ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้วยธุรกิจอาหารแปรรูปพื้นบ้าน

ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ [1/] และ อารี วิบูลย์พงศ์ [2/]

บทคัดย่อ

บทความนี้ มุ่งที่จะวิเคราะห์ขีดความสามารถในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนของกลุ่มแม่บ้าน ซึ่งเป็นองค์กรชุมชนที่สำคัญ โดยใช้อาหารแปรรูปพื้นบ้านเป็นกิจกรรมการเสริมสร้างรายได้และแก้ปัญหาการตลาดสินค้าเกษตร ผลการวิเคราะห์ชี้ว่า อาหารแปรรูปพื้นบ้านเป็นสินค้าที่มีศักยภาพมาก กลุ่มแม่บ้านสามารถทำยอดขายได้สูงถึง 10 ล้านบาทต่อปี โดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่กว่าร้อยละ 75 และใช้แรงงานของตนเอง โดยทั่วไปแล้วกลุ่มแม่บ้านมีขีดความสามารถจำกัด ความสำเร็จของกลุ่มมาจากปัจจัยหลัก 2 ประการคือ การตลาด และความร่วมมือของสมาชิก สถานภาพในปัจจุบันชี้ชัดว่า กลุ่มจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมในด้านการผลิต ให้ถูกสุขอนามัย เพื่อเข้าถึงตลาดผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง และให้มีวิสัยทัศน์ในการกำหนดเป้าหมายและความสามารถในการบริหารงานกลุ่ม สิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์กรนี้เป็นลู่ทางเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนได้แท้จริง ก็คือจะต้องมีการกระจายผลประโยชน์ภายในกลุ่มให้ทั่วถึง สำหรับหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนนั้น จะต้องพิจารณาให้ความช่วยเหลือแก่กลุ่มที่มีความต้องการอย่างแท้จริง และลดการช่วยเหลืออย่างซ้ำซ้อน โดยเฉพาะกับกลุ่มที่ประสบความสำเร็จ หรือมีการกระจุกตัวของผลประโยชน์ภายใน

การพัฒนาเศรษฐกิจที่ผ่านมา ได้เน้นไปในภาคอุตสาหกรรมและบริการเป็นอย่างมาก แม้ว่าจะมีประชากรร่วมอยู่ในภาคเกษตรกรรมเกือบร้อยละ 58 ของประชากรทั้งประเทศก็ตาม แต่ภาคเกษตรกรรมกลับสร้างรายได้เพียงร้อยละ 11 ของผลิตภัณฑ์ประชาชาติ (GDP) เท่านั้น ความแตกต่างในรายได้ของประชากร นำมาซึ่งปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างต่อเนื่อง การลดช่องว่างของรายได้ดังกล่าว อาจทำได้โดยการยกระดับรายได้ของภาคเกษตรกรรมหรือภาคชนบทให้สูงขึ้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นนโยบายที่สำคัญของประเทศ และบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมาหลายแผน

[1/] อาจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ และศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

[2/] รองศาสตราจารย์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร และศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มาตรการหนึ่งในการยกระดับรายได้ในภาคชนบทก็คือ การพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรพื้นบ้าน ซึ่งจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตร ลดปัญหาราคาสินค้าและตลาดให้แก่เกษตรกร ทำให้เกษตรกรมีทางเลือกในการนำวัตถุดิบการเกษตรมาใช้ประโยชน์หรือจัดจำหน่าย นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มโอกาสการจ้างงานในชนบทให้สูงขึ้น และลดการอพยพแรงงาน อันนำไปสู่การลดปัญหาการล่มสลายของสถาบันครอบครัวอีกด้วย อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป เป็นอุตสาหกรรมเกษตรพื้นบ้านที่ง่ายที่สุดต่อการเริ่มต้นของสตรีหรือของกลุ่มสตรีแม่บ้านเกษตรกร ในอันที่จะพัฒนาให้เป็นธุรกิจที่เข้มแข็งและมีศักยภาพเชิงธุรกิจได้

บทความนี้อิงผลการวิเคราะห์และบทเรียนที่ได้รับจากงานวิจัยของผู้เขียน 2 โครงการ[1] เป็นหลัก เพื่อเป็นตัวอย่างในการชี้ขีดความสามารถขององค์กรชุมชน[2] รวมทั้งอุปสรรคและปัญหาโดยใช้อาหารแปรรูปพื้นบ้านเป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มรายได้ การจ้างงาน และการใช้ผลผลิตเกษตรของท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบ ทั้งนี้โดยมีข้อสันนิษฐานว่า เครื่องมือนี้จะเป็นส่วนหนึ่งของการนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชน และความยั่งยืนของภาคเกษตร

ภูมิหลัง

แม้ว่าผลิตภัณฑ์เกษตรพื้นบ้านจะมีให้พบเห็นอยู่มากมายก็ตาม แต่เป็นการยากที่จะประเมินมูลค่าโดยรวมได้อย่างแม่นยำ โดยเฉพาะส่วนที่ผลิตโดยองค์กรชุมชน สถิติที่รวบรวมได้จากกรมส่งเสริมการเกษตรในปี 2536[3] ซึ่งอารี และคณะ (2539) รายงานว่า ผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านของประเทศ (ผลิตโดยกลุ่มต่าง ๆ และผู้ผลิตรายเดี่ยวทำเองในครัวเรือน) มีมูลค่ารวมประมาณ 939.66 ล้านบาท โดยร้อยละ 85 เป็นผลิตภัณฑ์จากภาคกลาง รองลงมาคือภาคเหนือ (ร้อยละ 7) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเท่า ๆ กับภาคใต้ (คือร้อยละ 4) ผลิตภัณฑ์จากผลไม้มีค่าสูงสุด (762 ล้านบาท) รองลงมาคือผลิตภัณฑ์จากผัก 45 ล้านบาท ธัญพืช 33 ล้านบาท ว่าน และเนื้อสัตว์ 30 และ 24 ล้านบาทตามลำดับ ในความเป็นจริง มูลค่าของผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านน่าจะสูงกว่านี้ได้อีกมาก หากมีการรวมมูลค่าที่ผลิตโดยผู้ประกอบการทั่วไปได้ครบถ้วน อย่างไรก็ตาม ในภาพรวมของเศรษฐกิจของประเทศแล้ว อาจกล่าวได้ว่าผลิตภัณฑ์เกษตรพื้นบ้านมีมูลค่าน้อยมาก กล่าวคือ จากตัวเลขล่าสุดในปี 2538/39 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร 2542) ในขณะที่รายได้สุทธิของครัวเรือนเกษตร และรายได้สุทธิทางการเกษตรโดยเฉลี่ยต่อครัวเรือนของเกษตรกรต่อปี เท่ากับ 80,870 บาท และ 29,812

---

[1] โครงการวิจัยหลัก 2 โครงการคือ "แนวทางยกระดับอุตสาหกรรมเกษตรพื้นบ้าน กรณีศึกษา : จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พะเยา และลำปาง" สนับสนุนโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2539 และ โครงการวิจัย "การปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้าน : จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน" สนับสนุนโดย ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ พ.ศ. 2543

[2] องค์กรชุมชนในที่นี้หมายถึง กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มแม่บ้าน หรือกลุ่มสตรี หรือกลุ่มสตรีสหกรณ์ ซึ่งจัดตั้งโดยความช่วยเหลือของหน่วยงานราชการต่าง ๆ หรือโดยความสมัครใจของสมาชิก

[3] ข้อมูลจากแหล่งเดียวกันในปี พ.ศ. 2543 มีเพียง 64 จังหวัด จึงไม่สามารถนำมาเสนอได้

บาท รายได้สุทธิจากการแปรรูปสินค้าเกษตรต่อครัวเรือนมีเพียง 114.43 บาทเท่านั้น (หรือเพียงร้อยละ 0.38 ของรายได้สุทธิทางการเกษตร) ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่า ยังมีช่องว่างที่จะผลักดันให้สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตรจากไร่นาได้อีกมาก

ลักษณะและขนาดของธุรกิจ

อาหารแปรรูปพื้นบ้านผลิตโดยหน่วยประกอบการ 2 ลักษณะ คือ กลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งมักเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และผู้ประกอบการรายเดี่ยว (ต่อไปนี้เรียกว่า "กลุ่ม" และ "รายเดี่ยว" ตามลำดับ) ข้อมูลจาก "ทะเบียนผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเกษตรในครัวเรือนและชนบท" ของกรมส่งเสริมการเกษตร พ.ศ. 2536 พบว่า มีกลุ่มอยู่รวมทั้งสิ้น 686 กลุ่ม และเอกชน 470 ราย รวมทั้งสิ้น 1156 ราย ซึ่งสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านรวม 939.66 ล้านบาท ดังกล่าวแล้วข้างต้น ซึ่งเท่ากับว่าโดยเฉลี่ยแล้ว แต่ละหน่วยสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้ประมาณ 813,000 บาทต่อปี

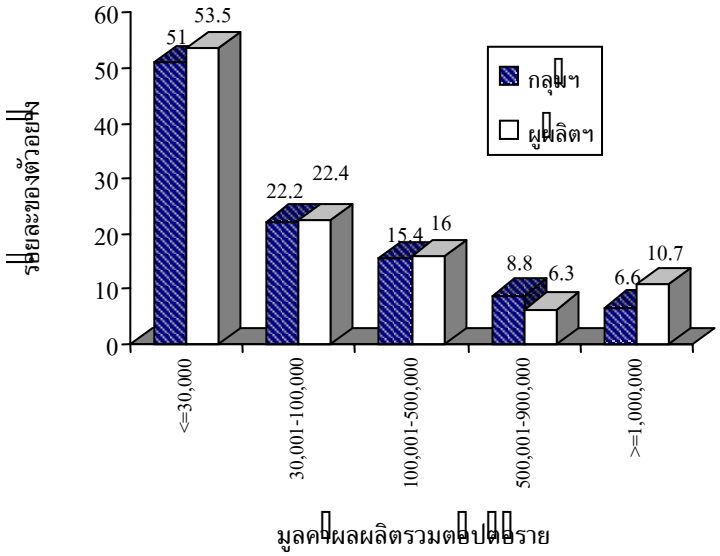
กลุ่มที่กล่าวถึงนี้ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ซึ่งได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมให้จัดตั้งขึ้นโดยฝ่ายเคหกิจเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ส่วนหน่วยราชการและองค์กรพัฒนาเอกชนอื่น ๆมีการส่งเสริมให้จัดตั้งกลุ่มบ้างแต่ไม่มากนัก เช่น หน่วยงานของกรมประมง กรมพัฒนาชุมชน เป็นต้น กลุ่มเหล่านี้นอกจากจะได้รับความช่วยเหลือให้มีการจัดตั้งกลุ่มแล้ว ยังได้รับความช่วยเหลือในด้านเงินทุน (แบบให้เปล่า) และเงินยืมและเงินกู้ ตลอดจนความช่วยเหลือในด้านวิธีการผลิตและการจัดจำหน่าย กลุ่มที่มีธุรกิจในระดับก้าวหน้า จะได้รับการสนับสนุนในด้านเทคโนโลยีการผลิต การเงิน การจัดการธุรกิจ (การบรรจุหีบห่อ การตลาด ฯลฯ) จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อยกระดับธุรกิจให้มีผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน และตอบสนองต่อผู้บริโภคในตลาดบนต่อไปด้วย

ผู้ประกอบการรายเดี่ยวในทำเนียบของกรมส่งเสริมการเกษตร หมายถึงผู้ที่ไม่เข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มแต่ทำการผลิตเองในครัวเรือนและขายเองอย่างอิสระ แต่สำหรับบทความนี้จะรวมถึงผู้ประกอบการรายเดี่ยวที่ขนาดธุรกิจใหญ่กว่าที่จะทำเองในครัวเรือนด้วย (ผู้ผลิตรายเดี่ยวในความหมายแรกรวมกับกลุ่ม จึงน่าจะสะท้อนถึงธุรกิจของชนบทได้ดีกว่าการรวมเอาเอกชนที่เข้ามาทำธุรกิจพื้นบ้าน แม้ว่าจะเป็นผู้ที่พัฒนามาจากรายเดี่ยวขนาดเล็กก็ตาม) ซึ่งผู้ผลิตรายเดี่ยวนี้ ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ ดังกล่าวแล้วข้างต้น

ขนาดการผลิตของกลุ่มและรายเดี่ยวค่อนข้างแตกต่างกัน อารี และคณะ (2539) ได้รายงานจากการทำสำมะโนในครั้งนั้นว่า อุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้านใน 4 จังหวัดภาคเหนือ (เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา และลำปาง) ประกอบด้วยผู้ผลิตรายเดี่ยว 536 ราย และกลุ่มต่าง ๆ 317 กลุ่ม การผลิตกว่าร้อยละ 60 เป็นการผลิตขนาดเล็ก ไม่เข้าข่ายคำจำกัดความของโรงงาน กล่าวคือ มีคนงานต่ำกว่า 7 คน และร้อยละ 51 ของกลุ่ม และร้อยละ 53 ของรายเดี่ยวมีมูลค่าผลผลิตต่ำกว่า 30,000 บาทต่อปี (รูปที่ 1) อย่างไรก็ตาม พบว่ามีกลุ่มที่มีมูลค่าผลผลิตสูงกว่า 1 ล้านบาทต่อปี ร้อยละ 6.6 (2 กลุ่มที่มีมูลค่า 1–10 ล้านบาท และ 1 กลุ่มมีมูลค่า 18.5 ล้านบาท) สำหรับรายเดี่ยวมีร้อยละ 10.7 ที่มีมูลค่าผลผลิตกว่า 1 ล้านบาทต่อปี (11 รายที่มีมูลค่า 1–10 ล้านบาท และ 1 รายมีมูลค่า 21.9 ล้านบาท)

ธุรกิจอาหารแปรรูปพื้นบ้านมีการขยายตัว โดยเฉพาะการผลิตของกลุ่มมีการเติบโตในระหว่างปี 2536-2538 ด้วยอัตราประมาณร้อยละ 23-120 แล้วแต่ชนิดของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ผักดองและเนื้อมีการเติบโตสูงกว่าร้อยละ 100 และส่วนใหญ่เป็นการขยายตัวของกลุ่ม ส่วนหนึ่งเนื่องจากมีฐานการผลิตที่เล็กว่ารายเดี่ยว

ทั้งกลุ่มและรายเดี่ยวส่วนมาก (ร้อยละ 56 และ 77 ของผู้ผลิตทั้งหมด) ผลิตสินค้าเพียงชนิดเดียว รายที่ผลิตสินค้า 2 ชนิดมีประมาณร้อยละ 24 และ 15 ตามลำดับ ส่วนที่เหลืออาจผลิตมากถึง 12 ชนิด จากการศึกษาในโครงการที่ 2 ผู้เขียนพบว่า กลุ่มและรายเดี่ยวที่มีกิจการค่อนข้างใหญ่ จะมีชนิดของผลิตภัณฑ์หลากหลายกว่าผู้ผลิตรายเดี่ยวและกลุ่มที่มีขนาดเล็ก (ทรงศักดิ์ และคณะ 2543)



รูปที่ 1 มูลค่าผลผลิตรวมต่อปีต่อราย
ที่มา : อารี และคณะ (2539)

การใช้วัตถุดิบและการจ้างงานในพื้นที่

ที่มาของกลุ่มแม่บ้านตามนโยบายของภาครัฐ คือ การจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเพื่อถนอมอาหารจากผลผลิตการเกษตรที่ผลิตได้เป็นวัตถุดิบ และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ แล้วพัฒนาต่อมาจนกระทั่งเป็นธุรกิจตามความสามารถของแต่ละกลุ่ม ในภาพรวมของประเทศจะเห็นได้ชัดเจนว่า อาหารแปรรูปพื้นบ้านมีผลิตภัณฑ์หลากหลายขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น จังหวัดสมุทรสงครามมีการผลิตอาหารแปรรูปพื้นบ้านมากที่สุด และเป็นผลิตภัณฑ์ผลไม้เกือบทั้งหมด รองลงมาคือ จังหวัดสุพรรณบุรี จากผลิตภัณฑ์ว่านหางจรเข้ ภาคเหนือมีผลิตภัณฑ์จากผักสูงกว่าภาคอื่น ๆ เป็นต้น จากผลการวิจัย (พ.ศ. 2539) พบว่า ร้อยละ 75 ของวัตถุดิบหลักมาจากแหล่งผลิตในจังหวัด ที่เหลืออาจมาจากจังหวัดใกล้เคียง หรือแม้แต่จากกรุงเทพฯ เช่น การแปรรูปปลาส้มของจังหวัดพะเยา หรือนำเข้าบางส่วน เช่น หนังหมู สำหรับแปรรูปแคบหมู เป็นต้น ซึ่งการนำวัตถุดิบจากต่างถิ่นมีความเป็นไปได้เมื่อ

กิจการนั้นมีความมั่นคง มีตลาดแน่นอน หรือขยายตัวเมื่อวัตถุดิบในพื้นที่ขาดแคลน ผู้แปรรูปมีความสามารถเพียงพอที่จะซื้อวัตถุดิบจากต่างถิ่น ซึ่งย่อมจะมีต้นทุนที่สูงกว่าวัตถุดิบในพื้นที่ได้ การซื้อวัตถุดิบจากนอกพื้นที่ บางครั้งเป็นเพราะคุณภาพของวัตถุดิบในพื้นที่ไม่เป็นไปตามความต้องการด้วย

กรณีตัวอย่างของการใช้ผลผลิตในพื้นที่ที่เกิดประโยชน์ และแก้ปัญหาการตลาดให้แก่เกษตรกร ได้แก่ การแปรรูปมะเขือเทศแช่อิ่ม โดยกลุ่มที่ทำกล้วยกวน กลุ่มแม่บ้านกลุ่มนี้รับซื้อมะเขือเทศในปริมาณมาก เมื่อมะเขือเทศสดล้นตลาดและราคาต่ำมาก ซึ่งเป็นความสามารถเฉพาะของกลุ่มที่มีความเข้มแข็งแล้วเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างนี้มีความสามารถในการตลาดสูง และมีการจัดการที่ค่อนข้างมีระบบ

อาหารแปรรูปพื้นบ้าน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้แรงงานคนในการผลิตสูง ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของนโยบายเมื่อแรกเริ่ม การผลิตจึงมาจากแรงงานของสมาชิกเกือบทั้งหมด การจ้างงานจะมีมากน้อยเพียงไร จึงขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิตตามความสามารถในการหาตลาดของกลุ่ม เนื่องจากกลุ่มมีขนาดแตกต่างกัน ยกเว้นกลุ่มที่มีขนาดเล็ก สมาชิกส่วนใหญ่ไม่มีโอกาสรับจ้างทำงานในกลุ่ม และมักพบว่าการจ้างงานมักจำกัดอยู่เฉพาะสมาชิกคนเดิมบางคน ในกรณีที่มีการผลิตไม่มาก ผู้ที่ทำหน้าที่แปรรูปจะเป็นกรรมการเท่านั้น อย่างไรก็ตามพบว่าร้อยละ 6 ของกลุ่ม และร้อยละ 28 ของรายเดี่ยวมีการจ้างแรงงานในพื้นที่ด้วยเช่นกัน

การผลิตและเทคโนโลยี

จากการศึกษาในปี 2539 โดยการสำรวจกลุ่มแม่บ้าน 47 กลุ่มและผู้ผลิตรายเดี่ยว 122 ราย และการศึกษาเจาะลึกในปี 2543 จำนวน 26 กลุ่มและรายเดี่ยว 14 รายพบว่า ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้านเกือบทั้งหมด ผลิตโดยกรรมวิธีแปรรูปขั้นพื้นฐาน อุปกรณ์ส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์งานครัวทั่วไป สำหรับอุปกรณ์จำเพาะเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ในปี 2539 พบว่ามีเพียง 16 รายการ ซึ่งใช้โดยผู้แปรรูป 100 ราย กลุ่มได้อุปกรณ์เหล่านี้จากความช่วยเหลือมากกว่าที่จะจัดหาซื้อด้วยเงินทุนของกลุ่มเอง แต่รายเดี่ยวมีการลงทุนด้วยตนเอง อย่างไรก็ตามจากการศึกษาในปี 2543 พบว่ามีอุปกรณ์ที่ทันสมัยมากขึ้น ได้แก่ เครื่องกวนผลไม้ เครื่องอบแห้ง (สำหรับอบลำไย ซึ่งนำไปใช้กับการอบผลไม้นานาชนิด) และเครื่องอบไส้อั่ว

การผลิตทุกแห่งไม่ถูกสุขอนามัยอาหาร ซึ่งอาจเป็นในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง หรือทั้งหมด นับตั้งแต่การใช้โรงเรือนที่ไม่เหมาะสม ทำให้ยากต่อการควบคุมสัตว์รบกวน การกำจัดสิ่งปฏิกูล การทำความสะอาดอาคาร พื้นที่ใช้สอย และอุปกรณ์ ตลอดจนการควบคุมความสะอาดในระหว่างการผลิตและการบรรจุ (รูปที่ 2) จากการศึกษาทั้งสองโครงการพบว่า ไม่มีรายใดผ่านมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) ตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุข

นอกจากนี้ ผู้ผลิตเพียงร้อยละ 27.5 เท่านั้น ที่ตอบว่ามีความเข้าใจในเรื่องสารเคมีที่ใช้กับการประกอบอาหาร และสำหรับผลิตภัณฑ์หลายชนิดมีการใช้สารเคมีกันบูดและสารให้ความหวาน ซึ่งปริมาณการใช้ไม่มีการชั่งตวงอย่างละเอียด ข้อมูลจากการศึกษาทั้งสองครั้งชี้ให้เห็นว่า อาหารแปรรูปพื้นบ้านซึ่งผลิตในพื้นที่ศึกษา ยังมีความเสี่ยงสูงในเรื่องความปลอดภัยต่อผู้บริโภคจากการใช้สารเคมีในการผลิตซึ่งได้แก่ อาหารหมักดอง เช่นกระเทียมดอง ผลไม้ดอง ทอฟฟี่ น้ำพริก น้ำสตรอเบอรี่ เป็นต้น

ก. การจัดเก็บอุปกรณ์การผลิตไม่เป็นระเบียบ (กลุ่มกระเทียมดอง)

ข. สถานที่ผลิตเป็นที่โล่งและพื้นเป็นพื้นดินซึ่งไม่สามารถป้องกันฝุ่นและสัตว์รบกวนได้ (กิจการปลาส้ม)

ค. สารเคมี (ถุงปุ๋ย) ถูกเก็บไว้บนชั้นใต้หลังคาโรงดองซึ่งอาจทำให้ผลิตภัณฑ์มีสารเคมี และฝุ่นละอองปนเปื้อนได้ (กลุ่มมะม่วงดอง)

ง. ผู้ผลิตไม่สวมอุปกรณ์ป้องกันการปนเปื้อนขณะบรรจุผลิตภัณฑ์ และไม่ใช้โต๊ะสแตนเลสสูงไม่ต่ำกว่า 60 เซนติเมตร (กลุ่มเต้าเจี้ยว)

รูปที่ 2 ลักษณะของสถานประกอบการและการปฏิบัติการระหว่างการผลิตที่ไม่ถูกต้องตามมาตรฐานสาธารณสุข
ที่มา : ทรงศักดิ์ และคณะ (2543)

การจัดองค์กรและการบริหารงานของกลุ่มแม่บ้าน

รูปแบบการจัดองค์กรของกลุ่มแม่บ้าน มีหลายรูปแบบตามระดับความครบถ้วนสมบูรณ์ของคณะกรรมการ กลุ่มส่วนใหญ่มีคณะกรรมการที่ประกอบด้วยประธาน เลขานุการ เหรัญญิก และประชาสัมพันธ์ บางกลุ่มอาจมีฝ่ายตลาดเพิ่มขึ้นอีก 1 ตำแหน่ง หรือมีฝ่ายบัญชี และสินเชื่อ หรือฝ่ายควบคุมการผลิต ฝ่ายสินเชื่อ ฝ่ายจัดหาทุน และฝ่ายจัดหาวัตถุดิบเพิ่มเติม เป็นต้น ในกรณีที่กลุ่มไม่มีฝ่ายตลาด ประธานมักจะเป็นผู้ทำหน้าที่ฝ่ายตลาดเอง หรือดูแลฝ่ายอื่น ๆ ที่ไม่ปรากฏตำแหน่งอย่างเป็นทางการ ซึ่งการมีตำแหน่งครบถ้วนทุกฝ่ายหรือไม่ สะท้อนให้เห็นการกระจายหน้าที่รับผิดชอบและความสามารถของสามาชิกในกลุ่ม ในอันที่จะร่วมมือปฏิบัติภาระกิจของกลุ่มได้มากน้อยต่างกัน การบริหารงานภายในกลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65) มีการแบ่งงานกันทำตามหน้าที่หรือตำแหน่งอย่างชัดเจน (ทรงศักดิ์ และคณะ 2543)

ขนาดของกลุ่มค่อนข้างแตกต่างกัน กลุ่มมีสมาชิกตั้งแต่ 3 คน ถึง 150 คน เนื่องจากตามปกติแล้วสตรีในหมู่บ้านจะเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านโดยอัตโนมัติ กลุ่มแม่บ้านจึงถูกเรียกว่ากลุ่มธรรมชาติ ซึ่งกลุ่มจะมีกิจกรรมต่าง ๆ กัน เช่น ตัดเย็บเสื้อผ้า ทอผ้า งานหัตถกรรม ออมทรัพย์ และแปรรูปอาหาร เป็นต้น เมื่อแม่บ้านมีความสนใจร่วมกันก็สามารถรวมกลุ่มกันเป็นกลุ่มย่อย ๆ อย่างไม่เป็นทางการได้ ตามปกติแล้วกลุ่มออมทรัพย์มักเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ และในกลุ่มประเภทนี้อาจมีกลุ่มย่อยที่สนใจทำการแปรรูปอาหารเฉพาะด้านเกิดขึ้น ในบางกรณีอาจมีกลุ่มผลิตอาหารย่อย ๆ ตามประเภทของอาหารที่ผลิตด้วย อารี และคณะ (2539) พบว่าร้อยละ 32 ของจำนวนกลุ่มมีสมาชิกทุกคนร่วมในกิจกรรมแปรรูป

อาหาร กลุ่มส่วนใหญ่ (ร้อยละ 68) มีสมาชิกเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ร่วมทำกิจกรรมอาหาร (ซึ่งเหตุการณ์นี้พบใน ทรงศักดิ์ และคณะ (2543) ด้วยเช่นกัน)

จากการสุ่มถามตัวอย่างผู้ผลิตรายเดี่ยว (จำนวน 65 ราย) พบว่า ร้อยละ 89 ไม่เคยเป็นสมาชิกของกลุ่มใด ๆ มาก่อน และที่เหลือร้อยละ 10 เคยทำการผลิตร่วมกับกลุ่ม แต่ได้แยกออกจากกลุ่มภายหลัง เหตุผลที่ไม่เป็นสมาชิกของกลุ่มมีหลากหลาย นอกเหนือไปจากการที่ไม่มีกลุ่มแปรรูปอาหารในพื้นที่ดังปรากฏในตารางที่ 1 แต่การมีกลุ่มไม่ได้เป็นสิ่งยืนยันว่ารายเดี่ยวเหล่านี้จะเข้าเป็นสมาชิก และกลุ่มจะสามารถอำนวยประโยชน์ให้แก่รายเดี่ยวได้ดีกว่า ในแง่มุมของการพัฒนาความยั่งยืนให้แก่ชุมชน รายเดี่ยวเหล่านี้ถือว่าเป็นสมาชิกของชุมชนที่มีความเข้มแข็ง สามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง และไม่เป็นภาระแก่ชุมชน

ตารางที่ 1 เหตุผลของการไม่เป็นสมาชิกกลุ่มแปรรูปอาหารของผู้ผลิต

เหตุผล	จำนวนผู้ผลิต (ราย)	ร้อยละ
1. ปัจจุบันไม่มีกลุ่มแปรรูปอาหาร	29	44.61
2. อยากทำกิจการส่วนตัวมากกว่า	10	10.76
3. ไม่มีเวลาทำการผลิตร่วมกับกลุ่มฯ	6	9.22
4. กลุ่มฯ ผลิตสินค้าไม่ตรงกับความต้องการของตน	5	7.69
5. กลุ่มฯ ไม่มีความแน่นอนในการจัดตั้ง	2	3.08
6. เป็นผู้ชายเลยไม่ได้เข้าเป็นสมาชิกกลุ่มฯ ซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่กลุ่มแม่บ้าน	2	3.08
7. อายุมากแล้วเลยไม่ได้เข้าเป็นสมาชิกกลุ่มฯ	2	3.08
8. เพิ่งย้ายเข้ามาอยู่ในหมู่บ้าน	2	3.08
9. กลุ่มฯ ไม่ประสบผลสำเร็จ	1	1.54
10. ไม่มีผู้สนใจร่วมทำด้วยจึงไม่ได้ตั้งเป็นกลุ่มฯ	1	1.54
11. ไม่มีเวลาและในหมู่บ้านก็ยังไม่มีกลุ่มแปรรูปอาหาร	1	3.08
12. เหตุผลที่ 1 และ 6	1	1.54
13. เหตุผลที่ 1 และสามารถทำเองได้ โดยไม่จำเป็นต้องรวมกลุ่ม	1	1.54
14. เหตุผลที่ 4 และ 6	1	1.54
15. ไม่ระบุเหตุผล	1	1.54
รวมทั้งหมด	65	100.00

ที่มา : อารี และคณะ (2539)

ที่มาของทุน

ที่มาของทุนสำหรับกลุ่มมีหลายแหล่งด้วยกัน ได้แก่ เงินทุนของกลุ่มเอง เงินค่าหุ้น สินเชื่อและเงินช่วยเหลือแบบให้เปล่า เงินทุนของกลุ่มอาจเริ่มต้นมาจากการจัดกิจกรรมทางสังคมและศาสนาเพื่อนำรายได้มาจัดตั้งกองทุนให้แก่กลุ่ม ส่วนกลุ่มที่เรียกหุ้นนั้นมีประมาณร้อยละ 23 ของจำนวนกลุ่มทั้งหมดเท่านั้น (อารี และคณะ 2539) สำหรับข้อมูลในปี 2543 พบว่ามีร้อยละ 80 ของกลุ่มที่มีการเรียกหุ้นจากสมาชิก สำหรับเงินช่วยเหลือแบบให้เปล่านั้นมีเพียงร้อยละ 5 ของจำนวนกลุ่ม (ในปี 2539) ทั้งนี้หน่วยงานของรัฐจะให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 15 ของจำนวนกลุ่ม)

จากการวิจัยทั้ง 2 ครั้ง พบว่า กลุ่มแม่บ้านกลุ่มใดได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ มาก จะเป็นกลุ่มที่สามารถขยายกิจการได้มาก และนำไปสู่การได้มาซึ่งการสนับสนุนรอบใหม่อีก ทำให้เกิดการกระจุกตัวของการให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐ

จากการศึกษาในปี 2539 พบว่า กลุ่มมีความต้องการสินเชื่อโดยเฉลี่ยประมาณ 88,750 บาทต่อกลุ่ม แต่จำนวนเงินที่กู้ได้เฉลี่ยประมาณ 74,500 บาทต่อกลุ่ม อย่างไรก็ตาม พบว่ากลุ่มมีหนี้ค้างชำระ ณ วันสัมภาษณ์สูงถึง 121,555 บาท (จำนวน 9 กลุ่ม) และเพื่อให้เห็นภาพความต้องการสินเชื่อชัดเจนยิ่งขึ้น จึงได้เปรียบเทียบกับผู้ผลิตรายเดี่ยว ซึ่งพบว่ายอดเงินที่กลุ่มต้องการและสามารถกู้ได้นั้นสูงกว่าที่กลุ่มต้องการมากเป็นเท่าตัว

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่า สัดส่วนของกลุ่มที่ต้องการกู้มีประมาณร้อยละ 34 และที่มีหนี้ค้างชำระ (ร้อยละ 19) นั้นสูงกว่าสัดส่วนของตัวอย่างผู้ผลิตรายเดี่ยว (ร้อยละ 23 และ 13 ตามลำดับ) (ตารางที่ 2) ปริมาณเงินกู้และความต้องการขอกู้นี้ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพเชิงธุรกิจของกลุ่มด้วย ทั้งนี้พบว่ากลุ่มที่มีความพร้อมด้านการตลาด และมีความมุ่งมั่นที่จะขยายกิจการเท่านั้นที่ยินดีจะกู้เงิน กลุ่มส่วนใหญ่หวังจะได้รับเงินช่วยเหลือเป็นอันดับแรก และเงินกู้ปลอดดอกเบี้ยเป็นความต้องการในอันดับรองลงมา ในขณะที่กลุ่มขนาดเล็ก หรือแม้แต่ขนาดกลางบางกลุ่มไม่ต้องการกู้เงินเลย และต้องการขยายงานโดยอาศัยเงินช่วยเหลือเป็นหลัก

จากการศึกษาเจาะลึกในปี 2543 เกี่ยวกับการกระจายการถือหุ้นของกลุ่ม เพื่อวิเคราะห์บทบาทของกลุ่มต่อชุมชน พบว่า ในจำนวนตัวอย่าง 26 กลุ่ม มี 20 กลุ่ม (ร้อยละ 80.77) ที่มีสมาชิกไม่เกิน 150 คน และกลุ่มที่มีสมาชิกน้อยกว่า 50 คน มีถึงร้อยละ 57 ในบรรดา 20 กลุ่มนี้ มีสมาชิกถือหุ้นครบทุกคนอยู่ 18 กลุ่ม แต่การกระจายของหุ้นอาจไม่เท่าเทียมกัน (ตารางที่ 3)

จากข้อมูลลงลึกที่หาได้เพียง 4 กลุ่ม พบว่า การถือหุ้นมีการกระจุกตัวสูงมาก กล่าวคือ ร้อยละ 84.5 ของสมาชิกถือหุ้นได้เพียงร้อยละ 30 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด (รูปที่ 3) อันแสดงถึงการกระจายที่ไม่เป็นธรรม ในเมื่อสมาชิกควรมีส่วนเป็นเจ้าของอย่างเท่าเทียมกัน ในขณะเดียวกัน ข้อเท็จจริงนี้อาจสะท้อนภาพในทางกลับกันว่า ในชนบทนั้น สมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้ไม่มีรายได้และไม่มีเงินลงทุน การที่กลุ่มมีกิจกรรมอยู่ได้นั้น เนื่องจากมีสมาชิกบางคน (ซึ่งมีโอกาสมากที่จะเป็นประธานหรือกรรมการ) เป็นผู้ลงทุนโดยเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ อย่างไรก็ตามเหตุผลประการหลังเป็นจริงเพียงบางส่วนเท่านั้น

นอกจากนี้ยังพบว่ามี 2 กลุ่มที่ไม่มีสมาชิกคนใดได้ถือหุ้นเลย (มีสมาชิก 20 และ 24 คน ตามลำดับ) ตัวอย่างหนึ่งในสองกลุ่มนี้ได้รับเงินช่วยเหลือแบบให้เปล่า 622,000 บาท เงินช่วยเหลือคืน

เงินต้นไม่คิดดอกเบี้ย 80,000 บาท และเงินช่วยเหลือดอกเบี้ยต่ำ 83,000 บาท กิจการของกลุ่มนี้มีกำไร 752,000 บาท ผลประโยชน์ทั้งหมดจึงมีโอกาสที่จะตกอยู่กับบุคคลเพียงคนเดียวในกลุ่ม ในขณะที่สมาชิกคนอื่น ๆ จะได้ประโยชน์จากค่าจ้างแรงงานเท่านั้นก็เป็นได้

ตารางที่ 2 ภาวะการกู้เงินของผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน

รายละเอียด	กลุ่ม		รายเดี่ยว		รวม
	จำนวน (บาท)[1/]	ราย	จำนวน (บาท)	ราย	
จำนวนเงินที่ต้องการกู้เฉลี่ยต่อราย	88,750.00	16[2/]	158,280.00	25[2/]	41
จำนวนเงินที่สามารถกู้ได้	74,500.00	17[2/]	136,224.14	29[2/]	46
จำนวนเงินค้างชำระ ณ วันที่สัมภาษณ์	121,555.56	9[2/]	126,548.75	16[2/]	25
อัตราดอกเบี้ย/ปี					
ในระบบ	10.17	6[3/]	11.69	13[3/]	19
นอกระบบ	60.00	1[3/]	86.40	5[3/]	6
หน่วยงาน	9.11	9[3/]	11.75	10[3/]	19

ที่มา : อารี และคณะ (2539)

หมายเหตุ : 1/ เฉลี่ยตามจำนวนคำตอบ

2/ จำนวนหน่วยประกอบการ

3/ จำนวนรายการกู้ (หน่วยประกอบการอาจกู้มากกว่า 1 ครั้ง)

ตารางที่ 3 ขนาดของกลุ่มแม่บ้านพิจารณาจากจำนวนสมาชิกและการถือหุ้น

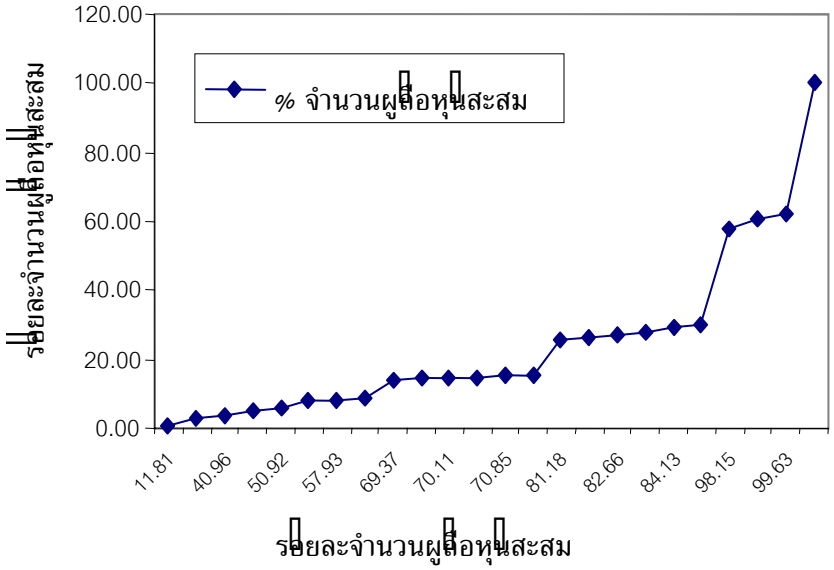
ขนาดที่	จำนวนสมาชิก (คน)	จำนวนกลุ่ม (กลุ่ม)	จำนวนกลุ่มที่สมาชิกถือหุ้นครบทุกคน (กลุ่ม)
1	น้อยกว่า 50	15	13
2	50 - 150	6	5
3	151 - 300	4	2
4	มากกว่า 300	1	0
รวม		26	20

ที่มา : ทรงศักดิ์ และคณะ (2543)

การตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและการจัดการอื่น ๆ

การจัดการด้านการตลาด ถือเป็นหัวใจของความสำเร็จของธุรกิจทุกประเภท และเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มและรายเดี่ยวในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารพื้นบ้านด้วย การจัดการด้านการตลาดนั้น ไม่ได้หมายความเฉพาะการขายเท่านั้น แต่หมายรวมถึงการเตรียมผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อด้วย กลุ่ม (ประมาณร้อยละ 70) ประเมินว่า กลุ่มประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการ และร้อยละ 43 ระบุว่าสามารถขยายธุรกิจของกลุ่มได้ เนื่องจากมีตลาดรองรับ และได้รับความร่วมมือจากสมาชิก อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์เพิ่มเติมพบว่า ความสำเร็จในการหาตลาดและความร่วมมือของสมาชิกนั้น เป็นผลจากความสามารถเฉพาะตัวของประธานกลุ่ม โดยทั่วไปประธานกลุ่มเป็นผู้มีบทบาทอย่างสำคัญยิ่ง ทั้งในด้านการคิดริเริ่ม การตัดสินใจต่าง ๆ กลุ่มที่มีขนาดการผลิตใหญ่กว่าจะมีการแบ่งหน้าที่ของกรรมการได้ชัดเจน และมีแนวโน้มความสำเร็จดีกว่ากลุ่มขนาดเล็ก

ประสบการณ์จากการค้าขาย หรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่น ๆ ทำให้ประธานกลุ่มมีโลกทัศน์ และมีเครือข่ายมากกว่าประธานกลุ่มที่มีอาชีพทำนา หรือแม่บ้าน



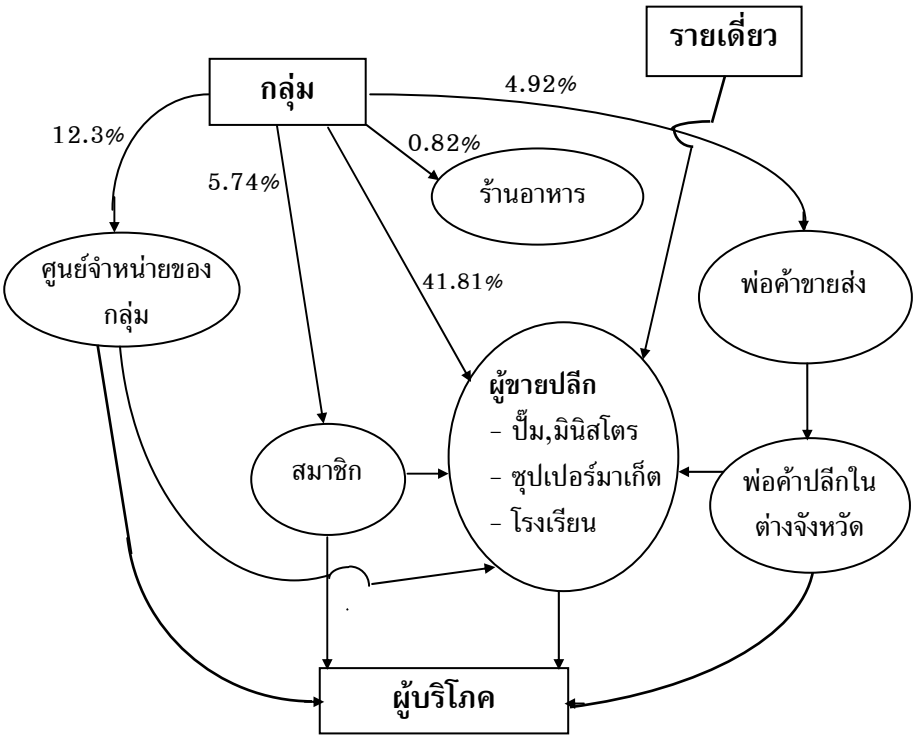
รูปที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างร้อยละจำนวนหุ้นสะสมกับร้อยละจำนวนผู้ถือหุ้นสะสม

ที่มา : ทรงศักดิ์ และคณะ (2543)

หมายเหตุ : รูปนี้ได้จากข้อมูลผู้ประกอบการกลุ่มแม่บ้าน 4 กลุ่มที่มีข้อมูลการกระจายของผู้ถือหุ้นแต่ละรายจากผู้ประกอบการ กลุ่มแม่บ้านทั้งหมด 26 กลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มใน 4 กลุ่มนี้มีผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่า 2 คน นอกนั้นอีก 20 กลุ่มก็มีผู้ถือหุ้นไม่น้อยกว่า 2 คน แต่ไม่ทราบการกระจายของจำนวนหุ้นในผู้ถือหุ้นแต่ละราย ส่วนอีก 2 กลุ่มนั้นมีผู้ถือหุ้นเพียงกลุ่มละ 1 คนเท่านั้น

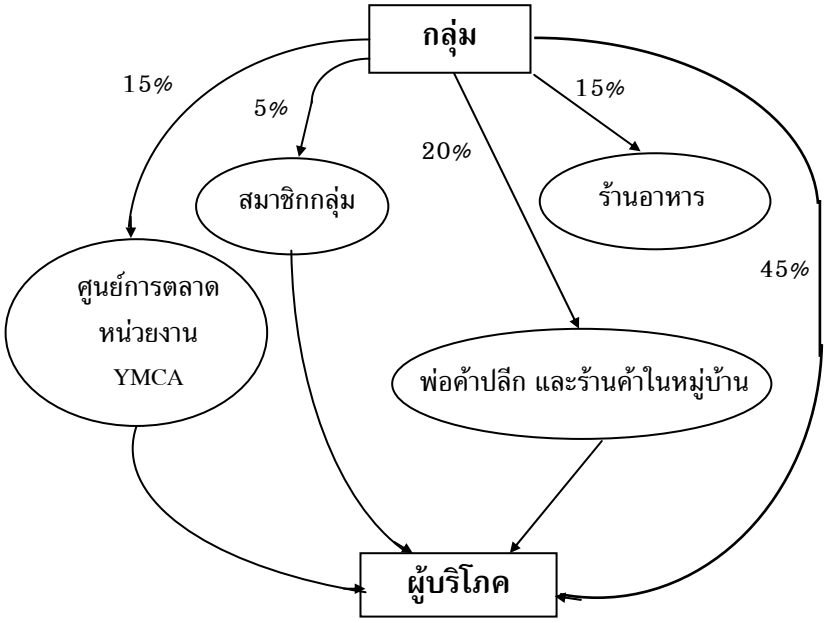
นอกจากการหาตลาดด้วยตนเองแล้ว การออกงานนับเป็นตลาดสำคัญของกลุ่ม การออกร้านหรือออกงานนั้น เป็นความช่วยเหลือจากหน่วยงาน โดยเฉพาะฝ่ายเคหกิจเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร ในการประสานงานให้แก่กลุ่มแม่บ้าน ในปัจจุบันโอกาสในการออกร้านของกลุ่มมีมากขึ้นอย่างชัดเจน และกลุ่มที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่มักนำสินค้าไปจำหน่ายยังงานในจังหวัดอื่น ๆ และในกรุงเทพฯ นอกเหนือจากงานออกร้านแล้ว สินค้าส่วนมากของกลุ่มขนาดเล็กโดยทั่วไปมักจำกัดอยู่เฉพาะตลาดในท้องถิ่น ในระหว่าง พ.ศ. 2539-2543 สถานการณ์การตลาดของกลุ่มขนาดเล็กดีขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ตัวอย่างของแหล่งจำหน่าย หรือช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ขนมคบเคี้ยว และเต้าเจี้ยว สามารถให้ภาพรวมของตลาดอาหารแปรรูปพื้นบ้านของภาคเหนือในพื้นที่ศึกษาได้เป็นอย่างดี (รูปที่ 4 และ 5)

ตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้านที่ผลิตในพื้นที่ศึกษานี้ ส่วนใหญ่เป็นตลาดล่าง ในปี 2539 นั้นพบว่ามีเพียงกลุ่มเดียวที่สามารถนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายในซุปเปอร์มาเก็ตได้ กลุ่มต่าง ๆ จึงพยายามที่จะผลักดันให้สินค้าของตนขายได้ในซุปเปอร์มาเก็ต และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคด้วยการขอฉลากอาหารและยา และโดยปรับปรุงด้านสุขอนามัยอาหารตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ปรากฏว่าในปี 2543 มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับฉลากอาหารเท่ากับร้อยละ 24.15 ของสัดส่วนผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้าน แต่ที่เหลืออีกร้อยละ 75-85 ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สอดคล้องกับความมั่นใจของผู้บริโภค และมีโอกาสที่จะพัฒนายกระดับต่อไป



รูปที่ 4 ครรลองการตลาดของขนมขบเคี้ยว
ที่มา : อารี และคณะ (2539)

หมายเหตุ : ตัวเลขแสดงร้อยละของจำนวนตัวอย่าง



รูปที่ 5 ครรลองการตลาดของเต้าเจี้ยว
ที่มา : อารี และคณะ (2539)
หมายเหตุ : ตัวเลขแสดงร้อยละของจำนวนตัวอย่าง

ในด้านผู้บริโภคนั้น การศึกษาทั้ง 2 ช่วงเวลาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่มีความมั่นใจในความสะอาดของอาหารแปรรูปพื้นบ้าน ผู้บริโภค (ปี 2543) ประมาณร้อยละ 80 ให้ความสำคัญต่อฉลากอาหารและยา (อย.) ด้วยความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่มี อย. น่าจะมีคุณภาพถูกหลักอนามัย ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ผู้บริโภคที่ไม่เห็นความจำเป็นของการมีฉลาก อย. มีเพียงร้อยละ 6 ส่วนที่ต้องการให้มีฉลาก อย. แต่ไม่ค่อยมั่นใจมีประมาณร้อยละ 14 อย่างไรก็ตามฉลากที่ผลิตภัณฑ์อาหารได้รับเป็นฉลากประเภท อย.จ (จดแจ้ง)[1] เท่านั้น ซึ่งผู้บริโภคร้อยละ 90 ไม่มีความรู้ว่าเครื่องหมายนี้หมายถึงอะไร

จากการวิเคราะห์เชิงสถิติพบว่า ผู้บริโภคที่มีรสนิยมในการบริโภคอาหารราคาแพง และชอบเดินทางท่องเที่ยวเป็นผู้ที่ต้องการให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้ดีขึ้น

---

1 เครื่องหมาย อย. จ หรือ อย. จดแจ้ง เป็นเครื่องหมายองค์การอาหารและยา (อย.) ที่ผู้ประกอบการแจ้งขออนุญาตผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร ซึ่งโดยทั่วไปแล้วไม่ต้องขอฉลาก ผู้ประกอบการจะสามารถใช้เครื่องหมายดังกล่าวได้ ก็ต่อเมื่อผ่านขั้นตอนการตรวจสถานประกอบการและกระบวนการผลิตโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุข โดยไม่ต้องผ่านการตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์อาหาร ดังนั้นเครื่องหมายนี้จึงไม่สามารถให้ความมั่นใจแก่ผู้บริโภคในด้านความปลอดภัยในการบริโภคได้อย่างเต็มที่

(สำหรับสินค้าประเภทที่มีราคาสูง) และปรากฏว่าสำหรับสินค้าที่มีราคาปานกลาง (เช่น แคบหมู) ผู้บริโภคทั่วไปทุกบุคลิกลักษณะต่างต้องการให้มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ในทำนองเดียวกัน

ศักยภาพเชิงธุรกิจของกลุ่มแม่บ้าน

การวิเคราะห์ศักยภาพเชิงธุรกิจ ควรพิจารณาจากปัจจัยหลายด้าน ในที่นี้จะเลือกนำเสนอเฉพาะดัชนีชี้วัดเพียงบางตัว ได้แก่ ศักยภาพการทำกำไร ยอดขาย และศักยภาพเชิงบริหารธุรกิจ ศักยภาพเหล่านี้แตกต่างกันแล้วแต่ชนิดของสินค้าที่ผลิตด้วย จากจำนวนสินค้าตัวอย่าง 10 ชนิด (ตารางที่ 4) นั้น สินค้าที่ทำกำไรต่อราคาที่ขาย และกำไรต่อต้นทุนในระดับที่น่าพอใจมีหลายชนิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากเนื้อ (เช่น ไส้อั่ว แคบหมู) สมุนไพร น้ำพริก และข้าวแตน อัตราส่วนกำไรต่อต้นทุนและราคาของมะม่วงดองอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ส่วนกระเทียมดอง เต้าเจี้ยว มีอัตราส่วนกำไรต่ำที่สุด (สำหรับสินค้าชนิดเดียวกันอัตราส่วนกำไรแตกต่างกันได้ตามลักษณะของผลิตภัณฑ์)

ตารางที่ 4 ยอดขายต่อราย ร้อยละกำไรจากราคาขายเฉลี่ย และร้อยละกำไรต่อต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ทำการศึกษา[1/]

ผลิตภัณฑ์	ยอดขายต่อราย (บาท)	กำไรจากราคาขายเฉลี่ย (ร้อยละ)	กำไรต่อต้นทุน (ร้อยละ)
1. กระเทียมดอง	774,000	19	23.5
2. ปลาส้ม[2/]	358,000	39	64
3. ไส้อั่ว	4,107,000	53	113
4. ข้าวแตนน้ำแตงโม ข้าวแตนหน้าหมูหยอง ข้าวแตนหน้าปลาแห้ง	24,000	38 – 58	61 – 138
5. แคบหมูติดมัน แคบหมูไร้มัน	2,074,000	30 – 60[3/]	43 – 150
6. มะม่วงดอง มะม่วงแช่อิ่ม	28,000	25 – 40	33 – 67
7. สมุนไพร[4/] ดอกคำฝอยผง มะตูมผง ขิงผง	146,000	31 – 54	45 – 117
8. น้ำพริก น้ำพริกตาแดง น้ำพริกลาบ	66,000	37 – 62	59 – 163
9. หมูยอ หมูยอธรรมดา หมูยอเห็ดหอม	826,000	23 – 39	30 – 64
10. เต้าเจี้ยว	31,000	26	35

ที่มา : ทรงศักดิ์ และคณะ (2543)

หมายเหตุ : 1/ เป็นตัวเลขที่ปัดเศษแล้วเพื่อความง่ายต่อการพิจารณา

2/ ปลาส้มรวมปลาฟักแบบเป็นชิ้นและเป็นตัว

3/ เป็นข้อมูลที่มีการปรับตัวเลขจากการทำรายงานเฉพาะกรณี 2 กรณี ในรายละเอียดกับ

การตรวจสอบความถูกต้องจากภาพรวมของธุรกิจกับผู้ประกอบการอีกครั้ง

4/ สมุนไพรที่ผลิตมีหลายชนิด แต่ในที่นี้นำเสนอเฉพาะชนิดที่ผู้ผลิตทุกรายทำการผลิต

เมื่อพิจารณาศักยภาพในด้านกำไรควบคู่กับยอดขายเฉลี่ยต่อราย (กลุ่ม) แล้ว จะเห็นว่า ไส้อั่ว แคบหมู และหมูยอ เป็นสินค้าที่มีศักยภาพเชิงธุรกิจสูงที่สุด เพราะนอกจากจะมีกำไรต่อหน่วยสูงมากแล้ว ยังมียอดขายสูง ซึ่งหมายถึงกำไรโดยรวมจะสูงตามไปด้วย เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกระเทียมดองและเต้าเจี้ยว กระเทียมดองน่าสนใจมากกว่า

จากข้อเท็จจริงพบว่า สินค้าที่ผลิตโดยกลุ่มแม่บ้าน คือ สินค้าทุกชนิด นอกจาก ไส้อั่ว แคบหมู และหมูยอ (ยกเว้น กลุ่มแม่บ้านกลุ่มเดียวที่ผลิตไส้อั่วบ้างเล็กน้อยสำหรับตลาดท้องถิ่นเท่านั้น) ข้อเท็จจริงนี้มีความหมายอย่างยิ่งต่อการนำไปพิจารณาในเชิงนโยบาย ว่าจะทำอย่างไรกลุ่มแม่บ้านซึ่งประกอบด้วยแม่บ้านเกษตรกรที่ด้อยโอกาส จึงจะสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นอย่างพอเพียง

ศักยภาพในด้านการบริหารธุรกิจ อาจสะท้อนได้จากการจัดทำบัญชีของกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มส่วนมาก (ร้อยละ 80) มีระบบบัญชีอย่างง่าย แต่ข้อมูลไม่ครบสมบูรณ์ ส่วนที่เหลือมีการทำบัญชีแยกประเภท ได้แก่ บัญชีรับ-จ่าย บัญชีลูกหนี้ บัญชีวัตถุดิบ บัญชีค่าแรง และบัญชีการขาย แต่ไม่ปรากฏว่ามีกลุ่มแม่บ้านแม้แต่กลุ่มเดียวที่ทำบัญชีอย่างถูกต้องและข้อมูลครบ ซึ่งการมีระบบบัญชีที่ถูกต้องและมีข้อมูลครบถ้วนนั้น จะช่วยให้กลุ่มสามารถติดตาม และตรวจสอบผลการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งสร้างความมั่นใจให้แก่สมาชิก ตลอดจนสถาบันการเงินและสถาบันที่ให้ความช่วยเหลือ วิธีการจัดทำบัญชี จึงเป็นดัชนีชี้วัดศักยภาพการบริหารที่ดีได้ตัวหนึ่ง ซึ่งเชื่อว่ามีความหมายบ่งชี้ถึงความยั่งยืนของกลุ่มในระยะยาวด้วย

ประเด็นในด้านการบริหารธุรกิจอื่น ๆ อย่างน้อย 3 ประเด็นที่สำคัญ และน่าจะมีผลต่อความสำเร็จหรือความเข้มแข็งของธุรกิจของกลุ่มแม่บ้าน ได้แก่

(1) ทัศนะต่อธุรกิจของกลุ่ม การที่กลุ่มกำหนดเป้าหมายของการแปรรูปอาหาร (หรือกิจกรรมอื่น ๆ) ให้เป็นอาชีพเสริมนั้น สมาชิกจะไม่ทุ่มเทให้ธุรกิจอย่างจริงจัง เพื่อให้ธุรกิจเป็นแหล่งรายได้ที่เลี้ยงตนเองได้ จึงมีเฉพาะกรรมการที่พยายามรักษากลุ่มให้คงอยู่ และกลายเป็นผู้เสียสละเพื่อกิจกรรมของกลุ่ม

(2) ในบางท้องที่ซึ่งแม่บ้านเกษตรกรมีการจ้างงานเต็มที่อยู่แล้ว กิจกรรมหารายได้ของกลุ่มมักไม่ประสบความสำเร็จ และโรงเรือน ตลอดจนอุปกรณ์ (ที่กลุ่มได้รับการสนับสนุนตามที่เสนอขอไปยังหน่วยงาน) ไม่ถูกนำไปใช้ประโยชน์เท่าที่ควร

(3) กลุ่มไม่มีความสามารถในการบริหารลูกหนี้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ไม่สามารถเรียกเก็บเงินจากลูกค้า (ร้านค้า) ได้ตามที่ตกลง และบางกรณีการให้เครดิตแก่สมาชิกที่นำสินค้าไปจำหน่ายและไม่สามารถเก็บเงินคืนได้ตามเวลา ทำให้กลุ่มขาดสภาพคล่อง ผู้บริหารกลุ่มเข้าใจว่าเป็นเพราะกลุ่มมีเงินทุนไม่พอเพียงและพยายามหากู้เพิ่มเติม

สรุป : ขีดความสามารถ อุปสรรค และปัญหา

ขีดความสามารถขององค์กรชุมชน ในการเสริมสร้างความเข็มแข็งให้แก่ชุมชน ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่คือ ครัวเรือนเกษตรกรนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยอย่างน้อย 4 ประการ คือ ประเภทของธุรกิจที่เลือกผลิต ความสามารถในการบริหารจัดการองค์กร ความสามารถในการทำธุรกิจ และการกระจายผลประโยชน์

อาหารแปรรูปพื้นบ้านเป็นธุรกิจที่ต่อเนื่องจากภาคเกษตรกรรมอย่างใกล้ชิด โดยใช้วัตถุดิบที่ผลิตในท้องถิ่น ซึ่งหาได้ง่ายและต้นทุนต่ำ นอกจากนี้ยังอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ผลผลิตเกษตรของสมาชิกหรือท้องถิ่น อาหารแปรรูปพื้นบ้านจะมีตลาดรองรับมากขึ้นอย่างกว้างขวาง ถ้ามีคุณภาพถูกสุขอนามัยเป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค ซึ่งที่ผ่านมาได้พิสูจน์ศักยภาพของตลาดว่ามีอยู่จริง

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและกลุ่มแม่บ้านอื่น ๆ ส่วนมากเกิดจากการส่งเสริมจากทางการ ส่วนใหญ่ไม่ได้เกิดจากความต้องการอย่างแท้จริงของชุมชนเพื่อต่อสู้กับปัญหาของตนเอง องค์กรชุมชนจึงมักไม่ทราบซึ้งถึงเป้าประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่มของตนเอง และไม่มีเป้าหมายชัดเจนที่จะมุ่งมั่นบากบั่นพาองค์กรให้ไปถึง ซึ่งปรากฏการณ์นี้ไม่ใช่สิ่งใหม่ในสังคมไทย ด้วยเหตุนี้จึงขาดแรงจูงใจที่จะบริหารจัดการองค์กรตามแนวคิดการบริหารองค์กรอย่างมีประสิทธิผล เพราะการบริหารจัดการจะพัฒนาได้ต่อเมื่อมีแรงจูงใจที่เพียงพอเสียก่อน

ความสามารถในการทำธุรกิจ ย่อมได้รับผลกระทบจากเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร กลุ่มแม่บ้านมีแนวคิดที่จะใช้อาหารแปรรูปพื้นบ้าน (หรือกิจกรรมอื่น ๆ หัตถกรรม ฯลฯ) เป็นแหล่งรายได้เสริม วัตถุประสงค์นี้ไม่เข้มพอที่จะเป็นพลังขับเคลื่อนการบริหารธุรกิจ คณะกรรมการขาดวิสัยทัศน์ และมองไม่เห็นคุณค่าการเรียนรู้การบริหารจัดการมากพอที่จะลงทุนเข้ารับการศึกษาและอบรม จึงเห็นได้เสมอว่า ทุกครั้งที่มีการฝึกอบรม ฝ่ายฝึกอบรมนอกจากจะต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายแล้ว ยังต้องให้ค่าตอบแทนการเข้าฝึกอบรมอีกด้วย กลุ่มแม่บ้านที่ประสบความสำเร็จในการทำตลาดและธุรกิจของตน มักเป็นกลุ่มที่ประธานมีวิสัยทัศน์ด้านการจัดการดีกล่าวกลุ่มอื่น ๆ

การกระจายผลประโยชน์ไปสู่สมาชิกอย่างเป็นธรรม จะทำให้องค์กรนั้นเป็นเครื่องมือในการพัฒนาความเข็มแข็งให้แก่ชุมชุนอย่างแท้จริง ในทางปฏิบัติ ผลประโยชน์จากการทำกิจกรรมแปรรูปอาหารกระจุกตัวอยู่เฉพาะสมาชิกเพียงไม่กี่คน ใน 2 ด้าน คือ การจ้างงาน และการได้รับปันผลจากการถือหุ้น การกระจายผลประโยชน์ของกลุ่มอาจดีขึ้น เมื่อพิจารณาถึงการที่สมาชิกที่เหลือสามารถขายผลิตผลเกษตรให้แก่กลุ่มได้

โดยสรุปแล้วอาจกล่าวได้ว่า การใช้อาหารแปรรูปพื้นบ้านเป็นกิจกรรมสำหรับส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนโดยกลุ่มแม่บ้านนั้นมีศักยภาพสูง แต่ความสามารถของกลุ่มแม่บ้านในปัจจุบันยังไม่เพียงพอ ควรได้รับการพัฒนาในด้านการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ เพื่อให้แม่บ้านเกิดความเข้าใจ และกำหนดเป้าหมายและทิศทางของกลุ่มให้ชัดเจน โดยเกิดความตระหนักถึงคุณค่าและความจำเป็นของการมีองค์กรเป็นอันดับแรก มีความสามารถในการจัดการธุรกิจเป็นอันดับต่อมา หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนจำเป็นต้องพิจารณาเพื่อมิให้เกิดการช่วยเหลือที่สูญเปล่าและซ้ำซ้อน โดยมุ่งที่จะส่งเสริมให้เกิดการกระจายผลประโยชน์สู่คนหมู่มากเป็นหลักด้วย ในปัจจุบันแม้ว่ากรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะมีหลักสูตรด้านนี้โดยเฉพาะก็ตาม การฝึกอบรมในด้านบริหารธุรกิจยังไม่เพียงพอและไม่ทั่วถึง ในขณะที่จำนวนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเพิ่มขึ้นทุกปี และเมื่อมีการผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน การแข่งขันย่อม

สูงขึ้นด้วย กลุ่มแม่บ้านจึงจำเป็นต้องมีความสามารถในการจัดการ เพื่อนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ของตนให้ได้ผล และบรรลุเป้าหมายของกลุ่มในที่สุด

เอกสารอ้างอิง

ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, อารี วิบูลย์พงศ์, พฤกษ์ ยิบมันตะสิริ และนัทธมน ธีระกุล. รายงานการวิจัยการปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้าน: จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน. เชียงใหม่: ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปีเพาะปลูก 2538/2539. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2542.

อารี วิบูลย์พงศ์, ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, พิชิต ธานี, ศรัณย์ อารยะรังสฤษฏ์, นัยทัศน์ ภู่ศรัณย์, พัฒนา เจียรวิริยะพันธ์, กมล งามสมสุข และเยาวเรศ เชาวนพูนผล. รายงานการวิจัยแนวทางยกระดับอุตสาหกรรมเกษตรพื้นบ้าน กรณีศึกษา : จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พะเยา และลำปาง. เชียงใหม่: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2539.