพื้นที่ อย่างไรก็ตามการพึ่งพาการซื้อกาแฟสารจากภายนอกพื้นที่นั้นก่อให้เกิดปัญหาหลายอย่างด้วยกัน เช่น ต้องจัดซื้อในราคาสูงเพราะต้องซื้อผ่านพ่อค้าคนกลาง อีกทั้งกาแฟสารที่ได้รับมีคุณภาพค่อนข้างต่ำ ซึ่งจะเห็นได้จากขนาดและสีของเมล็ดกาแฟ จึงทำให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ต่ำลงไปด้วย ดังนั้นเมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายผลิตกาแฟในเขตพื้นที่อำเภอเบตง โดยการ

รวมตัวสั่งซื้อกาแฟสารจากแหล่งผลิตวัตถุดิบโดยตรง ทำให้กลุ่มได้วัตถุดิบในการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสม อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนในการผลิตด้วย ซึ่งสามารถแก้ไขปัญหาคาแฟขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตคือกาแฟสารได้ในระยะสั้น แต่ในระยะยาวนั้นต้องรอผลผลิตจากสวนกาแฟของโรงเรียนเทศบาล 2 บ้านกาแปะกอตอ ที่อยู่ในพื้นที่ชุมชนซึ่งนักเรียนได้เป็นผู้ปลูกและดูแลรักษา และในขณะเดียวกันกลุ่มเองก็ต้องมีการขยายพื้นที่ปลูกกาแฟเพิ่มขึ้นในชุมชน รวมทั้งใช้ระบบการศึกษาเรียนรู้นอกเวลาเรียน เพื่อสนับสนุนให้เยาวชนรักทางด้านการเกษตร เพื่อรองรับการผลิตที่เพิ่มขึ้นในอนาคตด้วย ส่วนกระบวนการผลิตของกลุ่มแม่บ้านกาแปะกอตอในยังคงใช้กระบวนการหรือวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม คือ ใช้ไม้ฟันในการก่อไฟคั่วเมล็ดกาแฟสารโดยตรงเพราะมีความเชื่อว่าจะทำให้กาแฟมีรสชาติที่ดีและมีกลิ่นหอม ก่อนจะนำไปคลุกผสมกับน้ำตาลเหลวร้อน แล้ววางผึ่งจนเย็นจึงนำไปตำด้วยครกไม้จนละเอียด ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการสืบทอดมานานนับ 100 ปี อย่างไรก็ตาม กลุ่มสามารถที่จะนำเครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตได้ โดยไม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรสชาติของผลิตภัณฑ์ อันจะนำไปสู่การเพิ่มปริมาณผลผลิต และลดเวลาในการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ได้ เช่น การใช้เครื่องบดแห้งแทนครกไม้ได้ในช่วงตอนการบดลดขนาดเป็นผงโกปี (กาแฟโบราณ) โดยไม่มีผลต่อกลิ่นรสและรสชาติของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งสามารถลดการใช้แรงงาน และลดระยะเวลาในการขั้นตอนดังกล่าว เป็นต้น

ด้านการบริหารจัดการธุรกิจการผลิตและการตลาดโกปี (กาแฟโบราณ) พบว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอ (โกปีวังเก่า) ไม่มีความรู้ในด้านการบริหารจัดการทางธุรกิจ โดยเฉพาะ ด้านการบริหารองค์กร ด้านการจัดทำบัญชี และด้านการตลาด ทั้งนี้ ในด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มใช้ชื่อผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ที่ไม่มีความทันสมัยและน่าดึงดูด รวมทั้งการกำหนดราคาจำหน่ายที่ไม่มีหลักการคิดคำนวณต้นทุนกำไร เมื่อกลุ่มผลิตและจำหน่ายสินค้าแล้วจึงทำให้ไม่มีผลกำไรและขาดเงินทุนหมุนเวียน ดังนั้น ในการพัฒนาให้ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจให้กับกลุ่มแม่บ้านจึงมีความสำคัญ รวมถึงการใช้แนวทางการพัฒนาทางด้านการตลาด 4P ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นตัวตั้งในการพัฒนาทางด้านการธุรกิจ นอกจากนี้ การใช้หลักการมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการของกิจกรรม จะทำให้การพัฒนาทางด้านการธุรกิจมีความเข้มแข็งและยั่งยืนมากขึ้น เช่น กระบวนการมีส่วนร่วมในการออกแบบตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ และชื่อผลิตภัณฑ์ จะทำให้สมาชิกมีความรักที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเสมือนเป็นของตนเอง อย่างไรก็ตาม การเสริมสร้างความรู้ การเปิดโลกทัศน์ศึกษาดูงานกลุ่มที่ประสบความสำเร็จจะเป็นแนวทางให้กลุ่มแม่บ้านมองภาพในการพัฒนามากขึ้น และการมีที่ปรึกษาหรือมีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนและให้ความรู้จะทำให้กลุ่มมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตามกระบวนการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ยังคงใช้กระบวนการมีส่วนร่วมควรมีการพัฒนาเชิงนโยบาย รวมทั้งการสร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) กลุ่มผู้ปลูกกาแฟรวมทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาแบบองค์รวม และนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน

## 5.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

5.2.1 กลุ่มสามารถดำเนินการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่มทั้งในส่วนของค่าจ้างผลิตรายครั้งและเงินปันผลรายปี ลดปัญหาการต้องออกไปใช้แรงงานต่างถิ่น ส่งผลให้คุณภาพชีวิตและสถานะทางการเงินของครอบครัวดีขึ้น

5.2.2 ช่วยสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) และการปลูกกาแฟ สู่เยาวชนในพื้นที่เพื่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมท้องถิ่นต่อไป

5.2.3 เป็นแกนหลักในการบูรณาการความร่วมมือของภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ในการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในพื้นที่วิจัย

5.2.4 เป็นต้นแบบในการพัฒนากลุ่มบุคคลซึ่งรวมตัวดำเนินการในลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร ที่มีความจำเพาะในเรื่องของวัฒนธรรม

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

(1) การดำเนินการช่วยเหลือกลุ่มอาชีพให้ยั่งยืน จำเป็นต้องมีภาคีเครือข่ายของท้องถิ่นให้ความร่วมมือ

(2) การปรับทัศนคติและแนวคิดในการดำเนินงาน อาจจำเป็นต้องเปิดโอกาสให้สมาชิกได้เรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์ และต้องให้ระยะเวลาในการปรับตัว

(3) ต้องระวังไม่ให้กลุ่มขาดสภาพคล่องทางการเงิน เนื่องจากหากสมาชิกขาดรายได้จากการร่วมทำงานในกลุ่มแล้ว จำเป็นจะต้องไปหารายได้ทางอื่น จะทำให้กลุ่มขาดการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและจะสลายกลุ่มไปตามครรลองต่อไป

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรส่งเสริมการปลูกกาแฟแบบครบวงจร รวมทั้งเพิ่มพื้นที่ปลูกกาแฟในชุมชนให้มากขึ้น เพื่อลดต้นทุนการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

(2) พัฒนาลิขสิทธิ์โกปี (กาแฟโบราณ) แบบดั้งเดิมหรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีผงโกปี (กาแฟโบราณ) เป็นส่วนผสมเพื่อเพิ่มมูลค่า

(3) การนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่การรับรองมาตรฐานด้านต่างๆ

(4) สร้างเครือข่ายผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ทั้งในเขตและนอกเขตเทศบาล เพื่อเป็นพันธมิตรในด้านการถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการทำงานร่วมกันซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนากลุ่มอย่างยั่งยืน

(5) การขยายแนวคิดและรูปแบบในการดำเนินกิจการกลุ่มไปยังกลุ่มอาชีพอื่นในพื้นที่เพื่อร่วมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

(6) ติดตามผลการพัฒนา และปรับปรุงผลผลิตของกลุ่มผู้ผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ให้มี

คุณภาพคงที่สม่ำเสมอ และปริมาณมากเพียงพอกับความต้องการของตลาด โดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่และนอกพื้นที่

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2560). **แนวทางการจัดตั้งและพัฒนากลุ่มอาชีพ**. สำนักเสริมสร้าง ความเข้มแข็งชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน. สืบค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2561, จาก [file:///C:/Users/iTCOM/Downloads/Documents/171120104333\\_กลุ่มอาชีพ-รวมเล่ม-08.11.60.pdf](file:///C:/Users/iTCOM/Downloads/Documents/171120104333_กลุ่มอาชีพ-รวมเล่ม-08.11.60.pdf)
- กนกวรรณ อุทองทรัพย์. (2559). **การปรับตัวของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟในภาคเหนือภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงรายและจังหวัดเชียงใหม่**. วารสาร **วิทยาการจัดการสมัยใหม่**, 9 (1), (มกราคม-มิถุนายน). สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2561 จาก <http://www.mgts.lpru.ac.th/journal/index.php/mgts/article/view/274>
- คอตเลอร์ ฟิลลิป. (2546). **ส่วนประสมทางการตลาด**. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2561, จาก <http://spthesis.bilogspot.com>
- คุณวุฒิ คนฉลาด. (2540). **การพัฒนาองค์กร**. ชลบุรี: กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จิรัชยากรณ์ สังข์แป้น และคณะ (2554). **แนวทางการพัฒนาธุรกิจการตลาดกาแฟสดในเขตเทศบาลนครพิษณุโลก**. วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 กรกฎาคม-ธันวาคม 2554 สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2561 จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/JGNRU/issue/view/2772>
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2544). **แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- จิรพรรณ กาญจนะจิตรา. (2538). **การพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ: ฝ่ายตำราและอุปกรณ์การศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2543). **หลักการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- นันทน์ภัส ทรัพย์โชคชนกุล และคณะ. (2557). **กาแฟดอยช้าง”คุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการไทยภายใต้ตราสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม**. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal. 7 (2) (พฤษภาคม – สิงหาคม). สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2561 จาก [file:///C:/Users/IKKLASCOM60/Downloads/27378-Article%20Text-60286-1-10-20141226%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/IKKLASCOM60/Downloads/27378-Article%20Text-60286-1-10-20141226%20(2).pdf)
- ผกามาศ เพชรสิน. (2558). **ภูมิปัญญาการทำกาแฟโบราณเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวบนเส้นทางระหว่างกระบี่-เกาะลันตา กรณีศึกษา: ชุมชนบ้านร่ำหมาด อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่**. วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ. 10(1) (เมษายน-กันยายน) สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2560 จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/HUSOTSU/article/view/43625>
- พัชริหล้าแหล่ง. (2555). **แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มสหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟจังหวัดชุมพร**. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2012. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2561 จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/issue/view/1018>

- พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน. (2540). **พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์อักษรเจริญทัศน์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2552). **ส่วนประสมทางการตลาด**. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2561, จาก <http://sptthesis.bilogspot.com>
- ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรและคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2549). **ร้อยละผลผลิต (ใน) ชุมชนแนวทางการวิจัยกลยุทธ์การศึกษา**. เชียงใหม่: กู๊ดพรีนท์พรีนซ์ติ้ง.
- สินี ช่วงฉ่ำ และติลก สารสวัสดิ์. (2544). **ความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาอุตสาหกรรม**. มข.วิจัย, 3(2), 21.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12, (2560-2564)**. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2560 จาก <https://www.nesdb.go.th>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรกระทรวงเกษตรสหกรณ์. (2560). **ยุทธศาสตร์กาแฟ ปี 2560 - 2564**. สืบค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2560, จาก [www.oae.go.th](http://www.oae.go.th).
- สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟจังหวัดชุมพร จำกัด. Veridian E-Journal, SU.5 (2)1, (มกราคม-เมษายน) สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2560 จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/issue/view/1018>
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาดการวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเพ็กซ์.
- สมยศ นาวิการ. (2545). **การบริหารแบบมีส่วนร่วม**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงกุล. (2543). **กลยุทธ์การตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนงค์ อนันตริยเวช. (2539). **การมีส่วนร่วมในการบริหารมหาวิทยาลัยของอาจารย์มหาวิทยาลัยไทยทางศึกษาเชิงประวัติศาสตร์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกชัย กิสุพันธ์. (2538). **การบริหารทักษะและการปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.



## ภาษาอังกฤษ

- Argyris, C. (1964). **Interpersonal competence and organizational effectiveness**. Homewood: Irwin-Dorsey.
- Arnstein, S. R. (1969). **A Ladder of Citizen Participation**. Journal of the American Institute of Planners, 35(4), 216 – 224.
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). **Marketing, an introduction (9th ed.)**. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Asmat-Nizam Abdul-Talib Samshul-Amry Abdul-Latif Norhayati Zakaria, (2011), "**Gloria Jean's Coffee in Malaysia** ", Emerald Emerging Markets Case Studies, Vol. 1 Iss 1 pp. 1 – 7.
- Etzel, Michael J.; Walker, Bruce J.; & Stanton, William J. (2007) .**Marketing**. 14th ed. Boston: McGraw – Hill.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (1996). **Principles of Marketing (8th ed)**. Prentice-Hall, Inc.
- Maria-Alejandra Gonzalez-Perez Santiago Gutierrez-Viana, (2014), "**Cooperation in coffee markets: the case of Vietnam and Colombia**", Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies, Vol. 2 Iss 1 pp. 57 – 73.
- Siti Nurbaya Abdul Rahman. (2010). **MALAYSIAN COFFEE CULTURE: A RESEARCH OF SOCIAL ASPECT, BRANDING AND DESIGN. (Master Thesis)**. Art History & Cultural Management (AD771), Faculty of Art & Design, UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA.
- Yeo Sing Yee and Joyce Leu Fong Yuen. (2014). **THE RECRUITMENT OF MIGRANT WORKERS IN THE FOOD SERVICE INDUSTRY IN MALAYSIA. A STUDY OF OLD TOWN WHITE COFFEE AND PAPA RICH KOPITIAM**. International Journal of Business, Economics and Management, 1(10): 291-304.

### บุคลากรกรม

นิคม ศิลปสร.ประธานกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกาแฟถ้ำสิงห์ ตำบลถ้ำสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร.  
(15 พฤศจิกายน 2560 ).สัมภาษณ์.

นัด ดวงใจ.ประธานกลุ่ม สหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟจังหวัดชุมพร จำกัด ถนนท่าแซะ-ปะทิว ตำบลท่าแซะ  
จังหวัดชุมพร.(14 พฤศจิกายน 2560).สัมภาษณ์.

เสนอ ศรีคง.กลุ่มแม่บ้านหนองแซะสามัคคี ตำบลนาสัก อำเภอสวี จังหวัดชุมพร. (16 พฤศจิกายน  
2560).สัมภาษณ์.

## ภาคผนวก

ภาคผนวก  
ก  
เครื่องมือการวิจัย

## แบบสัมภาษณ์ภาคีความร่วมมือทางการวิจัย

### แบบสัมภาษณ์กลุ่มภาคีร่วม

ชื่อหน่วยงาน.....

บุคคลให้สัมภาษณ์.....

วันที่.....

เวลา.....

### แบบสัมภาษณ์ภาคีความร่วมมือทางการวิจัย

1.นโยบายขององค์กรในการพัฒนากลุ่มผลิตกาแฟ

.....

2.การสนับสนุนขององค์กรของท่านต่อกลุ่มผลิตกาแฟในพื้นที่

.....

3.มุมมองการพัฒนากลุ่มผลิตกาแฟของท่านเป็นอย่างไร

.....

4.แนวทางการพัฒนากลุ่มกาแฟในความคิดของท่าน

.....

5.แนวโน้มการบริโภคโกโก้หรือกาแฟ

.....

6.คำแนะนำและข้อเสนอแนะ

.....

.....

ศึกษาดูงาน เพื่อเสริมความรู้ เพิ่มประสบการณ์ และสร้างเครือข่ายผู้ผลิตกาแฟ โดยศึกษาดูงานอย่างละเอียดในทุกมิติ

สถานที่ 1 .....

| หัวข้อ                                    | ข้อมูลจากสถานที่ที่ดูงาน | ความเห็นของกลุ่ม |
|-------------------------------------------|--------------------------|------------------|
| <b>1)- ด้านการผลิต</b>                    |                          |                  |
| <b>1.1) ก่อนการผลิต</b>                   |                          |                  |
| -การจัดหาวัตถุดิบ                         |                          |                  |
| -สเปกวัตถุดิบ                             |                          |                  |
| -แหล่งที่มาของวัตถุดิบ                    |                          |                  |
| -กระบวนการเตรียมวัตถุดิบ                  |                          |                  |
| -การตรวจเช็คคุณภาพ                        |                          |                  |
| -การจัดเก็บ                               |                          |                  |
| <b>1.2) ระหว่างการผลิต</b>                |                          |                  |
| -ประเภทและคุณสมบัติของเครื่องจักร         |                          |                  |
| -เทคนิคการผลิต                            |                          |                  |
| -การขอมาตรฐานต่างๆ                        |                          |                  |
| -กระบวนการเตรียมวัตถุดิบ                  |                          |                  |
| -การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ผลิตเองหรือใครสั่งทำ) |                          |                  |
| -การตรวจสอบเช็คคุณภาพ                     |                          |                  |
| <b>1.3) หลังการผลิต</b>                   |                          |                  |
| -การทำตามรีบอร์เตอร์หรือผลิตไปตามนโยบาย   |                          |                  |
| -กระบวนการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์              |                          |                  |
| -อายุการเก็บรักษา                         |                          |                  |
| -การกระจายสินค้า                          |                          |                  |
| -การตรวจเช็คคุณภาพ                        |                          |                  |
| -บริการหลังการขาย                         |                          |                  |
| -การตรวจสอบสินค้าหลังกระจายสินค้า         |                          |                  |
| -การจัดเก็บ                               |                          |                  |
| <b>2)ด้านการจัดการธุรกิจ</b>              |                          |                  |
| <b>2.1)ด้านผลิตภัณฑ์</b>                  |                          |                  |
| -แบรนด์หรือชื่อสินค้า                     |                          |                  |
| -บรรจุภัณฑ์ (รูปแบบ)                      |                          |                  |
| -ขนาด                                     |                          |                  |
| <b>2.2)ด้านการจัดจำหน่าย</b>              |                          |                  |
| ช่องทางการจัดจำหน่าย                      |                          |                  |
| <b>2.3)ด้านการสนับสนุนการขาย</b>          |                          |                  |

| หัวข้อ                                                                                                                                                                                                | ข้อมูลจากสถานที่ทำงาน | ความเห็นของกลุ่ม |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------|
| -วิธีการประชาสัมพันธ์                                                                                                                                                                                 |                       |                  |
| -วิธีการประชาสัมพันธ์ออนไลน์                                                                                                                                                                          |                       |                  |
| 2.4)ด้านราคา                                                                                                                                                                                          |                       |                  |
| 2.5)แผนธุรกิจของกลุ่ม                                                                                                                                                                                 |                       |                  |
| <b>3)ด้านบริหารจัดการกลุ่ม</b>                                                                                                                                                                        |                       |                  |
| 3.1)สมาชิก                                                                                                                                                                                            |                       |                  |
| <b>ก1 : กลุ่ม/สมาชิก</b> (ที่มีความสนใจพร้อมที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินงานของกลุ่ม สมาชิกกลุ่มโดยทั่วไป มี 3 ประเภท คือ สมาชิกสามัญ สมาชิกกิตติมศักดิ์ สมาชิกสมทบ)                                 |                       |                  |
| 3.2) กรรมการกลุ่ม                                                                                                                                                                                     |                       |                  |
| <b>ก2 : กรรมการ</b> (ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก กรรมการฝ่ายต่างๆ ตามความเหมาะสม เช่นฝ่ายการผลิต ฝ่ายการตลาด ฝ่ายผลิตภัณฑ์)                                                                   |                       |                  |
| 3.3)กติกาและกฎระเบียบ                                                                                                                                                                                 |                       |                  |
| <b>ก3 : กฎ กติกา ระเบียบข้อบังคับกลุ่ม</b> (เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติร่วมกัน ระหว่างสมาชิกและคณะกรรมการ ที่เป็นลายลักษณ์อักษร และสมาชิกรับทราบ)                                                       |                       |                  |
| 3.4) กิจกรรม                                                                                                                                                                                          |                       |                  |
| <b>ก4 : กองทุน</b> (ปัจจัย เงินหรือเครื่องมือ ที่ทำให้กิจกรรมของกลุ่มดำเนินการได้และบรรลุตามวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ที่มาของทุนเช่น ระดมทุนจากสมาชิก(ลงหุ้น) ขอรับการสนับสนุนเงินกู้/เงินยืม เงินบริจาค) |                       |                  |
| 3.5)กิจกรรม                                                                                                                                                                                           |                       |                  |
| <b>ก5 : กิจกรรม</b> (สิ่งที่ร่วมกันปฏิบัติ เพื่อสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนและชุมชน กิจโดยมีการกำหนดแผนกิจกรรมต่างๆ เช่น ประชุม การผลิต การจำหน่าย การเสริมสร้างความรู้)                               |                       |                  |

## การเปรียบเทียบวิธีการผลิตโกปี

### 1.วิธีการทดลอง

#### 1.1 การเตรียมกาแฟ

นำกาแฟสารและกาแฟคั่วสำเร็จโรบัสต้า จากสหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟจังหวัดชุมพรจำกัด จังหวัดชุมพร มาเก็บในถุงออลูมิเนียมฟอยด์ซีลสุญญากาศเก็บรักษาที่อุณหภูมิห้องก่อนนำมาทดลองเป็นเวลาไม่เกิน 1 เดือน

#### 1.2 การเตรียมน้ำตาล

เคี่ยวน้ำตาลโดยใช้น้ำตาลทรายขาวผสมกับน้ำตาลอ้อย ตามสูตรและอัตราส่วนในตารางที่ 1.2 โดยเคี่ยวน้ำตาลตามสูตรดังกล่าวจนน้ำตาลมีลักษณะเหมือนคาราเมลโดยใช้เวลา 10 นาที

ตารางที่ 1.2 แสดงส่วนผสมการผลิตโกปี

| ส่วนผสมโกปี   | ปริมาณ (กรัม) |
|---------------|---------------|
| กาแฟ          | 8,000         |
| น้ำตาลทรายขาว | 6,000         |
| น้ำตาลอ้อย    | 10,000        |
| รวม           | 24,000        |

### 2.การลดขนาดโกปี

#### 2.1การลดขนาดโกปีด้วยตำครกไม้

นำกาแฟสารที่ผ่านการคั่ว หรือกาแฟที่คั่วสำเร็จแล้ว มาผสมกับน้ำตาลที่เคี่ยวจนเป็นคาราเมลผสมให้เข้ากัน จากนั้นตักใส่ถาดเพื่อผึ่งให้เย็นแล้วนำมาตำด้วยครกไม้โดยใช้แรงงานคนในการตำกาแฟ จากนั้นนำมา ร่อนด้วยตะแกรงเพื่อให้ได้ส่วนที่เป็นผงละเอียด ส่วนที่ไม่ละเอียดนำไปตำและร่อนใหม่จนได้ผงละเอียด สมบูรณ์ และบรรจุถุงออลูมิเนียมฟอยด์

#### 2.2การลดขนาดโกปีด้วยเครื่องบดแห้ง

นำกาแฟสารที่ผ่านการคั่ว หรือกาแฟที่คั่วสำเร็จแล้ว มาผสมกับน้ำตาลที่เคี่ยวจนเป็นคาราเมลผสมให้เข้ากัน จากนั้นตักใส่ถาดเพื่อผึ่งให้เย็น แล้วนำไปบดด้วยเครื่องบดแห้งจนละเอียด จากนั้นนำมา ร่อนด้วย ตะแกรงเพื่อให้ได้ส่วนที่เป็นผงละเอียด ส่วนที่ไม่ละเอียดนำไปบดและร่อนใหม่จนได้ผงละเอียดสมบูรณ์ และ บรรจุถุงออลูมิเนียมฟอยด์



### 3.การพัฒนากรรมวิธีการผลิตโกปี

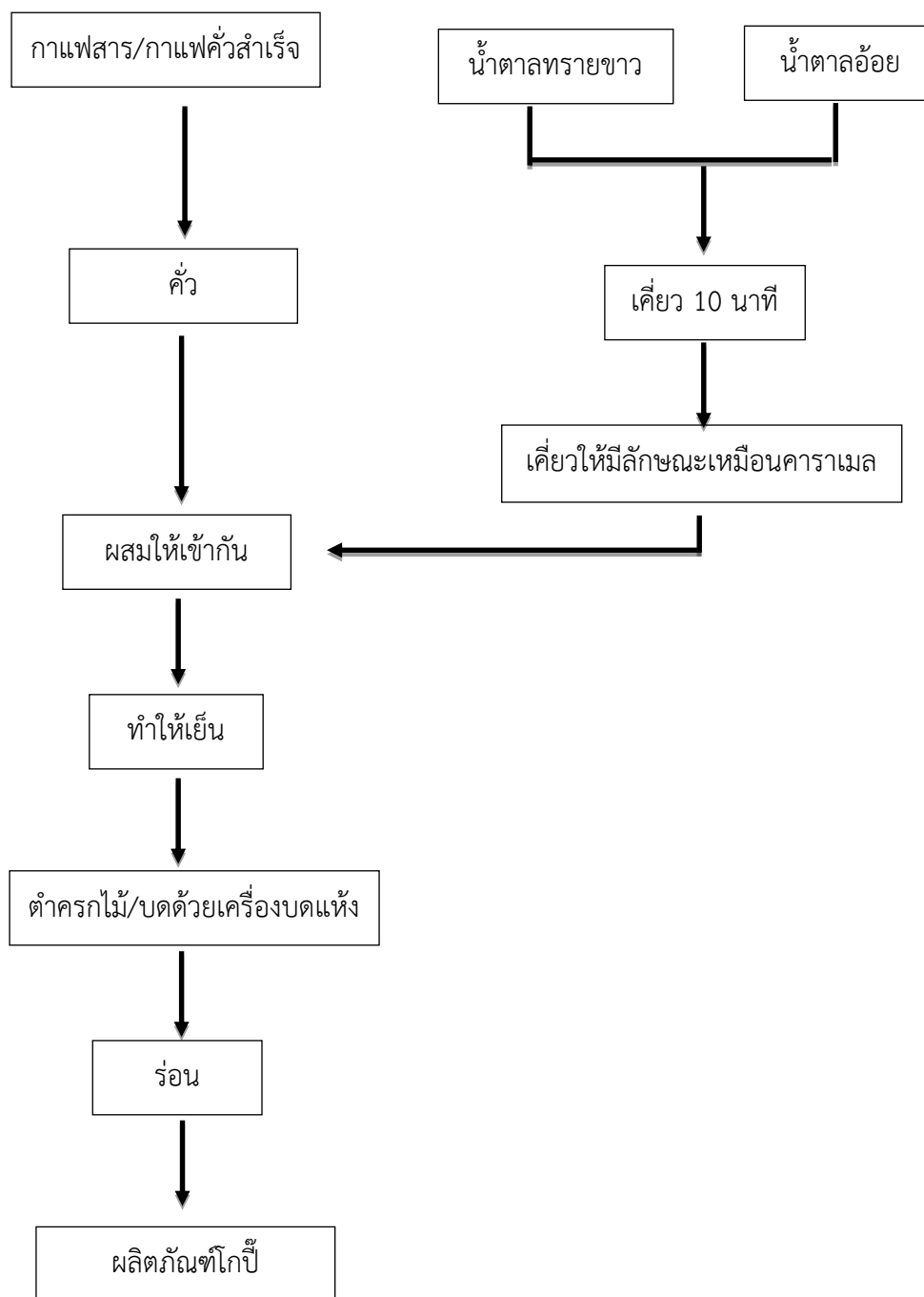
การพัฒนากรรมวิธีการผลิตโกปีจากสูตรต้นแบบจากตารางที่ 3.1 มาเปรียบเทียบกับการใช้กาแฟคั่วสำเร็จ และการใช้เครื่องบดแห้ง เพื่อลดระยะเวลาในการผลิต โดยมีกรรมวิธี ดังนี้

ตารางที่ 3.1 กรรมวิธีการในการผลิต

| กรรมวิธีที่ | วัตถุดิบตั้งต้น | กระบวนการคั่ว | กระบวนการลดขนาด | หมายเหตุ |
|-------------|-----------------|---------------|-----------------|----------|
| 1           | กาแฟสาร         | ไม่ผืน        | ครกไม้          | ดั้งเดิม |
| 2           | กาแฟสาร         | ไม่ผืน        | เครื่องบดแห้ง   |          |
| 3           | กาแฟคั่วสำเร็จ  | ไม่ผืน        | ครกไม้          |          |
| 4           | กาแฟคั่วสำเร็จ  | ไม่ผืน        | เครื่องบดแห้ง   |          |

สำหรับขั้นตอนการผลิตโกปี ดังภาพที่ 3.1 โดยการนำกาแฟสารมาคั่วโดยใช้ไม่ผืน คั่วกาแฟจนเป็นสีดำ และมีกลิ่นไหม้ แล้วนำมาผักไว้ ผสมน้ำตาลทรายและน้ำตาลอ้อยเคี้ยวจนเป็นคาราเมลเหนียว สีดำเมื่อดึงจะเป็นเส้นยืดสีดำ หลังจากนั้นนำกาแฟที่ผ่านการคั่วมาผสมกับน้ำตาลที่ผ่านการเคี้ยว ตักขึ้นใส่ถาดอลูมิเนียมพักให้เย็น แล้วนำไปตำในครกไม้ จนละเอียด แล้วนำไปร่อนนำส่วนที่เป็นกากมาตำใหม่จนละเอียดและร่อนใหม่ทำไปเรื่อยจนหมด สำหรับกระบวนการวิธีการผลิตแบบใหม่แบ่งเป็นสองส่วน กระบวนการที่ 1 ใช้กาแฟคั่วเข้มสำเร็จมาใช้แทนกาแฟสารเพื่อลดระยะเวลาในการคั่ว และกระบวนการที่ 2 ใช้เครื่องบดแห้งแทนการใช้ครกไม้ในการตำ

### แบบกระบวนการทดลองในการพัฒนาสูตร



ภาพที่ 3.1 แสดงแบบกระบวนการทดลองในการพัฒนาสูตร

#### 4.การตรวจสอบและประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์

การตรวจสอบคุณภาพด้านสี โดยมีการวางแผนการทดลองแบบสุ่มอย่างสมบูรณ์ (Completely Randomized Design, CRD) โดยแบ่งการทดลองเป็น 4 สิ่งทดลอง ทำการทดลองสิ่งทดลองละ 3 ซ้ำ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดย Duncan's Multiple Range Test (DMRT) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยมีปัจจัยที่ทำการตรวจสอบและประเมินคุณภาพ ดังนี้

การตรวจสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัส วางแผนการทดลองแบบสุ่มในบล็อกสมบูรณ์ (Randomized Complete Block Design, RCBD) โดยแบ่งการทดลองเป็น 4 สิ่งทดลอง ทำการทดลองสิ่งทดลองละ 3 ซ้ำ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดย Duncan's Multiple Range Test (DMRT) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยคุณภาพทางประสาทสัมผัสทำการประเมินความชอบ เพื่อหาการยอมรับของผู้บริโภคในด้าน สี กลิ่น กลิ่นรส รสชาติ และความชอบโดยรวม โดยการให้คะแนนแบบ Hedonic Scale (คะแนน 1-7) โดยใช้ผู้ทดสอบชิมที่เป็นผู้ผลิต จำนวน 15 คน และผู้ทดสอบชิมมีความคุ้นเคยกับการดื่มโกโก้ จำนวน 100 คน ในการประเมินผลิตภัณฑ์ทดลอง และการทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

#### 5.การทดสอบค่าสีของน้ำโกโก้

จากการทดลองการพัฒนากรรมวิธีในการผลิตโกโก้ (กาแฟโบราณ) โดยใช้กาแฟสารและกาแฟคั่วสำเร็จ และใช้ครกตำ และเครื่องบดแห้งเปรียบเทียบกับกรรมวิธีเดิมของการผลิตโกโก้ กาแฟโบราณวังเก่า ที่ผลิตโดยกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน ชุมชนบ้านกาแปะกอตอใน ตำบลเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา พบว่า เมื่อทดสอบทางกายภาพโดยการวัดค่าสีของผลิตภัณฑ์โกโก้ชนิดผง และเครื่องดื่มโกโก้ ที่ได้จากการนำผงโกโก้ 4 กรัม มาละลายน้ำร้อน 150 มิลลิลิตร แล้วนำมาวัดค่าสีด้วยเครื่อง Colour reader แสดงผลดังตารางที่ 5.1พบว่าผงโกโก้ และน้ำโกโก้ที่พัฒนาขึ้นทั้ง 3 กรรมวิธี ไม่มีความแตกต่างกับผลิตภัณฑ์โกโก้ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแปะกอตอใน

ตารางที่ 5.1แสดงการวิเคราะห์หาค่าสีผลิตภัณฑ์โกโก้ที่

| ผลิตภัณฑ์<br>โกโก้ | ค่าสี           | กรรมวิธี   |            |            |            |
|--------------------|-----------------|------------|------------|------------|------------|
|                    |                 | A          | B          | C          | D          |
| ผง                 | L <sup>ns</sup> | 13.40±1.70 | 14.27±0.97 | 13.37±1.72 | 14.30±1.19 |
|                    | a <sup>ns</sup> | 5.27±1.50  | 5.03±1.14  | 4.20±0.57  | 4.50±1.42  |
|                    | b <sup>ns</sup> | 2.77±4.44  | 3.07±3.27  | 1.63±2.12  | 3.40±2.25  |
| เครื่องดื่ม        | L <sup>ns</sup> | 24.96±0.23 | 24.66±0.12 | 24.56±0.10 | 24.90±0.26 |
|                    | a <sup>ns</sup> | 0.07±0.40  | -0.27±0.26 | -0.33±0.12 | -0.23±0.12 |
|                    | b <sup>ns</sup> | 1.63±0.36  | 1.30±0.10  | 1.43±0.06  | 1.50±0.25  |

จากตารางที่ 5.1 พบว่ากรรมวิธีที่ 1 กาแฟสาร - คั่ว - คั่วผสมน้ำตาล - ตำด้วยครกไม้ (กรรมวิธีดั้งเดิม) (A), กรรมวิธีที่ 2 กาแฟสาร - คั่ว - คั่วผสมน้ำตาล - บดด้วยเครื่องบดแห้ง (B), กรรมวิธีที่ 3 กาแฟคั่วสำเร็จ - คั่ว

ผสมน้ำตาล – ต้มด้วยครกไม้ (C) และ กรรมวิธีที่ 4 กาแฟคั่วสำเร็จ – คั่วผสมน้ำตาล – บดด้วยเครื่องบดแห้ง (D)

อักษร ns แสดงว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ )

L = ค่าความสว่าง (0 = สีดำนํ, 100 = สีขาว), a = ค่าความแดง/ค่าความเขียว (+ = สีแดง, - = สีเขียว) และ b = ค่าความเหลือง/ค่าความน้ำเงิน (+ = สีเหลือง, - = สีน้ำเงิน)

## 6.การทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์โกโก้

จากการศึกษาการทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์โกโก้ โดยวิธี 7 Point hedonic scale โดยทดสอบลักษณะทางประสาทสัมผัสในด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ ความรู้สึกหลังกลืน และความชอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์โกโก้ พบว่าผู้ทดสอบชิมที่เป็นผู้ผลิตให้คะแนนการยอมรับในด้านรสชาติ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่ให้การยอมรับด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่นรส ความรู้สึกหลังกลืน และความชอบโดยรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) โดยผู้ทดสอบชิมให้คะแนนการยอมรับด้านลักษณะที่ปรากฏ และสีของผลิตภัณฑ์โกโก้กรรมวิธีที่ 2 (B) โดยการนำกาแฟสารมาคั่ว และคั่วผสมกับน้ำตาลที่เคี่ยวจนเป็นคาราเมลแล้วนำมาบดด้วยเครื่องบดแห้ง มีลักษณะใกล้เคียงผลิตภัณฑ์โกโก้แบบดั้งเดิมของกลุ่ม (A) แต่ในกรรมวิธีที่มีการใช้กาแฟคั่วสำเร็จ ทั้งที่ผ่านการต้มด้วยครก หรือใช้เครื่องบด พบว่าการยอมรับของผู้ทดสอบชิมที่เป็นผู้ผลิตคะแนน ในด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น ความรู้สึกหลังกลืนและความชอบโดยรวมน้อยกว่ากรรมวิธีการใช้กาแฟสาร เนื่องจากในกระบวนการคั่วกาแฟสำหรับการผลิตโกโก้ขึ้นมีการคั่วกาแฟจนกาแฟไหม้ ทำให้เกิดกลิ่นรสเฉพาะ ทำให้เกิดการยอมรับได้น้อยกว่าในกรรมวิธีที่ใช้กาแฟคั่วสำเร็จ ในส่วนของกลิ่น ความรู้สึกหลังกลืนและความชอบโดยรวมพบว่ากรรมวิธีที่ใช้กาแฟสาร นั้นผู้ทดสอบชิมให้การยอมรับมากกว่ากรรมวิธีที่ใช้กาแฟคั่วสำเร็จ สำหรับการใช้เครื่องบดแห้งหรือใช้ครกตำในขั้นตอนการทำให้ละเอียด ไม่มีผลต่อการแยกความแตกต่างได้ เนื่องจากลักษณะที่ได้ไม่มีความแตกต่างกัน (ตารางที่ 6.1)

ตารางที่ 6.1 แสดงการวิเคราะห์คุณภาพทางประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์โกโก้โดยผู้ทดสอบชิมที่เป็นผู้ผลิต

| ลักษณะทางประสาทสัมผัส | กรรมวิธี               |                         |                         |                        |
|-----------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------|
|                       | A                      | B                       | C                       | D                      |
| ลักษณะปรากฏ           | 5.63±1.24 <sup>a</sup> | 5.24±1.71 <sup>a</sup>  | 5.02±1.47 <sup>ab</sup> | 4.22±1.65 <sup>b</sup> |
| สีของโกโก้            | 5.85±1.26 <sup>a</sup> | 5.66±0.96 <sup>a</sup>  | 5.46±1.67 <sup>a</sup>  | 4.29±1.63 <sup>b</sup> |
| กลิ่นโกโก้            | 5.76±1.11 <sup>a</sup> | 5.27±1.25 <sup>ab</sup> | 4.51±1.76 <sup>b</sup>  | 4.46±1.52 <sup>b</sup> |
| รสชาติของโกโก้        | 4.93±1.54              | 4.59±1.69               | 4.44±1.76               | 4.20±1.81              |
| ความรู้สึกหลังกลืน    | 5.60±1.20 <sup>a</sup> | 5.36±1.37 <sup>ab</sup> | 5.20±1.50 <sup>ab</sup> | 5.11±1.87 <sup>b</sup> |
| ความชอบโดยรวม         | 5.63±0.92 <sup>a</sup> | 5.17±1.34 <sup>ab</sup> | 4.68±1.47 <sup>b</sup>  | 4.59±1.79 <sup>b</sup> |

จากตารางที่ 6.1 พบว่ากรรมวิธีที่ 1 กาแฟสาร - คั่ว - คั่วผสมน้ำตาล - ตำด้วยครกไม้ (กรรมวิธีดั้งเดิม) (A), กรรมวิธีที่ 2 กาแฟสาร - คั่ว - คั่วผสมน้ำตาล - บดด้วยเครื่องบดแห้ง (B), กรรมวิธีที่ 3 กาแฟคั่วสำเร็จ - คั่วผสมน้ำตาล - ตำด้วยครกไม้ (C) และ กรรมวิธีที่ 4 กาแฟคั่วสำเร็จ - คั่วผสมน้ำตาล - บดด้วยเครื่องบดแห้ง (D) อักษร <sup>a, b</sup> ที่แตกต่างกันในแนวนอนแสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ )

ตารางที่ 6.2 แสดงการวิเคราะห์คุณภาพทางประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์โกโก้โดยผู้ทดสอบชิมที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป

| ลักษณะทางประสาทสัมผัส | กรรมวิธี                |                        |                        |                        |
|-----------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
|                       | A                       | B                      | C                      | D                      |
| ลักษณะที่ปรากฏ        | 5.42±1.57 <sup>ab</sup> | 5.32±1.65 <sup>b</sup> | 5.64±1.11 <sup>a</sup> | 5.63±1.54 <sup>a</sup> |
| สี                    | 5.07±1.95 <sup>ab</sup> | 4.87±1.25 <sup>b</sup> | 5.75±1.86 <sup>a</sup> | 5.76±1.96 <sup>a</sup> |
| กลิ่น                 | 5.16±1.71 <sup>b</sup>  | 5.25±1.45 <sup>b</sup> | 6.06±1.42 <sup>a</sup> | 5.91±1.86 <sup>a</sup> |
| รสชาติ                | 4.73±1.20 <sup>b</sup>  | 4.67±1.69 <sup>b</sup> | 5.74±1.86 <sup>a</sup> | 5.82±1.11 <sup>a</sup> |
| ความชอบโดยรวม         | 5.13±1.92 <sup>b</sup>  | 5.27±1.84 <sup>b</sup> | 5.68±1.17 <sup>a</sup> | 5.54±1.19 <sup>a</sup> |

ตารางที่ 6.2 พบว่ากรรมวิธีที่ 1 กาแฟสาร - คั่ว - คั่วผสมน้ำตาล - ตำด้วยครกไม้ (กรรมวิธีดั้งเดิม) (A), กรรมวิธีที่ 2 กาแฟสาร - คั่ว - คั่วผสมน้ำตาล - บดด้วยเครื่องบดแห้ง (B), กรรมวิธีที่ 3 กาแฟคั่วสำเร็จ - คั่วผสมน้ำตาล - ตำด้วยครกไม้ (C) และ กรรมวิธีที่ 4 กาแฟคั่วสำเร็จ - คั่วผสมน้ำตาล - บดด้วยเครื่องบดแห้ง (D) อักษร <sup>a, b</sup> ที่แตกต่างกันในแนวนอนแสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ )

เมื่อนำผลิตภัณฑ์โกโก้ไปทดสอบคุณภาพทางประสาทสัมผัสโดยผู้ทดสอบชิมที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป ทำการทดสอบลักษณะทางประสาทสัมผัสในด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ และความชอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์โกโก้ตารางที่ 6.2 พบว่าผู้ทดสอบชิมที่เป็นผู้บริโภคทั่วไปใช้คะแนนความชอบในผลิตภัณฑ์โกโก้ที่ผลิตจากกาแฟคั่วสำเร็จในทุกลักษณะ ทั้งจากการบดด้วยเครื่องบดแห้ง และครกตำ เนื่องจากผู้บริโภคทั่วไปให้เหตุผลว่า มีความหอมกว่า โกโก้ที่ผลิตจากกาแฟสาร อาจเนื่องมาจากกาแฟที่ผ่านการคั่วสำเร็จที่ใช้ในการผลิตเป็นการคั่วเข้มและระบบการคั่วเป็นแบบปิดทำให้มีการกักความหอมได้ดีกว่า และไม่ได้คั่วจนถึงขั้นคั่วจนไหม้ เหมือนกับที่ทางผู้ผลิตโกโก้ จึงทำให้มีกลิ่นรสที่ดีกว่า มีกลิ่นของกาแฟสูงกว่ากาแฟที่ผ่านการคั่วจนไหม้ แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ทางผู้วิจัยเลยเลือกวัตถุดิบแบบเดิม คือการใช้กาแฟสาร เนื่องจากผู้ผลิตให้การยอมรับมากกว่า การใช้กาแฟคั่วสำเร็จมาผลิตโกโก้ และสามารถควบคุมคุณภาพในการผลิตได้ดีกว่าจากความชำนาญของผู้ผลิต และได้ปรับเปลี่ยนกระบวนการลดขนาดของผลิตภัณฑ์โกโก้โดยการใช้เครื่องบดแห้ง เนื่องจากไม่มีความแตกต่างกันในด้านการผลิต อีกทั้งยังสามารถลดระยะเวลาในการผลิตได้

ตารางที่ 6.3เปรียบเทียบกระบวนการผลิตโกโก้แบบดั้งเดิม และแบบใหม่

| ลำดับ | กระบวนการผลิตดั้งเดิม                                                           | กระบวนการผลิตใหม่                                                  |                                                                          | ผลที่คาดว่าจะได้รับ                          |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
|       | กาแฟसार                                                                         | กาแฟसार                                                            | กาแฟคั่วสำเร็จ                                                           |                                              |
| 1     | คั่วกาแฟ                                                                        |                                                                    |                                                                          |                                              |
|       | -ใช้กระทะ<br>-ใช้ไม้ผืน<br>-ใช้คน จำนวน 2 คน<br>-ระยะเวลาในการคั่ว 60 – 90 นาที | -ใช้กระบวนการเดิม                                                  | -ลดขั้นตอนการคั่ว<br>ระยะเวลาในการคั่ว 10 - 15 นาที<br>-ใช้คน จำนวน 1 คน | -ลดระยะเวลาในการคั่วลง<br>-ลดแรงงานในการผลิต |
| 2     | เคียนน้ำตาล                                                                     |                                                                    |                                                                          |                                              |
|       | -ใช้ไม้ผืน<br>-ใช้คน จำนวน 2 คน                                                 | -ใช้กระบวนการเดิม                                                  | -ใช้กระบวนการเดิม                                                        | -ใช้กระบวนการเดิม                            |
| 3     | ตำกาแฟ                                                                          |                                                                    |                                                                          |                                              |
|       | -ใช้ครกไม้<br>-ใช้คน จำนวน 2-3 คน<br>-ระยะเวลาในการตำ 1-2 ชั่วโมง               | -ใช้เครื่องบดแท่ง<br>-ใช้คน จำนวน 1 คน<br>-ระยะเวลาในการบด 10 นาที | -ใช้เครื่องบด<br>-ใช้คน จำนวน 1 คน<br>-ระยะเวลาในการคั่ว 10 นาที         | -ลดระยะเวลาในการตำกาแฟ<br>-ลดแรงงานในการผลิต |
| 4     | ร่อน                                                                            |                                                                    |                                                                          |                                              |
|       | -ใช้คน จำนวน 2 คน<br>-ระยะเวลาในการร่อน 30-45 นาที                              | -ใช้คน จำนวน 2 คน<br>-ระยะเวลาในการร่อน 30-45 นาที                 | -ใช้คน จำนวน 2 คน<br>-ระยะเวลาในการร่อน 30-45 นาที                       | -ใช้กระบวนการเดิม                            |
| 5     | บรรจุ                                                                           |                                                                    |                                                                          |                                              |
|       | -ใช้คน จำนวน 2 คน<br>-ระยะเวลาในการบรรจุ 30 นาที                                | -ใช้คน จำนวน 2 คน<br>-ระยะเวลาในการบรรจุ 30 นาที                   | -ใช้คน จำนวน 2 คน<br>-ระยะเวลาในการบรรจุ 30 นาที                         | -ใช้กระบวนการเดิม                            |

**ผลที่ได้รับ**

- ลดระยะเวลาในการผลิตลงโดยการใช้เครื่องมือในการบดกาแฟ
- ลดการใช้แรงงานในการผลิต เพื่อลดต้นทุนในการผลิต
- กระบวนการผลิตใหม่ไม่มีผลต่อรสชาติของโกโก้ในกรณีการใช้กาแฟसार
- ปรับปรุงกลิ่นรสของผลิตภัณฑ์โกโก้โดยการใช้กาแฟคั่วสำเร็จ ทำให้เพิ่มกลิ่นรสให้มีความหอมขึ้น

ภาคผนวก  
ข  
เครื่องมือการบริหารจัดการกลุ่ม





## 1.2 แบบฟอร์มสมัครเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรกาแป๊ะกอตอใน

เลขที่สมาชิก.....

ใบสมัครเข้าเป็นสมาชิก

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรกาแป๊ะกอตอในตำบลเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

เขียนที่.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

1. ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....วัน/เดือน / ปีเกิด.....  
 อายุ.....ปี บัตรประชาชนเลขที่.....อยู่บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตำบล.....  
 อำเภอ..... จังหวัด.....หมายเลขโทรศัพท์.....

## 2. อาชีพและรายได้

2.1 อาชีพหลัก.....รายได้เฉลี่ยเดือนละ.....บาท

2.2 อาชีพรอง.....รายได้เฉลี่ยเดือนละ.....บาท

## 3. ข้าพเจ้าขอสมัครเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรกาแป๊ะกอตอใน

ข้าพเจ้าเข้าใจหลักการ วัตถุประสงค์ ของกลุ่มเป็นอย่างดี สัญญาว่าจะปฏิบัติตามระเบียบ  
 ข้อบังคับของกลุ่มโดยเคร่งครัด และขอรับรองว่าข้อความที่กล่าวมาข้างต้นเป็นจริงทุกประการ พร้อม  
 ใบสมัครนี้ ได้ส่งเงินค่าสมัครและค่าธรรมเนียมแรกเข้ามาแล้วด้วยแล้ว จำนวนเงิน.....  
 บาท.....หุ้น

(ลงชื่อ).....ผู้สมัคร

(.....)

## ความเห็นคณะกรรมการ

ได้รับใบสมัครของ (นาย/นาง/นางสาว).....  
 แล้ว เห็นว่า

☐ มีคุณสมบัติครบถ้วน ควรรับเป็นสมาชิกเลขที่.....ตั้งแต่วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

☐ ไม่ควรรับ เพราะ.....

(ลงชื่อ).....พยาน/กรรมการ  
 (.....)

(ลงชื่อ).....ประธานกลุ่ม  
 (.....)

...../...../.....

(ลงชื่อ).....พยาน/กรรมการ  
 (.....)



**ระเบียบข้อบังคับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอใน (โกปีวังเก่า) ตำบลเบตง  
อำเภอเบตง จังหวัดยะลา**

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอใน (โกปีวังเก่า) ตำบลเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ได้จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ ตลอดจนการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ให้แก่สมาชิกกลุ่ม โดยเน้นการมีส่วนร่วม การทำงานเป็นกลุ่ม สร้างความสามัคคีของสมาชิกในกลุ่ม และสร้างความเข้มแข็งของชุมชน จึงเห็นควรกำหนดระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการดำเนินงาน “วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอใน (โกปีวังเก่า)” ไว้ดังนี้

**หมวดที่ 1 ข้อความทั่วไป**

ข้อที่ 1 ชื่อระเบียบข้อบังคับนี้เรียกว่า “ระเบียบข้อบังคับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอใน (โกปีวังเก่า)”

ข้อที่ 2 ที่ตั้งกลุ่มตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 73/3 บ้านกาแป๊ะกอตอใน ตำบลเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

ข้อที่ 3 ระเบียบข้อบังคับใช้บังคับตั้งแต่วันที่ประกาศเป็นต้นไป

**หมวดที่ 2 วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่ม**

ข้อที่ 4 วัตถุประสงค์

ข้อที่ 4.1 เพื่อให้ประชาชนมีอาชีพเสริม มีรายได้เพิ่มขึ้น

ข้อที่ 4.2 เพื่อส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

ข้อที่ 4.3 เพื่อสร้างความสมัครสมานสามัคคีให้เกิดขึ้นในหมู่บ้าน

ข้อที่ 4.4 เพื่อสนับสนุนการทำงานเป็นกลุ่มและสร้างความเข้มแข็งในชุมชน

**หมวดที่ 3 คุณสมบัติของสมาชิก**

ข้อที่ 5 คุณสมบัติของสมาชิก

ข้อที่ 5.1 เป็นผู้มีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชนกาแป๊ะกอตอใน ตำบลเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

ข้อที่ 5.2 เป็นผู้มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 5.3 เป็นผู้ที่มีศรัทธาและพร้อมที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม

ข้อที่ 5.4 เป็นผู้ที่มีความร่วมมือในทุกกิจกรรมของกลุ่ม

ข้อที่ 5.5 เป็นผู้ที่ยินยอมการบริการกลุ่มฯ ได้มีมติเห็นชอบให้เข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม

**หมวดที่ 4 สมาชิกภาพ**

ข้อที่ 6 การเป็นสมาชิก

ข้อที่ 6.1 ยื่นความประสงค์ขอเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม

ข้อที่ 6.2 ต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติตามข้อที่ 5

ข้อที่ 6.3 คณะกรรมการกลุ่มเป็นผู้พิจารณาเข้าเป็นสมาชิก

ข้อที่ 7 การพ้นสภาพการเป็นสมาชิก

ข้อที่ 7.1 ตาย

ข้อที่ 7.2 ลาออก และได้รับอนุมัติให้ลาออก จากคณะกรรมการบริหารกลุ่ม โดยไม่มีหนี้สิน และภาระผูกพันใดๆ

ข้อที่ 7.3 มีพฤติกรรมสร้างความเสื่อมเสียต่อกลุ่ม โดยที่ประชุมใหญ่ของสมาชิกมีมติให้ออกจากคณะเสี่ยงสองในสาม

ข้อที่ 8 การลาออกจากสมาชิก

ข้อที่ 8.1 ให้อื่นความประสงค์ต่อคณะกรรมการบริหารกลุ่ม

ข้อที่ 8.2 ผู้ประสงค์จะลาออกต้องชำระหนี้ ที่ตนยังผูกพันต่อกลุ่ม

ข้อที่ 9 การให้ออกจากสมาชิก

ข้อที่ 9.1 จงใจฝ่าฝืน ระเบียบข้อตกลง มติกลุ่มหรือแสดงตนเป็นปรปักษ์หรือไม่ให้ความช่วยเหลือ ความร่วมมือแก่กลุ่ม ไม่ว่าด้วยประการใดๆ

#### หมวดที่ 5 เงินทุนของกลุ่ม

ข้อที่ 10 ที่มาของเงินทุน

ข้อที่ 10.1 สมาชิกลงหุ้นอย่างน้อยคนละ 1 หุ้นๆละ 100 บาท แต่ไม่เกิน 5 หุ้น

ข้อที่ 10.2 เงินอุดหนุนจากหน่วยงานภายนอกทั้ง เอกชนและภาครัฐ

ข้อที่ 10.3 รายได้จากผลกำไรในการจัดกิจกรรมของกลุ่ม

ข้อที่ 11 การบริหารด้านการเงิน

ข้อที่ 11.1 จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย

ข้อที่ 11.2 รายงานการใช้จ่ายของกลุ่มให้สมาชิกทราบในวันประชุมใหญ่สามัญประจำปี

ข้อที่ 11.3 จ่ายเงินปันผลให้สมาชิกกลุ่มปีละ 1 ครั้งโดยการจัดแบ่งดังนี้

ร้อยละ 70 จัดสรรเข้ากลุ่ม

ร้อยละ 5 จ่ายเงินปันผลตามหุ้นของสมาชิก

ร้อยละ 25 ดำเนินการบริหารจัดการกลุ่ม

ข้อที่ 12 ทรัพย์สินของกลุ่ม

ทรัพย์สินของกลุ่มอันเกิดจากมีผู้บริจาค หรือเงินอุดหนุนจากส่วนราชการ องค์กร เอกชน หรือนำเงินของกลุ่มไปซื้อ ย่อมเป็นเงินของสมาชิกกลุ่มทุกคน ผู้ใดจะนำไปใช้ในกิจกรรมส่วนตัวมิได้และสมาชิกทุกคนต้องร่วมกันรับผิดชอบในทุกๆกรณี

#### หมวดที่ 6 คณะกรรมการบริหารกลุ่ม

ข้อที่ 13 คณะกรรมการ

ข้อที่ 13.1 คณะกรรมการบริหารกลุ่มมีจำนวน 8 คน ประกอบด้วย

- ประธาน
- รองประธาน
- เลขานุการ
- เกรียนุญิก
- กรรมการฝ่ายควบคุมการผลิต
- กรรมการฝ่ายการตลาด
- กรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์
- ที่ปรึกษาอาวุโส

ข้อที่ 13.2 อำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารกลุ่ม

- (1) มีหน้าที่รับผิดชอบร่างนโยบายของกลุ่ม
- (2) มีหน้าที่รับผิดชอบร่างระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม
- (3) มีหน้าที่กำกับ ดูแลกิจการของกลุ่มดำเนินไปตามข้อบังคับ
- (4) มีหน้าที่เป็นตัวแทนของกลุ่มในการปฏิบัติภารกิจต่างๆ

#### หมวดที่ 7 การแก้ไขและเพิ่มเติมระเบียบข้อบังคับ

ข้อที่ 14. ระเบียบข้อบังคับนี้สามารถแก้ไขเพิ่มเติมได้ โดยใช้มติในที่ประชุมของสมาชิกเกินกึ่งหนึ่ง

### หมวดที่ 8 บทเฉพาะกาล

ข้อที่ 15. ให้ประธานคณะกรรมการบริหารกลุ่มเป็นผู้ลงนามในระเบียบข้อบังคับและมีผล  
บังคับใช้ในวันที่ประธานลงนาม

ประกาศ ณ วันที่ เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๑

ลงชื่อ.....

(นางสาวนุช หล้าทุ่ง )

ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอในโกปีวังเก่า)

## แผนธุรกิจวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเกษตรกรกาแป๊ะกอตอใน(โกปีวังเก่า)

### 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่ม

#### 1.1 ประวัติความเป็นมา การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของกลุ่ม

“กาแป๊ะ” หมายถึง คลองหรือลำธาร ส่วน “กอตอ” หมายถึง “วัง” ของเจ้าเมือง (รายอ) ซึ่งในที่นี้ คือวังเก่าของ เจ้าเมืองรามันห์ ซึ่งได้สร้างไว้ครั้งในยามเสด็จมาในพื้นที่ ได้มีที่ตั้งของวังในปัจจุบันอยู่ในเขตปกครอง ของอำเภอเบตง เมื่อลำธารนี้ผ่านในชุมชนใดหรือผ่านสถานที่ใดก็จะเรียกตามสถานที่นั้น ดังเช่นลำธารแห่งนี้ได้ไหลผ่านหน้าวัง จึงเรียกว่า “กาแป๊ะกอตอ”

สมัยก่อนชาวบ้านกาแป๊ะกอตอ นิยมดื่มกาแฟกัน จะต้องเดินทางออกไปซื้อกาแฟนอกหมู่บ้านหรือในตลาดทำให้นาง เจ๊ะมีเนาะ ตอบาซอ มีความคิดที่จะผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) เพื่อดื่มในชุมชน ประกอบกับในหมู่บ้านมีการปลูกกาแฟ แต่จำหน่ายเฉพาะเมล็ด จึงได้คิดหาวิธีการทำโกปี (กาแฟโบราณ) ไว้ดื่มเอง โดยใช้วัตถุดิบในชุมชน นางเจ๊ะมีเนาะ จึงลองนำเมล็ดกาแฟสดมาคั่วผสมกับน้ำตาลทรายและน้ำตาลอ้อย แล้วนำมาทำให้ละเอียดด้วยครก และร่อนให้เหลือเป็นผง นำมาชงกับน้ำร้อน เติมนมและน้ำตาล จึงได้เป็นสูตรโกปี (กาแฟโบราณ) หลังจากนั้น นางเจ๊ะมีเนาะจึงชักชวนเพื่อนบ้านคนในชุมชนบ้านกาแป๊ะกอตอใน มาผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ไว้ดื่มเอง จนมีคนมาชิมก็ได้พูดกันปากต่อปาก จนในภายหลังจึงมีการผลิตเพื่อจำหน่ายด้วย ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มจำนวน 50 คน แต่ดำเนินการผลิตจำนวน 25 คน ส่วนที่เหลือเป็นเพียงแค่สมาชิกกลุ่มเท่านั้น และไม่มีการจัดตั้งกลุ่มอย่างเป็นทางการ ต่อมาเมื่อนางซิติการียะ ตอบาซอ ซึ่งเป็นบุตรสาวได้เรียนรู้กระบวนการผลิตตั้งแต่เด็ก จึงได้รับการสืบทอดภูมิปัญญาดั้งเดิมในการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) จากรุ่นสู่รุ่นโดยนางซิติการียะ ตอบาซอ เป็นผู้ที่ได้รับการสืบทอดรุ่นที่ 2 และเป็นประธานกลุ่ม ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการกลุ่ม

นอกจากนั้น ในเวลาต่อมาประธานกลุ่มได้มีการรวมตัวเกษตรกรผู้หญิง โดยแม่บ้านในชุมชนกาแป๊ะกอตอใน รวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร โดยเริ่มแรกจดทะเบียนอย่างเป็นทางการ มีสมาชิกจำนวนทั้งหมด 17 คน ในปี พ.ศ.2545 สำนักงานเกษตรอำเภอเบตง ได้จดทะเบียนเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ใช้ชื่อว่า “กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอใน” ซึ่งในขณะนั้นได้ดำเนินการกิจกรรมเพื่อหารายได้เสริมเท่านั้น ต่อมาได้ปรึกษากับเจ้าหน้าที่ของสำนักงานเกษตรอำเภอเบตง เพื่อปรึกษาหารือด้านการพัฒนากลุ่ม ซึ่งทางกลุ่มมีความต้องการที่จะขยายหรือต่อยอดกิจกรรมเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้กลุ่มมั่นคงและเจริญเติบโตขึ้น สำนักงานเกษตรอำเภอเบตง จึงได้ประสานงานระหว่างกลุ่มกับหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณเข้าไปช่วยเหลือในการขยายหรือต่อยอดกิจกรรมกลุ่ม จนกระทั่งในปี พ.ศ.2546 กลุ่มได้รับการสนับสนุนการก่อสร้างอาคารที่ทำการกลุ่มและโรงเรือนการผลิตจากเทศบาลเมืองเบตง กิจกรรมการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ของกลุ่มได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง จนเป็นที่ยอมรับของตลาด ส่งผลให้ในปี พ.ศ.2547 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้ผ่านการพิจารณาด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ และความปลอดภัย ตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา นอกจากนี้ ในปี พ.ศ.2558 กลุ่มยังได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกาแฟผสมมาตรฐานเลขที่มผช.1315/2558 และที่สำคัญได้ผ่านการรับรองฮาลาล จากสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดยะลา ผลิตภัณฑ์กาแฟผสม เลขที่ E 438/2558และได้รับการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ 4 ดาว

ต่อมาในปี พ.ศ.2559 กลุ่มได้ประสบปัญหาในหลายๆด้าน อันเนื่องมาจากสมาชิกกลุ่มขาดความรู้ทางด้านวิชาการในการบริหารจัดการ ส่งผลโดยตรงกับแรงจูงใจของสมาชิกกลุ่มในการร่วมกันพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็ง ทำให้มีสมาชิกกลุ่มบางรายทยอยกันลาออก และขอถอนเงินจากกลุ่ม ทำให้มี

จำนวนสมาชิกกลุ่มน้อยลงจนเหลือ 10 คน จึงทำให้สมาชิกกลุ่มดำเนินการผลิตกาแฟได้บ้างเป็นครั้งคราว ขาดความต่อเนื่องในการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ทั้งๆที่ยังเป็นที่ต้องการตลาด

ในปี พ.ศ.2560 ได้มีการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการกลุ่มใหม่ โดยการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการกลุ่ม มีกฎระเบียบข้อบังคับกลุ่มที่ชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษร และได้เลือกประธานกลุ่มคนใหม่ คือ นางสาวนุช หล้าทุ่ง ซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) เป็นรุ่นที่ 3 ที่มาจากการเลือกของสมาชิกกลุ่ม รวมทั้งได้มีการเปิดรับสมัครสมาชิกกลุ่มเพิ่มให้ถึงขั้นๆละ 100 บาท แต่ไม่เกินคนละ 5 หุ่น จนถึงปัจจุบันกลุ่มมีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 19 คนนอกจากนั้นเมื่อมีการบริหารจัดการที่ดี ส่งผลให้กลุ่มมีความเข้มแข็ง และดำเนินการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) อย่างต่อเนื่อง และได้ร่วมงานจำหน่ายสินค้าเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มทั้งในพื้นที่อำเภอเบตง จังหวัดยะลา และต่างจังหวัด จนได้พัฒนารูปแบบการบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ในปีเดียวกันกลุ่มได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ในชื่อ “วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตโน (โกปีวังเก่า)” และได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP นวัตกรรมของอำเภอเบตง จังหวัดยะลา

## 1.2 ผลงานความสำเร็จของกลุ่มจากอดีตถึงปัจจุบันมีดังนี้

- 1.ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกาแฟผสมมาตรฐานเลขที่ มผช.1315/2549 และผ่านมาตรฐานเลขที่ มผช.1315/2558
- 2.ได้ผ่านการจดทะเบียนอาหาร จากสาธารณสุขจังหวัดยะลา ประเภทกาแฟผสม ประเภทอาหารที่ต้องมีฉลาก/อาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที/ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 197 (พ.ศ. 2543) เลขสารบบ 95-201747-2-0001
- 3.ได้ผ่านการรับรองฮาลาลจากสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดยะลา ผลิตภัณฑ์กาแฟผสม เลขที่ E 438/ 2558
- 4.ได้รับการรับรองการจัดตั้งกลุ่มจากสำนักงานเกษตรจังหวัดยะลา ปี พ.ศ.2545
- 5.ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ระดับ 2 ดาวประจำปี พ.ศ.2550
- 6.ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ระดับ 4 ดาวประจำปี พ.ศ.2552, พ.ศ.2555 และพ.ศ.2559
- 7.ได้รับการรับรองเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP จากกรมการพัฒนาชุมชน ประจำปี พ.ศ.2560
- 8.ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามโครงการ OTOP นวัตกรรม ประจำปี พ.ศ.2561
- 9.ได้รับการรับรองการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในชื่อวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตโน(โกปีวังเก่า) จากสำนักงานเกษตรอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ปี พ.ศ.2561

## 2. ภาพรวมการดำเนินการของกลุ่ม

### 2.1 กระบวนการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ)

กระบวนการผลิตโกปี (กาแฟโบราณ) ประกอบด้วย (1) วัตถุดิบและส่วนประกอบ (2) ขั้นตอนการผลิต และ(3) เทคนิคและเคล็ดลับในการผลิต

#### (1) วัตถุดิบและส่วนประกอบหลัก

- 1) เมล็ดกาแฟที่แก่จัด
- 2) น้ำตาลอ้อย

### 3) น้ำตาลทราย

#### (2) ขั้นตอนการผลิต

1) คัดเลือกเมล็ดกาแฟที่แก่จัด ต้มเพื่อเอาเปลือกออก ตากให้แห้ง แล้วเลือกเมล็ดกาแฟที่เสียซึ่งมีเมล็ดสีดำออก ล้างด้วยน้ำสะอาด 4 – 5 ครั้ง และพักให้สะเด็ดน้ำ



ภาพที่ 2.1 แสดงเมล็ดกาแฟสโรพร้อมคั่ว

2) นำเมล็ดกาแฟที่สะเด็ดน้ำมาคั่ว โดยใช้วิธีการดั้งเดิม คือ ใช้เตาถ่านและไม้พิน ควบคุมไฟให้สม่ำเสมอจนเมล็ดกาแฟเริ่มเปลี่ยนสีเป็นสีดำและกรอบ ก็ตักกาแฟใส่ในภาชนะอะลูมิเนียมทิ้งไว้ให้เย็น เมล็ดกาแฟจะมีลักษณะใหญ่ขึ้นกว่าเดิม สกกลิ่นหอม ชวนให้ลิ้มลอง



ภาพที่ 2.2 แสดงการคั่วเมล็ดกาแฟสโร



ภาพที่ 2.3 แสดงเมล็ดกาแฟสโรที่คั่วแล้ว

3) นำน้ำตาลทราย และน้ำตาลอ้อยมาเคี่ยว โดยการตั้งไฟ คนให้ละลายจนเหนียวข้นเป็นยางมะตูม กระทั่งเป็นสีน้ำตาลไหม้จากนั้นก็ใส่เมล็ดกาแฟที่คั่วแล้วลงไป คนให้เข้ากัน แล้วนำมาเทลงบนแผ่นอะลูมิเนียม แล้วกระจายให้ทั่วแผ่น ไม่ให้หนาเกินไป ก็จะได้เมล็ดกาแฟแผ่นหนืดแผ่นใหญ่จากนั้นก็ทิ้งไว้ให้เย็น





ภาพที่ 2.4 แสดงการเคี่ยวน้ำตาลทรายกับน้ำตาลอ้อย



ภาพที่ 2.5 แสดงการนำเมล็ดกาแฟที่คั่วแล้วผสมน้ำตาลเคี้ยว

4) เมื่อเมล็ดกาแฟแผ่นหนืดเริ่มเย็น และแข็งตัว ก็ใช้ตะหลิวเหล็กแคะออกมา ให้เป็นแผ่นเล็กๆ พร้อมสำหรับการนำไปตำด้วยครกและสากโบราณที่ทำด้วยไม้ ซึ่งมีลักษณะแข็งแรงมาก การตำต้องใช้จังหวะและความแม่นยำลงสากสลับกันไปมาตรงจังหวะขึ้นลง เพื่อให้ได้กาแฟที่ละเอียด



ภาพที่ 2.6 แสดงเมล็ดกาแฟที่เย็นแผ่นหนืด



ภาพที่ 2.7 แสดงการตำเมล็ดกาแฟที่เป็นแผ่นหนืดให้เป็นผง

5) จากนั้นนำกาแฟมาร้อนด้วยกระชอนขนาดใหญ่ เอาส่วนที่ละเอียด ส่วนที่ยังไม่ละเอียดนำไปตำต่อจนกว่าจะละเอียด จนได้ผงกาแฟ ที่เรียกว่าโกปี (กาแฟโบราณ) แล้วนำผงกาแฟทั้งหมด ที่ทำการตำเรียบร้อยแล้ว มาผสมคลุกเคล้าเป็นส่วนเดียวกัน



ภาพที่ 2.8 แสดงการร่อนผงกาแฟ



ภาพที่ 2.9 แสดงผงกาแฟพร้อมบรรจุ

6) นำผงโกโก้ (กาแฟโบราณ) ที่ได้มาบรรจุลงในปริมาณที่กำหนดเพื่อจัดจำหน่าย



ภาพที่ 2.10 แสดงวิธีการบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 2.11 แสดงกาแฟที่บรรจุภัณฑ์พร้อมจำหน่าย

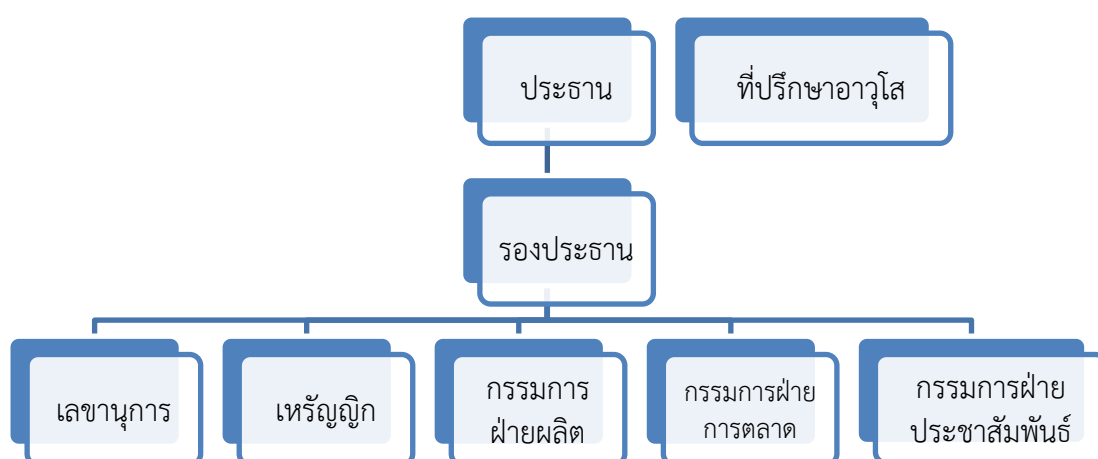
**เทคนิคและเคล็ดลับในการผลิต** คือ ต้องเลือกเมล็ดกาแฟที่แก่จัด ล้างด้วยน้ำสะอาด 4 – 5 ครั้ง ต้องพักไว้ให้สะเด็ดน้ำก่อนนำมาคั่ว การคั่วเมล็ดกาแฟควรใช้ไฟปานกลางอย่างสม่ำเสมอ ในขณะที่คั่วหน้าครกและสากไปฟุ้งเพื่อไล่ความชื้น การเคี่ยวน้ำตาลก็เช่นกันต้องใช้ไฟปานกลางและสม่ำเสมอ ไม่ควรใช้ไฟแรง และในขณะที่เทกาแฟลงบนแผ่นอะลูมิเนียมนั้น ให้นำตะหลิวเหล็กตีลงบนแผ่นกาแฟให้แน่น แล้วยกตะหลิวขึ้นจะมียางกาแฟติดขึ้นมา เหมือนโยเยมุ่มมและพักไว้ให้เย็น ส่วนการเก็บรักษากาแฟให้หลีกเลี่ยงจากความชื้นเพราะจะเก็บไว้ได้นานกว่าปกติ

## 2.2 กลุ่มประกอบกิจการหลัก

ประเภทเครื่องดื่ม



## 2.3 แผนผังองค์กร



## 2.4 คณะกรรมการ

### ประธานบริหารกลุ่ม

นางสาวนุช หล้าทุ่ง หมายเลขโทรศัพท์ 098-7421453

### ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านไผ่พ้อ ตำบลนาเซียง อำเภอกีรีมาศ จังหวัดสุโขทัย

### ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของประธานบริหารกลุ่ม

ประธานมีหน้าที่ ควบคุมตัดสินใจ และบริหารงานกลุ่ม ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน รวมทั้งชี้แจงทำความเข้าใจกับสมาชิกถึงแผนการทำงานหรือการดำเนินงานของกลุ่ม

### รายชื่อคณะกรรมการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอใน

- |                             |                          |
|-----------------------------|--------------------------|
| 1. นางสาวนุช หล้าทุ่ง       | ประธาน                   |
| 2. นางสาวรณิ มะราฮิง        | รองประธาน                |
| 3. นางสาวมาลี มะระฮิง       | เลขานุการ                |
| 4. นางสาวอาซาแม๊ะ ตาบาซา    | เหรัญญิก                 |
| 5. นางมูเนาะรอฮิม           | กรรมการฝ่ายการผลิต       |
| 6. นางสาวซิติบายานา รอฮิม   | กรรมการฝ่ายการตลาด       |
| 7. นางสาวลักขณาวรรณ บุตรวัง | กรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ |
| 8. นางซิติการียะห์ ตอบาซอ   | ที่ปรึกษาอาวุโส          |

### รายชื่อสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอใน

- |                           |        |
|---------------------------|--------|
| 1. นางเรเนาะดอราฮิม       | สมาชิก |
| 2. นางสาวปีเตาะ วาหนี     | สมาชิก |
| 3. นางแวงสะปีเยาะ แวงหะยี | สมาชิก |
| 4. นางฮอสมาะ อามะ         | สมาชิก |
| 5. นางไมมูเนาะ ตาบาซา     | สมาชิก |
| 6. นางสาวยะห์ มาแฮ        | สมาชิก |
| 7. นางหะลีเปาะ ซิรัง      | สมาชิก |
| 8. นางฮาสะเนาะมะระฮิง     | สมาชิก |
| 9. นางฮาดีมาะ เมืองปา     | สมาชิก |
| 10. นางสาวนุรีตา สานี     | สมาชิก |
| 11. นางมาเรีย อารีพันธ์   | สมาชิก |

## 3.แนวทางการบริหารจัดการกลุ่ม

### 3.1 เป้าหมายการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม

#### กลุ่มมีเป้าหมายในการดำเนินกิจการ

เพื่อส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ตลอดจนการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ให้แก่สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอในตำบลเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา โดยเน้นการมีส่วนร่วมการทำงานเป็นกลุ่ม สร้างความสามัคคีของสมาชิกในกลุ่ม และสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

### 3.2 แนวโน้มอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

#### พฤติกรรมของกลุ่มตลาด

กลุ่มเป้าหมายของกลุ่มเป็นบุคคลทั่วไปที่นิยมดื่มกาแฟโบราณ หรือร้านกาแฟทั่วไป โดยมีอัตราเงินเดือนอยู่ช่วงประมาณ 8,000 – 10,000 บาท จึงใช้แผนเข้าตลาดถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงให้

ได้รับความสะดวกหาซื้อได้ง่าย ตามจุดที่กลุ่มเป้าหมายต้องเข้าไปใช้บริการ เช่น ร้านกาแฟข้างทาง ร้านสะดวกซื้อ และร้านประชารัฐ เป็นต้น (ข้อมูลจากผลการสำรวจของหน่วยงานภาครัฐในการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคโกปี (กาแฟโบราณ) ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้จำนวน 350 คน

### โอกาสทางธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์โกปี (กาแฟโบราณ) ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาแป๊ะกอตอ ตั้งกลุ่มอยู่ในบริเวณวังเก่าโบราณ ซึ่งอยู่ในความดูแลของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา และเทศบาลเมืองเบตง ซึ่งปัจจุบันจะมีการปรับปรุง เพื่อรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวของอำเภอเบตง และจังหวัดยะลาในอนาคต ถือเป็นโอกาสของกลุ่มที่จะต้องมีการพัฒนาสินค้าของกลุ่มให้เป็นของฝากกับผู้ที่มาเยือนวังเก่าโบราณในอนาคตได้

### กลยุทธ์ทางการตลาด

#### จุดแข็ง

- รสชาติของโกปีกลมกล่อม และกลิ่นหอม ด้วยกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมที่นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้
- กระบวนการผลิตยังใช้แบบดั้งเดิม คือใช้เตาถ่านการคั่วกาแฟ และใช้ครกไม้ในการบดกาแฟ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า
- สมาชิกทำงานตรงเวลาและมีความเข้มแข็งสามัคคี
- ผลิตภัณฑ์ราคาถูกกว่าคู่แข่ง
- มีเรื่องราวผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ

#### จุดอ่อน

- กระบวนการผลิตไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้จึงอาจส่งผลกระทบต่อการใช้แรงงานจำนวนมาก
- บรรจุภัณฑ์ยังไม่โดดเด่น และยังไม่เป็นที่สนใจของผู้บริโภคเท่าที่ควร
- ช่องทางการตลาดยังมีไม่มากพอ ที่จะทำให้ผู้บริโภคภายนอกจังหวัดรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์
- ขาดความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน
- การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง
- ไม่สามารถควบคุมสภาพอากาศในการผลิตโกปีได้แน่นอน

#### โอกาส

- นโยบายของจากภาครัฐ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน
- มีหน่วยงานรัฐสนับสนุนในด้านต่างๆ
- กลุ่มมีการก่อตั้งหรือผลิตโกปี (กาแฟโบราณวังเก่า) มาอย่างยาวนานกว่า 100 ปี และมีรสชาติที่กลมกล่อม ทำให้สินค้ามีความต้องการจากตลาด

- เมืองเบตงกำลังยกระดับเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- มีเอกชนมาลงทุนในพื้นที่เพิ่มขึ้น

#### อุปสรรค

- เส้นทางคมนาคมไม่สะดวก
- สถานการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนใต้
- มีคู่แข่งผลิตกาแฟมากขึ้น

## การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

### 1.ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจุบันกลุ่มได้รับการพัฒนาจากหน่วยงานภาครัฐโดยมีการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่ม รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มีความโดดเด่น ทันสมัยแต่ยังคงเก็บความเป็นเอกลักษณ์ของเดิมอยู่ สร้างความน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกต่อการนำไปบริโภค และในอนาคตอาจมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

### 2.ด้านราคา

กำหนดราคาที่เหมาะสมและแข่งขันได้ และมีการขายในราคาส่งให้กับร้านค้าทั่วไป โดยจำหน่ายออกเป็น 3 แบบคือ

- 1.แบบกล่องขนาด 500 กรัม ราคากล่องละ 180 บาท
- 2.แบบถุงขนาด 250 กรัม ราคาถุงละ 130 บาท
- 3.แบบถุงขนาด 50 กรัม ราคาถุงละ 45 บาท
- 4.น้ำดื่มโกปี 270 ml ราคาขวดละ 25 บาท

### 3.ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย ที่สำคัญในปัจจุบัน ได้แก่ ภายในจังหวัดยะลาต่างจังหวัด และต่างประเทศ

แหล่งจำหน่ายภายในจังหวัด ได้แก่

- ศูนย์ OTOP ชกส. อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา
- ศูนย์ OTOP บ่อน้ำร้อนเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา
- ร้านขายของที่ระลึกครูน้ำหวาน อำเภอเบตง จังหวัดยะลา
- ร้านค้าประชารัฐปัมปตท.อำเภอเบตง จังหวัดยะลา
- ร้านขายของชำในพื้นที่
- ร้านมินิมาร์ทเบตง
- ร้านประชารัฐ

แหล่งจำหน่ายต่างจังหวัด ได้แก่ ร้านหมอย กรุงเทพมหานคร และร้านจิน กรุงเทพมหานคร

แหล่งจำหน่ายต่างประเทศ ได้แก่ ร้านวอฮัพ เมืองบาหลี ประเทศมาเลเซีย และร้านฮาลีเมะ เมืองสตูลเปร์ค (กรีก) ประเทศมาเลเซีย

### แผนในปี 2562

- เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและงานนิทรรศการอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น งานกาชาดประจำปีของจังหวัด งานแสดงสินค้า OTOP ตลาดประชารัฐ และงานอื่นๆ
- เพิ่มยอดขายการสั่งซื้อสินค้าผ่านออนไลน์เพจโกปีวังเก่า :Kopi WangKau-กาแพโบราณเบตง มากยิ่งขึ้น

### การส่งเสริมการขาย

มีการจัดการส่งเสริมการขาย โดยขายให้กับร้านค้าหรือลูกค้าทั่วไปในราคาส่งเมื่อซื้อสินค้าจำนวน 10 ขึ้นขึ้นไปและมีการประชาสัมพันธ์ในเพจเทศบาลเมืองเบตงที่ให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ มาโดยตลอด อีกทั้งปัจจุบันกลุ่มได้มีการจัดระบบการบริหารจัดการกลุ่มใหม่จึงมีแผนที่จะสร้างเพจของกลุ่มในอินเทอร์เน็ต รวมทั้งแจกโบว์ นามบัตร และผลิตภัณฑ์ออกไซค์ ตามงานอำเภอเคลื่อนที่

จังหวัดเคลื่อนที่ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า และเป็นการส่งเสริมการขายให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นอีกทั้งในอีกสามเดือนข้างหน้าเรากำลังวางแผนที่จะจัดโปรโมชั่นดังนี้

- ลูกค้านี้จะได้รับส่วนลดเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มครบ 10 ชิ้นขึ้นไป มอบส่วนลดให้ 5%
- สะสมคูปองจากร้านค้าที่เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม จำนวน 10 คูปอง จะได้รับส่วนลด 5% ในการซื้อผลิตภัณฑ์ถัดไปจากร้านดังกล่าว เพื่อสร้างความประทับใจและรักษารากฐานลูกค้าเดิมในระยะยาว

#### แหล่งวัตถุดิบ

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ ในพื้นที่ชุมชน จังหวัดชุมพร และประเทศมาเลเซีย

สัดส่วนการใช้วัตถุดิบในประเทศคิดเป็น 90%

ต่างประเทศคิดเป็น 10%

#### 3.3 โครงสร้างรายได้ของกลุ่ม

- รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคิดเป็นสัดส่วน 60%
- การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐคิดเป็นสัดส่วน 40%

#### 3.4 ลักษณะลูกค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

3.4.1 ร้านค้าทั่วไปได้แก่ศูนย์ OTOPร้านขายของที่ระลึกร้านค้าประชารัฐร้านขายของชำในพื้นที่ และร้านกาแฟ เป็นต้น

3.4.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็นผู้บริโภคขั้นสุดท้าย สามารถแบ่งตามประเภทสินค้าได้ดังนี้ (ข้อมูลจากผลการสำรวจของหน่วยงานภาครัฐในการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคปี (กาแฟโบราณ) ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้จำนวน 350 คน )

ประเภทสินค้า เครื่องดื่ม ภายใต้แบรนด์โกปีวังเก่า (กาแฟโบราณวังเก่า)

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ที่บริโภคโกปีในครัวเรือน

การศึกษา ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

วัตถุประสงค์ เพื่อช่วยให้รู้สึกสดชื่น หรือตื่นตัว

อายุ 50 ปีขึ้นไป

มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท

กลุ่มเป้าหมายรอง นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมศูนย์วัฒนธรรมกาแปะกอตอในและอำเภอเบตง

อายุ อยู่ในช่วงวัยทำงาน อายุระหว่าง 35-50 ปี

มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000

#### ช่องทางการจัดจำหน่าย

##### โมเดิร์นเทรด

• เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและงานนิทรรศการต่างๆ เช่น งานกาชาดประจำปีของจังหวัด งานแสดงสินค้า OTOP ตลาดประชารัฐ และงานอื่นๆ

• ลงขายตามเว็บไซต์ Facebookเพจโกปีวังเก่า :Kopi WangKau-กาแฟโบราณเบตงและ line ของกลุ่มเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

### ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบดั้งเดิม

ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านร้านค้าขายของที่ระลึก ร้านค้าประชารัฐ และศูนย์ OTOP ในจังหวัดยะลาและต่างจังหวัด รวมทั้งประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซีย

### 3.5 เป้าหมายการดำเนินกลุ่ม

- (1) เพื่อให้ประชาชนมีอาชีพเสริม มีรายได้เพิ่มขึ้น
- (2) เพื่อส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
- (3) เพื่อสร้างความสมัครสมานสามัคคีให้เกิดขึ้นในหมู่บ้าน
- (4) เพื่อสนับสนุนการทำงานเป็นกลุ่มและสร้างความเข้มแข็งในชุมชน

### กลุ่มได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการดำเนิน โดยจะมุ่ง

"เป็นผู้นำผลิตโกปี 100 ปีของดีวังเก่า (กาแฟโบราณ) หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของอำเภอเบตง และสู่สินค้าของฝากจากเมืองเบตง เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในพื้นที่" เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และราคาสินค้าถูกกว่าคู่แข่ง เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ

### ซึ่งกลุ่มได้กำหนดพันธกิจของกลุ่มขึ้นดังนี้

1. มุ่งเป็นกลุ่มผลิตโกปีที่มีคุณภาพและรักษามาตรฐานการผลิตที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต
2. มุ่งเป็นกลุ่มผลิตโกปีที่มีการปรับปรุงกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการวิจัยของหน่วยงานภาครัฐ แต่ยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของพื้นที่

### กลุ่มมีเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมภายใน 3 ปีข้างหน้าดังนี้

1. กลุ่มมุ่งเน้นการลงทุนใน
  - เปิดตลาดในต่างประเทศมากขึ้น
  - ปรับปรุงผลิตภัณฑ์กาแฟให้เป็นแบบพรีเมียม
2. กลุ่มมีเป้าหมายในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดย
  - ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในการโปรโมทสินค้าและการออกบูธแสดงสินค้าในพื้นที่ต่างจังหวัดและต่างประเทศ
3. กลุ่มฯให้ความสำคัญในการเป็นผู้เชี่ยวชาญ
  - ด้านกระบวนการผลิตแบบโบราณดั้งเดิม
4. กลุ่มฯจะเน้นการบริหารที่ให้ความสำคัญกับ
  - ผลประโยชน์ของชุมชนและสมาชิกกลุ่มเป็นหลัก
5. กลุ่มฯสร้างแบรนด์สินค้าภายใต้แบรนด์
  - โกปีวังเก่า

### 3.6 แนวคิดในการสร้างข้อแตกต่างระหว่างสินค้าภายใต้การดูแลของกลุ่มกับคู่แข่งมีดังนี้

#### 1. การตลาด

โกปีวังเก่านำเสนอรสชาติที่มีความดั้งเดิมผ่านกระบวนการผลิตแบบโบราณ นำเสนอวัฒนธรรมในการดื่มโกปีที่มาแต่โบราณในพื้นที่ และมีประวัติความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ใน



## 2.ตราสินค้า

เดิมมีการใช้ตรากาแฟโบราณวังเก่าเป็นรูปแก้วกาแฟ จากการประชุมสมาชิกกลุ่มที่ผ่านมาได้มีการนำเสนอ และมีข้อสรุปให้เปลี่ยนแปลงตราผลิตภัณฑ์เป็นโกปีวังเก่า โดยมีการปรับเปลี่ยนโลโก้เป็นรูปวังเก่า เพื่อสื่อถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่ และเปลี่ยนรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น แต่ยังคงมีความเป็นอัตลักษณ์ของกระบวนการผลิตที่ใช้ครกไม่มาเป็นเวลานานกว่า 100 ปี ให้ยังคงอยู่

## 3.คุณภาพ

โกปีวังเก่ามีรสชาติที่กลมกล่อมและได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องดื่ม

## 4.ความหลากหลายและราคา

สินค้าของกลุ่มมีราคาที่หลากหลายตามปริมาณการบรรจุภัณฑ์สินค้า แต่การตั้งราคาจะต่ำกว่าราคาตลาด ซึ่งในปัจจุบันตั้งราคาขายปลีกโดยภาพรวมอยู่ที่ 360 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งต่ำกว่าคู่แข่งในตลาดค่อนข้างมาก อีกทั้งกลุ่มกำลังพัฒนาผลิตภัณฑ์ พร้อมกับการปรับเปลี่ยนรูปลักษณะของสินค้าให้มีความโดดเด่น ทันสมัย ทั้งบรรจุภัณฑ์ที่มีหลากหลายรูปแบบมากยิ่งขึ้น เพื่อเน้นความสะดวกของลูกค้าเป็นหลัก

### 3.7 แนวคิดพิเศษเพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

เนื่องจากวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชาวเบตงมีความหลากหลายโดยเฉพาะวัฒนธรรมจีนซึ่งนิยมดื่มกาแฟหรือโกปี ซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่คนในสังคมตั้งแต่อดีตนิยมดื่มกันมาก จากวัฒนธรรมและความต้องการโกปีเบตงนี้เองเป็นการจุดประกายทางความคิดให้แก่กลุ่มแม่บ้านฯได้รวมตัวกันในยามว่างจากการประกอบอาชีพหลักคือ การทำสวนยางพารา ซึ่งเป็นแม่บ้านที่ต้องการสร้างรายได้เสริมและแก้ปัญหาการว่างงาน จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของโกปี และได้รวมกลุ่มสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกาแฟ โดยผลิตโกปีที่มีกลิ่นหอม และมีรสชาติกลมกล่อม โดยเมื่อเตรียมผงกาแฟละเอียดที่ผ่านกระบวนการเคี่ยวด้วยน้ำตาลแล้ว ก็นำไปบรรจุในรูปแบบซองพร้อมชงเพื่อจำหน่ายให้กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว และรูปแบบถุงฟรอยด์ ขนาด 500 กรัม เพื่อส่งให้ลูกค้าที่เป็นร้านขายกาแฟ จากนั้นก็นำถุงที่ได้บรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามอีกครั้งหนึ่ง กาแฟโบราณวังเก่า กลายเป็นสินค้าของฝากสำคัญอีกชิ้นหนึ่งจากการเยือนเมืองเบตง และยิ่งไปกว่านั้นขณะนี้กาแฟโบราณวังเก่า ก็ได้ถูกบรรจุให้เป็นหนึ่งในรายชื่อของ หนังสือตำบล หนังสือผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดยะลาอีกด้วย นอกจากนี้ถ้าหากเบตงจะมีชื่อเสียงด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแล้วนั้น ภูมิปัญญาการทำกาแฟโบราณหรือโกปีที่มีมาคู่เมืองเบตงก็มีชื่อเสียงสืบทอดมาช้านาน อีกทั้งในอนาคตข้างหน้าเบตงจะเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยว อีกทั้งหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจจากผู้คนต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ หนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจคือ ศูนย์วัฒนธรรมชุมชนวังเก่าบ้านกาปะกอตอ ซึ่งเทศบาลเมืองเบตงกำลังออกแบบเพื่อปรับปรุงให้เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวของเมืองเบตงต่อไป จึงทำให้ผลิตภัณฑ์โกปีวังเก่าของกลุ่มได้เปรียบในการแข่งขันที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่สามารถนำเสนอคู่กับวังเก่าโบราณต่อไปได้ อีกทั้งกลุ่มยังกำลังพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้มีความโดดเด่น เน้นอัตลักษณ์ของพื้นที่ในการเป็นจุดขายของสินค้า โดยเพิ่มความหลากหลายในการบรรจุภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการของที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น และเป็นของฝากได้ในอนาคตอันใกล้

### 3.8 นโยบายการกำหนดราคา

ในการพัฒนาราคาสินค้า กลุ่มจะมุ่งเน้นไปที่ความคาดหวังของลูกค้าเป็นหลัก เพื่อให้ได้สินค้าและบริการตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด โดยการกำหนดราคาดังนี้

- สร้างมาตรฐานราคาขายปลีก ขนาดเดียวกัน ราคาเดียวกันทั่วประเทศ
- ผลิตภัณฑ์มีปริมาณการบรรจุหลายขนาด และมีระดับราคาที่แตกต่างกัน เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น
- ใช้ความโดดเด่นที่ราคาไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับคู่แข่ง และขายในราคาสูงสำหรับผู้ซื้อสินค้าจำนวน 10 ชิ้นขึ้นไป และสำหรับร้านค้าที่เป็นแหล่งจำหน่ายของกลุ่มเพื่ออาศัยการกระจายสินค้าอย่างทั่วถึง

### 3.9 การจำหน่ายและช่องทางการจัดจำหน่าย

- ในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มจำเป็นต้องพึ่งพาหน่วยงานจากภาครัฐในการออกกฎหมายต่างๆ จะมุ่งเน้นไปที่ความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นหลัก เพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากที่สุด
- มีการจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook, Line
- ใช้ในการกระตุ้นจากภาครัฐในการจัดงานในสถานที่ต่างๆ และมีการประชาสัมพันธ์ อย่างมีประสิทธิภาพทำให้ผู้ซื้อได้รับรู้
- การจัดงาน OTOP ของภาครัฐ จากหน่วยงานต่างๆ ทำให้สินค้าได้กระจายไปทั่วประเทศ และเป็นที่รู้จักของคนต่างจังหวัดมากยิ่งขึ้น

### 3.10 นโยบายการผลิตและการจัดหาสินค้าและผลิตภัณฑ์

กลุ่มมีการผลิตสินค้าสัปดาห์ละ 2 ครั้ง/วัน โดยได้รับผลผลิตครั้งละ 16 กิโลกรัมในการผลิตหนึ่งวันจะใช้แรงงานในการผลิตจำนวน 8 คนพยายามนำวัตถุดิบในพื้นที่มาผลิตก่อนเพื่อส่งเสริมคนในพื้นที่ที่มีการทดลองสูตรและพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ

### 3.11 นโยบายการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส

ในการบรรจุภัณฑ์สินค้าจะมีวิธีการชงโกปี เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถชงในรสชาติที่มีมาตรฐานได้ มีการจัดทำระเบียบ ข้อบังคับ การบริหารจัดการกลุ่มและมีการประชุมใหญ่สมาชิกปีละ 1 ครั้งเพื่อชี้แจงผลการดำเนินงานที่ผ่านมาและจ่ายเงินปันผลกับสมาชิกเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นในกระบวนการผลิตโกปีแบบโบราณผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย

## 4.นโยบายการบริหารความเสี่ยง

ทุกครั้งที่เกิดปัญหาทางธุรกิจ เช่น การผลิต การบรรจุภัณฑ์ การตลาดและการบริหารจัดการกลุ่ม จะมีการประชุมคณะกรรมการ เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหา

### 4.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลัก

- มีระเบียบข้อบังคับในการบริหารจัดการกลุ่ม โดยคณะกรรมการบริหารจัดการกลุ่ม
- กรรมการทุกฝ่ายจะต้องมีความรู้ในทุกๆกระบวนการผลิต และการบริหารจัดการกลุ่ม รวมทั้งรับรู้ถึงแผนการเงินของกลุ่ม เพื่อความโปร่งใสในการบริหารจัดการกลุ่ม และเรียนรู้การบริหารงานกลุ่มภายในตัวเมื่อไม่มีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งสามารถที่จะทำแทนกันได้

### 4.2 ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ปัจจุบันเมล็ดกาแฟในพื้นที่มีไม่เพียงพอต่อการผลิตกลุ่มจึงมีการนำเข้าวัตถุดิบจากจังหวัดชุมพร 90% และต่างประเทศ(มาเลเซีย) ประมาณ 10% ซึ่งพบว่านำเข้าจากมาเลเซียราคาถูกกว่า 30 บาทต่อกิโลกรัมเมื่อเทียบกับราคาในประเทศไทย เนื่องจากว่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น จึงทำให้ในอนาคตอาจมีการสั่งซื้อวัตถุดิบจาก มาเลเซียเพิ่มขึ้นด้วย แต่ในขณะที่เดียวกันราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งใน

ประเทศและต่างประเทศจะถูกกำหนดโดยการอ้างอิงกับราคาตลาดในประเทศไทย ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในช่วงเวลาดังกล่าวอาจทำให้ต้นทุนวัตถุดิบไม่สอดคล้องกับราคาการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ แต่อาจจะยังคงควบคุมกำไรได้ อย่างไรก็ตามกลุ่มจะต้องมีการวางแผนการสั่งซื้อและส่งออกสินค้า โดยการติดตามการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน และนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบหากมีการผันผวนของเงินตรามาก กลุ่มจึงจำเป็นต้องมีการปรับราคาสินค้าเพื่อป้องกันความเสี่ยงของการขาดทุน อีกทั้งปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐได้เห็นถึงความต้องการของเมล็ดในการแปรรูปจำนวนมากขึ้น จึงได้มีนโยบายในการปลูกกาแฟในพื้นที่ เพื่อลดต้นทุนของการผลิตในอนาคตได้

#### 4.3 ความเสี่ยงจากการมีกลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ถือหุ้นในบริษัทมากกว่าร้อยละ 50

มีระเบียบข้อบังคับในการบริหารจัดการกลุ่มอย่างชัดเจนในหมวดที่ 5 เงินทุนของกลุ่ม ข้อที่ 10.1 สมาชิกลงทุนอย่างน้อยคนละ 1 หุ้นๆละ 100 บาท แต่ไม่เกิน 5 หุ้นต่อคน

### 5.ทรัพยากรที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

#### 5.1 ทรัพยากรหลักที่ใช้ในการประกอบกิจการ

ทรัพยากรหลักที่ใช้ในการประกอบกิจการได้แก่ กระทะ เต่าถ่าน ครกไม้ สากโบราณ ที่ร่อนกาแฟ ตาชั่ง และเครื่องชิล

#### 5.2 นโยบายการลงทุนในอนาคต

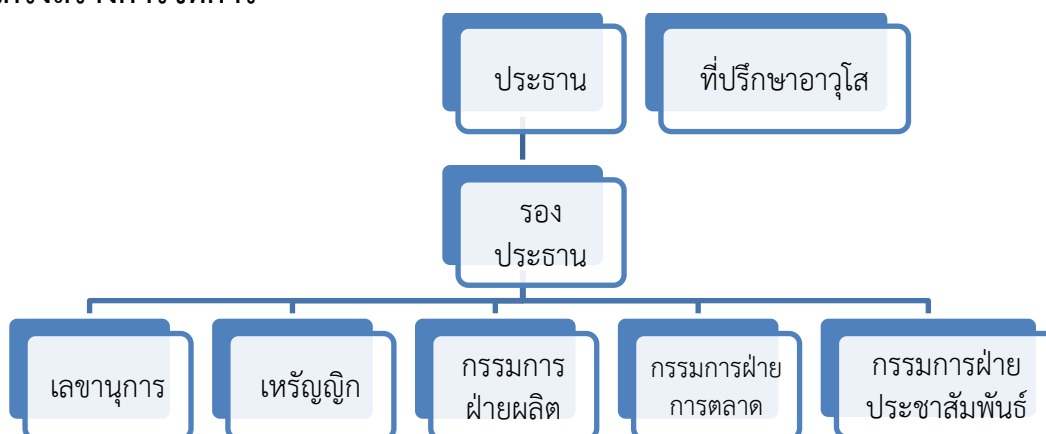
ในอนาคตมีความต้องการที่อยากจะนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดเวลาในการผลิตโกปี เช่น เครื่องบดกาแฟ เครื่องคั่วกาแฟ เครื่องทรมแรงในบดกาแฟ

### 6.โครงสร้างเงินทุน/โครงสร้างผู้ถือหุ้น

- เก็บสมาชิกแรกเข้าคนละ 100 บาทต่อ 1 หุ้น แต่ไม่เกิน 5 หุ้นต่อคน
- แบ่งสัดส่วนจากรายได้ดังนี้
 

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| ปันผลให้สมาชิก               | 5%  |
| เงินทุนเข้ากลุ่ม             | 70% |
| งบดำเนินการบริหารจัดการกลุ่ม | 25% |

### 7.โครงสร้างการจัดการ



## 8.แผนทางการเงิน

### 8.1 รายได้จากการขาย

สินค้าหรือบริการ ในอีก 3 ปีข้างหน้ากลุ่มจะผลิตโกปีให้ได้ผลผลิตเดือนละ 50 กิโลกรัมและผลิตเพิ่มขึ้นเป็นสัปดาห์ละ 5 วัน

อัตราการเติบโต เพิ่มขึ้นร้อยละ 66.7%

### 8.2 ต้นทุนการผลิต (ปัจจุบันผลิตโกปี สัปดาห์ละ 1 วัน)

ค่าวัตถุดิบ 1,170 บาท/วัน

ค่าแรงงาน 1,500บาท/วัน

ค่าบริหารกลุ่ม หัก 10% ของรายได้ต่อเดือน

ค่าน้ำ-ค่าไฟ เทศบาลเมืองเบตงจ่ายให้

ค่าบรรจุภัณฑ์ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ

ค่าขนส่ง ค่าน้ำมันรถจักรยานยนต์ครั้งละ 50 บาท

สรุปต้นทุนการผลิตทั้งหมด 2,720 ต่อจำนวนผลผลิตที่ได้รับ 16 กิโลกรัมต่อวัน

ภายในระยะเวลา 1 ปี

1.สร้างให้คนนอกพื้นที่หรือต่างจังหวัดรู้จักตราสินค้า “โกปีวังเก่า” มากยิ่งขึ้น ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นร้านค้าทั่วไป และนักท่องเที่ยว

2.ต้องการเพิ่มยอดสั่งซื้อสินค้าของแต่ละแหล่งจำหน่ายอย่างน้อย 300 กิโลกรัมต่อเดือน

ภายในระยะเวลา 2-3 ปี

1.ขยายฐานลูกค้าเพิ่มเติมโดยการขายผ่านระบบช่องทางออนไลน์ผ่านเพจโกปีวังเก่า :Kopi WangKau-กาแฟโบราณเบตง มากยิ่งขึ้น

2.ขยายฐานลูกค้าเพิ่มเติมในศูนย์การค้า สนามบิน มหาวิทยาลัย เป็นต้น

## ประมาณการงบกำไรขาดทุนต่อปี

|                          |        |         |         |
|--------------------------|--------|---------|---------|
| รายได้จากการขาย          |        | 388,800 |         |
| ต้นทุนขาย                |        | 256,320 |         |
| กำไรขั้นต้น              |        |         | 132,480 |
| ค่าใช้จ่าย               |        |         |         |
| ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน | 10,000 |         |         |
| ค่าใช้จ่ายทางการตลาด     | 15,000 | 25,000  |         |
| กำไรสุทธิ                |        |         | 107,480 |

ตารางที่ 8.1 แสดงประมาณการงบกำไรขาดทุนระยะ 5 ปี

| รายการ                   | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| รายได้จากการขาย          | 388,800 | 427,680 | 466,560 | 505,440 | 544,320 |
| ต้นทุนขาย                | 256,320 | 281,952 | 307,584 | 333,216 | 358,848 |
| กำไรขั้นต้น              | 132,480 | 145,728 | 158,976 | 172,224 | 185,472 |
| ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน | 10,000  | 11,000  | 12,000  | 13,000  | 14,000  |
| ค่าใช้จ่ายทางการตลาด     | 15,000  | 16,500  | 18,000  | 19,500  | 21,000  |
| กำไรสุทธิ                | 107,480 | 118,228 | 128,976 | 139,724 | 150,472 |

ภาคผนวก  
ค  
ประวัตินักวิจัย

## ประวัตินักวิจัย

### หัวหน้าโครงการวิจัย

1. ชื่อ – สกุล นางสาวสุพัตรา รุ่งรัตน์
2. ตำแหน่ง อาจารย์
- 3.สังกัด คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
4. ประวัติการศึกษา

| ระดับการศึกษา | สถาบันการศึกษา                      | คุณวุฒิ | สาขาวิชา           | ปีพ.ศ. |
|---------------|-------------------------------------|---------|--------------------|--------|
| ปริญญาโท      | มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา              | ศศ.ม.   | ยุทธศาสตร์การพัฒนา | 2553   |
| ปริญญาตรี     | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย | บธ.บ.   | การจัดการ          | 2547   |

### 5. ผลงานทางวิชาการ

#### 5.1 งานวิจัย

ศรีประไพอุดมละมุล, เวคินวุฒิวังศ์, ชูลพีกอร์มาโซ, สุพัตรารุ่งรัตน์ และจริยา วงศ์กำแหง. (2559).

รายงานวิจัย เรื่อง ความสำเร็จในการดำเนินงานของศูนย์เรียนรู้ชุมชน:กรณีศึกษาศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงตำบลยุโป อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา. ยะลา: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

สุพัตรา รุ่งรัตน์. (2558). รายงานวิจัย เรื่อง แนวทางการจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดนกเขาชวา กรณีศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. ยะลา : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

ศรีประไพอุดมละมุล, เวคินวุฒิวังศ์, ชูลพีกอร์มาโซ, สุพัตรารุ่งรัตน์, จริยา วงศ์กำแหงและนินุสรามินทรศักดิ์. (2558). รายงานวิจัย เรื่อง คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สำหรับสถานประกอบการ กรณีศึกษา บัณฑิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. ยะลา : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

ศรีประไพอุดมละมุล, เวคินวุฒิวังศ์, ชูลพีกอร์มาโซ, สุพัตรารุ่งรัตน์ และจริยา วงศ์กำแหง.

(2556). รายงานวิจัย เรื่อง ความคาดหวังของประชาชนตำบลทรายขาว อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. ยะลา: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

#### 5.2 บทความ

ศรีประไพ อุดมละมุล, เวคิน วุฒิวังศ์, ชูลพีกอร์ มาโซ, สุพัตรา รุ่งรัตน์, จริยา วงศ์กำแหงและนินุสรามินทรศักดิ์. (2559). คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สำหรับสถานประกอบการ กรณีศึกษา บัณฑิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. ในรายงานสืบเนื่องจากการ

ประชุม (Proceedings) การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 วันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2559 (หน้า 543-550). นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา.

#### นักวิจัยร่วมคนที่ 1

1. ชื่อ – สกุล นายซูลฟีกอร์ มาโซ
2. ตำแหน่ง อาจารย์
- 3.สังกัด คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
4. ประวัติการศึกษา

| ระดับการศึกษา | สถาบันการศึกษา        | คุณวุฒิ | สาขาวิชา                 | พ.ศ. |
|---------------|-----------------------|---------|--------------------------|------|
| ปริญญาโท      | มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา | ศศ.ม.   | สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา | 2547 |
| ปริญญาตรี     | มหาวิทยาลัยรามคำแหง   | ศศ.บ.   | รัฐประศาสนศาสตร์         | 2542 |

#### 5. ผลงานทางวิชาการ

##### 5.1 งานวิจัย

ศรีประไพ อดุลมละมุล, เวคิน วุฒิมวงศ์, ซูลฟีกอร์ มาโซ, สุพัตรารุ่งรัตน์ และจริยา วงศ์กำแหง.

(2559). รายงานวิจัย เรื่อง **ความสำเร็จในการดำเนินงานของศูนย์เรียนรู้ชุมชน :**

**กรณีศึกษา ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงตำบลยุโป อำเภอเมืองยะลาจังหวัดยะลา.** ยะลา :

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

ศรีประไพ อดุลมละมุล, เวคิน วุฒิมวงศ์, ซูลฟีกอร์ มาโซ, สุพัตรารุ่งรัตน์, จริยา วงศ์กำแหงและนิลุสร

มินทรศักดิ์. (2558). รายงานวิจัย เรื่อง **คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สำหรับสถาน**

**ประกอบการ กรณีศึกษา บัณฑิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน**

**คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.** ยะลา : คณะมนุษยศาสตร์

และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

ศรีประไพ อดุลมละมุล, เวคิน วุฒิมวงศ์, ซูลฟีกอร์ มาโซ, สุพัตรารุ่งรัตน์ และจริยา วงศ์กำแหง.

(2556). รายงานวิจัย เรื่อง **ความคาดหวังของประชาชนตำบลทรายขาว อำเภอโคกโพธิ์**

**จังหวัดปัตตานี ต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.** ยะลา : คณะมนุษยศาสตร์และ

สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

##### 5.2 บทความ

ศรีประไพ อดุลมละมุล, เวคิน วุฒิมวงศ์, ซูลฟีกอร์ มาโซ, สุพัตรา รุ่งรัตน์, จริยา วงศ์กำแหงและ

นิลุสร มินทรศักดิ์. (2559). **คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สำหรับสถานประกอบการ**

**กรณีศึกษา บัณฑิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะ**

**มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.** ในรายงานสืบเนื่องจากการ

ประชุม (Proceedings) การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 วันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2559

(หน้า 543-550). นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา.



## นักวิจัยร่วมคนที่ 2

1. ชื่อ – สกุล นางศรีประไพ อุดมละมุล
2. ตำแหน่ง อาจารย์
3. สังกัดคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
4. ประวัติการศึกษา

| ระดับการศึกษา | สถาบันการศึกษา               | คุณวุฒิ | สาขาวิชา    | พ.ศ. |
|---------------|------------------------------|---------|-------------|------|
| ปริญญาโท      | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ | ศศ.ม.   | พัฒนาสังคม  | 2547 |
| ปริญญาตรี     | มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์     | วท.บ.   | ศึกษาศาสตร์ | 2516 |

## 5. ผลงานทางวิชาการ

### 5.1 งานวิจัย

ศรีประไพอุดมละมุล, เวคินวุฒิวังค์, ชูลพีเกอร์มาโซ, สุพัตรารุ่งรัตน์ และจริยวงศ์กำแหง.

(2559). รายงานวิจัย เรื่อง **ความสำเร็จในการดำเนินงานของศูนย์เรียนรู้ชุมชน : กรณีศึกษา ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงตำบลยุโป อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา.**

ยะลา : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

ศรีประไพอุดมละมุล, เวคินวุฒิวังค์, ชูลพีเกอร์มาโซ, สุพัตรารุ่งรัตน์, จริยวงศ์กำแหงและนินุสรา

มินทรศักดิ์. (2558). รายงานวิจัย เรื่อง **คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สำหรับสถานประกอบการ กรณีศึกษา บัณฑิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. ยะลา:คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.**

ศรีประไพ อุดมละมุล, เวคิน วุฒิวังค์, ชูลพีเกอร์ มาโซ, สุพัตรา รุ่งรัตน์ และจริยา วงศ์กำแหง.

(2556). รายงานวิจัย เรื่อง **ความคาดหวังของประชาชนตำบลทรายขาว อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. ยะลา : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.**

### 5.2 บทความ

ศรีประไพอุดมละมุล, เวคินวุฒิวังค์, ชูลพีเกอร์มาโซ, สุพัตรารุ่งรัตน์, จริยวงศ์กำแหงและนินุสรา

มินทรศักดิ์. (2559). **คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สำหรับสถานประกอบการ กรณีศึกษา บัณฑิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.** ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุม (Proceedings) การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 วันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2559 (หน้า 543-550). นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา.

### นักวิจัยร่วมคนที่ 3

1. ชื่อ – สกุล นายอนุอัฟฟา สาและ
2. ตำแหน่ง นักวิชาการเกษตรปฏิบัติการ
3. สังกัด สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ ๕ จังหวัดสงขลา
4. ประวัติการศึกษา

| ระดับการศึกษา | สถาบันการศึกษา         | คุณวุฒิ              | สาขาวิชา             | พ.ศ. |
|---------------|------------------------|----------------------|----------------------|------|
| ปริญญาโท      | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ | วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต | เกษตรศาสตร์ (พืชสวน) | 2555 |
| ปริญญาตรี     | สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล | วิทยาศาสตรบัณฑิต     | พืชศาสตร์-พืชสวน     | 2546 |

## 5. ผลงานทางวิชาการ

### 5.1 ผลงาน

- (1) การพัฒนาอาหารกึ่งสำเร็จรูปชนิดผงสำหรับผู้สูงอายุจากข้าวกล้องงอก
- (2) การพัฒนาข้าวสมุนไพรกึ่งสำเร็จรูป
- (3) การพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ (การพัฒนาแปรรูปข้าวกล้องหอมกระดังงาและข้าวกล้องหอมกระดังงา)
- (4) การพัฒนาและยกระดับสินค้า OTOP ด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม พื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 (กลุ่มแปรรูปลูกหยีเสดดา)

### 5.2 ผลงานวิจัยที่ได้รับรางวัล

#### - ผลงานนวัตกรรม

รางวัล The Best of Social impact award และรางวัล เหรียญทองจากชิ้นงาน Instant Herbal Soaked Rice ในงาน The Novel Research and Innovation Competition 2017 ณ Universiti Sains Malaysia (USM) รัฐปีนัง ประเทศมาเลเซีย

### นักวิจัยร่วมคนที่ 4

1. ชื่อ – สกุล นางสาวมัสวีณี สาและ
2. ตำแหน่ง อาจารย์
3. สังกัด คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
4. ประวัติการศึกษา

| ระดับการศึกษา | สถาบันการศึกษา           | คุณวุฒิ               | สาขาวิชา                               | พ.ศ. |
|---------------|--------------------------|-----------------------|----------------------------------------|------|
| ปริญญาโท      | มหาวิทยาลัยมหิดล         | ศศ.ม                  | ภาษาศาสตร์                             | 2552 |
| ปริญญาตรี     | มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ | ศศ.บ<br>(ศึกษาศาสตร์) | วิชาเอก<br>ภาษาอังกฤษ<br>วิชาโทภาษาไทย | 2548 |

## 5. ผลงานทางวิชาการ

### 5.1 งานวิจัย

มัสวีณี สาและ และคณะ. (2555). รายงานวิจัยเรื่อง ปัญหาการใช้ภาษาไทยของนักศึกษาไทยเชื้อสายมลายูในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

มัสวีณี สาและ, เจนตา แก้วไผ่ และ วุฒิชัย คงยัง. (2556). รายงานการวิจัยเรื่องศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรมในอำเภอโคกโพธิ์จังหวัดปัตตานี. ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

รัตติยา สาและ, พรพันธ์ เขมคุณาศัย, สุธาสินี บุญญาพิทักษ์ และมัสวีณี สาและ (2557) งานวิจัยเรื่องสภาพการเรียนรู้การสอนภาษาและวัฒนธรรมมลายูในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. สงขลา : หสม.บลูกราฟฟิค.

### 5.2 บทความ

บทความเรื่อง “The Evolution of Basic Color Terms in Pattani Malay” นำเสนอในการประชุมนานาชาติ The First Annual International Graduate Research Conference on Social science and Humanities: Harmony in Diversity on April 2-3, 2009 at SD Avenue Hotel Bangkok, Thailand

บทความเรื่อง การวิเคราะห์ประเภทของคำที่มีความหมายว่า “โกหก” ในภาษาไทยจากการตีความตามบริบท:กรณีศึกษานวนิยายเรื่องอย่าลืมนั่นของหมย่นดี. บทความนำเสนอในการประชุมวิชาการ.นเรศวรวิจัย ครั้งที่10:เครือข่ายวิจัยสร้างความรู้สู่อาเซียน, 74. 22-23 กรกฎาคม 2557. มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.

### นักวิจัยร่วมคนที่ 5

1. ชื่อ – สกุล นางนินุสรา มินทรศักดิ์
2. ตำแหน่ง อาจารย์
- 3.สังกัด คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
4. ประวัติการศึกษา

| ระดับการศึกษา | สถาบันการศึกษา                             | คุณวุฒิ | สาขาวิชา          | พ.ศ. |
|---------------|--------------------------------------------|---------|-------------------|------|
| ปริญญาโท      | Inter National Islamic University Malaysia | M.HSc.  | Political Science | 2553 |
| ปริญญาตรี     | มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์                   | ศศ.บ.   | รัฐศาสตร์         | 2549 |

## 5. ผลงานทางวิชาการ

### 5.1 งานวิจัย

ศรีประไพอุดมละมุล, เวคินวุฒิมวงศ์, ชูลพีกอร์มาโซ, สุพัตรารุ่งรัตน์, จรียาวงค์กำแหงและนินุสรามินทราศักดิ์. (2558). รายงานวิจัย เรื่อง คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สำหรับสถานประกอบการ กรณีศึกษา บัณฑิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. ยะลา:คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

### 5.2 บทความ

ศรีประไพอุดมละมุล, เวคินวุฒิมวงศ์, ชูลพีกอร์มาโซ, สุพัตรารุ่งรัตน์, จรียาวงค์กำแหงและนินุสรามินทราศักดิ์. (2559). คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สำหรับสถานประกอบการ กรณีศึกษา บัณฑิตหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุม (Proceedings) การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 วันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2559 (หน้า 543-550).นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา.