# ผลต่อเนื่องจากการวิจัยวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา: กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงหมูป่าขุนแม่กวง

ผลการศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ
“การพัฒนานักวิจัยและการวิจัยเชิงปฏิบัติการไตรภาคีเพื่อยกระดับวิสาหกิจชุมชนระยะที่ 1: ภาคเหนือตอนบน”

**สายรุ้ง เสาร์ปัน คัคนา กันตะพัฒนะ**

**วรวัฒ สินธพานนท์ อารี วิบูลย์พงศ์ และทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์**

**จุดกำเนิด**

การประชุมเผยแพร่ผลงานของโครงการ
“การปรับปรุงโครงสร้างหัตถกรรมอุตสาหกรรมพื้นบ้านภาคเหนือตอน”
ระหว่าง วัน 26 กุมภาพันธ์ – 2 มีนาคม 2546
ณ โรงแรมธาริน จังหวัดเชียงใหม่

ได้แนวคิดการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน
และวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

กศน.ดอยสะเก็ด ร่วมกับศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ฯ จัดอบรมโครงการเพิ่มศักยภาพผู้ผลิตในหมู่บ้านรอบศูนย์ฯ
ปี 2546 จัดอบรม 2 รุ่น
รุ่นที่ 1 จำนวน 40 คน
รุ่นที่ 2 จำนวน 30 คน
ปี 2547 จัดอบรมจำนวน 35 คน

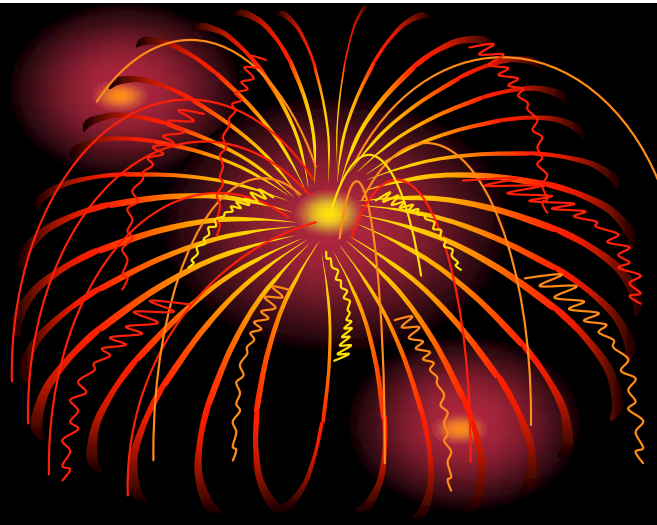
กศน.ดอยสะเก็ดร่วมกับศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ฯ
ให้การสนับสนุนการจัดตั้งกลุ่มและจัดกระบวนการ
การศึกษาพัฒนาอาชีพกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงหมูป่า ( กพอ.)

ได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจาก ศวพก.ในด้านเนื้อหาหลักสูตร และร่วมเป็นวิทยากรตลอดจนประสานเครือข่ายหัตถกรรมพื้นบ้านภาคเหนือตอนบนสถานที่ศึกษาดูงาน

ผู้รับการอบรมในปี 2546 รุ่น 2 นายโกสิน เซงจา เกษตรกรผู้เลี้ยงหมูป่า
ได้รับองค์ความรู้จากการอบรมมีแนวคิดรวมกลุ่มเกษตรกร
ผู้เลี้ยงหมูป่าขุนแม่กวงขึ้นเพื่อแก้ปัญหาเรื่องการตลาด

# วิธีการศึกษา

- ศึกษาธุรกิจแบบวิเคราะห์เจาะลึกเป็นรายกลุ่ม โดยมีกลุ่มเป็นผู้ร่วมกระบวนการวิจัยและให้ข้อมูลตลอดระยะเวลาของการดำเนินงาน (participatory research)
- ซึ่งการเก็บข้อมูลเป็นการเก็บเฉพาะส่วนของหน่วยประกอบการ ประกอบด้วย
  - การศึกษาโครงสร้างการจัดองค์กรและการบริหารงาน
  - โครงสร้างการผลิต
  - โครงสร้างการตลาด
  - และโครงสร้างทางการเงิน
  - ตลอดจนศักยภาพด้านต่าง ๆ ของกลุ่ม



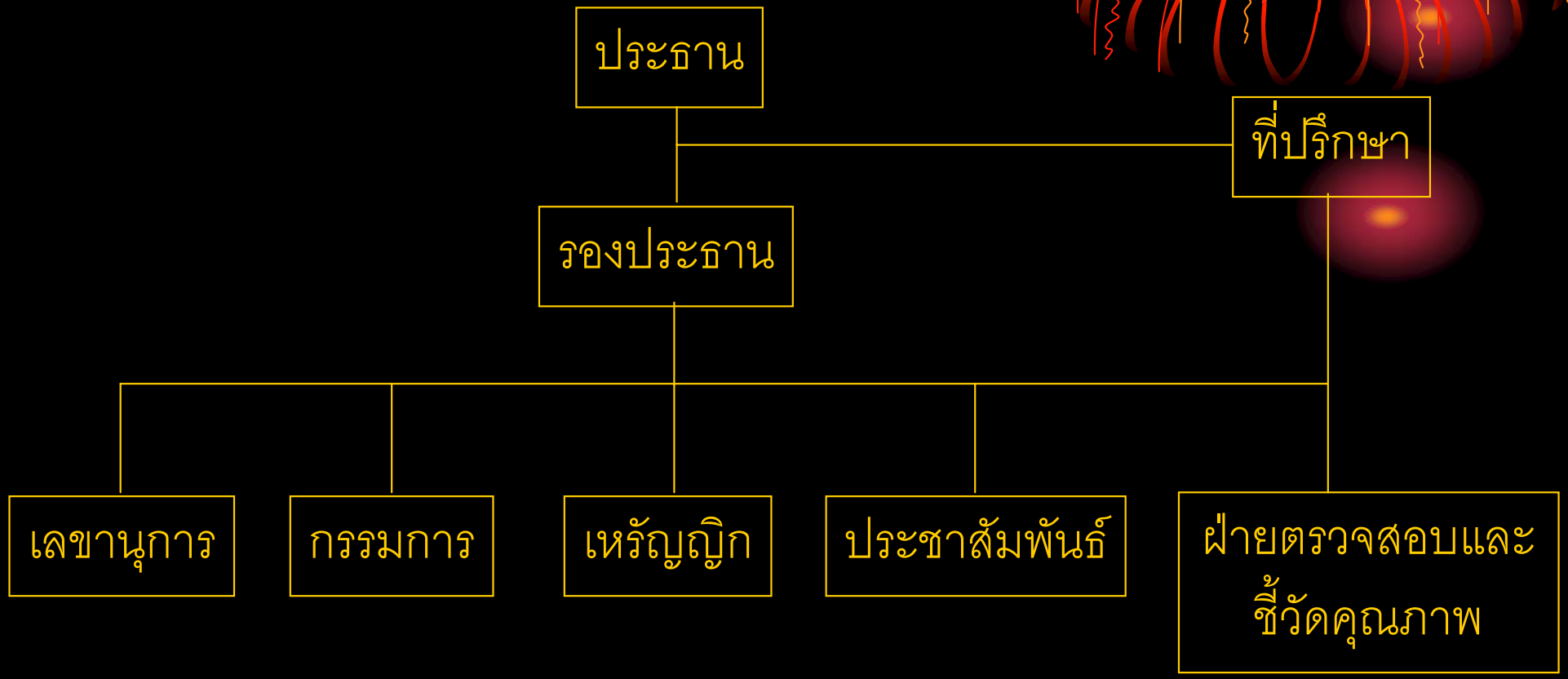
# ผลของการเข้าร่วมโครงการ และการเปลี่ยนแปลง

# 1. โครงสร้างองค์กรและการบริหารงาน

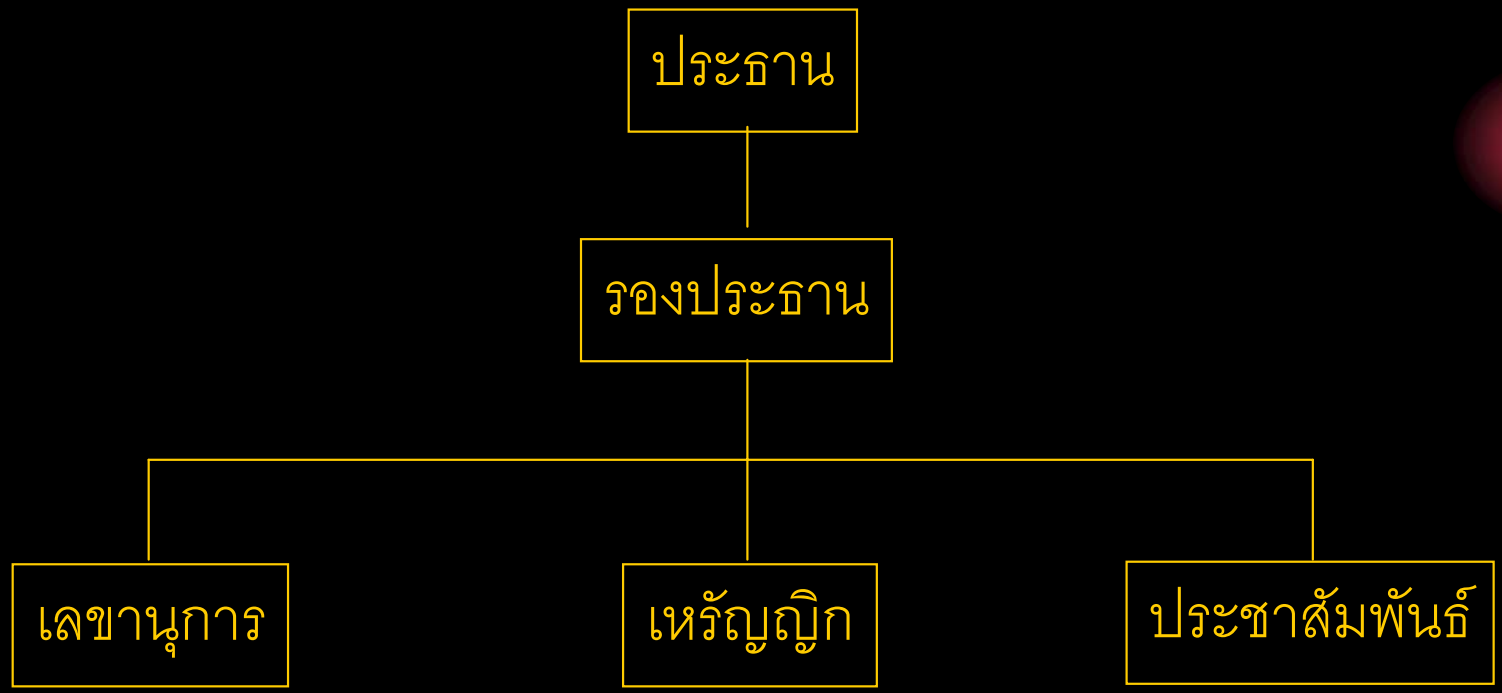
## 1.1 การปรับเปลี่ยนการบริหารงาน

- ลักษณะการผลิตและการตลาด ต่างคนต่างผลิต และหาตลาดจำหน่ายเอง
- รวมกลุ่มด้วยการระดมหุ้นในปี 2546 เพื่อแก้ไขปัญหาการผลิตและตลาดของสมาชิก
- เข้าร่วมโครงการวิสาหกิจชุมชนปี 2547
- คณะทำงานโครงการวิจัยวิสาหกิจชุมชนเก็บรวบรวมข้อมูลการจัดองค์กรและบริหารงาน โดยกลุ่มเป็นผู้ตอบและค้นหาคำตอบบางอย่างด้วยตนเอง
- ในโครงสร้างงานเดิมกลุ่ม พบว่า คณะกรรมการปฏิบัติงานที่ไม่ตรงตามตำแหน่งและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย
- จัดเวทีทบทวนการบริหารงาน และเชิญ กศน. ดอยสะเก็ด ร่วมกิจกรรม 2 ครั้ง ทำให้เกิดการ ปรับปรุงโครงสร้างบริหารงานใหม่

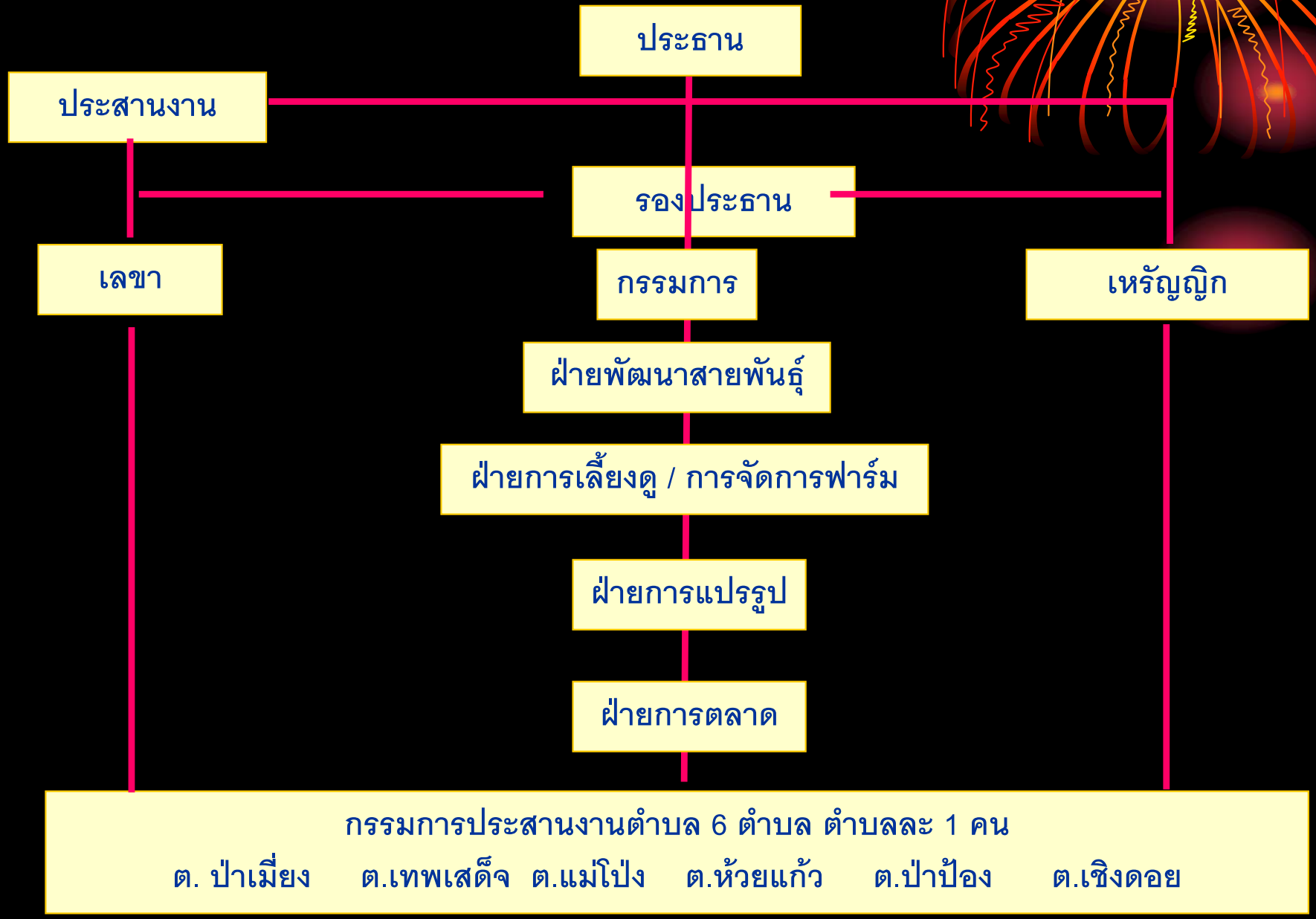
# โครงสร้างการบริหารงานและจัดองค์กรกลุ่ม



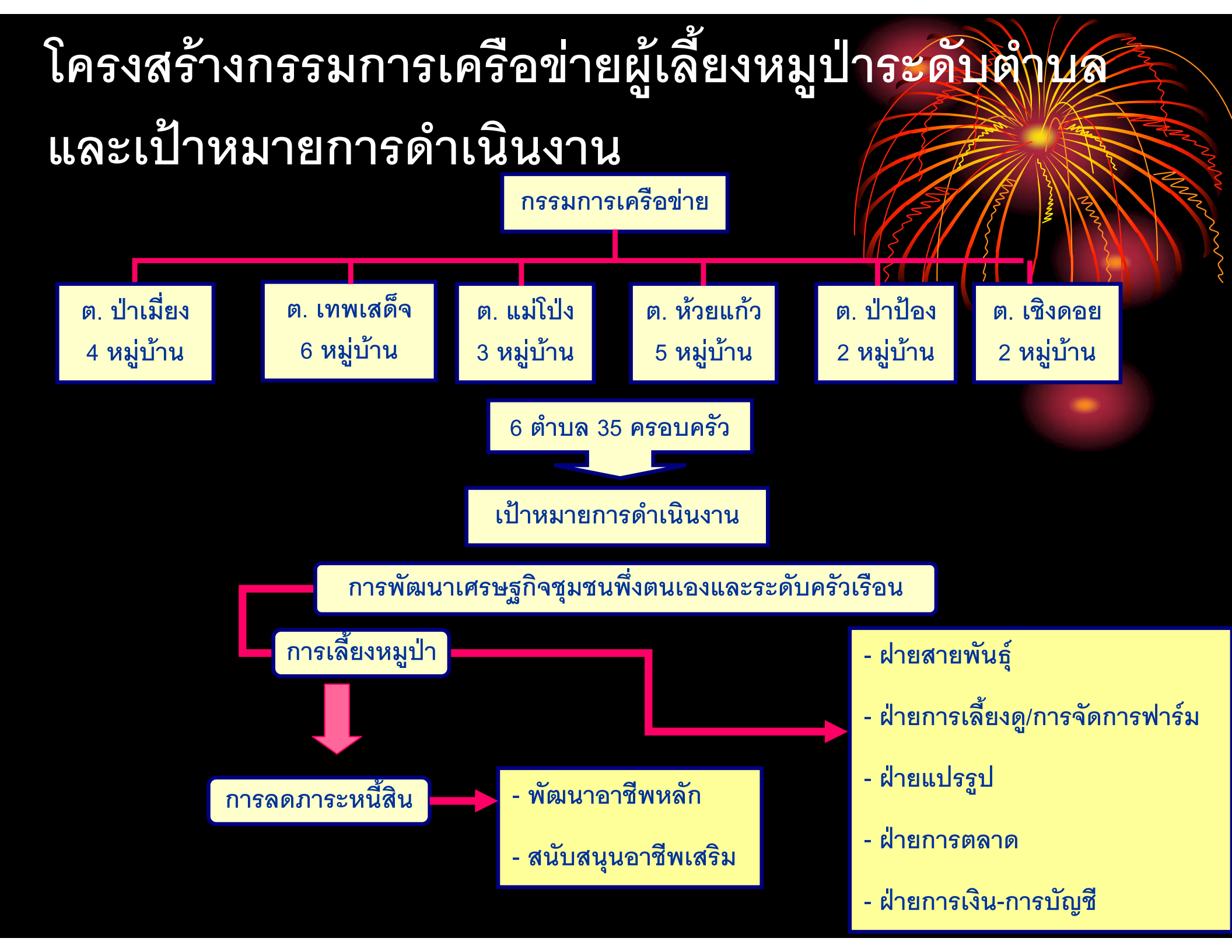
# การปรับปรุงโครงสร้างการบริหารงานกลุ่มครั้งที่ 1



# การปรับปรุงโครงสร้างการบริหารงานกลุ่มครั้งที่ 2



# โครงสร้างกรรมการเครือข่ายผู้เลี้ยงหมูป่าระดับตำบล และเป้าหมายการดำเนินงาน



## 1.2 สร้างเครือข่ายการผลิตโดยใช้กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงหมูป่าขุนแม่กวงเป็นงานแกนหลัก

- ลูกหมูป่าใช้ระยะเวลาเลี้ยง 7-12 เดือนจึงจะโตเต็มที่และจำหน่ายได้
- เข้าร่วมโครงการวิสาหกิจชุมชนและมีโอกาสเข้าร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกับผู้ประกอบการจำนวน 62 กลุ่ม
- เกิดแนวคิดพัฒนาจัดตั้งกลุ่มงานกิจกรรมเสริมให้กับสมาชิกจำนวน 8 กิจกรรม โดยใช้กลุ่มหมูป่าเป็นกลุ่มแกนหลัก เพื่อให้สมาชิกมีรายได้เสริมระหว่างการเลี้ยงและรอจำหน่ายหมูป่า
- กลุ่มงานกิจกรรมเสริมที่ดำเนินการจัดตั้งไปแล้วได้แก่ กลุ่มผลิตกาแฟ กลุ่มเลี้ยงปลา และกลุ่มเพาะเห็ดเศรษฐกิจ (เห็ดหอม)

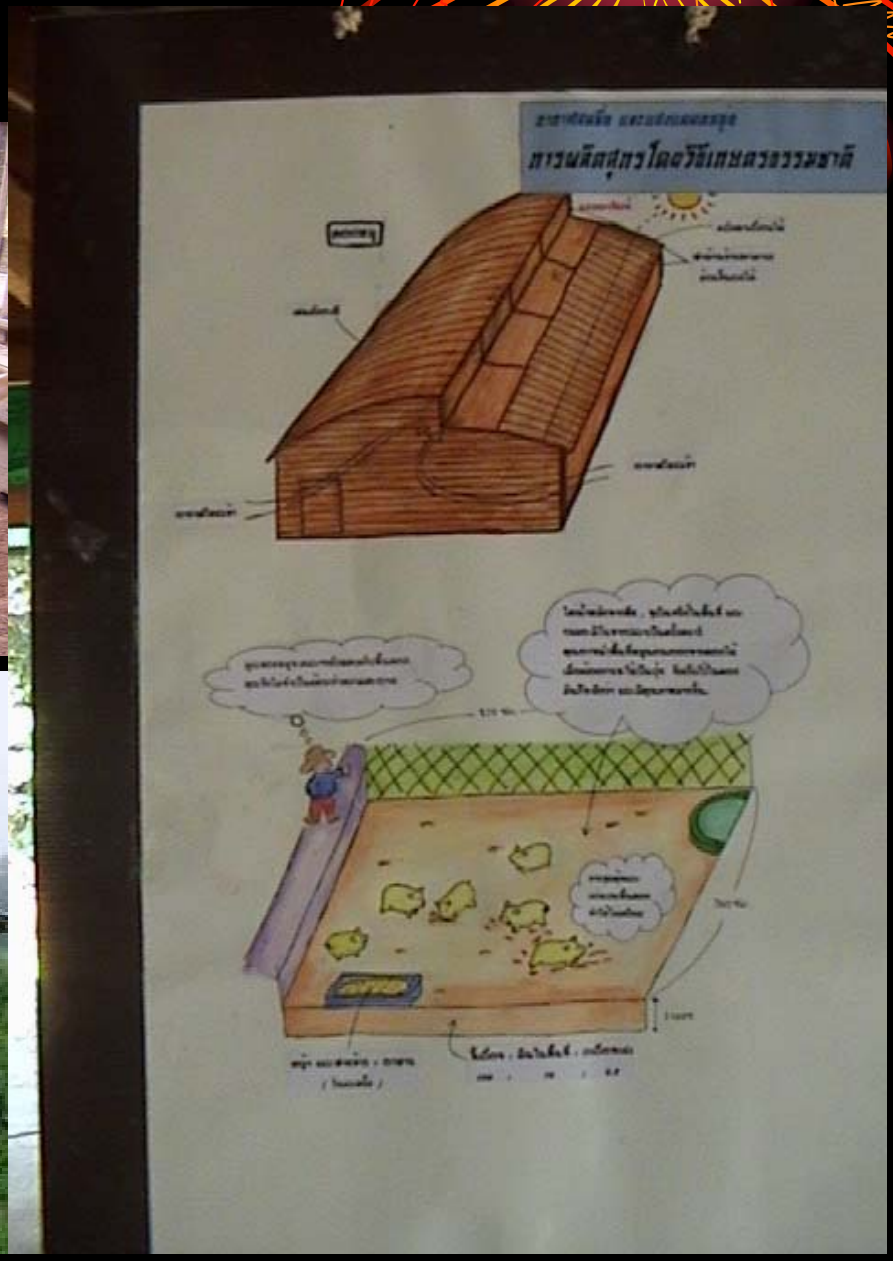
# กลุ่มงานกิจกรรมเสริมกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงหมูป่าขุนแม่กวง

# 2. โครงสร้างการผลิต

## 2.1 การปรับเปลี่ยนโรงเรือนผลิต

- โครงการวิสาหกิจชุมชนศึกษาวิเคราะห์การบริหารจัดการและการวางแผนการผลิต กระบวนการผลิต เทคโนโลยีและต้นทุนการผลิต โดยกลุ่มเป็นผู้ให้ข้อมูล
- ทำให้ทราบปัญหาการเลี้ยงของตนเอง ไม่ถูกสุขลักษณะ เพราะเลี้ยงแบบขังปล่อยบนพื้นดินชื้นแฉะ ส่งกลิ่นเหม็นจากมูลหมูป่า และอาจเกิดโรคปากและเท้าเปื่อยในหมูป่าที่เลี้ยง
- เกิดแนวคิดปรับปรุงโรงเรือนให้ถูกสุขลักษณะ
- จัดทำโครงการของบประมาณสนับสนุนจาก กศน. ดอยสะเก็ด ศึกษาดูงาน ณ ศูนย์เรียนรู้การพัฒนายั่งยืนภาคเหนือ อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย
- จากการศึกษาดูงาน สมาชิกนำแนวคิดการสร้างโรงเรือนและเลี้ยงสุกรในหลุมมาใช้ในการเลี้ยงหมูป่า และปัจจุบันสมาชิกปรับเปลี่ยนการผลิตของตนเองตามแนวคิดดังกล่าวแล้วร้อยละ 70 ของผู้เลี้ยงทั้งหมด 28 ราย

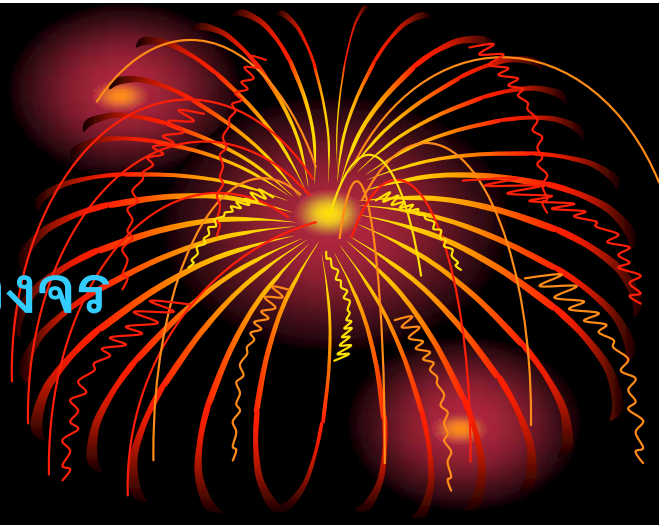
# การเลี้ยงหมูป่าของสมาชิก



## 2.2 การวางแผนการผลิต

- กลุ่มต่างคนต่างผลิต ไม่มีการวางแผนการผลิตร่วมกัน ทำให้เกิดปัญหาการตลาด
- โครงการวิสาหกิจชุมชนวิเคราะห์แผนการผลิตโดยกลุ่มเป็นผู้ให้ข้อมูล และร่วมกันจัดทำแผนธุรกิจ
- กลุ่มใช้แผนธุรกิจกำหนดทิศทางการวางแผนการผลิต
  - หมูป่าสายพันธุ์แท้ใช้เวลาเลี้ยง 7-12 เดือนโตเต็มที่และจำหน่ายได้ หาวิธีการลดระยะเวลาเลี้ยงให้สั้นลง โดย
    - พัฒนาสูตรอาหารที่ใช้เลี้ยงแล้ว ให้อัตราการแลกเนื้อสูง
    - วางแผนการผลิตพัฒนาปรับปรุงสายพันธุ์เลี้ยงหมูป่าพันธุ์ลูกผสม โดยใช้แม่พันธุ์เหมยซาน ลูดอร์ก และเจียแตง ผสมกับหมูป่าพันธุ์แท้ 100 % (ปัจจุบันอยู่ระหว่างทดลอง)

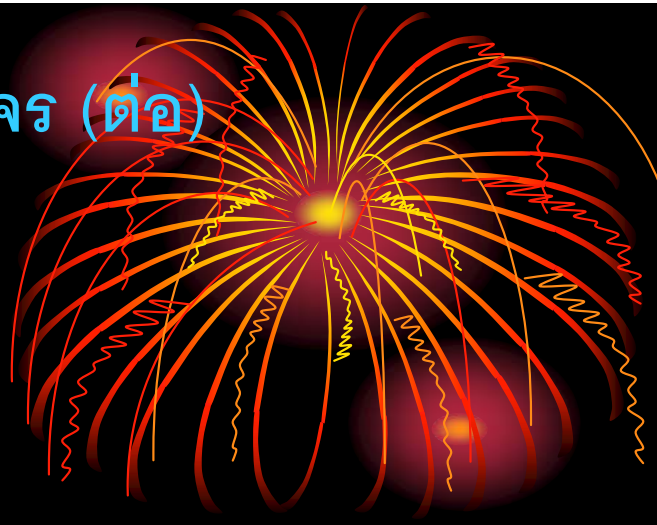
# 3. โครงสร้างการตลาด



## 3.1 ศูนย์เรียนรู้ชุมชนและการตลาดแบบครบวงจร

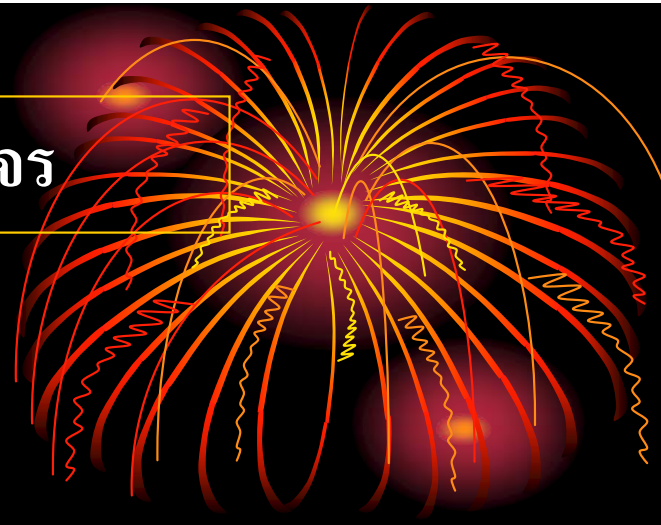
- **สภาพปัญหาการตลาด**
  - จากลักษณะต่างคนต่างผลิต หาตลาดจำหน่ายเอง
  - ทำการตลาดแบบตั้งรับรอลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้า
  - เป็นผู้เลี้ยงขนาดเล็กอยู่ในหุบเขาพื้นที่ห่างไกล การคมนาคมไม่สะดวก ลูกค้าไม่เข้าไปซื้อสินค้า
  - จำหน่ายไม่ได้จึงขยายการเลี้ยงเป็นหมูขุนพ่อแม่พันธุ์เพิ่มขึ้น ทำให้มีปัญหาด้านการตลาด
- **กระบวนการวิจัยและเรียนรู้**
  - กลุ่มมีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการตลาดกับกลุ่มต่างๆ ในโครงการวิสาหกิจชุมชน
  - ได้รับความรู้ในกระบวนการและเทคนิคในการจัดการธุรกิจชุมชน โดยผู้เชี่ยวชาญจาก Oita
  - ผู้เชี่ยวชาญในโครงการได้วิจารณ์ผลิตภัณฑ์เป็นรายกรณี เป็นวิธีชี้ให้เห็นข้อบกพร่องหรือจุดเด่น และสามารถรับคำแนะนำที่จะนำไปสู่การยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสูงขึ้น
  - ถ่ายทอดแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชนเพื่อเป็นธุรกิจเพื่อชุมชนโดยรักษาวัฒนธรรมความเป็นอยู่ เพื่อส่งเสริมความสุขชุมชนให้ยั่งยืน

# 3.1 ศูนย์เรียนรู้ชุมชนและการตลาดแบบครบวงจร (ต่อ)



- **กระบวนการเรียนรู้นำไปสู่แนวคิดการพัฒนา**
  - จัดตั้งศูนย์เรียนรู้ชุมชนและการตลาดแบบครบวงจร
- **จากแนวคิดนำไปสู่การปฏิบัติ**
  - กลุ่มจัดหาเช่าสถานที่บริเวณสี่แยกบ่อสร้าง สัญญาเช่าพื้นที่จำนวน 5 ไร่ ระยะเวลา 5 ปี ค่าเช่าปีละ 5,000 บาท
  - ก่อสร้างไปแล้วร้อยละ 20 หน่วยงานในพื้นที่ดอยสะเก็ดเสนอให้ความช่วยเหลือและแนะนำให้ย้ายสถานที่ตั้งใหม่ในพื้นที่อำเภอดอยสะเก็ด
  - กลุ่มจึงยุติการก่อสร้างและยกเลิกสัญญาเช่าพื้นที่ดังกล่าว
  - อยู่ระหว่างหาสถานที่ตั้งใหม่ในอำเภอดอยสะเก็ด
  - เบื้องต้นจะจัดสร้างโรงเรือนชำแหละและแปรรูปเป็นอันดับแรก โดยใช้สถานที่ของสมาชิก
  - ปัจจุบันดำเนินการประสานงานผู้เชี่ยวชาญออกแบบก่อสร้างโรงเรือนชำแหละและแปรรูปอาหารตามมาตรฐาน GMP

# ศูนย์เรียนรู้และการตลาดแบบครบวงจร



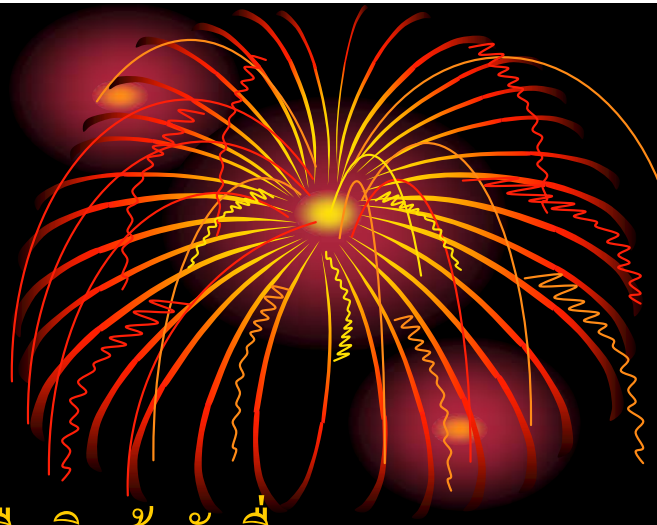
## 3.2 เพิ่มช่องทางการตลาดขายส่งเนื้อหมูชำแหละ

- ในระยะเวลาโครงการวิสาหกิจชุมชนนักวิจัยร่วมกับกลุ่ม ทำการศึกษาสำรวจตลาดขายส่งเนื้อหมูป่าในห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาเก็ต และตลาดค้าส่ง ในจังหวัดเชียงใหม่
- กลุ่มเรียนรู้กระบวนการวิจัยด้านการตลาด ทราบสถานที่จำหน่าย ปริมาณความต้องการและคู่แข่งขันในตลาด
- นำมาใช้เป็นกลยุทธ์วางแผนการตลาด เพิ่มช่องทางการขายส่งเนื้อหมูป่าชำแหละในอนาคต
- ผลการศึกษาตลาดยังนำไปสู่การวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด

# 4 โครงสร้างด้านการเงิน

- กลุ่มมีเงินกองกลาง 8,400 บาท ฝากไว้ในธนาคาร ระหว่างการเข้าร่วมโครงการวิสาหกิจชุมชนเงินกองกลางยังไม่ได้นำไปใช้ในกิจกรรมของกลุ่ม
- ในโครงการวิสาหกิจชุมชน กลุ่มได้ร่วมเรียนรู้และเป็นผู้ให้ข้อมูลการจัดทำแผนธุรกิจ ทำให้ทราบแนวการกำหนดแนวทางการพัฒนากิจการ โดยใช้แผนธุรกิจกำหนดทิศทางการพัฒนาธุรกิจของตนเอง
- จากแผนธุรกิจนำไปสู่การปฏิบัติ จัดทำโครงการขอกู้เงินจาก ธ.ก.ส. จำนวน 500,000 บาท และได้รับการอนุมัติ เพื่อจัดตั้งศูนย์เรียนรู้และการตลาดแบบครบวงจร และเพิ่มกิจกรรมแปรรูปอาหารจากหมูป่าและกิจกรรมเสริมของสมาชิกออกจำหน่าย
- เงินกองกลางกลุ่มนำไปจัดซื้อลูกหมูพันธุ์เหมยซาน ลูดอร์ก และเจียแตง รวม 8 ตัว เลี้ยงขุนเป็นแม่พันธุ์เพื่อพัฒนาปรับปรุงสายพันธุ์หมูป่าพันธุ์ลูกผสม

# สรุป



- จากการเข้าร่วมประชุมปิดโครงการงานหัตถกรรม
- นำแนวคิดและวิธีการไปใช้ ไม่ว่าจะเป็นด้านเกษตรหรือสินค้าตัวอื่น
- จัดตั้งกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงหมูป่า และมีโอกาสเข้าร่วมในโครงการวิสาหกิจชุมชน
- โดยให้กลุ่มเป็นผู้ร่วมกระบวนการวิจัย ให้ข้อมูลโดยผ่านคำถามของนักวิจัย ก่อให้เกิดการเรียนรู้และค้นหาคำตอบด้วยตนเอง
- รวมทั้งอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ให้ผู้ประกอบเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง กระทั้งเห็นปัญหาและเกิดความรู้ใหม่ในการพัฒนาด้วยตนเอง ดังเช่นกรณีของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงหมูป่าขุนแม่กวง กระบวนการดังกล่าวเป็นแนวทางหนึ่งของการพัฒนาส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนากิจการของตนเองได้อย่างแท้จริงและยั่งยืน