

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในห้วงเวลาที่ประเทศชาติ กำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจและประชาชน ทุกระดับ ประสบปัญหาต่าง ๆ ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูกรุมเร้าคือปัญหาความยากจน รัฐบาลจึงได้ประกาศสงครามกับความยากจน โดยได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาว่า จะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชน ได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น มาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้า เครือข่ายและอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศและได้กำหนดระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการ อำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 ขึ้น โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการ อำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า กอ.นตผ ซึ่งฯพณฯ นายกรัฐมนตรี ได้มอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี (นายปองพล อดิเรกสาร) เป็นประธานกรรมการ และให้คณะกรรมการ กอ.นตผ มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลรวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงาน เป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บท อย่างมีประสิทธิภาพ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชน ให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มี คุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถ จำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการ พื้นฐาน 3 ประการ คือ (1)ภูมิปัญญา ท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) (2)พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) (3)การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก จากนโยบายของรัฐบาล ที่แถลงต่อรัฐสภา และตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1)สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชน (2)สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น (3)ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น (4)ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (5)ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น (เข้าถึงได้จากhttp://www.sukhothai.go.th/otop/otop_01.htm . [ออนไลน์], สืบค้นเมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2554)

ปัจจุบันสินค้าจากโครงการ OTOP ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก ทั้งในและต่างประเทศ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ OTOP มีความสวยงามมีเอกลักษณ์และบ่งบอกถึงวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน จังหวัดมหาสารคามได้ดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาล โดยการส่งเสริมให้มีการจัดตั้งและดำเนินการตามโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ซึ่งได้รับผลตอบรับจากประชาชนเป็นอย่างดี กลุ่มอาชีพสินค้า OTOP ภายในจังหวัดมหาสารคามมีทั้งหมด 339 ราย มีการผลิตสินค้าหลายประเภท ยกตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม กระติบข้าว ผลิตภัณฑ์เสื่อกก ดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น (เข้าถึงได้จาก <http://www.Thai tambon.com/tambon/Tcommprovprodt.asp?ProvCode=44> [ออนไลน์], สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2554) ซึ่งในปัจจุบันนี้ได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาลและทางจังหวัดมหาสารคามอย่างต่อเนื่อง รวมถึงสินค้าได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จะเห็นว่าสินค้า OTOP ของจังหวัดมหาสารคามมีหลากหลายกลุ่มดังที่กล่าวมา หนึ่งในสินค้าที่มีลูกค้านิยมและเป็นที่รู้จัก คือ สินค้า OTOP ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมะคำทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล โดยเริ่มต้นจากการทำลูกประคบสมุนไพรแปรรูปจากลูกประคบสมุนไพรให้มีสินค้าหลากหลายอย่างทั้งที่เป็นสมุนไพรอบตัว หมอนเพื่อสุขภาพ น้ำมันเหลืองสมุนไพร ยาแผนโบราณ และ

ขมิ้นแคปซูล ต่อมาเริ่มมีการคิดค้นแปรรูปเป็นรูปทรงต่างๆ ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน สินค้า OTOP ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม เป็นสินค้าประเภทการแปรรูปสมุนไพร ได้รับเครื่องหมายการค้า และตราสินค้าตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของรัฐบาล ราคาของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลางบุคคลทั่วไปสามารถหาซื้อไว้ใช้ได้ ซึ่งสินค้า OTOP ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ได้รับความนิยมจากลูกค้าเป็นอย่างดี ทั้งลูกค้าในประเทศและต่างประเทศส่งผลให้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม มีรายได้เป็นที่น่าพอใจและมีแนวโน้มว่าสินค้าจะเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากลูกค้ามีความใส่ใจในเรื่องของสุขภาพมากขึ้น

ปัญหาศักยภาพการค้าเนินงานประกอบด้วย ด้านทรัพยากรธรรมชาติ คือวัตถุดิบหลักที่นำมาผลิตสินค้าคือสมุนไพรต่างๆ เช่น ขมิ้น มะกรูด มะรุม เป็นต้น ซึ่งอาศัยการปลูกของสมาชิกในกลุ่ม และการรับซื้อจากที่ต่างๆ บางทีวัตถุดิบบางชนิดไม่พอสำหรับการผลิตสินค้า เนื่องจากสภาพอากาศที่ไม่เหมาะสมทำให้ได้ผลผลิตน้อยกว่าปกติ ในบางฤดูวัตถุดิบที่นำมาผลิตไม่เพียงพอเนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้เป็นวัตถุดิบที่ต้องนำมาตากให้แห้งสนิทก่อน ในฤดูฝนมีความลำบากในการตากวัตถุดิบเพราะมีฝนตกบ่อยและไม่มีสถานที่ตากที่เพียงพอ ทำให้มีวัตถุดิบไม่เพียงพอต่อการผลิตสินค้า ด้านทรัพยากรมนุษย์ คือสมาชิกในกลุ่มยังขาดความสามัคคีและความร่วมมือ เนื่องจากอาชีพหลักคือการทำเกษตรสมาชิกจึงให้ความสำคัญต่องานของตนเองโดยขาดความใส่ใจในการทำงานร่วมกันของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี ด้านองค์การทางสังคม คือสมาชิกภายในกลุ่มไม่มีเวลาทำงานร่วมกันมากพอสมควร ทำให้ขาดความสามัคคีกันส่งผลกระทบต่อการทำงานไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ มีการจัดโครงสร้างองค์กร โดยแบ่งเป็น ประธาน รองประธาน และเหรัญญิก เลขานุการ กรรมการและสมาชิก แต่การทำงานจะทำงานในภาพรวมทำให้ไม่มีหน้าที่ที่ชัดเจน ด้านภาวะผู้นำ คือไม่มีการตัดสินใจที่เด็ดขาดเนื่องจากไม่มีความรู้ทางการทำธุรกิจและไม่กล้าตัดสินใจเองในเรื่องบางเรื่อง เนื่องจากต้องปรึกษากับสมาชิกก่อนทำให้งานล่าช้า ด้านเครือข่ายนวัตกรรม คือขาดการร่วมมือกันระหว่างกลุ่มที่มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่คล้ายคลึงกัน เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงาน ขาดการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันของสมาชิกที่มีความเห็นต่างกันทำให้ขาดการพัฒนาและการสร้างสรรค์สินค้าใหม่ๆ ด้านการฝึกอบรม คือขาดการ

ทำกิจกรรมต่างๆ ขาดการฝึกอบรมให้แก่สมาชิก ทำให้สมาชิกไม่มีทักษะใหม่ๆ ในการผลิตสินค้า ขาดการพัฒนาและคิดค้นสินค้าใหม่ๆ ขึ้นมา (บทสัมภาษณ์ : นางหนูเลียม รักบุตร ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมค่าทรัพย์สินทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ,วันที่ 17 กันยายน 2554)

ปัญหากลยุทธ์การสร้างตราสินค้าประกอบด้วย ด้านชื่อตราสินค้า คือ ชื่อตราสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมค่าทรัพย์สินทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม เป็นชื่อตราสินค้าที่ยาวมีหลายพยางค์และออกเสียงได้ยาก ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถจดจำชื่อตราสินค้าได้ ด้านเครื่องหมายตราสินค้า คือ ผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมค่าทรัพย์สินทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ไม่มีความรู้ในการออกแบบสัญลักษณ์ รูปแบบที่ประดิษฐ์ต่างๆหรือรูปภาพ ตลอดจนสีสันทันที่ปรากฏอยู่ในเครื่องหมายตราสินค้าซึ่งสามารถจดจำได้ ทำให้ผู้ประกอบการไม่มีการออกแบบเครื่องหมายตราสินค้า ด้านโลโก้ คือ ผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมค่าทรัพย์สินทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ยังไม่มีความรู้ในด้านการออกแบบและยังไม่เห็นความสำคัญของโลโก้ซึ่งเป็นเครื่องหมายที่แสดงสัญลักษณ์ของกิจการ ที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำและทราบถึงกิจการได้ ด้านเครื่องหมายการค้า คือ ผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมค่าทรัพย์สินทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ไม่มีความรู้ทางด้านกฎหมายทำให้ไม่เห็นความสำคัญในการจดทะเบียนสินค้าเลยไม่ใส่ใจในการนำผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มไปจดทะเบียน ซึ่งผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มอาจจะถูกการลอกเลียนแบบได้และถ้าหากผู้ที่ลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์นั้นนำผลิตภัณฑ์ไปจดทะเบียนก็จะเป็นการเสียโอกาสในตัวผลิตภัณฑ์นั้นด้วย (บทสัมภาษณ์ : นางหนูเลียม รักบุตร ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมค่าทรัพย์สินทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ,วันที่ 25 กันยายน 2554)

จากความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพ และกลยุทธ์การสร้างตราสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมค่าทรัพย์สินทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม เพื่อนำความรู้ที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพ และกลยุทธ์การสร้างตราสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมค่าทรัพย์สินทวี บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แล้วยัง

สามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างตราสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างตราสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

1.3 สมมติฐานการศึกษา

1. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

1.1 ผู้ประกอบการที่มี เพศ แตกต่างกันมีศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

1.2 ผู้ประกอบการที่มี อายุ แตกต่างกันมีศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

1.3 ผู้ประกอบการที่มี สถานภาพ แตกต่างกันมีศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

1.4 ผู้ประกอบการที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกันมีศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

1.5 ผู้ประกอบการที่มี รายได้/เดือน แตกต่างกันมีศักยภาพในการดำเนินงานของ

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

2. ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างตราสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

2.1 ผู้บริโภคที่มี เพศ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างตราสินค้า ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

2.2 ผู้บริโภคที่มี อายุ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างตราสินค้า ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

2.3 ผู้บริโภคที่มี สถานภาพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างตราสินค้า ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

2.4 ผู้บริโภคที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างตราสินค้า ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

2.5 ผู้บริโภคที่มี รายได้/เดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างตราสินค้า ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน

1.4 ขอบเขต

- ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่กำหนดการศึกษาคือแนวทางการพัฒนาศักยภาพ

โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีของ(สัจญา สัจญาวิวัฒน์ , 2545 : 23) ประกอบด้วย

- ด้านทรัพยากรธรรมชาติ

- ด้านทรัพยากรมนุษย์

- ด้านองค์การทางสังคม

- ด้านภาวะผู้นำ
- ด้านเครือข่ายนวัตกรรม
- ด้านการฝึกอบรม

เนื้อหาที่กำหนดการศึกษาคือกลยุทธ์การสร้างตราสินค้า

โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2543 : 91-92)

ประกอบด้วย

- ชื่อตราสินค้า
- เครื่องหมายตราสินค้า
- โลโก้
- เครื่องหมายการค้า

- ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า

ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม
2. ทำให้ทราบถึงกลยุทธ์การสร้างตราสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม
3. ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม
4. ทำให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสร้างตราสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

1.6 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ด้านผู้ประกอบการ

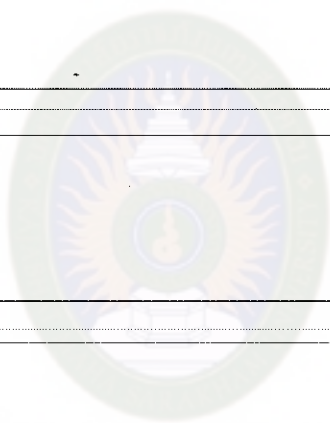
1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

สถานภาพ และรายได้ของผู้ประกอบการ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ สักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม
ด้านผู้บริโภค

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา
สถานภาพ และรายได้ของลูกค้า

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าของกลุ่ม
แม่บ้านเกษตรกรมะค่าทรัพย์ทวี หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัด
มหาสารคาม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

1.7 กรอบแนวความคิดในการศึกษา

แผนภูมิที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิดในการศึกษา



1.8 นิยามศัพท์

ตราสินค้า หมายถึง สัญลักษณ์ที่บ่งชี้ให้เห็นถึงรายการผลิตภัณฑ์หรือการบริการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมค่าทรัพย์สิน หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย ชื่อตราสินค้า เครื่องหมายตราสินค้า เครื่องหมายการค้าและโลโก้

สมุนไพร หมายถึง ผลผลิตจากธรรมชาติที่มนุษย์นำมาใช้ประโยชน์ เพื่อรักษาโรคภัยไข้เจ็บ สามารถหาได้ง่ายและพบได้ทั่วไปในท้องถิ่น

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคที่มีความต้องการที่จะซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมค่าทรัพย์สิน หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

ผู้ประกอบการ หมายถึง จำนวนสมาชิกทั้งหมดของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมค่าทรัพย์สิน หมู่ที่ 3 บ้านมะค่า ตำบลมะค่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

แนวทางการพัฒนา หมายถึง กลยุทธ์หรือแผน โยบายที่เป็นแผนในการพัฒนาความสามารถให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในทุกๆด้าน

ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถในการทำงาน สิ่งที่แสดงถึงการพัฒนาเพื่อให้ประสบความสำเร็จความมุ่งมั่นหมายหรือความพร้อม หรือความสามารถของหน่วยงานหรือองค์กรในการจัดการเพื่อให้ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านองค์กรทางสังคม ด้านภาวะผู้นำ ด้านเครือข่ายนวัตกรรมและด้านการฝึกอบรม

กลยุทธ์ หมายถึง วิธีการ แนวคิด และทฤษฎี ที่นำมาใช้ในการกำหนดรูปแบบเพื่อวางแผนในการบริหารจัดการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีรูปแบบการจัดการที่สามารถปฏิบัติได้จริง

ด้านทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง วัตถุดิบหรืออุปกรณ์ต่างๆที่ทางกลุ่มได้นำมาใช้เพื่อผลิตเป็นความสามารถด้านการนำสิ่งที่เกิดขึ้นเองหรือปรากฏอยู่ตามธรรมชาติที่เรียกว่าทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามสภาพอันเหมาะสม

ด้านทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง ความพร้อมในการมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการผลิต การให้ความรู้ การฝึกฝน และมีการเตรียมบุคลากร การคัดสรรสมาชิกที่มีความสามารถที่มีทักษะการทำงาน ความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆให้เหมาะสมกับงานที่ได้รับมอบหมาย กำหนดหน้าที่การทำงานอย่างเป็นขั้นตอนและชัดเจน บุคลากรในกลุ่มหรือสมาชิกใน

กลุ่มที่มีความสามารถในการปฏิบัติงาน ด้วยความกระตือรือร้นในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม เพื่อดำเนินงานในกลุ่มลุล่วงด้วยดี

ด้านองค์กรทางสังคม หมายถึง กลุ่มคนที่มารวมกันเป็นกลุ่มสังคม โดยการมีมาตรฐานความประพฤติที่เป็นอันจะทำให้สังคมเกิดความมีเสถียรภาพสามารถดำเนินงานต่างๆ ได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ มีการรับรู้รับฟังความคิดเห็นที่เกิดขึ้นภายนอก หรือได้รับการถ่ายทอดความรู้ความสามารถด้านการผลิตและได้รับความช่วยเหลือ หรือคำปรึกษาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้ชุมชนมีองค์กรทางสังคมมากและให้สังคมชุมชนมีความเข้มแข็งทางโครงสร้างและการจัดการย่อมมีศักยภาพในการพัฒนาในการพัฒนาสูงสังคมชุมชนย่อมมีการพัฒนาเกิดขึ้น

ด้านภาวะผู้นำ หมายถึง ความสามารถด้านบริหารงานผู้มีอำนาจสูงสุดในการสั่งการให้ผู้อื่นบังคับบัญชาปฏิบัติตามคำสั่งได้ตามความมุ่งหมาย หากชุมชนใดมีผู้นำที่มีภาวะผู้นำที่ดี ก็ย่อมมีศักยภาพการดำเนินงานสูงกว่าแต่ก็ขึ้นอยู่กับสภาพปฏิบัติงานของผู้นำว่ามีคุณภาพเพียงใด ในการสร้างกระบวนการจัดระเบียบสภาพภายในองค์กรของตนเองให้มีแผนปฏิบัติเป็นไปในแนวเดียวกันและความพร้อมในด้านการมีหัวหน้ากลุ่มที่ทำการบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ มีการจัดสรรงานอย่างเหมาะสมและเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย จัดการแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้องเหมาะสมและแก้ไขปัญหาทันที สามารถแก้ไขปัญหาของกลุ่มได้ เพื่อนำกลุ่มไปสู่ความก้าวหน้าต่อไป

ด้านเครือข่ายนวัตกรรม หมายถึง ความสามารถด้านการประสานงานกับหน่วยงานหรืองานกลุ่มองค์กร ที่ดำเนินกิจกรรมที่คล้ายคลึงกัน โดยให้ความช่วยเหลือร่วมมือเป็นพันธมิตรกันนั้นคือชุมชนใดที่มีชาวบ้านติดต่อกับข้าราชการและภายนอกการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างบุคคลหรือกลุ่ม การประสานงานรูปแบบหนึ่งที่โยกโยกการทำงานของกลุ่มบุคคลหลายกลุ่มซึ่งมีทรัพยากรมีเป้าหมาย มีกลุ่มของตนเอง ที่มีความคิด มีปัญหา มีความต้องการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน มาติดต่อประสานงานหรือร่วมกันทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เพื่อแก้ไขปัญหาหรือสนองความต้องการ ในเรื่องนั้นๆ การแลกเปลี่ยนหรือการค้นพบสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ หรือการประดิษฐ์คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่เคยมีมาก่อนหรือค้นพบเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งอาจหมายถึงความพร้อมในด้านการประสานงานระหว่างหน่วยงานเพื่อการพัฒนาตลาดใหม่ๆ และประสานงานกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองกับพ่อค้าคนกลางใน

อนาคต

ด้านการฝึกอบรม หมายถึง การพัฒนาความสามารถของหน่วยงานในส่วนที่บุคลากรไม่คุ้นเคยเข้าฝึกอบรมเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมแล้วนำมาเผยแพร่ หรือถ่ายทอดความรู้แก่องค์กร เพื่อความรู้เกี่ยวกับการผลิตและเพิ่มพูนทักษะความชำนาญ ความสามารถให้กับสมาชิกในกลุ่มหรือชุมชน เพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานและภาวะหน้าที่ต่างๆ ในปัจจุบันและอนาคตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นและฝึกอบรมเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงานหรือเพิ่มขีดความสามารถในการจัดรูปแบบขององค์การชุมชนใด ประชาชนมีการฝึกอบรมสูงมากขึ้นเท่าใดก็ยิ่งทำให้ชุมชนนั้นมีการพัฒนาสูงกว่าชุมชนที่ไม่มีการฝึกอบรม

ชื่อตราสินค้า หมายถึง เป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้าที่เป็นชื่อ ตัวอักษรหรือตัวเลข ที่สามารถออกเสียงได้ และทำให้ลูกค้าสามารถแยกแยะหรือเห็นถึงความแตกต่างกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ถ้าชื่อตราสินค้าใดเป็นที่ยอมรับหรือมีการใช้อย่างแพร่หลาย จะทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อตราสินค้าเป็นตราสามัญ

เครื่องหมายตราสินค้า หมายถึง เป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้าที่ปรากฏอยู่ในรูปแบบของสัญลักษณ์การออกแบบสี หรือตัวอักษรที่สามารถมองเห็นได้แต่ไม่สามารถออกเสียงได้

โลโก้ หมายถึง เป็นเครื่องหมายที่แสดงสัญลักษณ์ของกิจการ อาจเป็นเครื่องหมายเดียวกันกับเครื่องหมายตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการออกแบบว่าต้องการให้เกิดความแตกต่างกันหรือเหมือนกัน แต่จุดประสงค์สำคัญนั้นต้องการสร้างความสะดวกในการจดจำชื่อกิจการหรือสัญลักษณ์ของกิจการ เพื่อใช้ในการโฆษณา

เครื่องหมายการค้า หมายถึง ตราสินค้าหรือส่วนหนึ่งของตราที่ผู้ขายนำมาจดทะเบียน เพื่อปกป้องสิทธิและได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบและคุ้มครองสิทธิความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้น โดยจะพบว่าเครื่องหมายการค้าจะมี ๑ ประกอบอยู่กับตราสินค้า ถ้ามีผู้นำเครื่องหมายที่ได้รับการคุ้มครองสิทธิไปใช้หรือเลียนแบบเจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้นสามารถดำเนินการฟ้องร้องได้ตามกฎหมาย