

แนวทางส่งเสริมเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน
อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

นางศจี ประชากุล



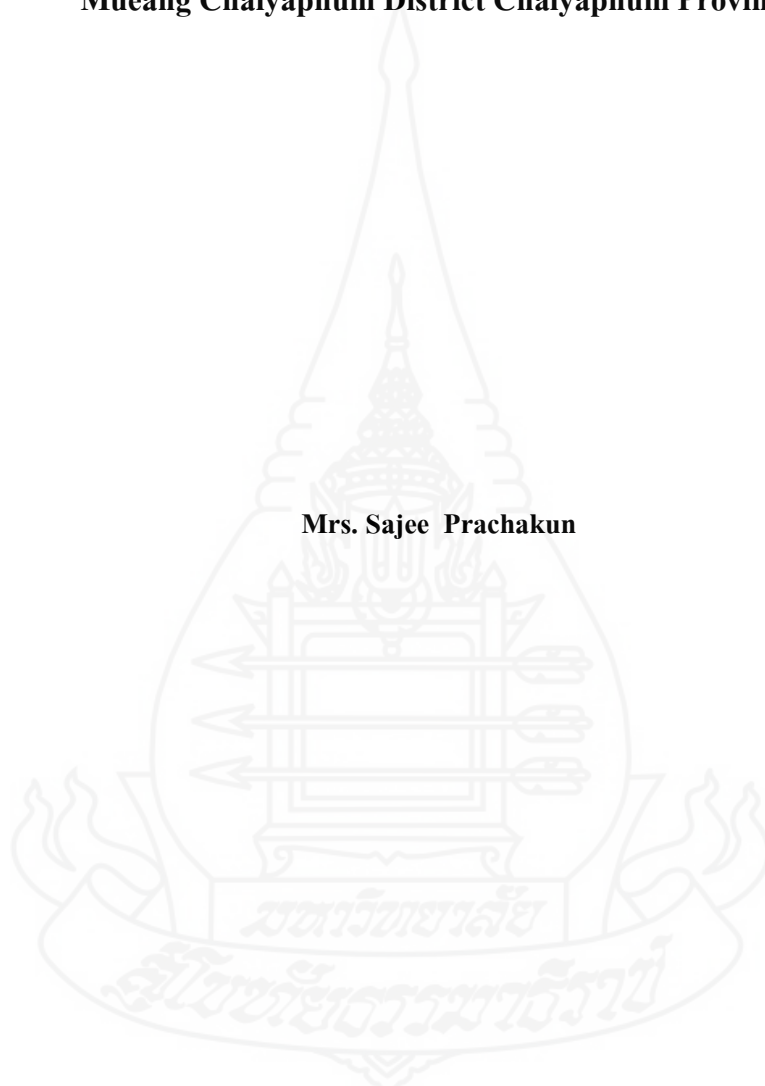
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต
วิชาเอกส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2564

Guidelines for the Development of Community Enterprises

Mueang Chaiyaphum District Chaiyaphum Province

Mrs. Sajee Prachakun



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Agriculture in Agricultural Extension and Development

School of Agriculture and Cooperatives

Sukhothai Thammathirat Open University

2021

หัวข้อวิทยานิพนธ์ แนวทางการส่งเสริมเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน
 อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ชื่อและนามสกุล นางศจี ประชากุล


วิชาเอก ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

สาขาวิชา เกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร.จินดา ขลิบทอง
 2. รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมศักดิ์ ตุ่มหิรัญ

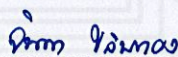
วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2565

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



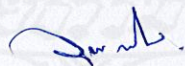
..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.นัฐสินี หาญกิตติชัย)



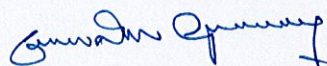
..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.จินดา ขลิบทอง)



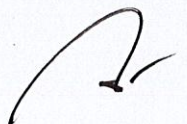
..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมศักดิ์ ตุ่มหิรัญ)



..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพศักดิ์ บุญรัตพันธุ์)



ชื่อวิทยานิพนธ์ แนวทางส่งเสริมเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ผู้วิจัย นางศจี ประชากุล รหัสนักศึกษ 2629002334

ปริญญา เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร)

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร.จินดา ขลิบทอง (2) รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมศักดิ์ ตุ่มหิรัญ

ปีการศึกษา 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 2) การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน 3) ปัญหาในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของสมาชิก และ 4) ความต้องการและแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ประชากรที่ศึกษา คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 369 กลุ่มสมาชิก 3,970 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน สุ่มตัวอย่างแบบง่าย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการสนทนากลุ่มกับประธานวิสาหกิจชุมชน โดยคัดเลือกเฉพาะเจาะจง จำนวน 12 คน ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) และกลยุทธ์การบริหารจัดการ (TOWS)

ผลวิจัยพบว่า 1) สมาชิกมากกว่าครึ่งเป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 52.26 ปี จบระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ระยะเวลาเป็นสมาชิกเฉลี่ย 2.87 ปี มีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับมาก สมาชิกส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล 2) โดยภาพรวมสมาชิกเห็นด้วยกับการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลาง โดยเห็นด้วยในระดับปานกลาง 3 ด้าน ดังนี้ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต และด้านการตลาด และเห็นด้วยในระดับน้อย 1 ด้าน คือ ด้านบัญชีและการเงิน 3) ปัญหาในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ในด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับมาตรฐาน ด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการแข่งขันสูง และด้านบัญชีและการเงิน ไม่มีระบบบัญชีที่ดี 4) ความต้องการในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการความรู้ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ สำหรับแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย กลยุทธ์เชิงรุก คือ ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพผู้นำและสมาชิกในการบริหารจัดการ ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานสินค้า เพิ่มช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ กลยุทธ์เชิงแก้ไข คือ อบรมความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และการจัดทำบัญชีที่ดี กลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ สร้างแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผ่านการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา การวางแผนการดำเนินงาน การประเมินผล และการได้รับผลประโยชน์ และกลยุทธ์เชิงรับ คือ สร้างและพัฒนาบุคลากร โดยจัดฝึกอบรมทั้งในด้านการผลิต การตลาด และการบัญชี และจัดหาแนวทางในการควบคุมต้นทุนการผลิต โดยสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต่างๆ

คำสำคัญ แนวทางการส่งเสริม การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

Thesis title: Guidelines for the Development of Community Enterprises Mueang Chaiyaphum District Chaiyaphum Province

Researcher: Mrs. Sajee Prachakun; **ID:** 2629002334;

Degree: Master of Agriculture (Agricultural Extension and Development);

Thesis advisors: (1) Dr.Jinda Khlibtong, Associate Professor;

(2); Dr.Chalerm Sak Toomhirun, Associate Professor; **Academic year:** 2021

Abstract

The objectives of this research were to study 1) basic conditions of community enterprise members 2) the operation of community enterprises 3) problems in the activity participation of community enterprise members and 4) needs and development guidelines for community enterprises in Mueang district, Chaiyaphum province.

The population of this study was 3,970 members from 369 community enterprises in Mueang district, Chaiyaphum province. The sample size was determined by using Taro Yamane formula and simple random sampling method. Data were collected by conducting structured interview and were analyzed by using packaged computer program. Statistics used were such as frequency, percentage, minimum value, maximum value, mean, and standard deviation. Focus group was done with 12 community enterprise chairmen through purposive sampling method. Data were then analyzed by using SWOT technique and TOWS Matrix.

The results of the research revealed that 1) more than half of members were male with the average age of 52.26 years old. They completed junior high school education with the average membership time of 2.87 years and had the high level of satisfaction in community enterprise participation. Majority of the members received the news and information from personal media. 2) Overall, members agreed with the operation of community enterprises at the moderate level in 3 aspects: management, production, and marketing. They agreed at the low level in 1 aspect, the accounting and finance aspect. 3) Members, overall, faced with the problems at the moderate level in production as the products were non-standard. For the marketing, there was a high competition in the group products. Regarding accounting and finance, there was no good accounting system. 4) The development guidelines of community enterprises consisted of SO strategy which was the extension in leadership and member potential development in management, standardized product development, and the increase in online distribution channels; WO strategy which was the knowledge training about goods production and packaging and good systematic bookkeeping; ST strategy which was the community enterprise development plan creation through participatory management in problem analysis, planning, operation, evaluation, and benefit obtainment; and WT strategy which was the creation and development of personnel through the training organization regarding production, marketing, and accounting as well as providing guidelines in the control of production costs by creating community enterprise networks.

Keywords: Extension guideline, Community enterprise operation

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.จินดา ขลิบทอง อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมศักดิ์ ตุ่มหิรัญ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ซึ่งได้ให้ความรู้ คำแนะนำ ตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ทุกขั้นตอนในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ฉัฐสิณี หาญกิตติชัย ประธานกรรมการสอบที่ให้คำแนะนำ ทำให้งานวิทยานิพนธ์นี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรทุกท่านที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์และผู้ที่เกี่ยวข้อง แขนงวิชาการจัดการการเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน ในหลักสูตรเกษตรศาสตร์มหาบัณฑิต ให้กำลังใจและความช่วยเหลือด้วยดีตลอดมาซึ่งถือว่ามีคุณค่ามาก ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์และสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดการเกษตรของเกษตรกร และผู้ที่สนใจเพื่อต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ๆ อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ศจี ประชากุล

กุมภาพันธ์ 2565

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	2
กรอบแนวคิดการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน	6
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเกษตรและความต้องการ	17
การวิเคราะห์ SWOT (การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก)	31
บริบทวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	53
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	53
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล	58
การวิเคราะห์ข้อมูล	59

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	61
ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ	61
ตอนที่ 2 การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ	68
ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของสมาชิกอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ	74
ตอนที่ 4 ความต้องการและแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ	78
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	95
สรุปการวิจัย	95
อภิปรายผล	101
ข้อเสนอแนะ	113
บรรณานุกรม	117
ภาคผนวก	126
ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย	127
ข แบบสัมภาษณ์	129
ค ประเด็นสนทนากลุ่ม	138
ประวัติผู้วิจัย	140



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 แสดงผลการจดทะเบียนและการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ.....	40
ตารางที่ 2.2 แสดงรายชื่อวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านการประเมินศักยภาพระดับดีของวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ.....	41
ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	54
ตารางที่ 4.1 สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน.....	62
ตารางที่ 4.2 แหล่งข้อมูลข่าวสารของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน.....	65
ตารางที่ 4.3 สรุปแหล่งข้อมูลข่าวสารของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ.....	67
ตารางที่ 4.4 การดำเนินงานทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน.....	69
ตารางที่ 4.5 การดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน.....	70
ตารางที่ 4.6 ปัญหาในการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน.....	74
ตารางที่ 4.7 สรุปปัญหาในการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ.....	77
ตารางที่ 4.8 ความต้องการความรู้ในการดำเนินงานสมาชิกวิสาหกิจชุมชน.....	78
ตารางที่ 4.9 ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านการบริหาร จัดการ.....	79
ตารางที่ 4.10 ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิต.....	81
ตารางที่ 4.11 ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านการตลาด.....	83
ตารางที่ 4.12 ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านการบัญชี และการเงิน.....	85
ตารางที่ 4.13 สรุปความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ.....	86
ตารางที่ 4.14 ผลการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ กลุ่มระดับดี ด้วยเทคนิค TOWS Matrix.....	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.15 ผลการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ กลุ่มระดับปานกลาง ด้วยเทคนิค TOWS Matrix.....	89
ตารางที่ 4.16 ผลการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ กลุ่มระดับปรับปรุง ด้วยเทคนิค TOWS Matrix.....	90
ตารางที่ 4.17 แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ.....	93



ฉ

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย 3



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยุทธศาสตร์จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 12 ในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเป็นระบบ และมีเป้าหมายเน้นสมดุลระหว่างการพัฒนาและเชื่อมโยงเศรษฐกิจรากฐาน เน้นการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการเสริมสร้างศักยภาพและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เพื่อให้ชุมชนพึ่งพาตนเอง และส่งเสริมให้รวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ กลุ่มพัฒนาอาชีพ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาปรับใช้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560, น. 1-10) การรวมกลุ่มในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน ความหมายของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรืออื่นๆ ของวิสาหกิจชุมชน โดยการรวมตัวกันของคณะบุคคลที่มีความผูกพัน และมีวิถีชีวิตร่วมกันในการประกอบกิจการ ไม่ว่าจะในรูปแบบนิติบุคคล หรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน เป็นหัวใจหลักของการดำเนินการตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548, น. 1-2) โดยกรมส่งเสริมการเกษตร เป็นหน่วยงานหลักในการเชื่อมประสานการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายให้ดำเนินการในลักษณะบูรณาการทั้งภายในหน่วยงานและร่วมกับภาคีทุกภาคส่วน เพื่อร่วมกันส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม วิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องทำความเข้าใจถึงการดำเนินงานของธุรกิจ ต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจหลายด้าน และจำเป็นที่จะต้องศึกษาสภาพแวดล้อมของธุรกิจทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เพื่อที่จะได้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

จังหวัดชัยภูมิ เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2,638 แห่ง (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน, 2564, น. 1) ได้มีการส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดวิสาหกิจชุมชนขึ้นภายในจังหวัด เนื่องจากตามนโยบายของภาครัฐที่เห็นถึงความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่มั่นคงและยั่งยืน สำหรับวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมืองชัยภูมิ มีจำนวนทั้งหมด 369 กลุ่ม สมาชิก 3,970 คน ประกอบด้วยกิจกรรม 1) การผลิตสินค้า ทั้งในด้านพืช สัตว์ ประมง การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เครื่องจักสาน ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เครื่องดื่ม

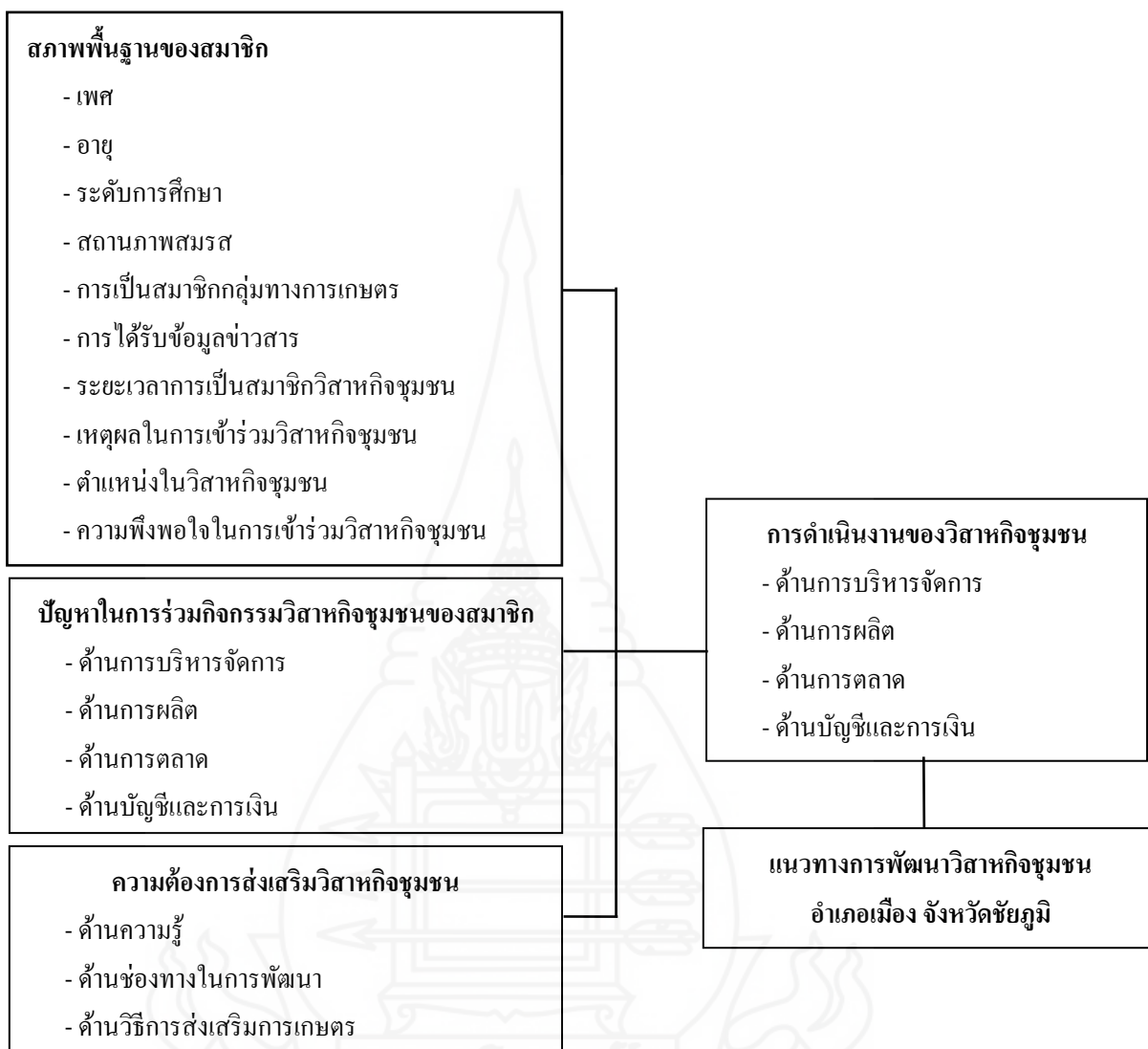
ของชำร่วย ดอกไม้ประดิษฐ์ 2) การบริการ ได้แก่ ร้านค้าชุมชน ท่องเที่ยว ออมทรัพย์ และสุขภาพ ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2564, น. 1-5) แต่ทั้งนี้ยังพบการขับเคลื่อนและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนยังมีปัญหาเนื่องจากวิสาหกิจชุมชนบางส่วนไม่มีทิศทางในการดำเนินงานที่ชัดเจน สมาชิกไม่มีส่วนร่วม ทำให้การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนดำเนินไปได้ช้าและไม่ต่อเนื่อง จึงจำเป็นที่จะต้องมิกกลยุทธ์ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่สอดคล้องเหมาะสมในแต่ละบริบทของชุมชน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในการพึ่งตนเองและการพัฒนาที่ยั่งยืน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2562, น. 2-4) สอดคล้องกับ ชีรฉัตร เทียมทอง และเพ็ญณี แนนรท (2561, น. 256) พบปัญหาในเรื่องการขาดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโดยขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาและขยายผลิตภัณฑ์กลุ่ม นอกจากนี้ เพชรไพโรจน์ อุปปิง และคณะ (2556, น. 23-24) พบว่า ปัญหาการดำเนินวิสาหกิจชุมชนด้านการจัดการกลุ่มยังไม่มี การวางแผนอย่างเป็นระบบ ขาดการมีส่วนร่วมและไม่สามารถจัดสรรเงินให้กับสมาชิกได้ ด้านการผลิต ขาดความรู้ในการควบคุมคุณภาพการผลิต ไม่มีความรู้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และไม่สามารถผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้า ด้านการตลาด ไม่สามารถหาตลาดเองได้ ขาดการวางแผนตลาดอย่างเป็นระบบ และไม่ได้วางแผนกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทางการตลาดที่ชัดเจน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้มีความเข้มแข็ง สามารถยกระดับให้สูงขึ้น สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการ พร้อมทั้งเป็นแนวทางให้เกิดความยั่งยืนต่อวิสาหกิจชุมชน เป็นการส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนรู้จักนำทรัพยากรท้องถิ่นมาใช้ ทำให้สามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งการส่งเสริมความรู้และความสามารถในการบริหารจัดการ การพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน อันจะส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนมีความพร้อมในการแข่งขันทางการค้าต่อไปในอนาคตไม่ว่าในระดับใด รวมถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความสำเร็จและยั่งยืนต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาสภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
- 2.2 เพื่อศึกษาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
- 2.3 เพื่อศึกษาปัญหาในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของสมาชิกอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
- 2.4 เพื่อศึกษาความต้องการและแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาแนวทางส่งเสริมเพื่อพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ คือ พื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

4.2 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ทำการศึกษา คือ วิชาหกิจชุมชนซึ่งได้จดทะเบียน วิชาหกิจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิชาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ของอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 369 กลุ่ม จำนวนสมาชิก 3,970 คน

4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยศึกษาสภาพพื้นฐานของสมาชิก การดำเนินงานของ วิชาหกิจชุมชน ปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานวิชาหกิจชุมชน และความต้องการพัฒนา การดำเนินงานวิชาหกิจชุมชน

4.4 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2564 ถึงเดือนตุลาคม 2564

4. นิยามศัพท์เฉพาะ

4.1 วิชาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของที่คนในชุมชนร่วมกันผลิตสินค้าทั้งด้านการ ผลิตพืช ปศุสัตว์ สินค้าแปรรูปและผลิตภัณฑ์ และการท่องเที่ยว ที่ได้จดทะเบียนเป็นวิชาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิชาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 จำนวน 369 กลุ่ม จำนวนสมาชิก 3,970 คน ของอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

4.2 สมาชิก หมายถึง บุคคลที่เป็นสมาชิกวิชาหกิจชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งรวมกลุ่มกันเพื่อดำเนินงานวิชาหกิจชุมชน จำแนกตามประเภทกิจการ ทั้งในด้านการผลิตพืช ปศุสัตว์ ประมง แปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า เครื่องจักรสาน ผลิตภัณฑ์ สมุนไพร เครื่องดื่ม เครื่องไม้/เฟอร์นิเจอร์ และท่องเที่ยว

4.3 การดำเนินงานวิชาหกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่สมาชิก และ คณะกรรมการของวิชาหกิจชุมชน ร่วมกันคิดร่วมกันทำเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านบัญชีและการเงิน

4.3.1 ด้านการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการบังคับบัญชา และการควบคุมทรัพยากรต่างๆ ของวิชาหกิจชุมชน เพื่อให้เป็นไปตาม เป้าหมายที่กำหนดไว้

4.3.2 ด้านการผลิต หมายถึง การวางแผนการผลิต กระบวนการออกแบบการผลิต การคาดการณ์ความต้องการของผลิตภัณฑ์ และการควบคุมการปฏิบัติงานให้ได้คุณภาพสม่ำเสมอ

4.3.3 ด้านการตลาด หมายถึง การวางแผนการตลาดผ่านการวิเคราะห์ส่วนผสมทาง การตลาด 4 ส่วน ได้แก่ ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านช่องทางการจัด จำหน่าย

4.3.4 ด้านการบัญชีและการเงิน หมายถึง การจัดหาแหล่งเงินทุน การบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียน และระบบการควบคุมการใช้จ่ายเงินให้เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชน

4.4 ความต้องการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การส่งเสริมการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในด้านความรู้ ด้านช่องทางการพัฒนา และด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร

4.5 ปัญหาในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน หมายถึง สภาพปัญหาในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนทั้งในด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านบัญชีและการเงิน

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

5.1 ทำให้ทราบถึงกระบวนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน และกลยุทธ์ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนได้

5.3 สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองชัยภูมิหน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนดำเนินการวิสาหกิจชุมชน ทำให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน สังคม และประเทศ

5.4 เป็นแนวทางให้กับผู้นำชุมชนที่สนใจในการดำเนินงานจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเป็นแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มความเข้มแข็งให้กับชุมชน



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง แนวทางส่งเสริมเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ผู้ศึกษาได้ตรวจเอกสารค้นคว้ารวบรวมข้อมูล ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โดยแบ่งหัวข้อการศึกษาในครั้งนี้ไว้ดังนี้ โดยแบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเกษตรและความต้องการ
3. การวิเคราะห์ SWOT (การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก)
4. บริบทวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย ความหมายของวิสาหกิจชุมชน องค์ประกอบวิสาหกิจชุมชน ประเภทของวิสาหกิจชุมชน ประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชน การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังต่อไปนี้

1.1 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

เสรี พงศ์พิศ วิจิต นันทสุวรรณ และจางงัก แรกพินิจ (2544, น. 23) ได้ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบโดยการรวมกระบวนการคิด การจัดการผลผลิตและทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยอาศัยภูมิปัญญาของชุมชน รวมถึงกิจกรรมที่มุ่งประกอบเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน ก่อให้เกิดการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ และการเรียนรู้ของชุมชน

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล (2545, น. 6-7) ได้ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การที่สมาชิกของชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต ทั้งด้านการผลิต และการเงิน ด้านเศรษฐกิจและสังคม วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นเครื่องมือในการสร้างฐานรากทางเศรษฐกิจและสังคมให้เข้มแข็ง เพื่อที่จะให้ระบบเศรษฐกิจและสังคมส่วนอื่นๆ ได้ต่อยอดบนฐานที่เข้มแข็ง คงทนต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและทุนนิยม

จารุพงศ์ พลเดช (2546, น. 14-16) ได้ให้ความหมายของ วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบกิจการของชุมชนโดยคนในชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเพื่อจัดการ “ทุน” ทางสังคมของชุมชนที่มีอยู่เพื่อสร้างรายได้ และการพึ่งพาตนเองของครอบครัว และชุมชน และระหว่างชุมชน รวมถึงทุนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ดิน น้ำ ป่า ที่เป็นผลผลิต ทุนความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ทรัพยากรท้องถิ่น ให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน

สมศักดิ์ สุริโย (2547, น. 23) ได้ให้ความหมายของ วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบกิจกรรมที่สร้างรายได้ในรูปแบบที่มั่นคง รูปแบบหนึ่งที่มีขนาดเล็กกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprise) สร้างผลผลิตของกิจการ เกิดจากสินทรัพย์ของชุมชนในการบริหารจัดการที่ทันสมัย โดยให้คนในชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นพื้นขึ้นมาเป็นพลังในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับรากฐานของประเทศ โดยมีจุดหมายในการดำเนินการ คือ การพึ่งพาตนเองและพึ่งพากันและกันของชุมชน

กรมส่งเสริมการเกษตร (2548, น. 1) ได้ให้ความหมายของ วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การที่ชุมชนประกอบกิจการที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันมารวมตัวกันประกอบกิจการ ไม่ว่าจะเป็นนิตินบุคคลหรือไม่เป็นนิตินบุคคล ในการสร้างรายได้เพื่อการพึ่งพาตนเอง ครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

สรุป วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การรวมตัวกันของชุมชน อาจอยู่ในรูปของนิตินบุคคลหรือไม่เป็นนิตินบุคคล โดยมีจุดประสงค์เพื่อนำทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ทั้งเงินทุน ความรู้ วัฒนธรรม มาจัดการสร้างสรรค์เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ตลอดจนการสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชน เกิดความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนได้

1.2 องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนมีองค์ประกอบหลักๆ 7 ประการ ได้แก่ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2546, น. 15-16; ศรีปริญญา ฐประจ่าง, 2546, น. 1-3; จินตนา กาญจนวิสุทธิ์, 2558, น. 5-6)

1.2.1 ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการเอง องค์กรที่ดี “คนนอก” อาจมีส่วนร่วมในการถือหุ้นได้ แต่ไม่ใช่หุ้นใหญ่จนทำให้มีอำนาจในการตัดสินใจ

1.2.2 ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน ซึ่งอาจจะนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอก แต่เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด

1.2.3 ริเริ่มสร้างสรรค์โดยชุมชน เพื่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชนเอง ซึ่งมีความรู้ ภูมิปัญญา หากมีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม เกิดมีความเชื่อมั่นตัวเองก็จะริเริ่มสร้างสรรค์ สิ่งใหม่ๆ ได้โดยไม่เอาแต่เลียนแบบหรือแสวงหาสูตรสำเร็จ

1.2.4 ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน “ทุน” ที่สำคัญเป็นการสืบทอดภูมิปัญญา ท้องถิ่น โดยปรับประยุกต์ให้ทันสมัยผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากลหรือจากที่อื่น

1.2.5 ดำเนินการแบบบูรณาการ ไม่ใช่การทำแบบโครงการเดี่ยว หรือคล้ายกับการปลูกพืชเชิงเดี่ยว แต่เป็นการทำรวมแบบ “วนเกษตร” โดยมีกิจกรรมหลายๆ อย่างประสานผนึกพลัง (Synergy) และเกื้อกูลกัน (Cluster)

1.2.6 การเรียนรู้ คือ หัวใจของกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน หากไม่มีการเรียนรู้ก็มีแต่การเลียนแบบ การหาสูตรสำเร็จ โดยไม่มีความคิดใหม่ๆ หากไม่มีการเรียนรู้ก็จะไม่มีวิสาหกิจชุมชนบนฐานความรู้ แต่บนฐานความรู้สึก ความอยาก ความต้องการตามทีสื่อในสังคม กระตุ้นให้เกิดความอยากกลายเป็นความจำเป็นสำหรับในชีวิตไป

1.2.7 การพึ่งตนเอง คือ เป้าหมายหลักที่สำคัญของวิสาหกิจชุมชน จำเป็นต้องเกิดการกระตุ้น เพื่อให้ได้ทำไร่ก่อนที่คิด ทำให้รอดไม่พัฒนาไปเป็นขั้นตอนให้เกิดความมั่นคงก่อนที่จะก้าวไปพัฒนาธุรกิจ

สรุป องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนควรมีลักษณะดังนี้ คนในชุมชนสามารถเป็นเจ้าของพร้อมทั้งดำเนินการเอง ผลผลิตมาจากภายในชุมชน การสร้างสรรค์รวมกับการนำภูมิปัญญามาประยุกต์เป็นนวัตกรรมของชุมชนให้ทันสมัย มีการดำเนินการแบบบูรณาการและเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นระบบ มีการเรียนรู้เพื่อพัฒนาอยู่ตลอดเวลา และพึ่งพาตนเอง ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความมั่นคงก่อนที่จะพัฒนาสู่การแข่งขันเชิงธุรกิจต่อไป ซึ่งผลผลิตที่ได้จากการพิสูจน์ได้ถูกนำมาใช้อย่างมีระบบเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ ให้เกิดประสิทธิภาพนำไปสู่การพัฒนาเป็นเทคโนโลยีขึ้นมาใช้ให้ผู้คนส่วนใหญ่ยอมรับจนกลายเป็นแนวปฏิบัติ

1.3 ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (2546, น. 17-18); จินตนา กาญจนวิสุทธิ (2558, น. 6) ได้กำหนดรูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

1) วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการเดี่ยว คือ วิสาหกิจที่ประกอบการเพียงหนึ่งเดียว โดยคณะผู้บริหารในชุมชนชุดเดียว และไม่สร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ โดยมีผลิตภัณฑ์มากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้

2) วิสาหกิจที่ประกอบกิจการในรูปแบบเครือข่าย คือ วิสาหกิจที่มีความสัมพันธ์กับกิจการอื่น โดยแต่ละวิสาหกิจต่างมีการประกอบการตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของกิจการ หากแต่มีความสัมพันธ์แบบพึ่งพาเกื้อกูล เชื่อมโยงกันในรูปแบบต่างๆ คือ

(1) เครือข่ายกิจกรรม ได้แก่ วิสาหกิจที่มีต่อกิจกรรมเกื้อกูลกันมาเป็นเครือข่ายกันทั้งที่เป็นกิจกรรมประเภทเดียวกัน หรือหลายประเภท

(2) เครือข่ายพื้นที่ ได้แก่ วิสาหกิจที่ดำเนินการอยู่ในระดับพื้นที่เดียว หรือต่างระดับพื้นที่กัน เช่น วิสาหกิจระดับหมู่บ้านกับระดับตำบลมาเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกัน เป็นต้น

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548, น. 1-13) วิสาหกิจชุมชน แบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1) วิสาหกิจชุมชนขั้นพื้นฐาน ได้แก่ การดำเนินการต่างๆ เพื่อกินเพื่อใช้ในชุมชน หรือพอกินพอใช้เพื่อลดรายจ่าย รายได้ก็เพิ่มขึ้น แปลว่าเมื่อทำเพื่อกินเองใช้เองก็ทำให้มีรายได้เหลือมากขึ้นซึ่งก็คือ รายได้เพิ่มขึ้นจึงน่าจะเป็นการคิดแทนที่จะเป็นการมุ่งหารายได้เข้ามา ก็หันมาผลิตทดแทนการซื้อของอย่างที่เป็นอยู่ การซื้อผลผลิตมาบริโภคและอุปโภคเป็นที่มาของปัญหาหนี้สิน เกิดสถานการณ์ “ชักหน้าไม่ถึงหลัง” ดังที่เป็นอยู่ในหลายชุมชนในปัจจุบัน

2) วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า ได้แก่ การทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เข้าสู่ตลาดบริโภค โดยการปรับปรุงคุณภาพผลผลิต บรรจุกันท์ การตลาด และการจัดวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในตลาดต่างๆ เพื่อให้สามารถ “แข่งขัน” ได้ อย่างไรก็ตามชุมชนไม่ควรกระโดดข้ามขั้นแต่ควรพัฒนามาจากพื้นฐานไปสู่ขั้นก้าวหน้าทีละขั้น

วิจิต นันทสุวรรณ (2544, น. 28-29) วิสาหกิจชุมชน มี 4 ระดับ ดังนี้

1) วิสาหกิจชุมชนระดับครอบครัว เป็นจุดเริ่มต้นของการแปรรูปหรือสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อการอุปโภคบริโภคของตนเองภายในครัวเรือนเป็นหลัก โดยจะเป็นผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่หลากหลาย เพื่อการพึ่งพาตนเอง ลดรายจ่ายจากการซื้อและป้องกันไม่ให้เงินของชุมชนไหลออกไปนอกชุมชนโดยไม่จำเป็น ส่งผลให้เงินหมุนเวียนภายในหมู่บ้าน ดังนั้นการตลาดของวิสาหกิจชุมชนระดับครอบครัวจึงมุ่งผลิต เพื่อตลาดที่เป็นตัวเองของผู้ผลิต

2) วิสาหกิจชุมชนระดับชุมชน เป็นการพึ่งพาอาศัยกันภายในครอบครัวเดียวกัน เพราะในบางกรณีก็ไม่สามารถทำเองได้ จำเป็นต้องซื้อสินค้าจากเพื่อนบ้าน เป็นการลดภาระการซื้อของแพง หรือช่วยลดรายจ่าย ดังนั้น การตลาดของวิสาหกิจชุมชนระดับชุมชน คือ เพื่อนบ้านในชุมชนเดียวกัน โดยผลิตเพื่อทดแทนสินค้าที่ต้องนำเข้ามาจากภายนอกชุมชน

3) วิชากิจชุมชนระดับเครือข่าย ในบางกรณีเพียงชุมชนเดียวก็ไม่สามารถพึ่งตนเองได้จึงต้องมีหลายชุมชนร่วมมือกัน เป็นระบบพึ่งพาอาศัยระหว่างชุมชนที่มีผลผลิต และทรัพยากรที่แตกต่างกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของทุกชุมชน

4) วิชากิจชุมชนเพื่อการจัดการผลผลิตส่วนเกิน เป็นการดำเนินผลผลิต หรือ ทรัพยากรของชุมชนให้เกิดการสร้างผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เป็นการเพิ่มมูลค่าและตอบสนองต่อตลาดภายนอกชุมชน ดังนั้น การตลาดของวิชากิจชุมชนเพื่อการจัดการผลผลิตส่วนเกิน คือ ตลาดนอกชุมชนที่นำเอาสินค้าที่เหลือจากการใช้ภายในชุมชนออกวางจำหน่าย โดยนำเงินจากคนภายนอกชุมชนเข้าสู่หมู่บ้าน แต่เมื่อยามใดที่สินค้าประเภทนั้นๆ ล้นตลาดภายนอก ชาวบ้านจำเป็นต้องจำกัดจำนวนการผลิตสินค้าลงให้เหลือแค่เพียงพอกับตลาดภายในชุมชนเท่านั้น โดยไม่ให้ชุมชนได้รับความเดือดร้อนและได้รับผลกระทบ

จากการทบทวนวรรณกรรมในส่วนนี้พบว่า วิชากิจชุมชนมีหลายขนาดและหลายประเภท แต่วิชากิจชุมชนใดจะได้เป็น SME ขึ้นอยู่ระดับรายได้ของวิชากิจชุมชนนั้นๆ หรือจะได้เป็น start up ก็เมื่อวิชากิจชุมชนนั้นได้มีการคิดค้นธุรกิจใหม่ๆ ขึ้นมา

1.4 ประโยชน์ของวิชากิจชุมชน

1.4.1 การรวมตัวกันของเกษตรกรในการประกอบธุรกิจในระดับชุมชน มีความมั่นคงตามที่กฎหมายรับรอง

1.4.2 การส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำมาพัฒนาจัดการให้ตรงตามความต้องการที่แท้จริง

1.4.3 ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีความพร้อมในการแข่งขันทางการค้าในอนาคต

1.5 การส่งเสริมวิชากิจชุมชน

“พระราชบัญญัติส่งเสริมวิชากิจชุมชน” (2548) ได้กำหนดให้มีการส่งเสริมวิชากิจชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.5.1 การดำเนินโครงการคลินิกสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการให้คำแนะนำ ปรึกษา ข้อเสนอแนะให้บริการทางวิชาการและส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้แก่ประชาชนทุกรูปแบบ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมประสานและแสวงหาทรัพยากรทั้งในด้านข้อมูล ทุน การผลิต การตลาด และการประชาสัมพันธ์ในลักษณะของการบูรณาการและสร้างเครือข่ายแก่ประชาชน

1.5.2 โครงการส่งเสริมวิชากิจชุมชนระดับจังหวัด ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมวิชากิจชุมชนระดับจังหวัด ใช้กลยุทธ์ในกระบวนการพัฒนาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยจังหวัด

พิจารณาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติครบองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ กิจการของชุมชน ดำเนินการโดยทุนของชุมชน และมีการบริหารและการจัดการที่เหมาะสมดำเนินการด้วยหลัก สามัคคีธรรมเน้นกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้/ประชาคมตำบล และมีเป้าหมายการพึ่งพาตนเอง ของชุมชนจังหวัดละ 1 แห่ง เพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน และ ติดตามประเมินผล ศึกษากระบวนการก่อเกิดและพัฒนา เพื่อผลการศึกษาจะเป็นข้อมูลประกอบการ พัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่มีศักยภาพนำไปสู่การขยายผลต่อไป

1.5.3 การจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (Outlet) เพื่อเพิ่มแหล่งจำหน่ายและกระจายสินค้าให้กับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1.5.4 ดำเนินการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจชุมชน เพื่อให้ผู้นำ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน มีความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจชุมชนและสามารถนำไปใช้ในการบริหารและ การจัดการด้านวิสาหกิจชุมชนต่อไป

1.5.5 การจัดสัมมนาการจัดตั้งเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

1.5.6 การฝึกอบรมพัฒนาเทคโนโลยีด้านการผลิต การพัฒนาคุณภาพบรรจุภัณฑ์

1.5.7 การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น บริหารจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจ ชุมชน

1.5.8 การประชุมเชิงปฏิบัติการเพิ่มพูนทักษะด้านการบริหารและการจัดการ

1.5.9 การฝึกอบรมสร้างวิทยากรท้องถิ่นวิสาหกิจชุมชน ศูนย์ศึกษาและพัฒนา ชุมชน (ศพช.) เขต 1, 3, 5, 6, 7, 8 และ 9

1.5.10 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านวิสาหกิจชุมชน

1.5.11 การสนับสนุนการบันทึกและเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น

1.5.12 การวิจัยประเมินผลการมีส่วนร่วมด้านวิสาหกิจชุมชน

สรุป วิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 กำหนดให้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอย่างครบวงจรในทุกระดับ รวมทั้งเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ด้วย ทั้งนี้เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนเป็นหน่วยประกอบการที่สามารถพัฒนาตนเองไปสู่สังคมและ เศรษฐกิจชุมชนที่ดีขึ้นตามศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนที่สอดคล้องกับสถานการณ์และสถานการณ์ ของท้องถิ่นและชุมชน ตลอดจนสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ตลอดจนทิศทางของ วิสาหกิจชุมชนนั้นๆ โดยมีการนำเทคโนโลยีด้านการผลิต ด้านการพัฒนาคุณภาพบรรจุภัณฑ์มาใช้ ประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

1.6 การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2548, น. 6-12) หมายถึง การจัดการศักยภาพและความสามารถของวิสาหกิจชุมชน หรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ในเรื่องทิศทางวิสาหกิจชุมชน การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน การบริหารตลาด การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร และกระบวนการจัดการสินค้าและบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.6.1 ทิศทางของวิสาหกิจชุมชน

1) การบริหารองค์กร ประกอบด้วย

(1) การกำหนดทิศทางโดยการประเมิน เพื่อวิสาหกิจชุมชนมีการกำหนดทิศทางและเป้าหมายขององค์กรไว้หรือไม่ และสมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กรอย่างไร

(2) การดำเนินการของวิสาหกิจชุมชน การกำหนดโครงสร้างบริหารองค์กร การแบ่งหน้าที่ในการบริหารงาน การออกกฎระเบียบข้อบังคับ และการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่นๆ แก่สมาชิก โดยมีการแจ้งให้สมาชิกได้รับทราบความเคลื่อนไหว วิธีการแจ้งให้สมาชิกทราบอย่างไร พร้อมทั้งสมาชิกทุกคนสามารถเข้ามาตรวจสอบได้หรือไม่

(3) การบริหารจัดการทุนและผลประโยชน์ โดยการกำหนดทิศทางของในการบริหารจัดการทุน ทั้งทุนภายใน ได้แก่ เงิน ทรัพยากร ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางสังคม และทุนจากภายนอก รวมถึงการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ระหว่างสมาชิก มีการกำหนดแนวทางและวิธีการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ระหว่างสมาชิกอย่างไร

(4) การทบทวนการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชน โดยการนำข้อมูลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาพิจารณาว่ามีปัญหาตรงไหนที่ควรแก้ไข รวมถึงการนำปัญหาในการดำเนินการไปแก้ไขปรับปรุง

2) ความรับผิดชอบต่อชุมชน การประเมินนี้ทำให้ทราบถึงการกำหนดทิศทางของวิสาหกิจชุมชนว่ามีการให้ความสำคัญหรือคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อชุมชน หรือลดกระทบต่อชุมชนหรือไม่ว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นจะเป็นผลกระทบทางตรงหรือทางอ้อม จากการประกอบธุรกิจก็ตาม และนอกจากนี้ยังประเมินการกำหนดการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมต่อลูกค้า สินค้า บริการ และต่อตนเอง ไม่เอาเปรียบ ชื้อสัดๆ ตรงเวลา มีคุณภาพ ปลอดภัย ฯลฯ ของวิสาหกิจชุมชนด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) การดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม ควรพิจารณาในการผลิตสินค้าหรือบริการว่ามีการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานด้านจริยธรรมหรือไม่

(2) ความรับผิดชอบต่อสาธารณะในด้านการใช้ทรัพยากร โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีการใช้ทรัพยากรอย่างไร มีการใส่ใจต่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชนหรือไม่

(3) การให้การสนับสนุนต่อชุมชน โดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการรักษาสภาพแวดล้อม หรือการจัดทำกิจกรรมที่เป็นสาธารณประโยชน์ เช่น การขุดลอกคูคลอง การปลูกต้นไม้ การเก็บขยะ เป็นต้น มีการบริจาคเงินหรือสิ่งของหรือไม่ วิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญในเรื่องนี้หรือไม่ และผู้นำได้แสดงบทบาทในด้านนี้หรือไม่

(4) การจัดสรรรายได้เพื่อเป็นสวัสดิการชุมชน มีการจัดสรรรายได้เป็นสวัสดิการแก่สมาชิกหรือชุมชนหรือไม่ หรือหากยังไม่มีความพร้อม ได้มีการวางแผน หรือแนวทางในเรื่องนี้ไว้อย่างไร

1.6.2 การวางแผนการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน โดยเน้นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกันเป็นการนำแนวคิด วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และทิศทางในการผลิตหรือบริการ โดยมุ่งเน้นสำคัญ 3 ประการ คือ ครอบครัวพึ่งตนเอง ชุมชนเครือข่ายพอเพียง และธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) กระบวนการและเป้าหมายในการจัดทำแผน

(1) กระบวนการจัดทำแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลในกระบวนการจัดทำแผนของวิสาหกิจชุมชนทั้งข้อมูลภายในและภายนอกชุมชน และการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจทำแผนอย่างมีเหตุผล เช่น การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ความต่อเนื่องของธุรกิจ ตลาดการแข่งขัน ความสามารถในการปฏิบัติตามแผนที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอนาคต และมีการนำข้อมูลจากแผนแม่บทชุมชนมาใช้ประกอบด้วยหรือไม่ และการทำแผนแบบมีส่วนร่วม ในการจัดทำแผนของวิสาหกิจชุมชน ผู้นำ กรรมการ และสมาชิกมีส่วนร่วมในการจัดทำร่วมกันหรือไม่ เพื่อให้ทราบถึงการมีส่วนร่วมของสมาชิกและกรรมการในการจัดทำแผน

(2) เป้าหมายของแผน มีการกำหนดเป้าหมายของแผนเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงการกำหนดเป้าหมายของแผนงานในเชิงปริมาณ หมายถึง การกำหนดจำนวนการผลิต การบริการ การลงทุน รายจ่าย รายได้ จำนวนการให้สวัสดิการชุมชน ฯลฯ และในเชิงคุณภาพ หมายถึง การคำนึงถึงคุณภาพของสินค้า/บริการ คุณภาพชีวิต สังคม สิ่งแวดล้อม

2) การจัดทำแผนปฏิบัติการและถ่ายทอดแผนเพื่อนำไปปฏิบัติ

(1) การจัดทำแผนปฏิบัติงาน มีการกำหนดรูปแบบและรายละเอียดไว้หรือไม่ เช่น ใครทำ ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ กับใคร อย่างไร เป็นต้น

(2) การถ่ายทอดแผนแก่ผู้เกี่ยวข้อง ชี้แจงและทำความเข้าใจในการนำแผนไปสู่การปฏิบัติและดำเนินงานให้บรรลุผลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ เกิดความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน

(3) การปฏิบัติตามแผนที่จัดไว้ มีการสนับสนุนให้สมาชิกดำเนินการตามแผนที่วางไว้ เช่น การติดตามกิจกรรมเป็นระยะ มีระยะเวลากำหนดการดำเนินงานตามแผน เป็นต้น

(4) การควบคุมแผนและการปรับแผน เช่น กำหนดระยะเวลาส่งผลผลิตต่อสมาชิกและลูกค้า กำหนดผู้รับผิดชอบ วิธีการควบคุมดูแลการปฏิบัติให้สามารถทำได้ตามแผน หรือสามารถปรับแผนตามสถานการณ์

(5) การคาดการณ์ความสำเร็จของแผน มีการคาดการณ์ความสำเร็จของแผนอย่างไร เช่น การส่งสินค้าสู่ตลาด และการเตรียมความพร้อมในกรณีที่ไม่สามารถดำเนินการได้ครบถ้วนตามแผนที่กำหนด เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับสมาชิก

1.6.3 การบริหารตลาด โดยมีเป้าหมายในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนเป็นหลัก มีการให้บริการเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกิจกรรมการผลิตหรือบริการที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน และส่งเสริมซึ่งกันและกัน สร้างความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้าและบริการ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างวิสาหกิจชุมชนได้มีการเรียนรู้ทำความเข้าใจลูกค้าและตลาด เพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา ตลอดจนร่วมกันดูแลทรัพยากรสิ่งแวดล้อมภายในชุมชนให้มีใช้ตลอดไปอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การกำหนดแหล่งจำหน่าย/แหล่งบริการ/ลูกค้าเป้าหมาย มีวิธีการอย่างไรในว่าใครคือลูกค้า จำแนกลูกค้าเป้าหมายอย่างไร และมีการนำข้อมูลต่างๆ มาพิจารณาประกอบหรือไม่

2) การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด มีวิธีการอย่างไรในการติดตามข้อมูลความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทราบแนวโน้มความต้องการของตลาดที่อาจจะเปลี่ยนแปลงเป็นการเรียนรู้และพัฒนาด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยการนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนการผลิตครั้งต่อไป

1.6.4 การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร โดยจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลอย่างมีคุณภาพน่าเชื่อถือ สะดวกในการนำมาใช้ ทำให้การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน และการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้ มีรายละเอียดดังนี้

1) การจัดการความรู้ โดยการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาท้องถิ่น การแสวงหาความรู้ใหม่ ทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน เพื่อให้วิสาหกิจมีความรู้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นหัวใจของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการนำภูมิปัญญา

ท้องถิ่นมาศึกษาอย่างไร การนำความรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมอย่างไร เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตชุมชนในปัจจุบัน เป็นการสร้างความรู้ใหม่จากฐานความรู้เดิมของชุมชน

2) ความพร้อมการใช้งานของข้อมูล มีระบบการจัดเก็บข้อมูลของตนเองหรือไม่ มีวิธีการเก็บข้อมูลอย่างไรให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ถูกต้อง ทันสมัย มีรูปแบบในการจัดเก็บอย่างไรให้มีความพร้อมและสะดวกในการนำมาใช้งานของชุมชนเอง และส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก และเครือข่ายอย่างไร วิธีการและรูปแบบในการสื่อสารรับข้อมูลที่ต้องการ ตรงความเป็นจริง ทันสมัย น่าเชื่อถืออย่างต่อเนื่องอย่างไร

1.6.5 การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย คนที่มีความรู้ความสามารถ รวมถึงการนำภูมิปัญญาของชุมชนและเครือข่าย ภายใต้กระบวนการตัดสินใจในการเรียนรู้ สอดคล้องกับแผนการดำเนินการและภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้สามารถไปบริหารจัดการสมาชิกได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน และขยายผลสู่เครือข่าย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิก หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับสมาชิกใหม่ เพื่อให้ได้สมาชิกที่เข้าใจกฎระเบียบและเงื่อนไขของวิสาหกิจชุมชน และดำเนินกิจกรรมเชื่อมโยงอย่างมั่นคงและยั่งยืน

2) การพัฒนาผู้นำและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน วิธีการในการพัฒนาคณะกรรมการและสมาชิกให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการและดำเนินงานได้คล่องตัวทันต่อเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป จนบรรลุแผนการดำเนินงานของชุมชน พร้อมทั้งมีแนวทางในการพัฒนาที่สอดคล้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

3) การสร้างขวัญกำลังใจความพึงพอใจและแรงจูงใจ การให้ผลตอบแทนในรูปแบบเงิน สวัสดิการ และการยกย่องชมเชย ระบบและวิธีการของวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืน มีระบบการดำเนินการที่เหมาะสมทั่วถึงและเป็นธรรม

4) การประเมินผลการปฏิบัติงานของสมาชิก มีแนวทางในการติดตามและประเมินผลถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน แล้วนำมาปรับปรุงการดำเนินงานของสมาชิก อาจมีการกำหนดคณะทำงานของวิสาหกิจชุมชน เพื่อติดตามประเมินผลงาน และแจ้งผลให้สมาชิกทราบ และนำไปปรับปรุงการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

1.6.6 กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ หมายถึง กระบวนการหรือวิธีการต่างๆ ในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และส่งผลต่อความสำเร็จในการเติบโตของกิจการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การบริหารให้เกิดความเชื่อมโยงกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน มี 2 ระดับ ได้แก่ ระดับภายในองค์กร มีวิธีการจัดการกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการภายในกิจการอย่างไร เพื่อให้กระบวนการผลิตและบริการมีความสัมพันธ์และต่อเนื่องกัน และระดับภายนอกองค์กร มีวิธีการจัดการกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการอย่างไร เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงและเกื้อกูลกับกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ในชุมชน ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิต

2) ผลិតภัณฑ์และระบบที่ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ (การจัดการสินค้าและบริการ) วิสาหกิจชุมชนมีกำหนดขั้นตอน กระบวนการ และระบบในการผลิตสินค้าหรือบริการให้สามารถควบคุมคุณภาพ ความสม่ำเสมอของสินค้าหรือบริการหรือไม่อย่างไร มีการนำข้อมูลจาก ลูกค้า ความรู้ และเทคโนโลยี มาปรับปรุงกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ และพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างไร เพื่อให้เกิดสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพดี สม่ำเสมอ และเป็นที่พอใจของลูกค้า

3) การควบคุมระบบงานป้องกันความผิดพลาด ในระบบงานปรับปรุง และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีวิธีการอย่างไรในการควบคุม และป้องกันให้กระบวนการผลิตเป็นไปตาม ขั้นตอนหรือเป้าหมายที่กำหนด รวมทั้งได้มีการปรับปรุงและพัฒนาวิธีการดังกล่าวอย่างไร เพื่อการทำงานดีขึ้น

1.6.7 การบริหารจัดการด้านการบัญชีและการเงิน จากความหมายระบบบัญชีของ วิไล วีระปรีช จงจิตต์ หลีกภัย และ ประจิต หาว์ตร. (2548, น. 10-15) เป็นระบบการจัดเก็บข้อมูลทางการเงิน ประกอบด้วยแบบฟอร์ม หรือเอกสารต่างๆ บันทึกทางการบัญชี รายงาน ตลอดจนวิธีการและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ได้นำมาใช้ในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงาน และการเงินของกิจการแห่งใดแห่งหนึ่งให้แก่ฝ่ายจัดการ การวางระบบบัญชีมีกิจกรรมควบคุมที่สำคัญมี 5 ประการ คือ 1) มีการแบ่งแยกหน้าที่อย่างเพียงพอ 2) การมอบอำนาจในการอนุมัติรายการและกิจกรรมต่างๆ อย่างเหมาะสม 3) มีเอกสารและบันทึกทางการบัญชีอย่างถูกต้องเหมาะสม 4) มีการควบคุมสินทรัพย์และบันทึกทางการบัญชีให้ปลอดภัย เพื่อป้องกันทั้งภัยธรรมชาติและ การนำไปใช้ในทางที่ไม่ถูกต้อง และ 5) มีการตรวจสอบเป็นอิสระ ทั้งนี้ในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2553, น. 1-2) กล่าวถึง การบริหารจัดการด้านการบัญชีและการเงิน เป็นการกำหนดให้กลุ่มมีระบบบัญชีที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ เพื่อเพิ่มความไว้วางใจระหว่างคนในกลุ่ม ระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชนอาจประกอบไปด้วย ระบบรับจ่าย รายงาน ต้นทุนกำไร การเงินของกลุ่ม และทรัพย์สินและหนี้สิน

สรุป การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย การบริหารจัดการ โดยมีการ กำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และวิธีการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า เพื่อให้การปฏิบัติการสำเร็จลุล่วง

ไปตามนั้น ทั้งในด้านการผลิต การตลาด และการบัญชีและการเงิน ทำให้งานเป็น ไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตรและความต้องการ

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร

ประกอบด้วย ความหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการเกษตร และวิธีการส่งเสริมการเกษตร ดังต่อไปนี้

2.1.1 ความหมายการส่งเสริมการเกษตร

เฉลิมศักดิ์ ตุ่มหิรัญ (2553, น. 4) การส่งเสริมการเกษตร หมายถึง การนำไปถ่ายทอดความรู้ทางด้านการเกษตรสู่เกษตรกร เพื่อให้บรรลุถึงปรัชญาของการส่งเสริมการเกษตร ที่ต้องการให้เกษตรกรมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาให้ดีขึ้น ทั้งตัวเกษตรกรและครอบครัว

พงษ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์ (2554, น. 50) การส่งเสริมการเกษตร หมายถึง การนำความรู้ของเกษตรกรและการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อมุ่งพัฒนาผลผลิตที่เหมาะสมควบคู่กับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ก่อให้เกิดการพัฒนารายได้ เศรษฐกิจ ทำให้เกษตรกรอยู่พอดีกินพอดี และมีความสุขอันเป็นผลต่อการพัฒนาชุมชนให้มีความมั่นคงและมั่งคั่ง

ภรณ์ ต่างวิวัฒน์ (2555, น. 10) การส่งเสริมการเกษตร หมายถึง การนำความรู้ วิธีการและเทคโนโลยีใหม่ๆ หรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรไปแนะนำเผยแพร่ให้แก่ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกร แล้วติดตามให้คำแนะนำช่วยเหลือในการปฏิบัติจนประสบผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย

เลิศภูมิ จันทรเพ็ญกุล (2560, น. 9) การส่งเสริมการเกษตร หมายถึง กระบวนการทางการศึกษาเพื่อพัฒนาอาชีพการเกษตร โดยเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้นำที่คอยให้คำปรึกษาแนะนำความรู้ ฝึกอบรม กระตุ้น ชักจูง ตลอดจนให้ความช่วยเหลือเกษตรกรโดยมีเป้าหมายให้เกษตรกรสามารถประสบความสำเร็จในอาชีพ สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

สรุป การส่งเสริมการเกษตร หมายถึง การนำแนวคิดความรู้เทคโนโลยี แนวปฏิบัติในด้านการเกษตรไปเผยแพร่สู่ประชาชน โดยเฉพาะเกษตรกรให้ได้รับความรู้เพิ่มเติม เพื่อสามารถนำไปเป็นแนวทางวิธีทำงานให้เกษตรกรที่จะทำให้เกษตรกรสามารถช่วยเหลือตนเองได้และประสบความสำเร็จในการดำเนินชีวิต

2.1.2 วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการเกษตร

วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการเกษตร โดยให้ความสำคัญในการช่วยเหลือดูแลเกษตรกรและสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งของภาคการเกษตรในระดับฐานรากด้วยการส่งเสริมการผลิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง และการพัฒนาเกษตรกรและองค์กรเกษตรกร โดยมุ่งเน้นการดำเนินงานใน 6 ประเด็นหลัก ดังนี้ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563, น. 5-20)

1) ขยายผลโครงการพระราชดำริให้เกิดผลเป็นรูปธรรมและสืบสานศาสตร์พระราชา ประกอบด้วย การส่งเสริมโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริและ โครงการหลวง การส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียงและสืบสานศาสตร์พระราชา และการส่งเสริมการทำเกษตรกรรมยั่งยืน

2) บริหารจัดการสินค้าเกษตร โดยยึดหลักการตลาด นำการเกษตรและสร้างรายได้แก่เกษตรกร ประกอบด้วย การพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพมาตรฐาน เพื่อเข้าสู่เกษตรอุตสาหกรรม การส่งเสริมเกษตรอินทรีย์และการผลิตสินค้าเกษตรที่มีโอกาสทางเศรษฐกิจ และการส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตร

3) พัฒนาองค์กรเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และเกษตรกรรุ่นใหม่ ประกอบด้วย การพัฒนาองค์กรเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน และการแปรรูปผลผลิตเกษตร การส่งเสริมงานเคหกิจเกษตรแก่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนและเชื่อมโยงเครือข่ายในด้านการพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ให้เป็นผู้ประกอบการ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการสร้างความมั่นคงด้านอาหารในครัวเรือนเกษตรกรและชุมชน

4) สร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายและบูรณาการการทำงานกับทุกภาคส่วน ประกอบด้วย การสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายการทำงาน การบูรณาการการทำงานกับทุกภาคส่วน และการพัฒนางานส่งเสริมการเกษตรเชิงพื้นที่

5) ช่วยเหลือดูแลและให้บริการแก่เกษตรกร ประกอบด้วย การช่วยเหลือเกษตรกรที่ประสบภัยพิบัติ (ภัยธรรมชาติ ศัตรูพืช และ โรคพืช) และการช่วยเหลือและให้บริการแก่เกษตรกร

6) พัฒนาองค์กร ระบบการทำงาน และบุคลากรกรมส่งเสริมการเกษตร ประกอบด้วย การพัฒนาองค์กรและระบบการทำงาน และการพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะสูงในการทำงาน

2.1.3 รูปแบบของวิธีการส่งเสริมการเกษตร

กรมส่งเสริมการเกษตร (2560, น. 1-36) กล่าวว่า การส่งเสริมการเกษตร แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบใหญ่ๆ ได้แก่ แบบรายบุคคล (individual methods) แบบกลุ่ม (group methods) และแบบมวลชน (mass methods) รายละเอียดของแต่ละรูปแบบ มีดังนี้

1) วิธีการส่งเสริมแบบรายบุคคล (Individual Methods) เป็นการส่งเสริมแบบตัวต่อตัว ระหว่างนักส่งเสริมกับเกษตรกร เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพ เพราะเกษตรกร และนักส่งเสริมปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างเต็มที่ ตัวอย่างของวิธีการส่งเสริมแบบนี้ ได้แก่ การเยี่ยมไร่นา การมาเยี่ยมสำนักงานของเกษตรกร การติดต่อจดหมายและการติดต่อทางโทรศัพท์ แต่วิธีการที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ได้แก่ การเยี่ยมไร่นา อย่างไรก็ตาม วิธีการส่งเสริมแบบรายบุคคลมีข้อเสีย ได้แก่ ผู้ได้รับประโยชน์มีจำนวนน้อยราย เสียเวลา และงบประมาณมาก นักส่งเสริมอาจจะให้คำแนะนำที่ผิดพลาดโดยไม่มี การตรวจสอบจากบุคคลภายนอก และการถ่ายทอดความรู้จะ ได้ผลก็ต่อเมื่อเกษตรกรมีความเชื่อถือในตัวนักส่งเสริม

2) วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม (Group Methods) เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพ และใช้กันอย่างแพร่หลาย ในการถ่ายทอดเทคโนโลยี เป็นวิธีการที่มีผู้ได้รับประโยชน์จำนวนมากพอสมควร เกษตรกรผู้ร่วมกิจกรรมได้มีโอกาสพบปะ และแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน นักส่งเสริมผู้ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ สามารถจัดกระบวนการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่ม ลักษณะของความรู้และเทคโนโลยีที่ต้องการถ่ายทอด และสภาพสิ่งแวดล้อมต่างๆ ได้

นอกจากนั้น วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มยังเปิดโอกาสให้มีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและความเหมาะสมของเทคโนโลยีระหว่างผู้ถ่ายทอดและผู้รับได้เป็นอย่างดี ที่สำคัญ คือ เป็นวิธีการที่สามารถส่งเสริมให้เกษตรกรนำความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ ไปทดลองปฏิบัติได้ดีกว่าการส่งเสริมแบบรายบุคคล

(1) การฝึกอบรม (Training) เป็นวิธีการส่งเสริมที่มีการใช้กันมากที่สุด วิธีการหนึ่ง ในแต่ละปีหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการเกษตร ได้ใช้งบประมาณบุคลากรและเวลาเป็นจำนวนมากไปกับการจัดฝึกอบรม การฝึกอบรมจะประสบความสำเร็จก็ต่อเมื่อ มีการเตรียมการที่ดี มีการดำเนินกิจกรรมการฝึกอบรมที่เหมาะสม ประเมินผลหลังจากการจัดฝึกอบรม

(2) การบรรยาย (Lecture) การบรรยายเป็นวิธีการที่มีการใช้มากในทางส่งเสริมการเกษตร โดยการบรรยายส่วนใหญ่มักเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับฟังได้ซักถาม และ

แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เห็นด้วย การบรรยายที่ดีควรมีการเตรียมตัว การเตรียมเนื้อหาและการนำเสนอที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังและเวลาที่กำหนด

(3) การสัมมนา (Seminar) การสัมมนาโดยทั่วไป จะเป็นกิจกรรมที่มีกลุ่มคนจำนวนหนึ่งมาร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษา ในตอนแรกผู้เชี่ยวชาญมักจะบรรยายสั้นๆ เพื่อให้ความรู้พื้นฐานที่มุ่งให้เกิดประเด็น การอภิปรายในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และให้แนวทางทั่วไปเกี่ยวกับการอภิปราย ปกติการสัมมนามักจะเหมาะสมกับผู้ที่มีประสบการณ์มากพอสมควรในเรื่องที่สัมมนา จึงได้ข้อสรุป ที่ลึกซึ้งและเป็นประโยชน์ในเชิงพัฒนา

(4) การอภิปรายคณะ (Panel Discussion) เป็นกิจกรรมการอภิปรายที่มีผู้เชี่ยวชาญจำนวนหนึ่ง อาจจะเป็น 3-5 คน โดยให้แต่ละคนมานำเสนอข้อมูลและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน เพื่อให้ได้มุมมองของเรื่องนั้นๆ แตกต่างกันไป ผู้เชี่ยวชาญที่มาร่วมอภิปรายจึงควรมาจากหลายวิชาชีพ ผู้ร่วมรับฟังก็จะได้ทราบทรรศนะที่ค่อนข้างลึก ซึ่งต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่ง จากผู้ร่วมอภิปราย นอกจากนั้น ผู้ร่วมฟังยังมีโอกาสซักถามปัญหาเพื่อให้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม การอภิปรายจะดำเนินไปด้วยความราบรื่นก็ต่อเมื่อมีผู้นำการอภิปราย (moderator) ที่ดี ซึ่งผู้นำการอภิปรายนี้ทำหน้าที่แนะนำผู้ร่วมอภิปราย สรุป ควบคุม และเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมรับฟังได้ซักถาม

(5) การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นแบบไม่เป็นทางการ (Informal Discussion) เป็นวิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มที่มีการใช้กันมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่างเพื่อนบ้าน ผู้นำกลุ่มและสมาชิก นักส่งเสริมและเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายสามารถนัดหมายและดำเนินการได้ง่าย อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่ชัดเจน และเป็นปัญหาร่วมกันของคนเข้าร่วมประชุม มีการเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นและที่ประชุมควรหาข้อสรุปร่วมกันจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในแต่ละครั้ง

ก. การระดมสมอง (Brain-Storming) การระดมสมอง เป็นวิธีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบุคคลในกลุ่ม โดยมุ่งที่จะรวบรวมประเด็นความคิดเห็นต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งให้มากที่สุด โดยไม่คำนึงว่าความคิดเห็นที่แต่ละคนแสดงออกมาจะมีความเหมาะสมหรือสามารถไปใช้ในทางปฏิบัติได้มากน้อยเพียงใด ความสามารถของสมาชิกกลุ่มในการแสดงความคิดเห็นอย่างรวดเร็วและการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์จะเป็นส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของวิธีการแบบนี้ การระดมสมองควรกระทำในกลุ่มที่มีคนไม่เกิน 20 คน เมื่อมีคนเสนอความคิดเห็นต้องมีการจดบันทึกทันที โดยให้ทุกคนสามารถมองเห็นว่ามีใครเสนอข้อคิดเห็นอะไรไปแล้ว และพยายามรวบรวมข้อคิดเห็นจากแต่ละคนในกลุ่มให้ได้มากที่สุด โดยไม่มีการประเมินหรือแสดงทรรศนะ

ใดๆ ต่อการเสนอความคิดเห็นของแต่ละคน การประเมินและสรุปควรทำหลังจากที่มีการระดมสมองเสร็จเรียบร้อยแล้ว

ข. การสาธิต (Demonstration) หมายถึง การบรรยายประกอบการแสดง เพื่อให้ผู้เรียน ได้เรียนรู้เรื่องราวที่นำมาสาธิตอย่างต่อเนื่อง วิธีการนี้อาจจะใช้สอนร่วมกับวิธีอื่น เช่น การจัดการบรรยายนิทรรศการ เป็นต้น คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น การสาธิตแบ่งออก เป็น 2 แบบ ได้แก่ การสาธิตวิธี (method demonstration) และการสาธิตผล (result demonstration) ซึ่งในการเตรียมการและดำเนินงานของแต่ละแบบ มีดังนี้

ค. การสาธิตวิธี (Method Demonstration) เป็นการแสดงวิธีการปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างเป็นขั้นตอน เช่น การแสดงวิธีการรีดนมโค วิธีการฉีดวัคซีนสัตว์ วิธีการปลูกพืช หรือวิธีการใส่ปุ๋ยเคมีแก่แปลงพืช เป็นต้น ซึ่งหากจะให้ได้ผลยิ่งขึ้น ควรเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมกิจกรรมได้ทดลองปฏิบัติด้วย เพื่อให้เกิดความเข้าใจและพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงาน ดังกล่าว การสาธิตวิธีควร มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

ง. การสาธิตผล (Result Demonstration) เป็นวิธีการแสดงความแตกต่างระหว่างสิ่งใหม่และสิ่งเก่า เพื่อให้กลุ่มบุคคลเป้าหมายสามารถประเมินข้อดีและข้อเสียของผลที่ได้รับ เช่น การจัดทำ แปลงสาธิตการปลูกข้าวพันธุ์ใหม่และพันธุ์เก่า การแสดงผลการใช้ปุ๋ยพืชสดในแปลงนา และการเปรียบเทียบการเจริญเติบโตของหญ้าอาหารพันธุ์ต่างๆ เป็นต้น

จ. ทัศนศึกษา (Study Tour) เป็นการจัดให้กลุ่มคนได้มีโอกาสเดินทางไปดูวิธีการปฏิบัติทางการเกษตร การสาธิต การดำเนินงานของกลุ่มและอื่นๆ โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้ผู้เดินทางได้ดูของจริงจากผู้ปฏิบัติ ได้มีโอกาสสอบถามและแลกเปลี่ยนกับเจ้าของสถานที่ที่ไปดูงานโดยตรง และเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศในการเรียนรู้ของผู้เดินทางสถานที่ดูงาน อาจจะเป็นสถานีวิจัย ไร่นาเกษตรกร ครอบครัวยุทธศาสตร์ กลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตร หรือตลาดทางการเกษตรก็ได้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการทัศนศึกษาแต่ละครั้ง การทัศนศึกษาเป็นวิธีการส่งเสริมที่มีประสิทธิภาพอย่างหนึ่ง แต่ต้องมีการเตรียมการและดำเนินการที่ดี

3) วิธีการส่งเสริมแบบมวลชน (Mass Methods) เป็นวิธีการส่งเสริมที่สามารถส่งข่าวสารข้อมูลถึงบุคคลกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก เช่น การใช้วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ วารสาร การจัดนิทรรศการ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ซึ่งวิธีการส่งเสริมแบบนี้เหมาะสำหรับทำให้คนที่ได้รับข่าวสารทราบถึงความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อให้ตระหนัก และเกิดความสนใจที่จะศึกษาหาความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติม หากข่าวสารที่ได้รับมีความสำคัญต่ออาชีพและชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง ตัวอย่างสื่อที่ใช้ในการส่งเสริม แบบมวลชน มีดังนี้

(1) สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ จดหมายข่าว แผ่นพับ เอกสารเผยแพร่ และวารสาร เป็นต้น ในการจัดเตรียมสื่อสิ่งพิมพ์ ควรคำนึงถึงการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เนื้อหาสั้น และกระชับ มีการใช้ภาษาที่สละสลวย มีสิ่งกระตุ้นความสนใจ มีลำดับการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสม มีการวางรูปแบบและภาพประกอบที่ดี และพิมพ์ด้วยกระดาษที่มีคุณภาพ

(2) สื่อโสตทัศน (Audio-Visual Media) เป็นสื่อที่ผู้รับสัมผัสได้ด้วยหูและตา ดังนั้นคนที่อ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับข่าวสารข้อมูลได้ สื่อแบบนี้ ได้แก่ วิทยุ เทปเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และชุดสไลด์ประกอบเสียง เป็นต้น ในการจัดเตรียมสื่อแบบนี้ ผู้จัดทำต้องมีความชำนาญเป็นพิเศษจึงจะสามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพ นอกจากนั้น ยังต้องใช้งบประมาณและเวลาในการจัดทำค่อนข้างมาก

(3) สื่อมวลชนอื่นๆ ได้แก่ ป้ายประกาศ (poster) นิทรรศการ แผนที่ และแผ่นพลิก (flip chart) เป็นต้น ในการวางแผนจัดทำและใช้สื่อแต่ละอย่างข้างต้น มีหลักการและวิธีการโดยเฉพาะ นักส่งเสริมจำเป็นต้องจัดทำหรือใช้ควรมีการศึกษาค้นคว้า เพื่อให้สามารถใช้สื่อต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างรวดเร็ว โดยมีคอมพิวเตอร์และดาวเทียมเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูล ดังนั้นนักส่งเสริมการเกษตรจึงควรให้ความสนใจต่อวิวัฒนาการที่เกิดขึ้น เพื่อให้สามารถนำข่าวสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่างๆ มาถ่ายทอดแก่เกษตรกรได้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ด้านการเกษตรที่เกิดขึ้นในประเทศและต่างประเทศ

นอกจากนี้ ในปัจจุบันเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อสังคมทั่วโลก คนส่วนใหญ่ทั่วโลกสื่อสารผ่านสมาร์ตโฟนผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียแบบเรียลไทม์ ทั้ง Facebook, IG, Twitter และLINE ก็ได้กลายเป็นช่องทางยอดนิยมในการสื่อสารออนไลน์ ทั้งนี้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในเครือข่ายสังคม (พีระพัฒน์ อนุรักษ์, 2557, น. 10-20)

1) คอมพิวเตอร์ (Computer) เป็นเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ปฏิบัติงานภายใต้ชุดคำสั่งที่อยู่ในหน่วยความจำของคอมพิวเตอร์ โดยผู้ใช้สามารถป้อนข้อมูลเข้าสู่หน่วยประมวลผลเพื่อทำการคำนวณและแสดงผลลัพธ์ทางอุปกรณ์แสดงผล โดยที่ผลลัพธ์เหล่านี้จัดว่าเป็นข้อมูล ที่ผ่านการประมวลผลและเรียบเรียงแล้ว จึงเรียกผลลัพธ์นี้ว่าสารสนเทศ

2) สมาร์ตโฟน (Smart Phone) คือ โทรศัพท์ที่รองรับระบบปฏิบัติการต่างๆ ได้เปรียบเสมือนเอาคุณสมบัติของ PDA และคอมพิวเตอร์มาไว้ในโทรศัพท์ตัวอย่างระบบปฏิบัติการ เช่น IOS และ Android OS เป็นต้น คุณสมบัติของสมาร์ตโฟน สามารถติดตั้งโปรแกรมใช้งานเฉพาะที่เรียกว่า Application ต่างๆ ได้ ซึ่ง Application สามารถแบ่งได้ออกเป็นประเภทต่างๆ

อาทิเช่น การศึกษา การท่องเที่ยว ธุรกิจ บันเทิง การเงิน อาหาร สุขภาพ ข่าวสาร เป็นต้น นอกจากนั้นยังสามารถเชื่อมต่ออุปกรณ์ไร้สายต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต กล้อง Digital ผ่านทางอินฟราเรด บลูทูธ หรือ Wi-Fi นอกจากนั้น ยังรองรับรูปแบบไฟล์ Multimedia ได้หลากหลายรูปแบบทั้งเสียง ภาพ และภาพเคลื่อนไหว

3) แท็บเล็ต (Tablet) เป็นเทคโนโลยีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่สามารถพกติดตัวไว้ โดยวัตถุประสงค์ของเครื่องคอมพิวเตอร์ชนิดนี้ใช้เพื่อทดแทนสมุดหรือกระดาษ ซึ่งคุณสมบัติอื่นๆ ของแท็บเล็ตก็คล้ายกับ Smart Phone เพียงแต่ไม่สามารถใช้สื่อสารในลักษณะของการโทรผ่านเครือข่ายวิทยุได้เหมือนดังกับ Smart Phone และแท็บเล็ตจะมีขนาดหน้าจอสื่อแสดงผลที่ใหญ่กว่าสมาร์ตโฟนอีกด้วย

4) ระบบเครือข่ายในงานสารสนเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศที่พัฒนาต่อไปจนส่วนหนึ่งกลายเป็นเครือข่ายสังคมนั้น ได้เพิ่มทางเลือกในการติดต่อสื่อสารให้กับบุคคลทั่วไปในการสื่อสารและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องที่ตนเอง มีความสนใจ รวมถึงการค้นคว้าหาข้อมูลใหม่ๆ ในการพัฒนางานด้านการเกษตรของตนเองอีกด้วย ในที่นี้จะนำเสนอเครื่องมือในการเป็นเครือข่ายสมาชิกสังคมที่มีการใช้งานอย่างแพร่หลายชนิด ดังนี้

(1) เฟซบุ๊ก (facebook) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นำเสนอรูปแบบใหม่ๆ ของการสื่อสาร โดยผู้ใช้งานจะมีหน้าบัญชีของตัวเอง และสามารถเข้าเยี่ยมชมหน้าบัญชีของเพื่อน รวมไปถึงการเปิดหน้าบัญชีของร้านค้า สถาบัน หรือนิติบุคคลต่างๆ ได้ ผู้ใช้สามารถแบ่งปันรูปภาพ ข้อความ หรือวิดีโอที่ตนเองมีความประสงค์จะแบ่งปัน และยังสามารถโต้ตอบกันระหว่างบุคคลที่มีบัญชีผู้ใช้ได้อยู่ได้อีกด้วย

(2) ทวิตเตอร์ (twitter) เป็นบริการเครือข่ายสังคมจำพวกไมโครบล็อก โดยผู้ใช้งานสามารถส่งข้อความสั้นๆ ว่าตัวเองกำลังทำอะไร หรือมีความคิดเห็นอย่างไรได้ ข้อดีของ twitter คือ สามารถเข้าถึงคนกลุ่มมากได้เร็วในระยะเวลาอันสั้น และสามารถส่งข่าวสารให้กับคนที่ติดตาม หรือ follow ทั้งหมดได้ในลักษณะของ short message ในเพียงพริบตา

(3) ไลน์ (line) เป็นรูปแบบของโปรแกรมแอปพลิเคชันสนทนาบนสมาร์ตโฟนที่ได้พัฒนาขึ้นเพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสาร ความแตกต่างที่ทำให้ไลน์มีความโดดเด่นคือ “รูปแบบของสติ๊กเกอร์” รวมทั้งคุณลักษณะเฉพาะในด้านต่างๆ ได้แก่ การสนทนาด้วยเสียง การสื่อสารแบบกลุ่ม การสร้างไลน์ และการเล่นเกม เป็นต้น ด้วยคุณลักษณะดังกล่าวนี้จึงทำให้ไลน์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทั้งกับผู้ใช้ทั่วไป และเจ้าของสินค้าและบริการที่นำมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคการสนทนาผ่านไลน์ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ทั้งในรูปแบบ ข้อความเสียง การรับ-ส่งไฟล์มัลติมีเดียที่หลากหลายตรงกับความต้องการของผู้ใช้ เกิดการ

ยอมรับและเพิ่มจำนวนจากผู้ใช้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีข้อดีอื่นๆ ได้แก่ ความสามารถในการสื่อสารเฉพาะกลุ่มได้ สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจงเหมาะสำหรับการติดต่อทางธุรกิจ และการประชาสัมพันธ์เฉพาะกลุ่ม สามารถสร้างรูปแบบสารได้หลากหลาย ทั้งรูปภาพ โปสเตอร์ คลิปวิดีโอและข้อความเสียง สามารถสนทนาด้วยเสียงผ่านทางไลน์ได้ ทั้งรูปแบบเห็นหน้าและไม่เห็นหน้าโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

(4) ยูทูป (Youtube) เป็นเว็บไซต์ที่ผู้ลงทะเบียนใช้งานสามารถอัปโหลดวิดีโอขึ้นเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อแบ่งปันให้ผู้อื่นร่วมรับชมได้ โดยวิดีโอเหล่านั้นต้องไม่ผิดกฎหมายลิขสิทธิ์ ผู้ใช้สามารถนำวิดีโอที่อยู่ในยูทูป ไปใส่ไว้ในเว็บไซต์ของตนเอง หรือเครือข่ายสังคมอื่นๆ ของตนเองได้โดยไม่เปลืองพื้นที่ในเว็บไซต์อีกด้วย ปัจจุบันเนื้อหาในยูทูปมีความหลากหลาย ทั้งทางด้านการศึกษาด้านเทคโนโลยี บันเทิง แม้แต่ด้านการเกษตร ทั้งที่อยู่ในรูปภาษาไทย และภาษาต่างชาติ เป็นเครือข่ายสังคมที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเป็นสังคมออนไลน์ที่ใช้รูปภาพเป็นเนื้อหา โดยมีจุดเด่นตรงที่สามารถแต่งรูปก่อนที่จะแชร์ได้ มีฟิลเตอร์ให้เลือกใช้สำหรับแต่งรูปจากรูปธรรมดาๆ กลายเป็นรูปที่สวยงามได้ นอกจากนี้ยังสามารถ กด like และ comment รูปได้ด้วย และเนื่องจาก Instagram เป็นที่รวมรูปของเหล่าดาราดังๆ จึงทำให้กลายเป็นเครือข่ายสังคมที่เป็นเว็บไซต์ยอดนิยมไปอย่างรวดเร็ว Instagram สามารถใช้ได้กับมือถือและแท็บเล็ตทุกระบบปฏิบัติการ เปรียบเสมือน “Gallery” รูปถ่ายของแต่ละคน สำหรับคนที่ชอบการขายสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันมีการใช้งานอินสตราแกรมเพื่อการค้าเพิ่มมากขึ้น โดยอยู่ในลักษณะของการถ่ายภาพแสดงสินค้าเพื่อให้เกิดการติดต่อกลับเพื่อสั่งซื้อ

พลสรานู สราญรมย์ (2562, น. 51-58) กล่าวว่า รูปแบบและแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรตามจุดเน้น แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ จำแนกตามบุคคลเป้าหมาย จำแนกตามพื้นที่เป้าหมาย และจำแนกตามสินค้าและบริการเป้าหมาย ดังนี้

1) รูปแบบและแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรจำแนกตามบุคคลเป้าหมาย ลักษณะสำคัญของบุคคลได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ เกษตรกรรายย่อย กลุ่มเกษตรกร และเครือข่ายเกษตรกร

(1) แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรของเกษตรกรรายย่อย จะเน้นการพัฒนาที่ตัวบุคคลก่อน ซึ่งหากนำหลักการนี้ไปประยุกต์ใช้ก็จะส่งผลให้เกษตรกรในกลุ่มนี้มีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นส่งผลให้การพัฒนาของตัวเกษตรกร และการพัฒนาในมิติอื่นๆ ทั้งในระดับครัวเรือน ชุมชน และประเทศเติบโตอย่างเป็นลำดับ

(2) แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมของเกษตรกร จะเน้นที่การรวมกลุ่ม รวมถึงเสริมสร้างศักยภาพการดำเนินงานของเกษตรกร เพื่อยกระดับให้เกิดการแข่งขันเชิงพาณิชย์ต่อไป

(3) แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมของเครือข่ายเกษตรกร จะเน้นที่การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของเครือข่ายเกษตรกร โดยส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงของภาคีเครือข่ายให้ดำเนินการเกษตรให้เป็นลักษณะเชิงพาณิชย์ หรือมุ่งหวังผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจการเกษตร

2) รูปแบบและแนวทางการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมจำแนกตามพื้นที่เป้าหมาย รูปแบบการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรม โดยแบ่งตามพื้นที่เป้าหมายมีความแตกต่างจากรูปแบบอื่นๆ ในที่นี้ขอนำเสนอลักษณะสำคัญของรูปแบบนี้จากการวิเคราะห์การดำเนินงานโครงการส่งเสริมการเกษตรแปลงใหญ่ของกรมส่งเสริมการเกษตร ดังนี้

(1) การกำหนดพื้นที่เป้าหมาย เป็นประเด็นที่สำคัญที่สุดของรูปแบบการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรม โดยยึดตามพื้นที่ กล่าวคือ รูปแบบการส่งเสริมฯ นี้ควรพิจารณาคัดเลือกพื้นที่เป้าหมายในการดำเนินการ ซึ่งควรพิจารณาจากพื้นที่ที่มีความพร้อมทางด้านศักยภาพการผลิตสินค้า พื้นที่เข้าถึงง่ายตัวเกษตรกรและองค์กรเกษตรกรรมมีศักยภาพ รวมถึงความพร้อมของหน่วยงานส่งเสริมการเกษตร

(2) การกำหนดเป้าหมายการพัฒนา ลักษณะสำคัญคือการศึกษาวเคราะห์สถานการณ์ของพื้นที่ตลอดจนวางแผนการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ (zoning) สภาพปัญหาและความต้องการของเกษตรกรในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าเกษตรการตลาด และเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม เพื่อให้ได้เป้าหมายของการพัฒนาร่วมกัน

(3) การมีผู้ประสานงานพื้นที่ เนื่องจากการส่งเสริมในลักษณะนี้ต้องมีการบริหารจัดการดำเนินงานหลายประเด็น รูปแบบการส่งเสริมฯ นี้มีลักษณะสำคัญคือ การมีผู้จัดการพื้นที่ในการเป็นผู้ประสานงาน หรือผู้จัดการพื้นที่ในการดำเนินการตั้งแต่การจัดการปัจจัยการผลิต การถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสม ไปจนถึงการตลาด ตลอดจนการสร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้กับกลุ่มการผลิตสินค้าเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทาน (supply chain)

(4) การบริหารจัดการแปลงในต้นผลิตและการตลาด เนื่องจากรูปแบบนี้มีลักษณะการดำเนินการแบบครบวงจรตลอดห่วงโซ่อุปทาน จึงมีความสำคัญในการบริหารทั้งการผลิตและการตลาด โดยส่งเสริมให้มีการใช้ปัจจัยการผลิต/ทรัพยากรและเทคโนโลยีที่เหมาะสมร่วมกัน รวมผลผลิตเพื่อร่วมกันจำหน่าย ตลอดจนประสานกับภาคีเครือข่ายในการเชื่อมโยงตลาด

เช่น แบบพันธสัญญา (contract farming) หรือระบบตลาดสมาชิกในชุมชน (Community Supported Agriculture: CSA) หรือรูปแบบแบ่งปันผลประโยชน์ (benefit sharing) ตามความเหมาะสม

(5) การรวมกลุ่มเกษตรกร รูปแบบการส่งเสริมฯ นี้เกษตรกรเจ้าของแปลงในพื้นที่เขตการส่งเสริมฯ ควรต้องรวมกันเป็นกลุ่ม เพื่อให้มีการร่วมกันศึกษาวิเคราะห์และกำหนดเป้าหมายการผลิตการตลาด จัดทำแผนปฏิบัติการ ร่วมกันกำหนดเทคโนโลยีที่ใช้ปัจจัยการผลิตต่างๆ และดำเนินการตามแผน

(6) การประสานงานร่วมมือกับภาคีและเครือข่าย เนื่องจากการส่งเสริมที่มีลักษณะการดำเนินการแบบบูรณาการจากทุกภาคส่วน ดังนั้น รูปแบบนี้จึงควรมีลักษณะการดำเนินงานที่สำคัญในการประสานร่วมมือกับภาคีและเครือข่าย เพื่อวางแผนและกำหนดแนวทางพัฒนาในทุกขั้นตอนตลอดจนกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละภาคีและเครือข่าย

3) รูปแบบและแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรจำแนกตามสินค้าและบริการเป้าหมาย มีลักษณะสำคัญที่จะต้องวิเคราะห์ถึงตัวสินค้าและบริการก่อนทำการผลิต โดยสินค้าและบริการจะต้องตรงกับความต้องการของตลาดหรือความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงมีลักษณะสำคัญในการวิเคราะห์ความสามารถในการผลิตสินค้านั้นๆ ในพื้นที่ อีกทั้งยังมีลักษณะสำคัญในการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับสถานการณ์ของการผลิตสินค้าและบริการในแต่ละช่วงมีรายละเอียดดังนี้

(1) การกำหนดสินค้าและบริการเป้าหมาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด อาทิ การส่งเสริมการผลิตผักปลอดสารพิษเพื่อขายในตลาดเกษตรอินทรีย์ การส่งเสริมการผลิตสุกรเพื่อให้ได้ปริมาณตามที่โรงงานแปรรูปอาหารสัตว์ต้องการ

(2) การวิเคราะห์ความสามารถของพื้นที่ในการผลิตสินค้า เป็นผลมาจากการกำหนดสินค้าและบริการเป้าหมาย โดยที่สินค้าบางประเภทมีความต้องการในตลาดสูงแต่ไม่สามารถเพาะปลูกได้ในพื้นที่ ดังนั้น ลักษณะสำคัญของการส่งเสริมในรูปแบบนี้คือ การวิเคราะห์ความสามารถของพื้นที่ในการผลิตสินค้า เพื่อนำไปส่งเสริมการผลิตสินค้านั้นๆ แก่เกษตรกรให้ได้ผลตอบแทนจากการผลิตสูงสุด

(3) การผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยวิเคราะห์จากสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ หรือทิศทางแนวโน้มในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อาทิ สถานการณ์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ให้ความสำคัญกับการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้น การส่งเสริมจึงควรให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าและบริการที่มีการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สร้างสมดุลของการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนและเป็นธรรม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงการพัฒนาการผลิตสินค้าบนพื้นฐานความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อม

ระหว่างประเทศ จึงกล่าวได้ว่า รูปแบบการส่งเสริมนี้มีการพิจารณาถึงประเด็นสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าชนิดนั้นแล้วดำเนินการส่งเสริมให้ตรงกับสถานการณ์

สรุป วิธีการส่งเสริมการเกษตรมีรูปแบบที่แตกต่างกันแนวทางในการส่งเสริมในการศึกษานี้ ได้แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ การส่งเสริมรายบุคคล การส่งเสริมแบบกลุ่ม การส่งเสริมแบบมวลชน และการส่งเสริมแบบออนไลน์ ซึ่งการส่งเสริมในรูปแบบต่าง ๆ นักส่งเสริมควรเลือกวิธีการส่งเสริมให้เหมาะสมกับเกษตรกรที่แตกต่างกันออกไป

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ

ประกอบด้วย ความหมายเกี่ยวกับความต้องการ และทฤษฎีความต้องการ ดังนี้

2.2.1 ความหมายเกี่ยวกับความต้องการ

ไสว เครือรัตน ไพบูลย์ (2550, น.13) ความต้องการ หมายถึง ช่องทางหรือระหว่างผลผลิตที่เป็นอยู่ในปัจจุบันกับผลผลิตที่เราต้องการ โดยนำช่องว่างที่ได้รับมาจัดลำดับความสำคัญแล้วเลือกสิ่งที่สำคัญที่สุดเป็นความต้องการที่ต้องทำก่อน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ สมชาย หิรัญกิตติ และธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ (2550, น. 168) ความต้องการ หมายถึง การที่บุคคลขาดบางสิ่งบางอย่าง และต้องการได้รับสิ่งนั้น เช่น ขาดอาหารทำให้รู้สึกหิว ก็ต้องการรับประทานอาหาร เกิดความรู้สึกเหนื่อย เพลีย เนื่องจากพักผ่อนไม่เพียงพอ ก็ต้องการพักผ่อน ไม่มีเงิน ก็ต้องการเงินสำหรับการใช้จ่าย ไม่ได้รับการยอมรับ ไม่ได้รับการยกย่อง ไม่มีชื่อเสียงเกียรติยศ ก็ต้องการยอมรับ การยกย่อง ต้องการมีชื่อเสียง ต้องการเกียรติยศ เป็นต้น ซึ่งความต้องการเหล่านี้ คือ ความต้องการทั้งทางร่างกายและความต้องการทางด้านจิตใจ

สรุป ความต้องการ หมายถึง สภาวะที่บุคคลยังขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งทำให้เกิดความอยากได้ ประสงค์ที่จะได้ และเมื่อบุคคลมีความต้องการเกิดขึ้นจะทำให้ร่างกายขาดสมดุลเนื่องจากมีสิ่งรบกวนกระตุ้นให้ร่างกายเกิดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการนั้น เมื่อได้รับการตอบสนองแล้วร่างกายจะเข้าสู่สมดุลอีกครั้ง และพบว่าความต้องการของบุคคลไม่มีที่สิ้นสุด

2.2.2 ทฤษฎีความต้องการ

มีนักวิชาการได้ให้แนวคิดทฤษฎีความต้องการที่หลากหลาย ในที่นี้ขอกล่าวถึงทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ ทฤษฎีของเฮอซเบิร์ก ทฤษฎีของแอลเดอร์เฟอร์ ทฤษฎีของเมอร์เรย์ และทฤษฎีของแมคคลีแลนด์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ ตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow, 1954 อ้างถึงใน ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2547, น. 120-130) กล่าวว่า มนุษย์ถูกกระตุ้นจากความ

ปรารถนาที่ได้ครอบครองความต้องการเฉพาะอย่าง ซึ่งความต้องการนี้ได้มีการตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับความต้องการของบุคคลได้ดังนี้

(1) บุคคลย่อมมีความต้องการอยู่เสมอและไม่สิ้นสุด ขณะความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอื่นเกิดขึ้นอีกไม่มีวันจบสิ้น

(2) ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วไม่เป็นที่จูงใจของพฤติกรรมอื่นๆ ต่อไป ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจึงเป็นที่จูงใจในพฤติกรรมของคนนั้น

(3) ความต้องการของบุคคลจะเรียงลำดับชั้นความสำคัญ เมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลก็จะให้ความสนใจกับความต้องการระดับสูงต่อไป ความต้องการของบุคคลมี 5 ชั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

(1) ความต้องการทางกายภาพ เป็นความต้องการด้านพื้นฐานเพื่อความมีชีวิตอยู่รอด เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ และอุณหภูมิ เป็นต้น

(2) ความต้องการความปลอดภัย เป็นความต้องการแสวงหาความปลอดภัยจากสิ่งแวดล้อม และความคุ้มครองจากผู้อื่น

(3) ความต้องการความรักและการมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ ความรู้สึกว่าคุณได้รับการรักและมีส่วนร่วมในการเข้าหมู่พวก

(4) ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือ เป็นความต้องการให้คนอื่นยกย่องให้เกียรติ และเห็นความสำคัญของตน

(5) ความต้องการความสำเร็จในชีวิต เป็นความต้องการสูงสุดในชีวิตของตน เป็นความต้องการที่เกี่ยวกับการทำงานที่ตนเองชอบหรือต้องการเป็นมากกว่าที่เป็นอยู่ในขณะนี้

2) ทฤษฎีของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg's Two-Factor Theory) เป็นอีกทฤษฎีหนึ่ง ที่พัฒนามาจากทฤษฎีความต้องการของ Maslow ที่กล่าวถึง ความพอใจและแรงจูงใจเป็นแรงขับให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล โดยปัจจัยตัวแรกคือ ตัวสร้างความพอใจ (Satisfiers) และปัจจัยตัวที่สอง คือ ตัวสุขอนามัย (Hygienic) ซึ่งเรียกว่า ทฤษฎีปัจจัย 2 ประการของความพอใจและการจูงใจ (Two Factors Theory of Satisfaction and Motivation) และความจำเป็นที่ต้องจัดให้มีการพัฒนาบุคคลนั้น (Herzberg, 1950 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550, น. 20-25) ได้จำแนกความต้องการไว้ 3 ประเภท คือ ความต้องการที่เพิ่มความสามารถในการทำงานที่ปฏิบัติอยู่ ความต้องการที่เพิ่มพูนความรู้ให้มากขึ้น และความต้องการที่จะต้องพัฒนาทัศนคติ บุคลิกภาพในการทำงาน

3) ทฤษฎีความต้องการของแอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer, 1972 อ้างถึงใน ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2547, น. 120-130) ได้คิดทฤษฎีความต้องการที่เรียกว่าทฤษฎีอีอาร์จี (ERG:

Existence-Relatedness-Growth Theory) เป็นแนวคิดในกลุ่มที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจหรือสาเหตุแห่งพฤติกรรม อันส่งผลต่อการพัฒนาของบุคลากรในฐานะปัจเจกบุคคลหรือบุคลากรในองค์กร โดยทฤษฎีนี้ นับว่าเป็นแนวคิดที่พัฒนามาจากทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ซึ่งได้จำแนกลำดับขั้นของความต้อกรไว้ 5 ขั้นดังกล่าว แต่ Alderfer ได้มาจำแนกกลุ่มของความต้อกรใหม่ ออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

(1) ความต้อกรมีชีวิต เป็นความต้อกรที่ตอบสนองเพื่อให้มีชีวิตอยู่ต่อไป ได้แก่ ความต้อกรทางร่างกายและความต้อกรความปลอดภัย (Existence Needs = E)

(2) ความต้อกรมีสัมพันธภาพกับผู้อื่นเป็นความต้อกรของบุคคลที่จะมีมิตรสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้างอย่างมีความหมาย (Relatedness Needs = R)

(3) ความต้อกรเจริญก้าวหน้าเป็นความต้อกรสูงสุด รวมถึงความต้อกรได้รับการยกย่อง และความสำเร็จในชีวิต (Growth Needs = G)

ซึ่งความต้อกรทั้ง 3 กลุ่มตามแนวคิดของ Alderfer ดังกล่าว ประกอบด้วย ความต้อกรดำรงชีวิต (E) ความต้อกรมีความสัมพันธ์กับคนอื่น (R) และความต้อกรเจริญก้าวหน้า (G) นั้น หากพิจารณาจะเห็นว่าสอดคล้องกับความต้อกรของ Maslow โดยความต้อกรเพื่อดำรงชีวิตคล้ายคลึงกับความต้อกรทางร่างกายและความปลอดภัยของ Maslow ความต้อกรด้านความสัมพันธ์ คล้ายคลึงกับความต้อกรทางสังคมและความต้อกรความรัก ความต้อกรเจริญก้าวหน้า คล้ายคลึงกับความต้อกรเกียรติยศชื่อเสียงและความสมหวังในชีวิต อย่างไรก็ตามยังมีข้อที่แตกต่างกับของ Maslow จำนวน 2 ประการ ได้แก่ ทฤษฎีลำดับความต้อกรของ Maslow มี 5 ขั้น โดยเรียงลำดับจากต่ำไปสูง แต่ Alderfer ไม่เห็นด้วยเช่น บางกรณี ที่คนปฏิบัติตามความต้อกรในที่สูงก่อนความต้อกรในที่ต่ำกว่า และบางกรณีเมื่ออยู่ในที่สูงกลับมีความต้อกรในที่ต่ำกว่า ส่วน Maslow เน้นคนการบรรลุความต้อกรขั้นหนึ่งแล้วไปต่อที่ละขั้นจนครบ 5 ขั้นเรียงตามลำดับ แต่ Alderfer ไม่เห็นด้วย กล่าวว่า คนเรามีความต้อกรพร้อมกันหลายๆ ขั้นได้ไม่ใช่ที่ละขั้นเหมือน Maslow ดังนั้นยังพบข้อแตกต่างระหว่างทฤษฎีของทั้งสองนักวิชาการนี้

4) ทฤษฎีความต้อกรของเมอร์เรย์ (Murray, 1938 อ้างถึงใน ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2547, น. 120-130) อธิบายว่า ความต้อกรของบุคคลมีหลายอย่างในเวลาเดียวกัน ความต้อกรของบุคคลที่มีความสำคัญเกี่ยวกับการทำงาน มีอยู่ 4 ประการ คือ

(1) ความต้อกรความสำคัญ หมายถึง ความต้อกรที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วง

(2) ความต้องการมีความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลอื่น โดยคำนึงถึงการยอมรับของเพื่อนร่วมงาน

(3) ความต้องการอิสระ เป็นความต้องการที่เป็นตัวของตัวเอง

(4) ความต้องการมีอำนาจ การมีอิทธิพลเหนือคนอื่น และต้องการที่จะควบคุมคนอื่นให้อยู่ในอำนาจของตน

5) ทฤษฎีความต้องการความสำเร็จของแมคเคลลีแลนด์ (McClelland, 1965 อ้างถึงใน นุชลี อุปกัย, 2558, น. 115) ได้เน้นความต้องการไว้ 3 ประเภท คือ ความต้องการความสำเร็จ เป็นความต้องการมีผลงานและบรรลุเป้าหมายที่พึงปรารถนา ความต้องการมิตรสัมพันธ์ เป็นความต้องการมีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้อื่น และความต้องการอำนาจ เป็นความต้องการมีอิทธิพลและครอบงำเหนือผู้อื่น

(1) ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement: n-Ach) เป็นความต้องการที่ทำงานให้สำเร็จสมบูรณ์แบบและได้มาตรฐานที่ดี โดยบุคคลที่ต้องการความสำเร็จ (n-Ach) สูง จะมีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบงานที่ท้าทาย มีเป้าหมายชัดเจนในการทำงาน พยายามดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย และต้องการได้รับข้อมูลป้อนกลับ (feedback) ซึ่งเป็นผลจากการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นการชื่นชม เพื่อประเมินผลงานของตนเอง มีความชำนาญในการวางแผน มีความรับผิดชอบสูง กล้าที่จะเผชิญกับความล้มเหลว และปรับปรุงพัฒนาให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป

(2) ความต้องการการมีอำนาจ (Need for Power: n-Pow) เป็นความต้องการอำนาจเพื่อที่ควบคุมสิ่งแวดล้อมและมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น บุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูง จะแสวงหาวิถีทางเพื่อให้ตนมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น ให้ผู้อื่นยอมรับหรือยกย่อง ต้องการความเป็นผู้นำ และมีความกังวลเรื่องอำนาจมากกว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

(3) ความต้องการสัมพันธ์ภาพที่ดี (Need for Affiliation: n-Aff) เป็นความต้องการได้รับหรือมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม บุคคลที่ต้องการความผูกพันสูงจะชอบสถานการณ์ความร่วมมือมากกว่าการแข่งขัน โดยพยายามสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น ให้เกิดการยอมรับตนเองและยอมตามความปรารถนาหรือบรรทัดฐานของผู้อื่น รวมทั้งคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่นเป็นสำคัญ

McClelland เชื่อว่า แต่ละคนมีความต้องการทั้ง 3 ส่วนประกอบกัน โดยบางคนอาจมีความต้องการอันใดอันหนึ่งมากกว่าความต้องการอื่นๆ และความต้องการที่มากกว่าดังกล่าวก่อให้เกิดการจูงใจที่ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ อย่างเห็นได้ชัด

สรุป จากทฤษฎีความต้องการของนักวิชาการสรุปได้ว่า มนุษย์พัฒนาความต้องการ เป็นไปตามขั้นตอน โดยพัฒนาจากขั้นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ไปหาขั้นสูงสุดตามลำดับ แต่มีมนุษย์บางคนอาจต้องการ แค่นั้นที่ 4 ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือแล้วหยุดลงก็ได้ หากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนได้เข้าไปส่งเสริมสนับสนุนให้สมาชิกได้เรียนรู้ ซึ่งสมาชิกอาจไม่ยอมรับการส่งเสริมนั้น ทำให้เกิดประสบการณ์ความล้มเหลวก็ได้ ดังนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องตระหนักถึงลำดับขั้นความต้องการของกลุ่มเป้าหมายก่อนที่จะไปทำการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

3. การวิเคราะห์ SWOT (การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ในที่นี้กล่าวถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และการวิเคราะห์ SWOT โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน สามารถทำการวิเคราะห์ได้หลากหลายวิธี ในที่นี้ขอนำเสนอวิธีที่นำมาใช้ในครั้ง นี้ คือ การวิเคราะห์โดยห่วงโซ่แห่งคุณค่า เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่เกิดขึ้นจากแนวคิดของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) มองว่า ลักษณะของการทำธุรกิจเป็นเหมือนโซ่แห่งกิจกรรมที่สร้างสรรค์ให้เกิดคุณค่า และเกิดต่อเนื่องกันไปเรื่อยๆ เพื่อส่งมอบคุณค่าที่เกิดขึ้นให้กับลูกค้า โดยในทุกกิจกรรมจะมีการสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็นช่วงๆ เริ่มตั้งแต่การนำวัตถุดิบเข้าสู่องค์การ ส่งต่อไปยังกิจกรรมด้านการผลิต ผ่านต่อไปเป็นสินค้าสำเร็จรูปและจบสิ้นกระบวนการเมื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้นออกไปสู่ผู้บริโภค รวมถึงการบริการหลังการขาย ห่วงโซ่แห่งคุณค่า จึงเป็นการพยายามสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า โดยวัดจากกิจกรรมที่สามารถสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ กิจกรรมที่ทำให้เกิดการลดต้นทุน และกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (เอกชัย บุญยาทิษฐาน, 2553, น. 10-20)

พอร์เตอร์ ได้จัดแบ่งกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์การธุรกิจออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ กิจกรรมพื้นฐาน และกิจกรรมสนับสนุน

1) กิจกรรมพื้นฐาน (Primary Activities)

เป็นกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับตัวผลิตภัณฑ์และการสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับองค์การจากการขาย การส่งมอบสินค้าไปยังผู้บริโภค และการบริการหลังการขาย โดยรายละเอียดของแต่ละกิจกรรม มีดังนี้

(1) การนำเข้าเพื่อการผลิต (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาและนำวัตถุดิบ วัสดุต่างๆ ที่เป็นปัจจัยการผลิตมาเข้าสู่กิจการ รวมถึงการจัดเก็บรักษาด้วย โดยกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การรับวัตถุดิบ การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ การดูแลควบคุม สินค้าคงคลัง เป็นต้น

(2) การผลิตสินค้าสำเร็จรูป (Operations) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปปัจจัยการผลิตให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย โดยกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การใช้เครื่องจักรในการผลิต การบรรจุ การบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ และ การทดสอบผลิตภัณฑ์ก่อนวางจำหน่าย เป็นต้น

(3) การส่งสินค้าออกจำหน่าย (Outbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปผ่านยังช่องทางต่างๆ จนถึงยังผู้บริโภค โดยกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดการคลังสินค้า การควบคุมสินค้าคงเหลือ การขนส่ง การส่งมอบ และการดำเนินการตามคำสั่งซื้อ เป็นต้น

(4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการขาย โดยกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel of Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นต้น

(5) การบริการ (Services) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลให้บริการแก่ลูกค้า รวมถึงการบริการหลังการขายเพื่อสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับลูกค้า โดยกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การติดตั้ง การซ่อมแซม การให้ความรู้แก่ลูกค้า การปรับปรุงผลิตภัณฑ์

2) กิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities)

เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อสนับสนุนให้กิจกรรมพื้นฐานข้างต้น สามารถดำเนินการได้ดียิ่งขึ้น โดยได้มีการจัดแบ่งกิจกรรมสนับสนุนออกเป็น 4 กิจกรรม ได้แก่

(1) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนในการสร้างคุณค่าให้กับทุกหน้าที่ในบริษัท ไม่สามารถแยกค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเข้าสู่งานใดงานหนึ่งได้ เพราะเป็นสิ่งที่ใช้ร่วมกันอยู่จึงมักเรียกค่าใช้จ่ายเหล่านี้ว่า “ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน” โดยกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การเงิน การบัญชี กฎหมาย ระบบฐานข้อมูล เป็นต้น

(2) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้า จากการบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม การกำหนดค่าตอบแทน การประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นต้น

(3) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีในการสร้างคุณค่าให้กับองค์กร โดยกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ การออกแบบสินค้า และการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกจำหน่าย เป็นต้น

(4) การจัดหาทรัพยากร (Procurement) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสิ่งที่จำเป็นป้อนเข้า (Inputs) ทั้งหมด โดยกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การซื้อวัตถุดิบ วัสดุสิ้นเปลือง เครื่องจักร อุปกรณ์ เป็นต้น

3.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก สามารถทำการวิเคราะห์ได้หลากหลายวิธี ในที่นี้ขอนำเสนอวิธีที่นำมาใช้ในครั้ง นี้ คือ การวิเคราะห์ PESTEL Analysis เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจภาพรวมของสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับโอกาสที่จะช่วยสนับสนุนการดำเนินงานพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และภัยคุกคามที่อยู่ภายในพื้นที่ที่จะเป็นข้อจำกัดในการดำเนินงานของหน่วยงานบูรณาการ หรือเป็นภัยคุกคามต่อวิสาหกิจชุมชน ดังนั้น เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและวางแผนเพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสและพยายามลดภัยคุกคามลง ซึ่ง PESTEL Analysis ประกอบด้วย (นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร, 2551, น. 65-67)

1) ปัจจัยทางการเมือง (Political) เป็นปัจจัยที่ควรเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงนโยบายที่อาจเกิดขึ้นของทางรัฐบาลเพราะแม้แต่ในเหตุการณ์ที่มีความเสถียรภาพก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงในระดับสูงสุดและอาจมีผลกระทบอย่างรุนแรง ระดับชั้นของรัฐบาลระดับสูงอาจมีการเปลี่ยนแปลง นั่นหมายถึงจะมีการเปลี่ยนระเบียบการค้า การเก็บภาษี อาจรวมถึงการเปลี่ยนแปลงในกฎหมายจ้างงาน กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ข้อจำกัดทางการค้า เป็นต้น

2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic) เป็นปัจจัยซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาขึ้นกับองค์กร ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงอัตราเงินเฟ้อของเศรษฐกิจ ภาษีอัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน กฎการซื้อขาย และภาษีสรรพสามิต

3) ปัจจัยด้านสังคม (Social) เป็นปัจจัยที่จะต้องพิจารณาคือปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อตลาดขององค์กร ได้แก่ การกระจายอายุ การเติบโตของประชากร อัตราการจ้างงาน สถิติรายได้ สถิติการศึกษาและแนวโน้มอาชีพ ความเชื่อทางศาสนา นอกจากนี้ ควรพิจารณาทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม สุขภาพการทำงาน และบทบาทสำคัญในตลาดสากลระหว่างประเทศ โดยการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม

4) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological) เป็นปัจจัยที่แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ด้านการผลิตและด้านโครงสร้างที่เป็นพื้นฐานองค์กร เทคโนโลยีนี้อาจจะเป็นปัจจัยสำคัญขององค์กรในการประเมินและระบุปัญหา

5) ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal) เป็นปัจจัยทางด้านกฎหมายที่ควรพิจารณา ได้แก่ กฎหมายปัจจุบันและในอนาคตที่จะมีผลต่อการดำเนินงานในด้านต่างๆ เช่น การจ้างงาน การแข่งขัน ความปลอดภัย และสุขภาพ การเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในกฎหมายในประเทศคู่ค้า หลักการจะได้รับการตรวจสอบในปีล่าสุด มีการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายของหน่วยงานต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทั้งหมด รวมถึงการคุ้มครองผู้บริโภค สวัสดิการของพนักงาน การกำจัดของเสียและรายได้ และการลงทุนว่าจะถูกเก็บภาษีอย่างไร นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดในภาษีสรรพสามิตที่จะต้องพิจารณาด้วย

6) ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) เป็นปัญหาที่มีความสำคัญมากขึ้นอย่างในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากความสำคัญของการเคลื่อนตัวทางเศรษฐกิจที่ควบคุมไม่ได้ในปัจจุบันมากขึ้น เช่น สภาพภูมิอากาศ สภาพภูมิประเทศ ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น

3.3 การวิเคราะห์ SWOT

3.3.1 ความหมายของ SWOT

อาทิตย์ วงษ์สง่า (2550, น. 2) ได้ให้ความหมายของคำว่า SWOT มาจากตัวย่อภาษาอังกฤษ 4 ตัวจากคำว่า Strengths Weaknesses Opportunities และ Threats โดย

Strengths คือ จุดแข็ง หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์หรือหมายถึงการดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ดี

Weaknesses คือ จุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้วยความสามารถ ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์หรือหมายถึงการดำเนินงานภายในองค์กรที่ทำได้ไม่ดี

Opportunities คือ โอกาส หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์หรือ หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร

Threats คือ อุปสรรค หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร

อภิชัย ศรีเมือง (2555, น. 47-49) ได้ให้ความหมายของคำว่า SWOT นั้น มาจากตัวย่อภาษาอังกฤษ 4 ตัว ได้แก่

S มาจาก Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายใน เช่น จุดแข็งด้านการบริหาร จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการผลิต จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล จำเป็นต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

W มาจาก Weaknesses หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน เป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมภายในต่างๆ ซึ่งต้องหาวิธีในการแก้ปัญหา

O มาจาก Opportunities หมายถึง โอกาส เกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกเอื้อประโยชน์ หรือส่งเสริมการดำเนินงาน โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน โดยต้องแสวงหาโอกาสอยู่เสมอและใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น

T มาจาก Threats หมายถึง อุปสรรค เกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้อง และพยายามขจัดอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้ได้จริง

สรุป ความหมายของคำว่า SWOT มาจากคำย่อภาษาอังกฤษทั้ง 4 คำว่า เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ทางการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาดของตนเอง ประกอบด้วย Strengths จุดแข็ง วิเคราะห์เพื่อนำมาใช้เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ Weaknesses จุดอ่อน วิเคราะห์ข้อด้อยตามความเป็นจริง เพื่อนำมาลบจุดด้อย Opportunities โอกาส วิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่ทำให้ได้เปรียบ โดยรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์จากข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ และ Threats อุปสรรค วิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กรที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ทำให้ดำเนินงานได้ไม่สะดวก

3.3.2 กรอบการวิเคราะห์ SWOT

เทคนิค SWOT เป็นกลยุทธ์ที่องค์กรสามารถสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดความเหมาะสมสำหรับขององค์กร ซึ่งวิธีการและเทคนิคในการวิเคราะห์สถานะขององค์กรและกระบวนการกำหนดกลยุทธ์มีหลายวิธีด้วยกัน หนึ่งในวิธีการเหล่านี้ คือ การวิเคราะห์ SWOT (สุนทร ใบบัว, พนิต เข้มทอง และวรัชยา ธรรมกิตติภพ, 2561, น. 163-173)

1) การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) หมายถึง สภาพการณ์ที่เราปรารถนาให้เกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งวิสัยทัศน์ที่ดีมีลักษณะดังนี้ เป็นข้อความที่เข้าใจง่าย แสดงให้เห็นถึง

จุดมุ่งหมายและทิศทาง มีความเป็นไปได้ในการบรรลุถึงภายในระยะเวลาที่กำหนด มีการสร้างแรงบันดาลใจ (ท้าทาย) ความสอดคล้องกับขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมอันดีงามของสังคม มีการวัดผลสำเร็จได้ และเป็นที่ยอมรับของผู้ที่เกี่ยวข้อง

2) การกำหนดภารกิจหรือพันธกิจ (Mission) พันธกิจหรือภารกิจหลัก หมายถึง ขอบเขตของบทบาทหน้าที่หลักที่จำเป็นต่อการบรรลุวิสัยทัศน์

3) การกำหนดวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมาย (Objective) เป็นการกำหนดผลผลิต (Output) ที่ต้องการให้เกิดขึ้น เมื่อได้กระทำสิ่งต่างๆ ตามที่ได้กำหนดพันธกิจไว้ วัตถุประสงค์จึงต้องกำหนดให้ชัดเจน วัดได้และปฏิบัติได้เป็นรูปธรรมกว่าจุดมุ่งหมาย (Goal) และต้องเกิดขึ้นก่อนผลลัพธ์

4) การกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategy) มักจะมีที่มาจากแนวทางหลักในการบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร นโยบายหรือความจำเป็นเร่งด่วนจากภายนอกที่มีผลกระทบต่อ การบรรลุวิสัยทัศน์ โดยอาศัยการประเมินสภาพแวดล้อมและวิเคราะห์ให้เห็นถึงเงื่อนไขปัจจัยที่สำคัญต่อการบรรลุวิสัยทัศน์ ได้แก่

(1) จุดแข็ง (Strength-S) หมายถึง ทรัพยากรด้านต่างๆ ที่ได้เปรียบหรือ ส่วนที่เข้มแข็งภายในองค์กรที่สามารถใช้ประโยชน์เพื่อผลักดันให้องค์กรสามารถดำเนินงานบรรลุ วัตถุประสงค์และภารกิจขององค์กร เช่น ด้านโครงสร้างด้านระบบงาน ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์ และด้านกฎหมาย เป็นต้น

(2) จุดอ่อน (Weakness-W) หมายถึง ข้อเสียเปรียบ ข้อผิดพลาดในองค์กร ที่เป็นข้อด้อยหรือเป็นข้อจำกัดต่างๆ ที่ส่งผลให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจขององค์กร เช่น ด้านโครงสร้าง ด้านระบบงาน ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านกฎหมาย เป็นต้น

(3) โอกาส (Opportunity-O) หมายถึง สถานการณ์หรือปัจจัยที่เกิดจาก สภาพแวดล้อมที่มีลักษณะเกื้อกูลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจขององค์กร เช่น สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมือง ด้านเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านสถานภาพ การแข่งขัน ด้านผู้สนับสนุนปัจจัย ด้านแรงงาน และด้านสถานการณ์นานาชาติ

(4) อุปสรรค (Threat-T) หมายถึง สถานการณ์ หรือปัจจัยที่เกิดจาก สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีลักษณะเป็นอุปสรรค ขัดขวาง หรือทำให้เกิดผลเสียหาย ผลกระทบ ในทางลบต่อการบริหารงานขององค์กร เช่น สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ

ด้านสังคม ด้านการเมือง ด้านเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านสถานภาพการแข่งขัน ด้านผู้สนับสนุนปัจจัย และด้านแรงงาน

หลังจากที่มีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคแล้วก็จะนำมาข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ โดยใช้ตารางที่เรียกว่า TOWS Matrix เป็นตารางการวิเคราะห์ที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดออกมาเป็นยุทธศาสตร์ หรือกลยุทธ์ประเภทต่างๆ ในการนำเทคนิคมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์นั้น จะมีขั้นตอนการดำเนินการที่สำคัญ 2 ขั้นตอน ดังนี้

1) การระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยที่การประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นการระบุให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจะเป็นการประเมินภายในองค์กร ส่วนการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นโอกาสและอุปสรรคจะเป็นการประเมินภายนอกองค์กร กล่าวได้ว่า ประสิทธิภาพของการกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้เทคนิค TOWS Matrix นี้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการวิเคราะห์ที่ละเอียดในทุกแง่มุม เพราะถ้าวิเคราะห์ไม่ละเอียดหรือมองไม่ทุกแง่มุม จะส่งผลทำให้การกำหนดกลยุทธ์ที่ออกมาจะขาดความแหลมคม

2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับอุปสรรค จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับข้อจำกัด ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าว ทำให้เกิดยุทธศาสตร์ หรือกลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ สมชาย หิรัญกิติ และธนวรรษ ตั้งสินทรัพย์ศิริ, 2550, น. 169-170)

(1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) เป็นการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก

(2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) เป็นการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีจุดแข็ง ขณะเดียวกันองค์กรก็เจอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นข้อจำกัดจากภายนอกที่องค์กรควบคุมไม่ได้ แต่องค์กรสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการป้องกันข้อจำกัดที่มาจากภายนอกได้

(3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) เป็นการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีโอกาสนำแนวคิดหรือวิธีใหม่ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่องค์กรมีอยู่ได้

(4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) เป็นการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากองค์การเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดภายนอกที่องค์การไม่สามารถควบคุมได้

สรุป กระบวนการวิเคราะห์ SWOT ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของหน่วยงาน โดยมีการกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ การกำหนดทิศทางของหน่วยงาน วิสัยทัศน์ และพันธกิจ ดังนั้นการวิเคราะห์สภาพการณ์ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

4. บริบทวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ได้รับจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 369 แห่ง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจชุมชนขั้นพื้นฐานจำเป็นต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาให้มีความเข้มแข็งให้พึ่งตนเองได้ โดยเริ่มจากการส่งเสริมสมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้มีกระบวนการการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ เริ่มจากการศึกษาดูด้วยตนเอง ศึกษาแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากแหล่งเรียนรู้ภายนอก และกำหนดแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ค้นหาวิสาหกิจชุมชนที่จะเป็นแหล่งเรียนรู้แก่สมาชิกรวมทั้งภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

4.1 การจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ข้อมูลจากระบบสารสนเทศ กรมส่งเสริมการเกษตร ณ วันที่ 12 เมษายน 2564 อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ของวิสาหกิจชุมชน และ/หรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้วจำนวน 369 แห่ง มีสมาชิก 3,970 คน ดังนี้

1) ตำบลกุดคู้ม	จำนวน 23 แห่ง	สมาชิก 163 คน
2) ตำบลโคกสูง	จำนวน 15 แห่ง	สมาชิก 122 คน
3) ตำบลชีลอง	จำนวน 10 แห่ง	สมาชิก 110 คน
4) ตำบลซับสีทอง	จำนวน 15 แห่ง	สมาชิก 220 คน
5) ตำบลท่าหินโงม	จำนวน 12 แห่ง	สมาชิก 156 คน
6) ตำบลนาฝาย	จำนวน 32 แห่ง	สมาชิก 406 คน

7) ตำบลนาเสียว	จำนวน 40 แห่ง	สมาชิก 450 คน
8) ตำบลโนนสำราญ	จำนวน 14 แห่ง	สมาชิก 118 คน
9) ตำบลในเมือง	จำนวน 16 แห่ง	สมาชิก 147 คน
10) ตำบลบ้านค่าย	จำนวน 12 แห่ง	สมาชิก 158 คน
11) ตำบลบ้านเล่า	จำนวน 21 แห่ง	สมาชิก 284 คน
12) ตำบลบึงคล้า	จำนวน 14 แห่ง	สมาชิก 160 คน
13) ตำบลโพหนอง	จำนวน 22 แห่ง	สมาชิก 192 คน
14) ตำบลรอบเมือง	จำนวน 6 แห่ง	สมาชิก 46 คน
15) ตำบลลาดใหญ่	จำนวน 12 แห่ง	สมาชิก 121 คน
16) ตำบลหนองนาแซง	จำนวน 8 แห่ง	สมาชิก 93 คน
17) ตำบลหนองไผ่	จำนวน 14 แห่ง	สมาชิก 193 คน
18) ตำบลห้วยด้อย	จำนวน 41 แห่ง	สมาชิก 364 คน
19) ตำบลห้วยบง	จำนวน 40 แห่ง	สมาชิก 468 คน

4.2 การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

สรุปผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ที่ผ่านการประเมินแล้ว จำนวน 3 แห่ง เป็นวิสาหกิจชุมชนระดับดี จำนวน 56 แห่ง ระดับปานกลาง 195 แห่ง และระดับปรับปรุง 118 แห่ง

4.3 สรุปประเภทกิจการของวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ตัดยอดวันที่ 12 เมษายน 2564 มีวิสาหกิจชุมชน 2 ประเภท คือ การผลิตสินค้า และ การให้บริการ

4.3.1 การผลิตสินค้า ได้แก่

1) การผลิตพืช	จำนวน 123 แห่ง
2) การผลิตปศุสัตว์	จำนวน 97 แห่ง
3) การผลิตประมง	จำนวน 30 แห่ง
4) การผลิตและแปรรูปอาหาร	จำนวน 40 แห่ง
5) การผลิตผ้าทอ/เสื้อผ้า	จำนวน 31 แห่ง
6) เครื่องจักรสาน	จำนวน 13 แห่ง
7) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	จำนวน 12 แห่ง
8) เครื่องดื่ม	จำนวน 11 แห่ง
9) เครื่องไม้เฟอร์นิเจอร์	จำนวน 5 แห่ง

4.3.2 การให้บริการ

ท่องเที่ยว

จำนวน 7 แห่ง

วิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ได้รับงบประมาณและการสนับสนุนด้านวิชาการจากหน่วยงานร่วมบูรณาการ ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัดชัยภูมิ สำนักงานอุสาหกรรมจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ตารางที่ 2.1 แสดงผลการจดทะเบียนและการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ลำดับที่	เขต/จังหวัด/ อำเภอ	วิสาหกิจชุมชน (แห่ง)			
		ดี	ปานกลาง	ต้องปรับปรุง	รวม
1	กุดชุม	3	10	10	23
2	โคกสูง	2	8	5	15
3	ชีลอง	2	4	4	10
4	ซับสีทอง	3	7	5	15
5	ท่าหินโงม	4	6	2	12
6	นาฝาย	5	19	10	34
7	นาเสียว	4	21	15	40
8	โนนสำราญ	3	6	5	14
9	ในเมือง	1	10	5	16
10	บ้านค่าย	1	8	3	12
11	บ้านเล่า	4	12	5	21
12	บึงคล้า	3	7	4	14
13	โพนทอง	4	16	2	22
14	รอบเมือง	1	2	3	6
15	ลาดใหญ่	4	5	3	12
16	หนองนาแซง	2	3	3	8
17	หนองไผ่	3	8	3	14
18	ห้วยด้อน	4	23	14	41
19	ห้วยบง	3	20	17	40
รวมทั้งหมด		56	195	118	369

ที่มา: ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2564, น. 1-5)

ตารางที่ 2.2 แสดงรายชื่อวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านการประเมินศักยภาพระดับดีของวิสาหกิจชุมชน
อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ที่	ชื่อวิสาหกิจชุมชน	ที่อยู่	สมาชิก
1	กลุ่มแปรรูปข้าวบ้านฝื่อ	ต.กุดตุ้ม อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	12
2	กลุ่มนาแปลงใหญ่บ้านกุดตุ้ม	ต.กุดตุ้ม อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	10
3	กลุ่มผู้เลี้ยงกระบือบ้านฝื่อ	ต.กุดตุ้ม อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	13
4	ฟาร์มเห็ดกาญจนา	ต.โคกสูง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	15
5	นาแปลงใหญ่บ้านยางป่า	ต.โคกสูง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
6	กลุ่มผู้เลี้ยงโคและแปรรูปเนื้อโคบ้านใหม่พัฒนา	ต.ชีลอง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
7	กลุ่มเกษตรอินทรีย์บ้านหนองปลาโค	ต.ชีลอง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	12
8	กลุ่มผู้ปลูกและแปรรูปสตอเบอรี่ปลอดภัย	ต.ซับสีทอง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
9	กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรบ้านกกฝิ่ง	ต.ซับสีทอง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
10	กลุ่มทำสวนลำไยบ้านห้วยผักหนาม	ต.ซับสีทอง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	20
11	สับปะรดแปลงใหญ่บ้านวังน้ำเขียว	ต.ท่าหิน โงม อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	30
12	สับปะรดแปลงใหญ่บ้านวังคำแคน	ต.ท่าหิน โงม อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	30
13	แปรรูปการเกษตรชุมชนบ้านวังโพน	ต.ท่าหิน โงม อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	7
14	โฮมสเตย์ท่าหินโงม	ต.ท่าหิน โงม อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
15	กลุ่มนาแปลงใหญ่โนนพระคำ	ต.นาฝาย อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	30
16	กลุ่มนาแปลงใหญ่ข้าวปลอดภัยโนนมะเกลือ	ต.นาฝาย อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	30
17	กลุ่มนาแปลงใหญ่บ้านกุดขมิ้น	ต.นาฝาย อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	30
18	ช่อระกาพัฒนาอาชีพ	ต.นาฝาย อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	10
19	กลุ่มนาแปลงใหญ่นาฝายเหนือ	ต.นาฝาย อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	30
20	กลุ่มผู้ปลูกผักปลอดภัยบ้านซับรวงไทร	ต.นาเสียว อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	10
21	กลุ่มแปลงใหญ่บ้านนาสีนวล	ต.นาเสียว อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	30
22	ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมไทรวงาม	ต.นาเสียว อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
23	กลุ่มทอเสื่อด้วยกกนาสีนวล	ต.นาเสียว อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
24	โนนสำราญสามัคคี	ต.โนนสำราญ อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
25	ศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าวชุมชน	ต.โนนสำราญ อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	15

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ที่	ชื่อวิสาหกิจชุมชน	ที่อยู่	สมาชิก
26	กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์	ต.โนนสำราญ อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	14
27	กลุ่มผู้ประกอบการหม้ออำเภอมืองชัยภูมิ	ต.ในเมือง อ.เมืองชัยภูมิ จ.ชัยภูมิ	9
28	กลุ่มผู้เลี้ยงปลาโค้งน้ำตบ	ต.บ้านค่าย อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
29	นาแปลงใหญ่บ้านเสี้ยวน้อยพัฒนา	ต.บ้านเล่า อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	30
30	กลุ่มผลิตเมล็ดพันธุ์ถั่วลิสงและแปรรูปบ้านเสี้ยวน้อยพัฒนา	ต.บ้านเล่า อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	12
31	กลุ่มผู้เลี้ยงไหมวัยอ่อน	ต.บ้านเล่า อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	14
32	กลุ่มแปรรูปผ้าไทยชัยภูมิ	ต.บ้านเล่า อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
33	สัมมาชีพชุมชนบ้านโนนหัวนา	ต.บุ่งคล้า อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	10
34	กลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษบุงคล้า	ต.บุงคล้า อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
35	กลุ่มส่งเสริมอาชีพบ้านหนองฉิม	ต.บุงคล้า อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
36	กลุ่มผักอินทรีย์มีสุข	ต.โพนทอง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
37	นาแปลงใหญ่ตำบลโพนทอง	ต.โพนทอง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	30
38	ศูนย์ผลิตหม้อหม้อดินและปลาร้าของสมุนไพร	ต.โพนทอง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
39	กลุ่มแปรรูปข้าวกล้องงอก	ต.โพนทอง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	9
40	กลุ่มอุตสาหกรรมในครัวเรือน	ต.โพนทอง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
41	กลุ่มผู้ปลูกอ้อยบ้านโนนหวานไพล	ต.ลาดใหญ่ อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	9
42	กลุ่มเพาะเห็ดบ้านลาดน้อย	ต.ลาดใหญ่ อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	10
43	กลุ่มเกษตรกรพัฒนาอาชีพการเกษตรห้วยบง	ต.ลาดใหญ่ อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	12
44	ทอผ้าสตรีแม่บ้านดงบัง	ต.ลาดใหญ่ อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	13
45	กลุ่มปลูกผักปลอดภัยโนนคดน้อย	ต.หนองนาแซง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	13
46	แปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร	ต.หนองนาแซง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	14
47	แปลงใหญ่พืชผักปลอดสารพิษ	ต.หนองไผ่ อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	30
48	กลุ่มผักแปลงใหญ่บ้านคอนหัน	ต.หนองไผ่ อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	30
49	กลุ่มสานตระกร้าบ้านหนองกระทุ่ม	ต.หนองไผ่ อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
50	อ้อยแปลงใหญ่บ้านชีลองกลาง	ต.ห้วยค้อ อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	30

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ที่	ชื่อวิสาหกิจชุมชน	ที่อยู่	สมาชิก
51	กลุ่มเลี้ยงโคเนื้อโป่งคองเหนือ	ต.ห้วยต้อน อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
52	กลุ่มเกษตรอินทรีย์ชีดองกลาง	ต.ห้วยต้อน อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	8
53	กลุ่มทำนาแปลงใหญ่บ้านห้วยต้อน	ต.ห้วยต้อน อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	30
54	กลุ่มแปลงใหญ่มันสำปะหลังยางบง	ต.ห้วยบง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	30
55	กลุ่มเลี้ยงโครวมห้วยหัว	ต.ห้วยบง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	7
56	กลุ่มเลี้ยงโคเนื้อบ้านหินกอง	ต.ห้วยบง อ.เมือง จ.ชัยภูมิ	7

ที่มา: ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2564, น. 1-5)

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

5.1.1 อายุ อินทชลิตา วัชรจิระ โขติ (2556, น. 56) การศึกษาเปรียบเทียบการจัดการวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตผ้าไหม อำเภอบ้านเขว้า และกลุ่มผลิตผ้าไหม อำเภอกอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนทั้งหมดเป็นเพศหญิง มีอายุ 50 ปีขึ้นไป สอดคล้องกับ สมชาย น้อยน้ำ วรินทร์ธร ธรสารสมบัติ และสุภา แสงจินดาวงษ์ (2561, น. 130) ศึกษาการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป สอดคล้องกับ ทศน์ชัย ศิริวรรณ (2564, น. 61) ศึกษาการพัฒนาดัชนีชี้วัดความสำเร็จอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชีววิถีตำบลน้ำเกีฮ้น อำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 44.0 ปี

5.1.2 ระดับการศึกษา อินทชลิตา วัชรจิระ โขติ (2556, น. 56) พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่จบชั้นประถมศึกษา สอดคล้องกับ สมชาย น้อยน้ำ วรินทร์ธร ธรสารสมบัติ และสุภา แสงจินดาวงษ์ (2561, น. 130) พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 แต่ทั้งนี้พบว่า อัครเดชเดชา ปานท่าไข่ (2559, น. 89) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. สอดคล้องกับ ทศน์ชัย ศิริวรรณ (2564, น. 61) พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่จบ ปวช.-ปวส.

5.1.3 ระยะเวลาการเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน อินท์ชลิตา วัชรจิระ โชติ (2556, น. 54) พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นสมาชิกมากกว่า 10 ปี สอดคล้องกับ สยาม ทิมิ วิไลวรรณ สมโสภณ และเพ็ญณี แรอรอท (2557, น. 2191) ศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน: กรณีผลิตภัณฑ์จากไยบวบ กลุ่มไทเมืองเพ็ญ ตำบลเมืองเพ็ญ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินงาน 12 ปี เช่นเดียวกับ ฉัญฉวี พายัพสาย และคณะ (2558, น. 1249) ศึกษาการวิเคราะห์ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน พบว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีประธานกลุ่มที่ทำหน้าที่มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป

5.1.4 การได้รับข้อมูลข่าวสาร วิระวิทย์ ปรดิวินิติ (2556, น. 82) ศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรอำเภอมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี พบว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีระดับการรับรู้สื่อบุคคลภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยได้รับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมากที่สุดจากทุกประเด็น อาจเป็นเพราะเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีการปฏิบัติงานในท้องที่และมีโอกาสพบปะกับสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้รับความรู้ข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมากที่สุด ในขณะที่ ภัทริกา มณีพันธ์ (2557, น. 36) ศึกษาแนวทางการเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การจัดประชุมเพื่อให้แม่บ้านเกษตรกรได้มาเจอกัน พูดคุยกันทุกเดือน รวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันนั้นสามารถช่วยให้กลุ่มมีการพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ ได้มากขึ้น รวมทั้งการเรียนรู้โดยการปฏิบัติจริง จากการศึกษาดูงาน ทำให้กลุ่มแม่บ้านได้เรียนรู้บทเรียนต่างๆ จากการศึกษาปฏิบัติจริง และ ฐานันท์ ตั้งรุจิกุล และคณะ (2560, น. 982) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านลานไทร อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา พบว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านมีความรู้และทักษะในการผลิตจากประสบการณ์ การถ่ายทอดของผู้นำ และจากการศึกษาดูงาน

5.2 การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

5.2.1 ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม มินระดา โคตรศรีวงศ์ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2559, น. 1640) ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะป้า อำเภอร่องเขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า การบริหารจัดการกลุ่ม มีการวางแผน การดำเนินงานของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพในการผลิต การตลาด แรงงานและเงินทุน มีการปรับรูปแบบการทำงานให้มีความเหมาะสม โดยการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในด้านต่างๆ ตามความเหมาะสมและตามลักษณะของงานอย่างชัดเจน มีการร่วมปรึกษาหารือกับหน่วยงานอื่นในด้านต่างๆ ส่งผลให้กลุ่มมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ ฐานันท์ ตั้งรุจิกุล และคณะ

ไกรสันติ (2560, น. 978-979) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านลานไทร อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา พบว่า ด้านบริหารจัดการ มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน มีวิสัยทัศน์ มีการกำหนดแผนการดำเนินงานของกลุ่ม กำหนดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ รวมถึงข้อบังคับไว้อย่างชัดเจน และมีการควบคุมกระบวนการผลิต สอดคล้องกับ สมชาย น้อยน้ำ วรินทร์ธร ทรสารสมบัติ และสุภา แสงจินดาวงษ์ (2561, น. 136) พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชน รองลงมา การบริหารจัดการทุนและผลประโยชน์ การตลาด การกำหนดทิศทางของวิสาหกิจ การทบทวนผลการดำเนินการ การจัดการองค์กร และการบริหาร การผลิต การเงิน เช่นเดียวกับ วิมลสิริ ภูกษนท และคณะ (2563, น. 676) ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตและพัฒนาการแปรรูปกล้วยตำบลระหาน อำเภอบึงสามัคคี จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า การบริหารจัดการกลุ่ม ประชาน คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มเป็นผู้ที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญ มีประสิทธิภาพในการทำงานและมีการแบ่งหน้าที่กันทำชัดเจน ไม่ว่าจะเป็น การติดต่อประสานงาน ติดต่อกาตลาด สมาชิกในกลุ่มเป็นผู้ที่มีความสามารถมีทักษะและมีความชำนาญ จึงทำให้สามารถช่วยกันบริหารจัดการได้เป็นอย่างดี เป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง หากเกิดปัญหาขึ้นกลุ่ม คณะกรรมการ จะร่วมกันแก้ปัญหาต่างๆ ให้อุ่นใจไปพร้อมกัน

5.2.2 ด้านการผลิต อินท์ชลิตา วัชรจิระโชติ (2556, น. 56) พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีการปฏิบัติการด้านการจัดการผลิต ในการกำหนดขั้นตอนในกระบวนการผลิต และการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์เพื่อพัฒนาสินค้ามากที่สุด จากการศึกษาของ สมชาย น้อยน้ำ วรินทร์ธร ทรสารสมบัติ และสุภา แสงจินดาวงษ์ (2561, น. 138) พบว่า การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ด้านการผลิต คือ ความตรงต่อเวลาในการขนส่ง ความประหยัดจากขนาดของการผลิต ความสามารถของกำลังคน ต้นทุนในการผลิตต่ำ กำลังการผลิตมีความเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ความสามารถในการสร้างความต้องการซื้อของลูกค้า อุปกรณ์ทันสมัย ความได้เปรียบด้านวัตถุดิบ และความมั่นคงทางการเงิน

5.2.3 ด้านการตลาด ฐานันท์ ตั้งจุฑา และคณะ (2560, น. 978-979) พบว่า ด้านการตลาด กลุ่มมีลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน มีการกำหนดแหล่งจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ที่ เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น เช่น Facebook สอดคล้องกับ สมชาย น้อยน้ำ วรินทร์ธร ทรสารสมบัติ และสุภา แสงจินดาวงษ์ (2561, น. 138) พบว่า การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ด้านการตลาด คือ จุดแข็งด้านส่วนแบ่งตลาด การติดตามข้อมูล ความต้องการของลูกค้าและตลาด การกำหนดแหล่งจำหน่าย/บริการ/ลูกค้าเป้าหมาย ความสามารถในการสร้างกำไรสูง กลุ่มเป็นที่น่าเชื่อถือและรู้จักบุคคล การวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ภาวะ

ความเป็นผู้นำของกลุ่ม ต้นทุนการจัดจำหน่ายต่ำ ความมีประสิทธิภาพของหน่วยงานขาย ชื่อเสียง ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ และความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์ สอดคล้องกับ วิมลสิริ ภูษนท และคณะ (2563, น. 676) พบว่า ด้านการตลาดได้มีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเป็นผู้ประสานงาน ในการส่งออกผลิตภัณฑ์ให้สามารถขายได้ มีการออกบูธในที่ต่างๆ คนในชุมชนได้มีการช่วยเหลือ กลุ่มผู้ผลิต ได้มีการให้ลูกหรือหลานของตนเองที่ทำงานอยู่ในสถานที่ราชการ หรือพนักงาน โรงงานได้นำเอาผลิตภัณฑ์ไปจัดจำหน่ายในสถานที่ทำงานของตนเอง และได้มีการโฆษณาให้กับ กลุ่มทางเพจ Facebook

5.2.4 ด้านการบัญชีและการเงิน อินทร์ชิตา วัชรจิระ โขติ (2556, น. 56) พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีการปฏิบัติด้านการจัดการเงิน โดยมีการระดมเงินทุนจากออมทรัพย์ของ สมาชิกเพื่อนำมาจัดการกลุ่ม และการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกลุ่มอย่างโปร่งใสและ ตรวจสอบได้ สอดคล้องกับ มินระดา โคตรศรีวงศ์ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2559, น. 1640) พบว่า ด้านเงินทุน กลุ่มมีแหล่งเงินทุนหมุนเวียนจากภายในชุมชน และการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ เพื่อการผลิต ได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐแบบทุนให้เปล่า มีการสร้างผลกำไรจากการดำเนินงานทุกปี และมีการจัดการด้านการเงิน และการจัดสรรผลกำไรอย่างเป็นสัดส่วนตามระเบียบที่วางไว้ อย่างชัดเจน เช่นเดียวกับ อัสม์เดชเดชา ปานท่าไข (2559, น. 97) พบว่า สภาพการดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชนในด้านการบัญชี/การเงิน มีการเปิดเผยข้อมูลทั้งหมดให้สมาชิกทราบอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการประชุมแจกเอกสารหรือติดประกาศ มีการจัดสรรรายได้ และผลประโยชน์อย่างเหมาะสม และมีการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์แก่สมาชิกโดยกำหนดวิธีการที่แน่นอน และจากการศึกษา ของ สมชาย น้อยถ้ำ วรินทร์ธร ธารสารสมบัติ และสุภา แสงจินดาวงษ์ (2561, น. 138) พบว่า การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ด้านการเงิน คือ การตัดสินใจด้านการบริหารเงิน การจัดทำบัญชี การวางแผนการใช้เงินทุน และการกู้ยืมเงิน

ด้านการบริหารจัดการ การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการดำเนินงานที่ มากที่สุด คือ กลุ่มใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชนที่เน้นการพึ่งพาตนเอง สอดคล้องกับ ดวงเดือน สมวัฒน์ศักดิ์ (2548, น. 20-21) กล่าวถึง ลักษณะของวิสาหกิจชุมชนที่มุ่งให้เกิดความพอเพียงในระดับกลุ่มองค์กรเครือข่าย และ ชุมชนโดยรวมจากหลักการพึ่งตนเอง ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงคือ การพึ่งตนเองทางสังคม ควรเสริมสร้างให้แต่ละชุมชนใน ท้องถิ่นได้ร่วมมือช่วยเหลือเกื้อกูลนำความรู้ที่ได้รับมาถ่ายทอด และเผยแพร่ ให้ได้รับประโยชน์ซึ่งกันและกันพึ่งตนเองได้ในทางเศรษฐกิจ หมายถึง สามารถอยู่ได้ ด้วยตนเองใน ระดับเบื้องต้นสามารถนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระดับมหภาค ต่อไป

1) ด้านการผลิต สมาชิกวิสาหกิจชุมชน มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิตที่มากที่สุด คือ กลุ่มมีการจัดสถานที่ผลิตให้ถูกสุขลักษณะ สอดคล้องกับ เสรี พงศ์พิศ และคณะ (2544, น. 50-55) กล่าวว่า ควรกำหนดมาตรฐานเพื่อรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนของตนให้เกิดความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและผู้ให้บริการ

2) ด้านการตลาด สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการตลาดที่มากที่สุด คือ กลุ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับ สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (2546, น. 14-15) กล่าวว่า การมีความคิดริเริ่ม มีแนวความคิดริเริ่มที่สร้างสรรค์สามารถหาประสบการณ์ และพิสูจน์ความสามารถ เน้นการสร้างงานในท้องถิ่นเป็นสิ่งสำคัญ และมีประสบการณ์เพิ่มมากขึ้นในอนาคต ธุรกิจชุมชนขนาดเล็กก็สามารถจะพัฒนาไปสู่การประกอบการธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ต่อไปได้

3) ด้านเงินทุน สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านเงินทุนที่มากที่สุด คือ กลุ่มจัดสรรผลประโยชน์ให้กับสมาชิกในกลุ่มอย่างเป็นธรรม สอดคล้องกับ กษมาพร พวงประยงค์ และนพพร จันทร์นำชู (2556, น. 115-117) พบว่า ข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ผู้นำกลุ่ม และคณะกรรมการต้องจัดทำบัญชีแสดงฐานะทางการเงินกลุ่มให้เป็นปัจจุบันให้สมาชิกทุกคนทราบ และสมาชิกทุกคนต้องเห็นชอบในการแบ่งปันผลประโยชน์

4) ด้านคณะกรรมการกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก การบริหารองค์การด้านคณะกรรมการกลุ่มที่มากที่สุด คือ คณะกรรมการกลุ่มมีความซื่อสัตย์สุจริต สอดคล้องกับ สุพัตรา รักการศิลป์ ปิยาภรณ์ ศิริภานุมาศ และสาธิต ผลเจริญ (2557, น. 147-148) กล่าวว่า ผู้นำกลุ่ม ควรมีความเข้มแข็ง มีทักษะความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ขยัน มีความ รับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต และเป็นที่ศรัทธาของสมาชิก และด้านสมาชิกกลุ่ม พบว่า สมาชิก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาติมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก การบริหารองค์การด้าน สมาชิกกลุ่มที่มากที่สุด คือ สมาชิกกลุ่มมีความสามัคคีในการดำเนินงาน สอดคล้องกับ ดวงเดือน สมวัฒน์ศักดิ์ (2548, น. 24-25) กล่าวว่า คุณธรรมเป็นหลักการของการอยู่ร่วมกันของคนในสังคมที่อยู่ด้วยความรักสามัคคีและการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความเมตตา ความเอื้ออาทร ร่วมแรง ร่วมใจ เพื่อประกอบอาชีพต่างๆ ให้บรรลุผลสำเร็จ

5.3 ความต้องการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

วรรณภา โพธิ์ผล สมิทธิ์ เจือจินดา และณรงค์พล เอื้อไพโรจิตรกุล (2558, น. 75) ศึกษาการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมการตลาด

ของวิสาหกิจชุมชนโดยชุมชนมีส่วนร่วม พบว่า การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดสามารถช่วยส่งเสริมด้านการตลาด โดยมีการใช้เฟซบุ๊กในการประชาสัมพันธ์สินค้า เผยแพร่กิจกรรมต่างๆ การออกร้านของกลุ่ม การติดต่อระหว่างลูกค้าและสมาชิกในกลุ่ม มีการเปิดร้านเพื่อขายสินค้าและโฆษณาสินค้าผ่าน โปรแกรมไลน์ช้อป มีการติดต่อกับลูกค้าและสมาชิกในกลุ่มผ่านโปรแกรมไลน์ สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่กลุ่ม สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า และช่วยแก้ปัญหาในด้านการตลาด ในขณะที่ รัตนา เดียวพานิชย์กิจภรณ์ ต่างวิวัฒน์ และเบญจมาศ อยู่ประเสริฐ (2559, น. 597) ศึกษาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื่อผ้า ในจังหวัดยโสธร พบว่า ในการจัดการความรู้ ข้อมูลข่าวสารของกรรมการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ควรหมั่นแสวงหาความรู้ทั้งจากการฝึกอบรม การศึกษาดูงาน และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อเพิ่มพูนทักษะให้พร้อมในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของตน โดยเฉพาะในด้านการตลาดที่นอกจากการจัดหาสถานที่จำหน่ายที่แน่นอนแล้ว ควรรับฟังข้อมูลความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุง และควรมีการวิเคราะห์และกำหนดยุทธศาสตร์การตลาดที่ชัดเจนและต่อเนื่อง เชื่อมโยงไปสู่วิสาหกิจชุมชนอื่นๆ โดยการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองทางการตลาดก่อให้เกิดรายได้ที่มั่นคงให้วิสาหกิจชุมชน เช่นเดียวกับ ฉวีภาณี บัวดี และอดิเรก พันเขียว (2562, น. 19-20) ศึกษาแนวทางการพัฒนา ศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วย ในอำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีความต้องการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในด้านการพัฒนาตลาด ด้านความรู้ในการจัดทำบัญชีด้านการอบรมรูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะได้มีการพัฒนาสินค้าให้เป็นที่นิยม และเป็นที่น่าสนใจ

5.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

นุชนาถ ทับครุฑ สุกพิชญาน์ บุญเกื้อ และอรอนงค์ อ่ำภา (2563) ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังเพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จ พบว่า ปัจจัยภายในองค์กรด้านโครงสร้าง องค์กร โครงสร้างกลุ่ม ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เหนียวินิจ เลขานุการ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายประชาสัมพันธ์ โดยมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบตามความรู้ความสามารถและความถนัดของแต่ละบุคคล มีการควบคุมภายในชัดเจน มีการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดยะลา ด้านภาระงาน ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการมอบหมายงานให้แก่พนักงานตามความรู้ความสามารถและความถนัด รวมถึงมีการมอบหมายความรับผิดชอบนอกเหนือจากภาระงานที่รับผิดชอบหลักมีการส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มมีการพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ และมีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบส่งผลให้การดำเนินงานในวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จ

ปัจจัยภายนอก ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ภาครัฐส่งเสริมการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชน พัฒนาสร้างฐานรากในชุมชนให้มีความเข้มแข็งโดยอาศัยภูมิปัญญาและทรัพยากรที่มีอยู่ สร้างกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐกับประชาชนมีการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน สสำรวจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า นำเทคโนโลยีมาพัฒนากระบวนการผลิตและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และการสื่อสารกับลูกค้า

อริย์รัช อักษรทับ อิศรี แพทย์เจริญ ชาญวิทย์ จาตุประยูร และวุฒิพงษ์ นั้วตระกูล (2563) ศึกษาการถอดบทเรียนเพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปลำไย เนื้อสีทอง ตำบลบ้านธิ อำเภอบ้านธิ จังหวัดลำพูน กล่าวถึง แนวคิดกลยุทธ์การบริหารจัดการ เป็นแนวทางการบริหารจัดการตามสภาพแวดล้อมจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร โดยกลยุทธ์การบริหารจัดการควรเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ประโยชน์ จากจุดแข็งและโอกาสเพื่อลดจุดอ่อนและอุปสรรคที่ต้องการประกอบธุรกิจขององค์กร ประกอบด้วย

1) กลยุทธ์เชิงรุก มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชน โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนควบคู่กับเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิตสินค้าหรือบริการให้มีมาตรฐานและความปลอดภัยตามความต้องการของผู้บริโภค นำมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อรักษาอัตลักษณ์และเพิ่มมูลค่าสินค้าทางวัฒนธรรม เป็นการส่งเสริมทักษะการผลิตต้นแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้ชุมชนสามารถต่อยอดผลิตสินค้าอื่นๆ ออกมาได้

2) กลยุทธ์เชิงรับ การให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายที่ทำให้เกิดการวางแผนการผลิต การตลาดและการสื่อสารของเครือข่าย ส่งผลให้วิสาหกิจในชุมชนเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน ซึ่งการสร้างเครือข่ายในชุมชน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เพื่อสร้างข้อกำหนดและเป็นแนวปฏิบัติที่เป็นธรรมร่วมกันในชุมชน

3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข เกิดจากการพัฒนาตนเองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยการหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการที่มีการกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทและตรงตามความต้องการของกลุ่มและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งการส่งเสริมสมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้เกิดกระบวนการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการศึกษาตนเองภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแล้วจึงศึกษาแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากแหล่งเรียนรู้ภายนอกระหว่างวิสาหกิจชุมชน หรือเครือข่าย จนสามารถกำหนดแนวทางพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนได้อย่างเหมาะสม

4) กลยุทธ์เชิงป้องกัน เกิดจากการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและหน่วยงานท้องถิ่นเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อวิสาหกิจชุมชน โดยให้การสนับสนุนหรือการมีปฏิสัมพันธ์

จากหน่วยงานท้องถิ่น ทำให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ โดยนโยบายของภาครัฐควรให้ความสำคัญในการยกระดับความสามารถของวิสาหกิจชุมชน โดยมีมาตรการส่งเสริมสนับสนุนทั้งในด้านการผลิต การลงทุน และการส่งออก มีการจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยใช้เอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าและโอกาสทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ

5.5 การวิเคราะห์ SWOT

ประภาพร ยางประยงค์ (2559, น. 31) ศึกษาวิเคราะห์การจัดการวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาท่าสะพานไฮโดรโปนิกส์ ในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ประเด็นที่ควรพัฒนา โดยแบ่งเป็น 4 หัวข้อใหญ่ๆ คือ การจัดการ การผลิต การจัดจำหน่าย และการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในชุมชน ดังนี้ 1) การจัดการ สมาชิกของวิสาหกิจฯ จะต้องมีส่วนร่วม และจัดระบบในการจัดการให้มีความชัดเจนเพิ่มขึ้น ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ 2) การผลิต ต้องเน้นการผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และรวดเร็วตรงเวลามากที่สุด 3) การตลาด อาจมีการสำรวจตลาดอย่างต่อเนื่องเป็นรูปธรรม มีการสร้างเครือข่ายให้ครบวงจร หรือสร้างรูปแบบการจัดจำหน่ายให้หลากหลาย และ 4) มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในชุมชน เพื่อนำไปปฏิบัติจริงในชีวิตประจำวัน ภาครัฐอาจช่วยเหลือจัดเป็นแหล่งบริการให้ความรู้ให้กับชุมชน เพื่อเกิดความเข้มแข็งมั่นคง และยั่งยืนของท้องถิ่น สอดคล้องกับ รัฐมนตรี พงศ์วิทธิธรร และภาคภูมิ ภัควิลาส (2558, น. 54) แนวทางการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงเศรษฐกิจ สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านแม่ปูลกา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพกับกลุ่มผู้นำทางความคิด สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยแบ่งเป็น 4 หัวข้อใหญ่ๆ คือ การจัดการ การผลิต การตลาด และการเงินและบัญชี ดังนี้ 1) การจัดการ ประธานกลุ่มมีความเป็นผู้นำที่ดี มีการถ่ายทอดพัฒนาทักษะในการทำงาน สามารถตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ได้ดี รวมทั้งในด้านการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอก สร้างเครือข่ายให้กับกลุ่มสมาชิก 2) การผลิต มีแรงงานเพียงพอ มีทักษะและความชำนาญในการผลิต มีการกระจายสินค้าได้อย่างรวดเร็ว แหล่งวัตถุดิบอยู่ใกล้กับสถานที่ผลิต ทำให้ได้วัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำและมีคุณภาพ สามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการตลาด 3) การตลาด ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีความหลากหลาย และมีปริมาณที่เหมาะสมกับราคา และ 4) การเงินและบัญชี มีการบันทึกรายรับ-รายจ่ายเป็นประจำ สามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในกิจการได้อย่างดี

5.6 ปัญหาในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

5.6.1 ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม สหสา พลนิต และพยอม วงศ์สารศรี (2554, น. 45) ศึกษาแนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้ความ

ยังยื่น พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนพบปัญหาด้านการบริหาร ได้แก่ ฐานะกลุ่มขาดความโปร่งใส คณะกรรมการไม่เข้าใจบทบาทของตนเอง และสมาชิกมองปัจจัยเรื่องรายได้เป็นหลัก สอดคล้องกับ ปลื้มใจ ไพจิตร และชาญวิทย์ ทองโชติ (2560, น. 175-204) ศึกษากระบวนการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตอาหาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า คณะกรรมการขาดความรู้ในการจัดทำแผน และโครงสร้างการบริหารงานยังไม่ชัดเจน แต่ไม่สอดคล้องกับ อัครเดชเดชา ปานท่าไข่ (2559, น. 103) พบว่า ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ การวางแผน การบริหารงานบุคคล การบัญชี/การเงิน การจัดการโครงสร้างองค์กร การตลาด และการผลิต ตามลำดับ

5.6.2 ด้านการผลิต ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2557, น. 109-112) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา พบว่า ปัญหาด้านการผลิต ในบางประเภทต้องใช้แรงงานที่มีทักษะแต่การพัฒนาทักษะให้แก่สมาชิกยังไม่สามารถพัฒนาได้ดี ทำให้ส่งผลต่อคุณภาพของสินค้า รongลงมา ต้นทุนของวัตถุดิบ เนื่องจากไม่ได้ใช้วัตถุดิบที่มาทรัพยากรในท้องถิ่น จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายสูง เพราะการกำหนดราคาวัตถุดิบขึ้นอยู่กับผู้ขายวัตถุดิบ นอกจากนั้นผู้ผลิตบางรายที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น โดยเฉพาะวัตถุดิบที่มาจากทรัพยากรธรรมชาติก็มีปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบเพราะใช้วัตถุดิบธรรมชาติมากเกินไปจนธรรมชาติไม่สามารถฟื้นฟูและเติบโตได้ทันกับปริมาณการใช้ แต่ไม่สอดคล้องกับ อัครเดชเดชา ปานท่าไข่ (2559, น. 103) พบว่า ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านการผลิตในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ในด้านการดำเนินการและบริหารให้เกิดความเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกชุมชน

5.6.3 ด้านการตลาด ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2557, น. 109-115) พบว่า ปัญหาการตลาดเป็นปัญหาใหญ่ของวิสาหกิจชุมชนจำนวนมาก เพราะการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน โดยส่วนมากเกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านผู้อยู่ในชนบทซึ่งมักขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการ และวิถีชาวบ้านมักจะใช้การผลิตนำการตลาด ซึ่งตามหลักการบริหารการตลาดแล้ว ก่อนจะผลิตอะไรผู้ผลิตจะต้องสำรวจตลาดก่อนว่าผู้บริโภคต้องการสินค้าแบบไหน อย่างไร ราคาเท่าไร ใครคือผู้บริโภค เพื่อที่จะได้ผลิตสินค้าและบริการได้ตามความต้องการของผู้บริโภคหรือตลาด นอกจากนี้ในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่าย และการขยายตลาด ทั้งนี้ยังพบว่า ไม่ได้มีช่องทางการจัดจำหน่ายมากนัก อาศัยงานแสดงสินค้าของหน่วยงานภาครัฐกับการขายหน้าร้านของตนเองเป็นหลัก ปัญหาการขาดแหล่งจำหน่ายสินค้า คือ ไม่มีสถานที่ในการจัดจำหน่ายสินค้า ปัญหาการขาดเครือข่ายในการจำหน่ายสินค้า คือ การขาดผู้นำกลุ่มที่จะ

รวมสินค้าไปจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง จากการศึกษา ฐิตานันท์ ศิริสุริยภักดิ์ (2561, น. 6) ศึกษาการพัฒนาธุรกิจชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านร้อนพัฒนา ตำบลตันหยงมัส อำเภอระแงะ จังหวัดนราธิวาส พบว่า วิสาหกิจชุมชนขาดการสร้างตลาดกับกลุ่มผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ และสมาชิกกลุ่มยังขาดความรู้ในด้านของเทคโนโลยีที่นำมาช่วยส่งเสริมการขายประชาสัมพันธ์ให้สินค้าเป็นที่รู้จักผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ รวมถึงการจัดส่งและการบรรจุสินค้าสำหรับการส่งสินค้า เพื่อขายผ่านหน้าเว็บไซต์

5.6.4 ด้านการบัญชีและการเงิน ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2557, น. 109-112) พบว่า วิสาหกิจชุมชนไม่มีระบบบัญชี ทำให้ไม่ทราบต้นทุนการผลิตที่แท้จริง มีการใช้เงินหมุนเวียนไปปะปนกับค่าใช้จ่ายส่วนตัว หรือในกรณีที่สมาชิกมีการผลิตสินค้าหลายอย่างและมีการจดทะเบียนวิสาหกิจหลายกลุ่ม ก็ไม่มีการแยกแยะบัญชีของแต่ละกลุ่มวิสาหกิจที่ชัดเจน ทำให้การใช้เงินมีลักษณะที่ปะปนกันจนไม่สามารถจำแนกแยกแยะได้ว่า รายได้ตรงไหน หรือรายจ่ายตรงไหน เป็นของสินค้าหรือวิสาหกิจประเภทใด สอดคล้องกับ ฐานันท์ ตั้งรุจิกุล และคณิดา ไกรสันติ (2560, น. 979) พบว่า ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ผู้ประกอบการไม่มีระบบบัญชีที่ดีทำให้ไม่สามารถคำนวณต้นทุนการผลิตที่แท้จริงได้ การตั้งราคาขายจึงเกิดจากการประมาณการ และการใช้ประสบการณ์ ส่วนการเงิน ขาดเงินทุนเพื่อการขยายกิจการ แต่ไม่สอดคล้องกับ อัครมเดชเดชา ปานท่าไข่ (2559, น. 103) พบว่า ปัญหาด้านการบัญชี/การเงิน โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ในการระดมทุนตามช่วงเวลาที่กำหนดไว้ และการจัดบันทึกการเงินหรือบัญชี

จากการทบทวนวรรณกรรมในหัวข้องานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้นำข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิด ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต่างๆ ได้แก่ สภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจของสมาชิก ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ระดับปัญหาในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน และระดับความต้องการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ย่อมส่งผลต่อแนวทางในการส่งเสริมดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและความยั่งยืนภายในวิสาหกิจชุมชนต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แนวทางส่งเสริมเพื่อพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ มีการดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

1.1.1 ประชากรในการสัมภาษณ์ ประชากรในการวิจัยนี้ ได้แก่ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 จำนวน 369 กลุ่ม สมาชิก 3,970 คน (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564, น. 1-5)

1.1.2 ประชากรในการสนทนากลุ่ม ประชากรในการวิจัยนี้ คือ ประธานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ที่ผ่านการประเมินศักยภาพในปี พ.ศ. 2563 จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มระดับดี กลุ่มระดับปานกลาง และกลุ่มระดับปรับปรุง ตามประเภทการผลิตสินค้า 4 ชนิด ได้แก่ การผลิตพืช การแปรรูป/ถนอมอาหาร หัตถกรรม/ผ้าทอ และการผลิตเตาประดิษฐ์ น้ำยาล้างจาน และท่อเกี่ยว โดยคัดเลือกบุคคลแบบเจาะจง จำนวนกลุ่มและประเภทละ 1 คน รวม 12 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

1.2.1 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จากสูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของ Taro Yamane (อ้างถึงใน จินดา ขลิบทอง, 2544, น. 20) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 363 คน ดังนี้

สูตรการคำนวณ

$$n = \frac{N}{1+(Ne)^2}$$

กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$\begin{aligned}
 N &= \text{จำนวนประชากรทั้งหมด} \\
 e &= \text{ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้} \\
 \text{แทนค่า } N &= 3,970 \\
 e &= 0.05 \\
 n &= \frac{3,970}{1+3,970(0.05)^2} = 363.38
 \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเท่ากับ 363 คน

1.2.2 การสุ่มตัวอย่าง โดยเทียบสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ 363 คน ตามสัดส่วนของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ และทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) โดยใช้วิธีการจับสลากตามรายชื่อสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในแต่ละกลุ่ม และตามสัดส่วนสมาชิกของแต่ละกลุ่ม

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ลำดับ	ตำบล	จำนวนวิสาหกิจชุมชน (กลุ่ม)	จำนวนสมาชิกวิสาหกิจชุมชน (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
1	กุดตุ้ม	23	163	15
2	โคกสูง	15	122	11
3	ชีลอง	10	110	10
4	ซับสีทอง	15	220	20
5	ท่าหินโงม	12	156	14
6	นาฝาย	32	406	37
7	นาเสียว	40	450	41
8	โนนสำราญ	14	118	11
9	ในเมือง	16	147	13
10	บ้านค่าย	12	158	14
11	บ้านเล่า	21	284	26
12	บึงคล้า	14	160	15
13	โพนทอง	22	192	18

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ลำดับ	ตำบล	จำนวนวิสาหกิจชุมชน (กลุ่ม)	จำนวนสมาชิกวิสาหกิจชุมชน (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
14	รอบเมือง	6	46	4
15	ลาดใหญ่	12	121	11
16	หนองนาแซง	8	93	9
17	หนองไผ่	14	193	18
18	ห้วยค้อน	41	363	33
19	ห้วยบง	40	468	43
รวมทั้งหมด		369	3,970	363

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม โดยการวิจัยเชิงสำรวจและเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์ และประเด็นสนทนากลุ่ม ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

2.1 แบบสัมภาษณ์

2.1.1 การสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน และการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ตอน โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด ดังนี้ (ภาคผนวก ข)

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานของสมาชิก มีลักษณะเลือกตอบ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส การเป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตร การได้รับข้อมูลข่าวสาร ระยะเวลาการเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เหตุผลในการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน ตำแหน่งในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และความพึงพอใจในการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 2 การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วยข้อคำถามในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านบัญชีและการเงิน เป็นคำถามแบบปลายปิด ซึ่งแบ่งระดับออกเป็นการให้สเกลคำตอบ 5 ระดับ (Likert's scale) คือ

น้อยที่สุด	=	1
น้อย	=	2
ปานกลาง	=	3
มาก	=	4
มากที่สุด	=	5

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านบัญชีและการเงิน เป็นคำถามแบบปลายปิด ซึ่งแบ่งระดับออกเป็นการให้สเกลคำตอบ 5 ระดับ (Likert's scale) คือ

น้อยที่สุด	=	1
น้อย	=	2
ปานกลาง	=	3
มาก	=	4
มากที่สุด	=	5

ตอนที่ 4 ความต้องการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย ประเด็นด้านความรู้ ด้านช่องทางการพัฒนา และด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน เป็นคำถามแบบปลายปิด ซึ่งแบ่งระดับออกเป็นการให้สเกลคำตอบ 5 ระดับ (Likert's scale) คือ

น้อยที่สุด	=	1
น้อย	=	2
ปานกลาง	=	3
มาก	=	4
มากที่สุด	=	5

2.1.2 การทดสอบเครื่องมือ มีขั้นตอนและวิธีการดังต่อไปนี้

1) การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (content validity) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) การหาค่าดัชนี IOC แบ่งคะแนนออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้ (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชานีประศาสน์, 2547, น. 145-146)

มีความสอดคล้องหรือวัดได้	มีระดับคะแนนเท่ากับ +1
ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องหรือวัดได้	มีระดับคะแนนเท่ากับ 0
ไม่มีความสอดคล้องหรือไม่สามารถวัดได้	มีระดับคะแนนเท่ากับ -1

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวชี้วัด โดยแทนค่าสูตร ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องของความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

$\sum R$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

N หมายถึง จำนวนของผู้เชี่ยวชาญ

เมื่อได้ทำการคำนวณค่าดัชนี IOC จากสูตรเรียบร้อยแล้วจะนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานความเที่ยงตรง โดยการประเมินผลดัชนี IOC ของแบบจำลองดัชนีวัดผลสำเร็จ มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 0.00-0.49 หมายถึง มีความสอดคล้องในเกณฑ์ต่ำ

ค่าเฉลี่ย 0.50-0.69 หมายถึง มีความสอดคล้องในเกณฑ์ยอมรับ

ค่าเฉลี่ย 0.70-0.79 หมายถึง มีความสอดคล้องในเกณฑ์ดี

ค่าเฉลี่ย 0.80-1.00 หมายถึง มีความสอดคล้องในเกณฑ์ดีมาก

โดยข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.70 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามนั้นมีความเหมาะสม ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ และนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน (ภาคผนวก ก) ผลการหาค่าตรงตามเนื้อหาของผู้เชี่ยวชาญ พบว่า เครื่องมือมีค่า IOC มากกว่า 0.70 ขึ้นไป โดยค่าดัชนีวัดผลที่ได้เฉลี่ย 0.91 แสดงว่า ภาพรวมของข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงจุดประสงค์ หรือตรงตามเนื้อหาที่แสดงว่าข้อคำถามข้อนั้นใช้ได้

2) การทดสอบความเที่ยง (reliability) หลังจากแบบสัมภาษณ์ผ่านการตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ไปทดสอบกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อพิจารณาความง่าย ความเหมาะสมของภาษา และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ให้สัมภาษณ์ จากนั้นนำไปคำนวณหาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540, น. 117) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ดังนี้

(1) การได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูล ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.858

(2) การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.918

(3) ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.844

(4) ความต้องการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.809

สรุปผลการหาค่าความความเที่ยง (reliability) ของแบบสัมภาษณ์ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach 's alpha) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.81-0.92 มีค่าสูงกว่า 0.70 ผู้วิจัยสามารถนำร่างแบบสัมภาษณ์ไปปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมในส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์อีกครั้งก่อนนำไปใช้จริง

2.2 ประเด็นสนทนากลุ่ม

2.2.1 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และแนวทางการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดแนวคิดในการวิจัย

2.2.2 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย เป็นการกำหนดประเด็นคำถามที่ใช้ในการประชุมกลุ่ม ได้กำหนดขึ้นจากกรอบแนวคิดในการศึกษาที่กำหนดไว้ ในประเด็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของวิสาหกิจชุมชน ในการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ (ภาคผนวก ค)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการออกไปสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ในเดือนมิถุนายน 2564 ถึง เดือนมกราคม 2565 และประชุมกลุ่มกับประธานวิสาหกิจชุมชน โดยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

3.1.1 การเตรียมการและการวางแผนวิจัย โดยการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนดแนวคิด และสร้างเครื่องมืองานวิจัย ในช่วงเดือนมิถุนายน 2564

3.1.2 การประสานงาน โดยประสานงานกับประธานกลุ่ม เพื่อนัดหมายสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม ซึ่งสถานที่นัดหมายเป็นสถานที่ที่สมาชิกเดินทางสะดวก เพื่อให้ผู้วิจัยออกไปสัมภาษณ์ตามแผน เดือนกรกฎาคม 2564

3.1.3 การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ เตรียมวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้สัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ รายชื่อสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัวอย่าง ดินสอ ปากกา และกล้องถ่ายรูป เดือนกรกฎาคม 2564

3.1.4 การวางแผนการสัมภาษณ์ การจัดทำแผนการออกเก็บรวบรวมข้อมูลสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัวอย่าง เดือนกรกฎาคม 2564

3.1.5 การสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์แนะนำตัวเอง ชี้แจงวัตถุประสงค์ ความสำคัญของเรื่องที่วิจัย และประโยชน์ที่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนจะได้รับจากการวิจัย ชี้แจงการตอบแบบสัมภาษณ์ และอ่านคำถามให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนตอบ และผู้สัมภาษณ์บันทึกคำตอบ หรือทำเครื่องหมายตามที่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนตอบ เดือนสิงหาคม ถึงเดือนกันยายน 2564

3.1.6 การตรวจสอบ ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน ของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เดือนตุลาคม 2564

3.1.7 การวิเคราะห์ผล และสรุปเขียนรายงานการวิจัย โดยนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์สรุปเขียนรายงานการวิจัย และดำเนินการจัดทำรูปเล่ม

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลกับประธานวิสาหกิจชุมชน

3.2.1 การสนทนากลุ่มกำหนดประเด็นคำถาม ได้มีการจัดสนทนากลุ่มกับประธานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ทั้งนี้ได้มีชี้แจงวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้กับผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญทราบ ในช่วงเดือนมกราคม และมีนาคม 2565 ณ สถานที่ห้องประชุมสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองชัยภูมิ

3.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม สรุปผลการวิจัย และเขียนรายงานผลการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสัมภาษณ์ที่ได้ดำเนินการสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานของสมาชิก โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 2 การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 4 ความต้องการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สำหรับข้อมูลที่จัดอันดับ ในการแปลความหมายใช้เกณฑ์ตามค่าน้ำหนักเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ขนาดช่วงชั้น} &= \frac{\text{ระดับคะแนนสูงสุด} - \text{ระดับคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

การแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ยและความหมายมีดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 คะแนน หมายถึง น้อยที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 คะแนน หมายถึง น้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 คะแนน หมายถึง ปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 คะแนน หมายถึง มาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 คะแนน หมายถึง มากที่สุด

4.2 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

ใช้กลุ่มตัวอย่างประธานวิสาหกิจชุมชน ในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานเป็นการนำผลการวิเคราะห์ SWOT มากำหนดกลยุทธ์ทางเลือกด้วยเทคนิค TOWS Matrix เพื่อให้ได้กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงป้องกัน และกลยุทธ์เชิงรับ เพื่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง แนวทางส่งเสริมเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ตอนที่ 2 การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของสมาชิกอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ตอนที่ 4 ความต้องการและแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพพื้นฐาน และแหล่งข้อมูลข่าวสารของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

จากการศึกษาสภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส การเป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตร ระยะเวลาการเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เหตุผลในการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน ตำแหน่งในวิสาหกิจชุมชน และระดับความพึงพอใจในการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

n = 363		
สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	223	61.4
หญิง	140	38.6
อายุ (ปี)		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 40	22	6.1
41-49	93	25.6
50-59	183	50.4
60-69	65	17.9
ค่าต่ำสุด = 24	ค่าสูงสุด = 68	
ค่าเฉลี่ย = 52.26	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 7.081	
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	63	17.4
มัธยมศึกษาตอนต้น	126	34.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย	102	28.1
อนุปริญญา/ปวส.	60	16.5
ปริญญาตรีขึ้นไป	12	3.3
สถานภาพสมรส		
โสด	5	1.4
สมรส	350	96.4
หย่าร้าง หรือหม้าย	8	2.2
การเป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
กลุ่มแปลงใหญ่	198	54.5
กลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตร	103	28.4
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร	43	11.8
อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.)	13	3.6
สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)	5	1.4
สหกรณ์ภาคการเกษตร	1	0.3

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

n = 363		
สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระยะเวลาการเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน (ปี)		
1-2	148	40.8
3-4	194	53.4
5-6	20	5.5
มากกว่า หรือเท่ากับ 7	1	0.3
ค่าต่ำสุด = 1	ค่าสูงสุด = 10	
ค่าเฉลี่ย = 2.87	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.040	
เหตุผลในการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
มีบุคคลชักชวน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริม การเกษตร และผู้นำชุมชน	325	89.5
ต้องการมีรายได้เพิ่ม	145	39.9
ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	7	1.9
ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเพื่อนสมาชิก	4	1.1
ตำแหน่งของท่านในวิสาหกิจชุมชน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ไม่มีตำแหน่ง	281	77.4
มีตำแหน่ง	82	22.6
ประธาน	1	1.2
รองประธาน	31	37.8
เลขานุการ	30	36.6
เหรัญญิก	19	23.2
กรรมการ	1	1.2
ระดับความพึงพอใจในการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน		
น้อยที่สุด	0	0.0
น้อย	0	0.0
ปานกลาง	73	20.1
มาก	288	79.3
มากที่สุด	2	0.6

จากตารางที่ 4.1 สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) เพศ พบว่า สมาชิก ร้อยละ 61.4 เป็นเพศชาย และ ร้อยละ 38.6 เป็นเพศหญิง ตามลำดับ

2) อายุ พบว่า สมาชิก ร้อยละ 50.4 มีอายุระหว่าง 50-59 ปี มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 25.6 มีอายุระหว่าง 41-49 ปี ร้อยละ 17.9 มีอายุระหว่าง 60-69 ปี มีเพียงร้อยละ 6.1 มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 40 ปี ตามลำดับ โดยมีอายุน้อยสุด 24 ปี อายุมากที่สุด 68 ปี อายุเฉลี่ย 52.26 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 7.081

3) ระดับการศึกษา พบว่า สมาชิก ร้อยละ 34.7 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 28.1 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 17.4 มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 16.5 มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา/ปวส. มีเพียงร้อยละ 3.3 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ตามลำดับ

4) สถานภาพสมรส พบว่า สมาชิก ร้อยละ 96.4 สถานภาพสมรส มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 2.2 สถานภาพหย่าร้าง หรือหม้าย มีเพียงร้อยละ 1.4 โสด ตามลำดับ

5) การเป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตร พบว่า สมาชิก ร้อยละ 54.5 เป็นสมาชิกกลุ่มแปลงใหญ่ มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 28.4 เป็นสมาชิกกลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตร ร้อยละ 11.8 เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ร้อยละ 3.6 เป็นสมาชิกอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) ร้อยละ 1.4 เป็นสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) มีเพียงร้อยละ 0.3 เป็นสมาชิกสหกรณ์ภาคการเกษตร ตามลำดับ

6) ระยะเวลาการเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบว่า สมาชิก ร้อยละ 53.4 เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 3-4 ปี มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 40.8 เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 1-2 ปี ร้อยละ 5.5 เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 5-6 ปี มีเพียงร้อยละ 0.3 เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมากกว่า หรือเท่ากับ 7 ปีขึ้นไป ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาการเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน น้อยสุด 1 ปี มากสุด 10 ปี เฉลี่ย 2.87 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.040

7) เหตุผลในการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน พบว่า สมาชิก ร้อยละ 89.5 มีบุคคลเข้ามาชักชวน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และผู้นำชุมชน มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 39.9 ต้องการมีรายได้เพิ่ม ร้อยละ 1.9 ใ้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ มีเพียงร้อยละ 1.1 ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเพื่อนสมาชิกด้วยกัน

8) ตำแหน่งของท่านในวิสาหกิจชุมชน พบว่า สมาชิก ร้อยละ 77.4 ไม่มีตำแหน่งในวิสาหกิจชุมชน และร้อยละ 22.6 มีตำแหน่งในวิสาหกิจชุมชน โดยร้อยละ 37.8 มีตำแหน่งเป็น

รองประธานวิสาหกิจชุมชน มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 36.6 มีตำแหน่งเป็นเลขานุการ ร้อยละ 23.2 มีตำแหน่งเป็นเหรัญญิก และมีเพียงร้อยละ 1.2 เท่านั้น มีตำแหน่งเป็นประธาน และกรรมการ ตามลำดับ

9) ระดับความพึงพอใจในการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน พบว่า สมาชิก ร้อยละ 79.3 มีความพึงพอใจในการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับมาก มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 20.1 ความพึงพอใจในการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง มีเพียงร้อยละ 0.6 มีความพึงพอใจในการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ โดยมีระดับความพึงพอใจในการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน น้อยสุด 3 ปี มากสุด 5 ปี เฉลี่ย 3.80 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.411

1.2 แหล่งข้อมูลข่าวสารของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

จากการศึกษาแหล่งข้อมูลข่าวสารของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม และสื่อมวลชน ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 แหล่งข้อมูลข่าวสารของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

แหล่งความรู้	ระดับการได้รับข้อมูลข่าวสาร					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	(จำนวน/ร้อยละ)							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. สื่อบุคคล						2.92 (0.538)	ปานกลาง	
1.1 เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตร	0 (0.0)	10 (2.8)	284 (78.2)	68 (18.7)	1 (0.3)	3.17 (0.446)	ปานกลาง	1
1.2 เจ้าหน้าที่ภาครัฐ	5 (1.4)	40 (11.0)	304 (83.7)	12 (3.3)	2 (0.6)	2.91 (0.461)	ปานกลาง	3
1.3 เพื่อนเกษตรกร	8 (2.2)	62 (17.1)	263 (72.5)	29 (8.0)	1 (0.3)	2.87 (0.578)	ปานกลาง	4
1.4 ญาติพี่น้อง	18 (5.0)	69 (19.0)	271 (74.7)	4 (1.1)	1 (0.3)	2.73 (0.581)	ปานกลาง	5
1.5 ผู้นำชุมชน	10 (2.8)	53 (14.6)	258 (71.1)	35 (9.6)	7 (1.6)	2.93 (0.623)	ปานกลาง	2

n = 363

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

n = 363

แหล่งความรู้	ระดับการได้รับข้อมูลข่าวสาร					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	(จำนวน/ร้อยละ)							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
2. สื่อกิจกรรม						2.89 (0.587)		
2.1 การประชุม	1 (0.3)	13 (3.6)	273 (75.2)	69 (19.0)	7 (1.9)	3.19 (0.529)	ปานกลาง	1
2.2 การฝึกอบรม	8 (2.2)	48 (13.2)	289 (79.6)	17 (4.7)	1 (0.3)	2.88 (0.513)	ปานกลาง	2
2.3 การศึกษาดูงาน	37 (10.2)	76 (20.9)	240 (66.1)	8 (2.2)	2 (0.6)	2.62 (0.720)	ปานกลาง	3
3. สื่อมวลชน						2.62 (0.744)		
3.1 หนังสือ	243 (66.9)	97 (26.7)	22 (6.1)	0 (0.0)	1 (0.3)	1.40 (0.629)	น้อยที่สุด	5
3.2 วารสาร	213 (58.7)	114 (31.4)	22 (6.1)	13 (3.6)	1 (0.3)	1.55 (0.786)	น้อยที่สุด	4
3.3 วิทยูกระจายเสียง	2 (0.6)	6 (1.7)	225 (62.0)	22 (6.1)	108 (29.8)	3.63 (0.947)	มาก	1
3.4 โทรทัศน์	15 (4.1)	14 (3.9)	236 (65.0)	88 (24.2)	10 (2.8)	3.18 (0.726)	ปานกลาง	3
3.5 โทรศัพท์	0 (0.0)	1 (2.7)	24 (64.9)	10 (27.0)	2 (5.4)	3.35 (0.633)	ปานกลาง	2
เฉลี่ยรวม						2.81 (0.623)	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.2 แหล่งข้อมูลข่าวสารของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ มีแหล่งความรู้ทั้งที่เป็น สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม และสื่อมวลชน ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด 2.81) โดยเมื่อพิจารณาแยกออกรายละเอียดแต่ละแหล่งข้อมูลข่าวสารของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบว่า

1) สื่อบุคคล สื่อบุคคลของสมาชิกที่ได้รับความรู้ แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.92) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็นพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร (ค่าเฉลี่ย 3.17) รองลงมา ผู้นำชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.93) เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ได้แก่ กรมพัฒนาที่ดิน กรมพัฒนาชุมชน กรมการข้าว กรมปศุสัตว์ กรมประมง (ค่าเฉลี่ย 2.91) เพื่อนเกษตรกร (ค่าเฉลี่ย 2.87) และญาติพี่น้อง (ค่าเฉลี่ย 2.73) ตามลำดับ

2) สื่อกิจกรรม สื่อกิจกรรมของสมาชิกที่ได้รับความรู้ แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.89) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ การประชุม (ค่าเฉลี่ย 3.19) รองลงมา การฝึกอบรม (ค่าเฉลี่ย 2.88) และการศึกษาดูงาน (ค่าเฉลี่ย 2.62) ตามลำดับ

3) สื่อมวลชน สื่อมวลชนของสมาชิกที่ได้รับความรู้ แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.62) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวน 1 แห่ง คือ วิทยุกระจายเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.63) สำหรับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.35) และโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.18) ส่วนแหล่งข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ วารสาร (ค่าเฉลี่ย 1.55) และหนังสือ (ค่าเฉลี่ย 1.40) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 สรุปแหล่งข้อมูลข่าวสารของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

n = 363				
แหล่งความรู้	เฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	อันดับ
1. สื่อบุคคล	2.92	0.538	ปานกลาง	1
2. สื่อกิจกรรม	2.89	0.587	ปานกลาง	2
3. สื่อมวลชน	2.62	0.744	ปานกลาง	3
เฉลี่ยรวม	2.81	0.623	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน มีความคิดเห็นในการได้รับความรู้ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.81) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็นตามสื่อที่ได้รับข้อมูลความรู้พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวนทั้ง 3 ประเด็น ได้แก่ สื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 2.92) สื่อกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.89) และสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.62) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ข้อมูลการดำเนินงานทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน

จากการศึกษาข้อมูลการดำเนินงานทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ประเภทกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน จุดประสงค์ของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ลักษณะของการจำหน่ายผลผลิตบุคคลในวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการจัดหาตลาด และแหล่งสนับสนุนงบประมาณวิสาหกิจชุมชน ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.4 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 การดำเนินงานทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน

n = 363		
การดำเนินงานทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเภทกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน		
ผลิตพืช/ผลิตสัตว์	257	70.8
แปรรูป/ถนอมอาหาร	47	12.9
หัตถกรรม/จักสาน/ศิลปะประดิษฐ์	33	9.1
อื่นๆ เช่น การผลิตเตาประดิษฐ์ น้ำยาล้างจาน	26	7.2
และท่องเที่ยว		
จุดประสงค์ของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ผลิตเพื่อจำหน่าย	287	79.1
ผลิตเพื่อจำหน่าย/ใช้ในครัวเรือน	94	25.9
ผลิตเพื่อใช้ในครัวเรือน	2	0.6
ลักษณะของการจำหน่ายผลผลิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ขายปลีก	329	90.6
ขายส่ง มีพ่อค้ามารับซื้อที่กลุ่ม	143	39.4
ตามการสั่งซื้อ	122	33.6
ฝากร้านค้าจำหน่ายภายในชุมชน	15	4.1

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

n = 363		
การดำเนินงานทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลักษณะของการจำหน่ายผลผลิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
จำหน่ายตามเทศกาลต่างๆ	52	14.3
ขายผ่านพ่อค้าคนกลาง	17	4.7
บุคคลในวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการจัดหาตลาด		
สมาชิก	203	55.9
ประธาน	112	30.9
ฝ่ายตลาด	44	12.1
เจ้าหน้าที่	1	0.3
แหล่งสนับสนุนงบประมาณวิสาหกิจชุมชน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ส่วนราชการ ได้แก่ ธ.ก.ส.	281	77.4
ส่วนท้องถิ่น ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบล	102	28.1
ภาคเอกชน ได้แก่ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)	3	0.8

จากตารางที่ 4.4 การดำเนินงานทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) ประเภทกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน พบว่า สมาชิก ร้อยละ 70.8 ดำเนินกิจกรรมด้านการผลิตพืชผลผลิตสัตว์ เช่น การผลิตข้าว ผัก ลำไย สับปะรด การเพาะเลี้ยงเห็ดฟาง การเลี้ยงโคพื้นเมือง สุกร และปลา มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 12.9 ดำเนินกิจกรรมด้านการแปรรูป/ถนอมอาหาร เช่น การแปรรูปไส้กรอก แหนม หม่า ข้าวเกรียบ และปลาแดดเดียว ร้อยละ 9.1 หัตถกรรม/จักสาน/ศิลปะประดิษฐ์ ได้แก่ การทอเสื่อ ผ้าทอ จักสานตะกร้า ตะกร้าพลาสติก และกระด้ง และร้อยละ 7.2 กิจกรรมประเภทอื่นๆ ได้แก่ การผลิตเตาประดิษฐ์ การผลิตน้ำยาล้างจาน และการท่องเที่ยว ตามลำดับ

2) จุดประสงค์ของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน พบว่า สมาชิก ร้อยละ 79.1 ผลิตเพื่อจำหน่าย มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 25.9 ผลิตเพื่อจำหน่าย/ใช้ในครัวเรือน มีเพียงร้อยละ 0.6 ผลิตเพื่อใช้ในครัวเรือนอย่างเดียว ตามลำดับ

3) ลักษณะของการจำหน่ายผลผลิต พบว่า สมาชิก ร้อยละ 90.6 มีลักษณะการจำหน่ายแบบขายปลีก มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 39.4 มีลักษณะแบบขายส่ง ร้อยละ 33.6 มีลักษณะ

ตามการสั่งซื้อ ร้อยละ 14.3 มีลักษณะการจำหน่ายตามเทศกาลต่าง ร้อยละ 4.7 มีลักษณะขายผ่านพ่อค้าคนกลาง และร้อยละ 4.1 มีลักษณะฝากร้านค้าจำหน่ายภายในชุมชน ตามลำดับ

4) บุคคลในวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการจัดหาลาด พบว่า สมาชิก ร้อยละ 55.9 สมาชิกเป็นผู้ดำเนินการจัดหาลาด มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 30.9 ประธานเป็นผู้ดำเนินการจัดหาลาด ร้อยละ 12.1 ฝ่ายการตลาดเป็นผู้ดำเนินการจัดหาลาด มีเพียงร้อยละ 0.3 เจ้าหน้าที่ภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการจัดหาลาด ตามลำดับ

5) แหล่งสนับสนุนงบประมาณวิสาหกิจชุมชน พบว่า สมาชิก ร้อยละ 77.4 ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากส่วนราชการ ได้แก่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 28.1 ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากส่วนท้องถิ่น ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบล มีเพียงร้อยละ 0.8 ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากภาคเอกชน ได้แก่ บริษัท ไทยเฟวเอเรจ จำกัด (มหาชน)

2.2 การดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

จากการศึกษาการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการบัญชีและการเงิน ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.5 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 การดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

ประเด็น	ระดับการดำเนินงาน					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	(จำนวน/ร้อยละ)							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. ด้านการบริหารจัดการ						2.80 (0.453)	ปานกลาง	
1.1 การกำหนดเป้าหมายและทิศทางของวิสาหกิจชุมชนอย่างชัดเจน	2 (0.6)	67 (18.5)	291 (80.2)	2 (0.6)	1 (0.3)	2.82 (0.435)	ปานกลาง	1
1.2 การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน	2 (0.6)	65 (17.9)	293 (80.7)	1 (0.3)	2 (0.6)	2.82 (0.442)	ปานกลาง	1

n = 363

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

n = 363

ประเด็น	ระดับการดำเนินงาน					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	(จำนวน/ร้อยละ)							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1.3 การวางแผนในการดำเนินงานร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ	3 (0.8)	75 (20.7)	283 (78.0)	0 (0.0)	2 (0.6)	2.79 (0.466)	ปานกลาง	4
1.4 การกำหนดแผนการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน	3 (0.8)	79 (21.8)	279 (76.9)	0 (0.0)	2 (0.6)	2.78 (0.473)	ปานกลาง	5
1.5 การเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน	2 (0.6)	70 (19.3)	288 (79.3)	1 (0.3)	2 (0.6)	2.81 (0.452)	ปานกลาง	3
2. ด้านการผลิต						2.77 (0.473)	ปานกลาง	
2.1 กระบวนการวางแผนการผลิต	2 (0.6)	79 (21.8)	279 (76.9)	1 (0.3)	2 (0.6)	2.79 (0.468)	ปานกลาง	2
2.2 การควบคุมแผนการผลิต	3 (0.8)	76 (20.9)	281 (77.4)	1 (0.3)	2 (0.6)	2.79 (0.472)	ปานกลาง	2
2.3 การตรวจสอบคุณภาพทุกขั้นตอน	2 (0.6)	107 (29.5)	251 (69.1)	1 (0.3)	2 (0.6)	2.71 (0.507)	ปานกลาง	7
2.4 การใช้วัสดุุดิบในการผลิตจากภายในชุมชน	2 (0.6)	0 (0.0)	80 (22.0)	279 (76.9)	2 (0.6)	2.78 (0.465)	ปานกลาง	5
2.5 ปัจจัยการผลิตเพียงพอ	2 (0.6)	85 (23.4)	273 (75.2)	1 (0.3)	2 (0.6)	2.77 (0.478)	ปานกลาง	6
2.6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	2 (0.6)	73 (20.1)	285 (78.5)	1 (0.3)	2 (0.6)	2.80 (0.457)	ปานกลาง	1
2.7 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า	2 (0.6)	77 (21.2)	281 (77.4)	1 (0.3)	2 (0.6)	2.79 (0.464)	ปานกลาง	2

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

n = 363

ประเด็น	ระดับการดำเนินงาน (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
3. ด้านการตลาด						2.62 (0.509)	ปานกลาง	
3.1 สถานที่จำหน่ายสินค้า ชัดเจน	2 (0.6)	111 (30.6)	247 (68.0)	2 (0.6)	1 (0.3)	2.69 (0.502)	ปานกลาง	1
3.2 ระบบการกระจายสินค้า เป็นระบบ	2 (0.6)	114 (31.4)	244 (67.2)	2 (0.6)	1 (0.3)	2.69 (0.505)	ปานกลาง	1
3.3 กำหนดราคาในการ จำหน่ายสินค้าเหมาะสม	1 (0.3)	113 (31.1)	246 (67.8)	2 (0.6)	1 (0.3)	2.69 (0.496)	ปานกลาง	1
3.4 ช่องทางการจำหน่าย สินค้าหลากหลาย	0 (0.0)	182 (50.1)	179 (49.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	2.51 (0.522)	น้อย	5
3.5 การศึกษาแนวโน้มของ ตลาดอนาคตอย่าง ต่อเนื่อง	0 (0.0)	179 (49.3)	182 (50.1)	1 (0.3)	1 (0.3)	2.52 (0.522)	น้อย	4
4. ด้านการบัญชีและการเงิน						2.59 (0.533)	น้อย	
4.1 การระดมทุนจากสมาชิก	0 (0.0)	179 (49.3)	182 (50.1)	1 (0.3)	1 (0.3)	2.52 (0.527)	น้อย	2
4.2 การกู้เงินจากแหล่งทุน ภายนอก	2 (0.6)	182 (50.1)	177 (48.8)	1 (0.3)	1 (0.3)	2.50 (0.533)	น้อย	5
4.3 เงินทุนหมุนเวียนในการ ดำเนินงานพอเพียง	3 (0.8)	173 (47.7)	185 (51.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	2.52 (0.538)	น้อย	2
4.4 ระบบการควบคุมการใช้ เงินเหมาะสม	3 (0.8)	175 (48.2)	183 (50.4)	1 (0.3)	1 (0.3)	2.51 (0.538)	น้อย	4
4.5 จัดสรรผลประโยชน์ ให้กับสมาชิกอย่างเป็น ธรรม	2 (0.6)	149 (41.0)	209 (57.6)	2 (0.6)	1 (0.3)	2.59 (0.530)	น้อย	1
เฉลี่ยรวม						2.70 (0.492)		

จากตารางที่ 4.5 การดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ในด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการบัญชีและการเงิน ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด 2.70) โดยเมื่อพิจารณาแยกออกรายละเอียดแต่ละด้านของการดำเนินงานสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบว่า

1) ด้านบริหารจัดการ การดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในด้านการบริหารจัดการ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.80) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 5 ประเด็น ได้แก่ การกำหนดเป้าหมายและทิศทางของวิสาหกิจชุมชนอย่างชัดเจน และการกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.82) เท่ากัน รองลงมา การเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน (ค่าเฉลี่ย 2.81) การวางแผนในการดำเนินงานร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 2.79) และการกำหนดแผนการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.78) ตามลำดับ

2) ด้านการผลิต การดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในด้านการผลิต ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.77) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 7 ประเด็น ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 2.80) รองลงมา กระบวนการวางแผน การผลิตการควบคุมแผนการผลิต และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.79) เท่ากัน การใช้วัตถุดิบในการผลิตจากภายในชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.78) ปัจจัยการผลิตเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.77) และการตรวจสอบคุณภาพทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย 2.71) ตามลำดับ

3) ด้านการตลาด การดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในด้านการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.62) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 3 ประเด็น ได้แก่ สถานที่จำหน่ายสินค้าชัดเจน ระบบการกระจายสินค้าเป็นระบบ และกำหนดราคาในการจำหน่ายสินค้าเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.69) เท่ากัน สำหรับการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อย จำนวน 2 ประเด็น ได้แก่ การศึกษาแนวโน้มของตลาดอนาคตอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 2.52) และช่องทางการจำหน่ายสินค้าหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.51) ตามลำดับ

4) ด้านการบัญชีและการเงิน การดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในด้านการบัญชีและการเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.59) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่าอยู่ในระดับน้อย จำนวน 5 ประเด็น ได้แก่ จัดสรรผลประโยชน์ให้กับสมาชิกอย่างเป็นธรรม (ค่าเฉลี่ย 2.59) รองลงมา การระดมทุนจากสมาชิก และเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานพอเพียง (ค่าเฉลี่ย 2.52) เท่ากัน ระบบการควบคุมการใช้เงินเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.51) และการกู้เงินจากแหล่งทุนภายนอก (ค่าเฉลี่ย 2.50) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของสมาชิกอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

จากการศึกษาปัญหาในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของสมาชิกอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการบัญชีและการเงิน ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.6 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 ปัญหาในการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

n = 363

ประเด็น	ระดับปัญหา (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. ด้านการบริหารจัดการ						2.59 (0.547)	น้อย	
1.1 ผู้นำขาดความ รับผิดชอบ	2 (0.6)	159 (43.8)	196 (54.0)	9 (1.7)	0 (0.0)	2.57 (0.539)	น้อย	4
1.2 สมาชิกไม่เข้าใจ วัตถุประสงค์ของ วิสาหกิจชุมชน	2 (0.6)	156 (43.0)	196 (54.0)	9 (2.5)	0 (0.0)	2.58 (0.552)	น้อย	3
1.3 ขาดการประสานงาน ภายในวิสาหกิจชุมชน	2 (0.6)	143 (39.4)	209 (57.6)	9 (2.5)	0 (0.0)	2.62 (0.545)	ปานกลาง	1
1.4 ผู้นำไม่ยอมรับความ คิดเห็นของสมาชิก	2 (0.6)	156 (43.0)	196 (54.0)	9 (2.5)	0 (0.0)	2.58 (0.552)	น้อย	3
1.5 การแบ่งปัน ผลประโยชน์ไม่เป็น ธรรม	2 (0.6)	144 (39.7)	207 (57.0)	10 (2.8)	0 (0.0)	2.62 (0.550)	ปานกลาง	1
2. ด้านการผลิต						2.78 (0.492)	ปานกลาง	
2.1 ไม่มีการวางแผนการ ผลิตที่ชัดเจน	3 (0.8)	143 (39.4)	205 (56.5)	12 (3.3)	0 (0.0)	2.62 (0.564)	ปานกลาง	4
2.2 กระบวนการผลิตไม่ได้ มาตรฐาน	3 (0.8)	144 (39.7)	204 (56.2)	12 (3.3)	0 (0.0)	2.62 (0.565)	ปานกลาง	4

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

n = 363

ประเด็น	ระดับปัญหา (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
2.3 ไม่มีการตรวจสอบ คุณภาพของสินค้าใน ระหว่างกระบวนการ ผลิต	2 (0.6)	52 (14.3)	293 (80.7)	16 (4.4)	0 (0.0)	2.89 (0.445)	ปานกลาง	2
2.4 กำลัการผลิต ไม่เพียงพอต่อความ ต้องการของลูกค้า	2 (0.6)	55 (15.2)	292 (80.4)	14 (3.9)	0 (0.0)	2.88 (0.444)	ปานกลาง	3
2.5 ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับ มาตรฐาน	3 (0.8)	47 (12.9)	298 (82.1)	15 (4.1)	0 (0.0)	2.90 (0.440)	ปานกลาง	1
3. ด้านการตลาด						2.80 (0.480)	ปานกลาง	
3.1 ต้นทุนการผลิตสูง	2 (0.6)	117 (32.2)	230 (63.4)	14 (3.9)	0 (0.0)	2.71 (0.545)	ปานกลาง	3
3.2 ผลิตภัณฑ์ไม่ตรงตาม ความต้องการของ ผู้บริโภค	2 (0.6)	138 (38.0)	210 (57.9)	13 (3.6)	0 (0.0)	2.64 (0.559)	ปานกลาง	4
3.3 ผลิตภัณฑ์ของ วิสาหกิจชุมชนมีการ แข่งขันสูง	2 (0.6)	36 (9.9)	312 (86.0)	13 (3.6)	0 (0.0)	2.93 (0.390)	ปานกลาง	1
3.4 ไม่สามารถขยายตลาด นอกชุมชนได้	3 (0.8)	39 (10.7)	304 (83.7)	17 (4.7)	0 (0.0)	2.92 (0.426)	ปานกลาง	2

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

n = 363

ประเด็น	ระดับปัญหา (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
4. ด้านการบัญชีและการเงิน						2.86 (0.455)	ปานกลาง	
4.1 ไม่มีระบบบัญชีที่ดี	3 (0.8)	49 (13.5)	298 (82.1)	13 (3.6)	0 (0.0)	2.88 (0.437)	ปานกลาง	1
4.2 เงินทุนหมุนเวียน ในการดำเนินงาน ไม่เพียงพอ	3 (0.8)	62 (17.1)	285 (78.5)	13 (3.6)	0 (0.0)	2.85 (0.466)	ปานกลาง	2
4.3 ระบบการควบคุมการ ใช้เงินไม่เหมาะสม	3 (0.8)	61 (16.8)	286 (78.8)	13 (3.6)	0 (0.0)	2.85 (0.464)	ปานกลาง	2
เฉลี่ยรวม						2.76 (0.493)	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.6 ปัญหาการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ในด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการบัญชีและการเงิน ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด 2.76) โดยเมื่อพิจารณาแยกออกรายละเอียดแต่ละด้านของการดำเนินงานสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบว่า

1) ด้านบริหารจัดการ ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในด้านการบริหารจัดการ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.59) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ประเด็น ได้แก่ ขาดการประสานงานภายในวิสาหกิจชุมชน และการแบ่งปันผลประโยชน์ไม่เป็นธรรม (ค่าเฉลี่ย 2.62) เท่ากัน สำหรับปัญหาในด้านการบริหารจัดการที่อยู่ในระดับน้อย ได้แก่ สมาชิกไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ของวิสาหกิจชุมชน และผู้นำไม่ยอมรับความคิดเห็นของสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 2.58) เท่ากัน และผู้นำขาดความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 2.57) ตามลำดับ

2) ด้านการผลิต ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในด้านการผลิต ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.78) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 5 ประเด็น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.90) รองลงมา ไม่มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าในระหว่างกระบวนการผลิต (ค่าเฉลี่ย 2.89) กำลังการผลิตไม่เพียงพอ

ต่อความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.88) และไม่มีการวางแผนการผลิตที่ชัดเจน และกระบวนการผลิตไม่ได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.62) เท่ากัน ตามลำดับ

3) ด้านการตลาด ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในด้านการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.80) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 4 ประเด็น ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนมีการแข่งขันสูง (ค่าเฉลี่ย 2.93) รองลงมา ไม่สามารถขยายตลาดนอกชุมชนได้ (ค่าเฉลี่ย 2.92) ต้นทุนการผลิตสูง (ค่าเฉลี่ย 2.71) และผลิตภัณฑ์ไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค (ค่าเฉลี่ย 2.64) ตามลำดับ

4) ด้านการบัญชีและการเงิน ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในด้านการบัญชีและการเงิน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.86) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 3 ประเด็น ได้แก่ ไม่มีระบบบัญชีที่ดี (ค่าเฉลี่ย 2.88) รองลงมา เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานไม่เพียงพอ และระบบการควบคุมการใช้จ่ายเงินไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.85) เท่ากัน

ตารางที่ 4.7 สรุปปัญหาในการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

n = 363

ประเด็น	เฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	อันดับ
1. ด้านการบริหารจัดการ	2.59	0.547	น้อย	4
2. ด้านการผลิต	2.78	0.492	ปานกลาง	3
3. ด้านการตลาด	2.80	0.480	ปานกลาง	2
4. ด้านการบัญชีและการเงิน	2.86	0.455	ปานกลาง	1
เฉลี่ยรวม	2.76	0.493	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัญหาในการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ มีระดับปัญหาในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็นตามด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวนทั้ง 3 ประเด็น ได้แก่ ด้านการบัญชีและการเงิน (ค่าเฉลี่ย 2.86) ด้านการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.80) และด้านการผลิต (ค่าเฉลี่ย 2.78) ส่วนปัญหาอยู่ในระดับน้อย คือ ด้านการบริหารจัดการ (ค่าเฉลี่ย 2.59) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ความต้องการและแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

จากการศึกษาความต้องการและแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 ความต้องการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

ความต้องการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย ความต้องการความรู้ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน และความต้องการช่องทางในการพัฒนาการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้

4.1.1 ความต้องการความรู้ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการบัญชีและการเงิน ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ความต้องการความรู้ในการดำเนินงานสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

n = 363

ประเด็น	ระดับความต้องการ (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. ด้านการบริหารจัดการ	0 (0.0)	31 (8.5)	97 (26.7)	210 (57.9)	25 (6.9)	3.63 (0.737)	มาก	3
2. ด้านการผลิต	0 (0.0)	65 (17.9)	65 (17.9)	235 (64.7)	51 (14.0)	3.90 (0.665)	มาก	1
3. ด้านการตลาด	0 (0.0)	19 (5.2)	81 (22.3)	244 (67.2)	19 (5.2)	3.72 (0.640)	มาก	2
4. ด้านบัญชีและการเงิน	17 (4.7)	93 (25.6)	68 (18.7)	184 (50.7)	1 (0.3)	3.16 (0.968)	ปานกลาง	4
เฉลี่ยรวม						3.60 (0.752)	มาก	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ความต้องการความรู้ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ มีความต้องการความรู้ในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็นตามด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวนทั้ง 3 ประเด็น ได้แก่

ด้านการผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.90) ด้านการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.72) และด้านการบริหารจัดการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ส่วนความต้องการความรู้ที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านบัญชีและการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.16) ตามลำดับ

4.1.2 ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย
สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน และสื่อออนไลน์ มีรายละเอียดดังนี้

1) ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านการบริหารจัดการ ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านการบริหารจัดการ

n = 363

ประเด็น	ระดับความต้องการ (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
1. สื่อบุคคล						2.42	น้อย	
						(0.734)		
1.1 เจ้าหน้าที่ของรัฐ	0	24	224	114	1	3.25	ปานกลาง	1
	(0.0)	(6.6)	(61.7)	(31.4)	(0.3)	(0.573)		
1.2 เจ้าหน้าที่เอกชน	38	182	110	30	3	2.39	น้อย	2
	(10.5)	(50.1)	(30.3)	(8.3)	(0.8)	(0.815)		
1.3 สมาชิกกลุ่ม	154	196	11	0	2	1.62	น้อยที่สุด	3
	(42.4)	(54.0)	(3.0)	(0.0)	(0.6)	(0.815)		
2. สื่อกิจกรรม						2.54	น้อย	
						(0.738)		
2.1 การอบรม	7	50	260	44	2	2.96	ปานกลาง	1
	(1.9)	(13.8)	(71.6)	(12.1)	(0.6)	(0.598)		
2.2 การฝึกปฏิบัติ	12	189	124	35	3	2.53	น้อย	2
	(3.3)	(52.1)	(34.2)	(9.6)	(0.8)	(0.748)		
2.3 การศึกษาดูงาน	83	185	68	23	4	2.12	น้อย	3
	(22.9)	(51.0)	(18.7)	(6.3)	(1.1)	(0.870)		

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

n = 363

ประเด็น	ระดับความต้องการ					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	(จำนวน/ร้อยละ)							
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
3. สื่อมวลชน						2.19 (0.882)	น้อย	
3.1 แผ่นพับ	197 (54.3)	113 (31.1)	18 (5.0)	33 (9.1)	2 (0.6)	1.71 (0.960)	น้อยที่สุด	5
3.2 คู่มือ	120 (33.1)	141 (38.8)	92 (25.3)	8 (2.2)	2 (0.6)	1.98 (0.851)	น้อย	4
3.3 โปสเตอร์	123 (33.9)	78 (21.5)	100 (27.5)	58 (16.0)	4 (1.1)	2.29 (1.128)	น้อย	3
3.4 วิทยู	33 (9.1)	136 (37.5)	175 (48.2)	18 (5.0)	1 (0.3)	2.50 (0.741)	น้อย	1
3.5 โทรทัศน์	41 (11.3)	124 (34.2)	190 (52.3)	7 (1.9)	1 (0.3)	2.46 (0.728)	น้อย	2
4. สื่อออนไลน์						2.53 (1.132)	น้อย	
4.1 อินเทอร์เน็ต	32 (8.8)	138 (38.0)	100 (27.5)	86 (23.7)	7 (1.9)	2.72 (0.985)	ปานกลาง	1
4.2 แอปพลิเคชัน	81 (22.3)	199 (54.8)	16 (4.4)	13 (3.6)	54 (14.9)	2.34 (1.280)	น้อย	2
เฉลี่ยรวม						2.42 (0.871)	น้อย	

จากตารางที่ 4.9 ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงาน วิชาทฤษฎีชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ในด้านการบริหารจัดการ ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับ น้อย (ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด 2.42) โดยเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับน้อย จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ สื่อกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.54) รองลงมา สื่อออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 2.53) สื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 2.42) และสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.19) ตามลำดับ

2) ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิต ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิต

n = 363

ประเด็น	ระดับความต้องการ (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. สื่อบุคคล						2.43 (0.672)	น้อย	
1.1 เจ้าหน้าที่ของรัฐ	0 (0.0)	21 (5.8)	231 (63.6)	110 (30.3)	1 (0.3)	3.25 (0.557)	ปานกลาง	1
1.2 เจ้าหน้าที่เอกชน	39 (10.7)	175 (48.2)	114 (31.4)	32 (8.8)	3 (0.8)	2.41 (0.827)	น้อย	2
1.3 สมาชิกกลุ่ม	155 (42.7)	192 (52.9)	12 (3.3)	2 (0.6)	2 (0.6)	1.63 (0.631)	น้อยที่สุด	3
2. สื่อกิจกรรม						2.54 (0.742)	น้อย	
2.1 การอบรม	7 (1.9)	50 (13.8)	260 (71.6)	42 (11.6)	4 (1.1)	2.96 (0.612)	ปานกลาง	1
2.2 การฝึกปฏิบัติ	12 (3.3)	187 (51.5)	126 (34.7)	35 (9.6)	3 (0.8)	2.53 (0.748)	น้อย	2
2.3 การศึกษาดูงาน	83 (22.9)	181 (49.9)	72 (19.8)	24 (6.6)	3 (0.8)	2.13 (0.867)	น้อย	3
3. สื่อมวลชน						2.19 (0.874)	น้อย	
3.1 แผ่นพับ	195 (53.7)	112 (30.9)	22 (6.1)	33 (9.1)	1 (0.3)	1.71 (0.952)	น้อยที่สุด	5
3.2 คู่มือ	120 (33.1)	142 (39.1)	94 (25.9)	6 (1.7)	1 (0.3)	1.97 (0.825)	น้อย	4

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

n = 363

ประเด็น	ระดับความต้องการ					\bar{X} (S.D.)	ความ หมาย	อันดับ
	(จำนวน/ร้อยละ)							
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
3.3 โปสเตอร์	123 (33.9)	77 (21.2)	100 (27.5)	59 (16.3)	4 (1.1)	2.29 (1.131)	น้อย	3
3.4 วิทยู	29 (8.0)	136 (37.5)	178 (49.0)	19 (5.2)	1 (0.3)	2.52 (0.729)	น้อย	1
3.5 โทรทัศน์	40 (11.0)	127 (35.0)	187 (51.5)	7 (1.9)	2 (0.6)	2.46 (0.736)	น้อย	2
4. สื่อออนไลน์						2.60 (1.138)	น้อย	
4.1 อินเทอร์เน็ต	28 (7.7)	133 (36.6)	103 (28.4)	89 (24.5)	10 (2.8)	2.78 (0.992)	ปานกลาง	1
4.2 แอปพลิเคชัน	72 (19.8)	197 (54.3)	19 (5.2)	21 (5.8)	54 (14.9)	2.42 (1.285)	น้อย	2
เฉลี่ยรวม						2.44 (0.856)	น้อย	

จากตารางที่ 4.10 ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ในด้านการผลิต ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด 2.42) โดยเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับน้อย จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ สื่อออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 2.60) รองลงมา สื่อกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.54) สื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 2.43) และสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.19) ตามลำดับ

3) ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านการตลาด ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านการตลาด

n = 363

ประเด็น	ระดับความต้องการ (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
1. สื่อบุคคล						2.48 (0.719)	น้อย	
1.1 เจ้าหน้าที่ของรัฐ	0 (0.0)	20 (5.5)	233 (64.2)	109 (30.0)	1 (0.3)	3.25 (0.552)	ปานกลาง	1
1.2 เจ้าหน้าที่เอกชน	38 (10.5)	165 (45.5)	91 (25.1)	64 (17.6)	5 (1.4)	2.54 (0.946)	น้อย	2
1.3 สมาชิกกลุ่ม	157 (43.3)	189 (52.1)	10 (2.8)	5 (1.4)	2 (0.6)	1.64 (0.660)	น้อยที่สุด	3
2. สื่อกิจกรรม						2.54 (0.743)	น้อย	
2.1 การอบรม	7 (1.9)	51 (14.0)	261 (71.9)	41 (11.3)	3 (0.8)	2.95 (0.602)	ปานกลาง	1
2.2 การฝึกปฏิบัติ	13 (3.6)	185 (51.0)	125 (34.4)	36 (9.9)	4 (1.1)	2.54 (0.766)	น้อย	2
2.3 การศึกษาดูงาน	83 (22.9)	181 (49.9)	73 (20.1)	23 (6.3)	3 (0.8)	2.12 (0.863)	น้อย	3
3. สื่อมวลชน						2.21 (0.885)	น้อย	
3.1 แผ่นพับ	192 (52.9)	110 (30.3)	27 (7.4)	33 (9.1)	1 (0.3)	1.74 (0.961)	น้อยที่สุด	5
3.2 คู่มือ	119 (32.8)	142 (39.1)	91 (25.1)	9 (2.5)	2 (0.6)	1.99 (0.854)	น้อย	4
3.3 โปสเตอร์	122 (33.6)	74 (20.4)	101 (27.8)	63 (17.4)	3 (0.8)	2.31 (1.135)	น้อย	3

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

n = 363

ประเด็น	ระดับความต้องการ (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
3.4 วิทยุ	31 (8.5)	131 (36.1)	180 (49.6)	20 (5.5)	1 (0.3)	2.53 (0.740)	น้อย	1
3.5 โทรทัศน์	38 (10.5)	122 (33.6)	190 (52.3)	12 (3.3)	1 (0.3)	2.49 (0.737)	น้อย	2
4. สื่อออนไลน์						2.83 (1.148)	ปานกลาง	
4.1 อินเทอร์เน็ต	19 (5.2)	110 (30.3)	103 (28.4)	122 (33.6)	9 (2.5)	2.98 (0.975)	ปานกลาง	1
4.2 แอปพลิเคชัน	54 (14.9)	178 (49.0)	21 (5.8)	54 (14.9)	56 (15.4)	2.67 (1.322)	ปานกลาง	2
เฉลี่ยรวม						2.52 (0.873)	น้อย	

จากตารางที่ 4.11 ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ในด้านการตลาด ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด 2.52) โดยเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง คือ สื่อออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 2.83) ส่วนอยู่ในระดับน้อย จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ สื่อกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.54) รองลงมา สื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 2.48) และสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.21) ตามลำดับ

4) ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านการบัญชีและการเงิน ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านการบัญชีและการเงิน

n = 363

ประเด็น	ระดับความต้องการ (จำนวน/ร้อยละ)					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. สื่อบุคคล						2.41 (0.683)	น้อย	
1.1 เจ้าหน้าที่ของรัฐ	2 (0.6)	22 (6.1)	240 (66.1)	98 (27.0)	1 (0.3)	3.20 (0.568)	ปานกลาง	1
1.2 เจ้าหน้าที่เอกชน	40 (11.0)	175 (48.2)	108 (29.8)	37 (10.2)	3 (0.8)	2.42 (0.848)	น้อย	2
1.3 สมาชิกกลุ่ม	159 (43.8)	190 (52.3)	9 (2.5)	3 (0.8)	2 (0.6)	1.62 (0.634)	น้อยที่สุด	3
2. สื่อกิจกรรม						2.53 (0.740)	น้อย	
2.1 การอบรม	7 (1.9)	51 (14.0)	262 (72.0)	40 (11.0)	3 (0.8)	2.95 (0.599)	ปานกลาง	1
2.2 การฝึกปฏิบัติ	13 (3.6)	186 (51.2)	125 (34.4)	36 (9.9)	3 (0.8)	2.53 (0.755)	น้อย	2
2.3 การศึกษาดูงาน	84 (23.1)	184 (50.7)	69 (19.0)	22 (6.1)	4 (1.1)	2.11 (0.867)	น้อย	3
3. สื่อมวลชน						2.18 (0.869)	น้อย	
3.1 แผ่นพับ	193 (53.2)	114 (31.4)	24 (6.6)	31 (8.5)	1 (0.3)	1.71 (0.941)	น้อยที่สุด	5
3.2 คู่มือ	117 (32.2)	146 (40.2)	90 (24.8)	8 (2.2)	2 (0.6)	1.99 (0.842)	น้อย	4
3.3 ไปสเตอร์	124 (34.2)	75 (20.7)	99 (27.3)	63 (17.4)	2 (0.6)	2.29 (1.129)	น้อย	3
3.4 วิทยุ	33 (9.1)	141 (38.8)	175 (48.2)	13 (3.6)	1 (0.3)	2.47 (0.722)	น้อย	1

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

n = 363

ประเด็น	ระดับความต้องการ					\bar{X} (S.D.)	ความหมาย	อันดับ
	(จำนวน/ร้อยละ)							
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
3.5 โทรศัพท์	39 (10.7)	126 (34.7)	192 (52.9)	5 (1.4)	1 (0.3)	2.46 (0.713)	น้อย	2
4. สื่อออนไลน์						2.62 (1.143)	ปานกลาง	
4.1 อินเทอร์เน็ต	29 (8.0)	130 (35.8)	103 (28.4)	94 (25.9)	7 (1.9)	2.78 (0.984)	ปานกลาง	1
4.2 แอปพลิเคชัน	67 (18.5)	198 (54.5)	19 (5.2)	21 (5.8)	58 (16.0)	2.46 (1.303)	ปานกลาง	2
เฉลี่ยรวม						2.44 (0.859)	น้อย	

จากตารางที่ 4.12 ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ในด้านการบัญชีและการเงิน ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด 2.44) โดยเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง คือ สื่อออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 2.62) ส่วนอยู่ในระดับน้อย จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ สื่อกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.53) รองลงมา สื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 2.41) และสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.18) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 สรุปความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ประเด็น	เฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย	อันดับ
1. สื่อบุคคล	2.42	0.871	น้อย	3
2. สื่อกิจกรรม	2.44	0.856	น้อย	2
3. สื่อมวลชน	2.52	0.873	น้อย	1
4. สื่อออนไลน์	2.44	0.859	น้อย	2
เฉลี่ยรวม	2.46	0.864	น้อย	

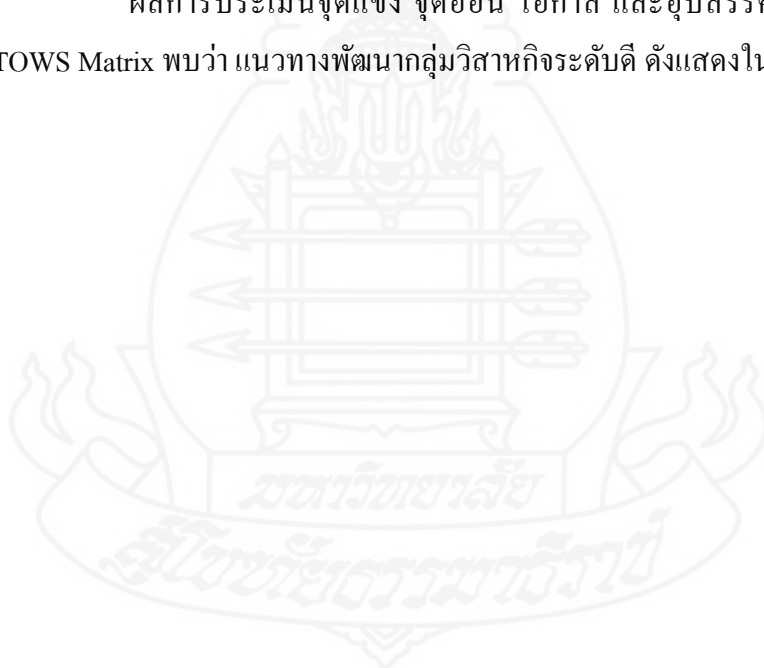
จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ มีความต้องการภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.46) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็นตามช่องทางการส่งเสริม พบว่า อยู่ในระดับน้อย จำนวนทั้ง 4 ประเด็น ได้แก่ สื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.52) สื่อกิจกรรม และสื่อออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 2.44) เท่ากัน และสื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 2.42) ตามลำดับ

4.2 แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

จากผลการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม ได้เชิญประธานวิสาหกิจชุมชน จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ ระดับดี ระดับปานกลาง และระดับปรับปรุง มาร่วมสนทนากลุ่ม โดยนำมาสรุปเป็นแนวทางพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ตลอดจนแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกด้วยเทคนิค TOWS Matrix โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 ผลการสนทนากลุ่มของวิสาหกิจชุมชนระดับดี

ผลการประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) และการวิเคราะห์ TOWS Matrix พบว่า แนวทางพัฒนากลุ่มวิสาหกิจระดับดี ดังแสดงในตารางที่ 4.14



ตารางที่ 4.14 ผลการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
กลุ่มระดับดี ด้วยเทคนิค TOWS Matrix

<p>ปัจจัยภายใน</p> <p>ปัจจัยภายนอก</p>	<p>จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีผู้นำ โครงสร้างวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็ง และกฎระเบียบข้อบังคับที่ชัดเจน 2. มีความรู้ในการวางแผน การควบคุมการผลิตสินค้า 3. สินค้ามีมาตรฐานรับรองสินค้า (อย., GAP, GMP) 4. มีตลาดรับซื้อสินค้าทั้งภายในและภายนอก 5. มีการจัดสรรและสวัสดิการให้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 	<p>จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คณะกรรมการไม่รับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย 2. มีต้นทุนการผลิตและการขนส่งค่อนข้างสูง 3. ผลิตสินค้าไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า 4. ขาดความรู้ในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง
<p>โอกาส (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน 2. ภาคเอกชนให้การสนับสนุนงบประมาณในการผลิต 3. จำหน่ายตามนิทรรศการตามหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน 	<p>กลยุทธ์เชิงรุก (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมให้ความรู้กับผู้นำ และสมาชิกในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน 2. ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานสินค้ารับรอง 3. ส่งเสริมการวางแผนการผลิตสินค้าของวิสาหกิจชุมชน 	<p>กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน 2. สนับสนุนการผลิตสินค้าของวิสาหกิจชุมชนโดยการรับรองมาตรฐาน 3. ส่งเสริมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง 4. สร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต
<p>อุปสรรค (Threat)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนยังขาดความชัดเจนในด้านธุรกิจ 2. สภาพภูมิอากาศมีการเปลี่ยนแปลง 3. มีคู่แข่งที่เป็นผู้ผลิตสินค้าในลักษณะเดียวกัน 	<p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง 2. การสร้างแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ผ่านการบริหารจัดการมีส่วนร่วม ขับเคลื่อนผ่านกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 	<p>กลยุทธ์เชิงรับ (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาศักยภาพคณะกรรมการ และพัฒนาการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน 2. สร้างและพัฒนาบุคลากรด้านการผลิต การตลาด และการบัญชีในการผลิตสินค้าของวิสาหกิจชุมชน

4.2.2 ผลการสนทนากลุ่มของวิสาหกิจชุมชนระดับปานกลาง

ผลการประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) และการวิเคราะห์ TOWS Matrix พบว่า แนวทางพัฒนากลุ่มวิสาหกิจระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ผลการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
กลุ่มระดับปานกลาง ด้วยเทคนิค TOWS Matrix

<p>ปัจจัยภายใน</p> <p>ปัจจัยภายนอก</p>	<p>จุดแข็ง (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็ง 2. มีโครงสร้างและการแบ่งหน้าที่ในการดำเนินงานชัดเจน 3. มีการวางแผนการผลิตสินค้า ผลิตตามคำสั่งซื้อ 4. มีผลิตภัณฑ์สินค้าที่หลากหลาย 5. มีการจัดสรรผลประโยชน์ให้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอย่างชัดเจน 	<p>จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ฤดูระเบียบข้อบังคับยังไม่ชัดเจน 2. มีต้นทุนการผลิตและการขนส่งค่อนข้างสูง 3. ไม่มีการตรวจสอบกระบวนการผลิตสินค้า 4. สินค้าและบรรจุภัณฑ์ไม่ได้รับรองมาตรฐานสินค้า 5. ไม่ทราบต้นทุนการผลิต ทำให้กำหนดราคาสินค้าไม่ได้แน่นอน 6. ขาดความรู้ในการจัดทำบัญชี
<p>โอกาส (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่นให้การสนับสนุนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน 2. ภาคเอกชนให้การสนับสนุนปัจจัยในการผลิต 3. มีการกำหนดลูกค้า และแหล่งจำหน่ายได้ ใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาดำเนินการก่อนผลิต 4. สถาบันการเงินให้การสนับสนุนสินเชื่อวิสาหกิจชุมชน 	<p>กลยุทธ์เชิงรุก (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมให้ความรู้กับผู้นำ และสมาชิกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพ 2. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่ม 3. ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย 	<p>กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาคณะที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับสินค้าวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ 2. สนับสนุนการผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนโดยการรับรองมาตรฐาน 3. ส่งเสริมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง 4. สร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต
<p>อุปสรรค (Threat)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สภาพภูมิอากาศที่มีการเปลี่ยนแปลง 2. สถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อยอดขายของวิสาหกิจชุมชน 	<p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ความร่วมมือจากภาครัฐมาพัฒนาสินค้า 2. การสร้างแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผ่านการบริหารจัดการมีส่วนร่วม ขับเคลื่อนผ่านกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 	<p>กลยุทธ์เชิงรับ (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. หาแนวทางควบคุมต้นทุน 2. จัดฝึกอบรม ทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดออนไลน์ และด้านการบัญชี

4.2.3 ผลการสนทนากลุ่มของวิสาหกิจชุมชนระดับปรับปรุง

ผลการประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) และการวิเคราะห์ TOWS Matrix พบว่า แนวทางพัฒนากลุ่มวิสาหกิจระดับปรับปรุง ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ผลการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ กลุ่มระดับปรับปรุง ด้วยเทคนิค TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ปัจจัยภายนอก	<ol style="list-style-type: none"> มีผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็ง สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความสามัคคี มีพื้นที่เหมาะสมและเพียงพอในการผลิตสินค้า มีผลิตภัณฑ์สินค้าที่หลากหลาย มีการระดมทุนและหุ้นจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 	<ol style="list-style-type: none"> ไม่มีโครงสร้างคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจน กฎระเบียบข้อบังคับยังไม่ชัดเจน มีต้นทุนการผลิตและการขนส่งค่อนข้างสูง สมาชิกขาดความรู้ทักษะในการผลิต และไม่มีแผนการผลิต ทำให้ผลิตสินค้าได้ไม่ต่อเนื่อง สินค้าและบรรจุภัณฑ์ไม่ได้รับรองมาตรฐานสินค้า การทำบัญชีไม่ชัดเจน เนื่องจากคณะกรรมการที่รับผิดชอบขาดความรู้ในการจัดทำบัญชี เงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ
โอกาส (Opportunity) <ol style="list-style-type: none"> หน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่นให้การสนับสนุนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน สถาบันการเงินให้การสนับสนุนสินเชื่อวิสาหกิจชุมชน 	กลยุทธ์เชิงรุก (SO) <ol style="list-style-type: none"> ออกกฎระเบียบข้อบังคับให้ชัดเจนและกำหนดบทลงโทษกับสมาชิกที่ไม่ปฏิบัติตาม ส่งเสริมให้ความรู้กับผู้นำ และสมาชิกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพ อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่ม อบรมให้ความรู้และส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ 	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) <ol style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการผลิตแบบครบวงจรตลอดโซ่อุปทาน ตั้งแต่ปัจจัยการผลิต การผลิต การตลาด โดยการอบรมเกี่ยวกับการวางแผนการผลิต เทคโนโลยีการผลิต การให้เครดิตสินค้ากับกลุ่ม รวมถึงทักษะในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมให้มีการบริหารจัดการกระจายสินค้า เพื่อให้สินค้าส่งมอบตามที่กำหนดไว้อย่างแน่นอน ส่งเสริมให้สมาชิกมีความเข้าใจในต้นทุนการผลิตในแต่ละช่วงการผลิต เพื่อกำหนดระยะเวลาการผลิต และสามารถกำหนดราคาตามที่ต้องการได้
อุปสรรค (Threat) <ol style="list-style-type: none"> สภาพภูมิอากาศมีการเปลี่ยนแปลง สถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบโดยตรงต่อยอดขายของวิสาหกิจชุมชน การทำสัญญาซื้อขายไม่เป็นไปตามข้อตกลง 	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) <ol style="list-style-type: none"> การให้ความสำคัญกับการผลิตเพื่อให้ได้ลักษณะผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ตามข้อกำหนดตามข้อตกลง เช่น อายุการเก็บเกี่ยว ขนาด และรูปทรง เป็นต้น การวางแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ผ่านการบริหารจัดการมีส่วนร่วม ขับเคลื่อนผ่านกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 	กลยุทธ์เชิงรับ (WT) <ol style="list-style-type: none"> หาแนวทางควบคุมต้นทุนการผลิต โดยประสานงานกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต่างๆ จัดฝึกอบรม ทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดออนไลน์ และด้านการบัญชี

สรุปแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ของทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มระดับดี กลุ่มระดับปานกลาง และกลุ่มระดับปรับปรุง เป็นดังนี้

1) แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมืองชัยภูมิ กลยุทธ์เชิงรุก

(1) กลุ่มระดับดี ได้แก่ การส่งเสริมให้ความรู้กับผู้นำ และสมาชิกในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานสินค้ารับรอง และส่งเสริมการวางแผนการผลิตสินค้าของวิสาหกิจชุมชน

(2) กลุ่มระดับปานกลาง ได้แก่ การส่งเสริมให้ความรู้กับผู้นำ และสมาชิกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพ การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่ม และการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย

(3) กลุ่มระดับปรับปรุง ได้แก่ การออกกฎระเบียบข้อบังคับให้ชัดเจนและกำหนด บทลงโทษกับสมาชิกที่ไม่ปฏิบัติตาม การส่งเสริมให้ความรู้กับผู้นำ และสมาชิกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพ การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่ม และการอบรมให้ความรู้และส่งเสริมช่องทางการจัดทำหน่ายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์

2) แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมืองชัยภูมิ กลยุทธ์เชิงแก้ไข

(1) กลุ่มระดับดี ได้แก่ การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน สนับสนุนการผลิตสินค้าของวิสาหกิจชุมชนโดยการรับรองมาตรฐาน ส่งเสริมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง และสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต

(2) กลุ่มระดับปานกลาง ได้แก่ การพัฒนาคนที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับสินค้าวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ การสนับสนุนการผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน โดยการรับรองมาตรฐาน การส่งเสริมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง และการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต

(3) กลุ่มระดับปรับปรุง ได้แก่ การส่งเสริมการผลิตแบบครบวงจรตลอดโซ่อุปทาน ตั้งแต่ปัจจัยการผลิต การผลิต การตลาด โดยการอบรมเกี่ยวกับการวางแผนการผลิต เทคโนโลยีการผลิต การให้เครดิตสินเชื่อกับกลุ่ม รวมถึงทักษะในการผลิตบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมให้มีการบริหารจัดการกระจายสินค้า เพื่อให้สินค้าส่งมอบตามที่กำหนดไว้อย่างแน่นอน และการส่งเสริมให้สมาชิกมีความเข้าใจในต้นทุนการผลิตในแต่ละช่วงการผลิต เพื่อกำหนดระยะเวลาการผลิต และสามารถกำหนดราคาตามที่ต้องการได้

3) แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมืองชัยภูมิ กลยุทธ์เชิงป้องกัน

(1) กลุ่มระดับดี ได้แก่ การส่งเสริมการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง และการสร้างแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผ่านการบริหารจัดการมีส่วนร่วมขับเคลื่อนผ่านกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

(2) กลุ่มระดับปานกลาง ได้แก่ การใช้ความร่วมมือจากภาครัฐมาพัฒนาสินค้า และการสร้างแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ผ่านการบริหารจัดการมีส่วนร่วมขับเคลื่อนผ่านกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

(3) กลุ่มระดับปรับปรุง ได้แก่ การให้ความสำคัญกับการผลิตเพื่อให้ได้ลักษณะผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ตามข้อกำหนดตามข้อตกลง เช่น อายุการเก็บเกี่ยว ขนาด และรูปทรง เป็นต้น และการสร้างแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ผ่านการบริหารจัดการมีส่วนร่วมขับเคลื่อนผ่านกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

4) แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมืองชัยภูมิ กลยุทธ์เชิงรับ

(1) กลุ่มระดับดี ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพคณะกรรมการ และพัฒนาการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน สร้างและพัฒนาบุคลากรด้านการผลิต การตลาด และการบัญชีในการผลิตสินค้าของวิสาหกิจชุมชน

(2) กลุ่มระดับปานกลาง ได้แก่ การหาแนวทางควบคุมต้นทุน และการจัดฝึกอบรม ทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดออนไลน์ และด้านการบัญชี

(3) กลุ่มระดับปรับปรุง ได้แก่ การหาแนวทางควบคุมต้นทุนการผลิต โดยประสานงานกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต่างๆ และการจัดฝึกอบรม ทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดออนไลน์ และด้านการบัญชี

ตารางที่ 4.17 แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

กลยุทธ์	กลุ่มระดับดี	กลุ่มระดับปานกลาง	กลุ่มระดับปรับปรุง
เชิงรุก	<p>1. ส่งเสริมให้ความรู้กับผู้นำและสมาชิกในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน</p> <p>2. ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานสินค้ารับรอง</p> <p>3. ส่งเสริมการวางแผนการผลิตสินค้าของวิสาหกิจชุมชน</p>	<p>1. ส่งเสริมให้ความรู้กับผู้นำและสมาชิกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพ</p> <p>2. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่ม</p> <p>3. ขยายช่องทางการจัดทำหน่าย</p>	<p>1. ออกกฏระเบียบข้อบังคับให้ชัดเจนและกำหนดบทลงโทษกับสมาชิกที่ไม่ปฏิบัติตาม</p> <p>2. ส่งเสริมให้ความรู้กับผู้นำและสมาชิกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพ</p> <p>3. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่ม</p> <p>4. อบรมให้ความรู้และส่งเสริมช่องทางการจัดทำหน่ายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์</p>
เชิงแก้ไข	<p>1. ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน</p> <p>2. สนับสนุนการผลิตสินค้าของวิสาหกิจชุมชนโดยการรับรองมาตรฐาน</p> <p>3. ส่งเสริมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง</p> <p>4. สร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต</p>	<p>1. พัฒนาคอนที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับสินค้าวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ</p> <p>2. สนับสนุนการผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน โดยการรับรองมาตรฐาน</p> <p>3. ส่งเสริมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง</p> <p>4. สร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต</p>	<p>1. ส่งเสริมการผลิตแบบครบวงจรตลอดโซ่อุปทาน ตั้งแต่ปัจจัยการผลิต การผลิต การตลาด โดยการอบรมเกี่ยวกับการวางแผน การผลิต เทคโนโลยีการผลิต การให้เครดิตสินเชื่อกับกลุ่ม รวมถึงทักษะในการผลิตบรรจุภัณฑ์</p> <p>2. ส่งเสริมให้มีการบริหารจัดการกระจายสินค้า เพื่อให้สินค้าส่งมอบตามที่กำหนด ไว้อย่างแน่นอน</p> <p>3. ส่งเสริมให้สมาชิกมีความเข้าใจในต้นทุนการผลิตในแต่ละช่วงการผลิต เพื่อกำหนดระยะเวลาการผลิต และสามารถกำหนดราคาตามที่ต้องการได้</p>

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

กลยุทธ์	กลุ่มระดับดี	กลุ่มระดับปานกลาง	กลุ่มระดับปรับปรุง
เชิงป้องกัน	1. ส่งเสริมการบริหารจัดการ วิสาหกิจชุมชนตามแนวทาง เศรษฐกิจพอเพียง 2. การสร้างแผนการพัฒนา วิสาหกิจชุมชน ผ่านการ บริหารการจัดการมีส่วนร่วม ขับเคลื่อนผ่านกองส่งเสริม วิสาหกิจชุมชน	1. ใช้ความร่วมมือจากภาครัฐมา พัฒนาสินค้า 2. การสร้างแผนการพัฒนา วิสาหกิจชุมชน ผ่านการบริหาร การจัดการมีส่วนร่วมขับเคลื่อน ผ่านกองส่งเสริมวิสาหกิจ ชุมชน	1. การให้ความสำคัญกับการผลิต เพื่อให้ได้ลักษณะผลผลิต/ ผลิตภัณฑ์ตามข้อกำหนดตาม ข้อตกลง เช่น อายุการเก็บเกี่ยว ขนาด และรูปทรง เป็นต้น 2. การสร้างแผนการพัฒนา วิสาหกิจชุมชน ผ่านการบริหาร การจัดการมีส่วนร่วม ขับเคลื่อน ผ่านกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน
เชิงรับ	1. พัฒนาศักยภาพ คณะกรรมการ และพัฒนา การบริหารจัดการวิสาหกิจ ชุมชน 2. สร้างและพัฒนาบุคลากร ด้านการผลิต การตลาด และ การบัญชีในการผลิตสินค้า ของวิสาหกิจชุมชน	1. หาแนวทางควบคุมต้นทุน 2. จัดฝึกอบรม ทั้งในด้านการ พัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดออนไลน์ และ ด้านการบัญชี	1. หาแนวทางควบคุมต้นทุน การผลิต โดยประสานงานกับ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต่างๆ 2. จัดฝึกอบรม ทั้งในด้านการ พัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดออนไลน์ และ ด้านการบัญชี

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง แนวทางส่งเสริมเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ผู้วิจัยได้นำเสนอประเด็นสำคัญ โดยจำแนกเป็น 3 ส่วน คือ สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ 2) การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ 3) ปัญหาในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของสมาชิกอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ และ 4) ความต้องการและแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

1.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในสัมภาษณ์ คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 จำนวน 369 กลุ่ม สมาชิก 3,970 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 และทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยวิธีการจับสลากตามรายชื่อสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในแต่ละกลุ่ม และตามสัดส่วนสมาชิกของแต่ละกลุ่ม

2) ประชากรในการสนทนากลุ่ม คือ ประธานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ที่ผ่านการประเมินศักยภาพในปี พ.ศ. 2563 จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มระดับดี กลุ่มระดับปานกลาง และกลุ่มระดับปรับปรุง ตามประเภทการผลิตสินค้า 4 ชนิด ได้แก่ การผลิตพืช การแปรรูป/ถนอมอาหาร หัตถกรรม/ผ้าทอ และการผลิตเตาประดิษฐ์ น้ำยาล้างจาน และทองเที่ยว โดยคัดเลือกบุคคลแบบเจาะจง จำนวนกลุ่มและประเภทละ 1 คน รวม 12 คน

1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

1) แบบสัมภาษณ์ ที่เป็นคำถามปลายปิด และปลายเปิด แบ่งออกเป็น 4 ตอน ก่อนนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้ได้ นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน หลังจากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence, IOC) ซึ่งได้ค่า IOC เฉลี่ย 0.91 และทำการทดสอบแบบสัมภาษณ์กับสมาชิกที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำผลการสัมภาษณ์ไปทดสอบหาค่าความเที่ยง (reliability consistency) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (coefficient of alpha หรือ cronbach's alpha) โดยค่า Cronbach's alpha ในแต่ละตอนได้ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.81-0.92 ซึ่งแสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงจึงสามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้

2) ประเด็นสนทนากลุ่ม ทำการศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำประเด็นไปจัดสนทนากลุ่มกับประธานวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

1.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน โดยการศึกษาสภาพพื้นฐานของสมาชิก การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ปัญหาและข้อเสนอแนะ และความต้องการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนทำการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลกับประธานวิสาหกิจชุมชน โดยการจัดสนทนากลุ่มชี้แจงวัตถุประสงค์ให้กับประธานวิสาหกิจชุมชนได้ทราบ ในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค เพื่อนำไปพัฒนาดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ค่าต่ำสุด (minimum) ค่าสูงสุด (maximum) การจัดอันดับ การแปลความหมาย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานเป็นการนำผลการวิเคราะห์ SWOT มากำหนดกลยุทธ์ทางเลือกด้วยเทคนิค TOWS MATRIX เพื่อให้ได้กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงป้องกัน และกลยุทธ์เชิงรับ เพื่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต่อไป

1.3 ผลการวิจัย

1.3.1 สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 52.26 ปี จบระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มแปลงใหญ่ มีระยะเวลาเป็น

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเฉลี่ย 2.87 ปี โดยให้เหตุผลว่ามีบุคคลเข้ามาชักชวนเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน และมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับมาก

ในด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน สมาชิกมีแหล่งข้อมูล ข่าวสารทั้งที่เป็นสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม และสื่อมวลชน ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากแหล่งข้อมูลข่าวสารแต่ละประเภท พบว่า ได้รับจากสื่อบุคคล มากกว่าสื่อกิจกรรม และสื่อมวลชน

1.3.2 การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ สรุปได้ดังนี้

1) ข้อมูลการดำเนินงานทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ดำเนินกิจกรรมประเภทการผลิตพืช/ผลิตสัตว์ มีจุดประสงค์เพื่อการจำหน่ายผลผลิต และผลิตภัณฑ์ ลักษณะการจำหน่ายผลผลิตเป็นแบบขายปลีก โดยส่วนใหญ่ให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนดำเนินการจัดหาตลาด และได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากส่วนราชการ ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัดชัยภูมิ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดชัยภูมิ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติชัยภูมิ

2) ระดับการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน โดยภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็นตามการดำเนินงาน พบว่า

(1) ด้านการบริหารจัดการ การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง 5 ประเด็น ได้แก่ การกำหนดเป้าหมายและทิศทางของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างชัดเจน การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน การวางแผนในการดำเนินงานร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ และการกำหนดแผนการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน ตามลำดับ

(2) ด้านการผลิต การดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน โดยภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง 7 ประเด็น ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง กระบวนการวางแผน การผลิตการควบคุมแผนการผลิต การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การใช้วัตถุดิบในการผลิตจากภายในชุมชน ปัจจัยการผลิตเพียงพอ และการตรวจสอบคุณภาพทุกขั้นตอน ตามลำดับ

(3) ด้านการตลาด การดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน โดยภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 3 ประเด็น ได้แก่ สถานที่จำหน่ายสินค้าชัดเจน ระบบการกระจายสินค้าเป็นระบบ และกำหนดราคาในการจำหน่ายสินค้าเหมาะสม สำหรับการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อย จำนวน 2 ประเด็น ได้แก่

การศึกษาแนวโน้มของตลาดอนาคตอย่างต่อเนื่อง และช่องทางการจำหน่ายสินค้าหลากหลายตามลำดับ

(4) ด้านการบัญชีและการเงิน การดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับน้อย จำนวน 5 ประเด็น ได้แก่ จัดสรรผลประโยชน์ให้กับสมาชิกในกลุ่มอย่างเป็นธรรม การระดมทุนจากสมาชิกเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานพอเพียง ระบบการควบคุมการใช้จ่ายเงินเหมาะสม และการกู้เงินจากแหล่งทุนภายนอกกลุ่ม ตามลำดับ

1.3.3 ปัญหาในการร่วมกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนของสมาชิกอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
โดยภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็นตามการดำเนินงานพบว่า

1) ด้านบริหารจัดการ ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ประเด็น ได้แก่ ขาดการประสานงานภายในกลุ่ม และการแบ่งปันผลประโยชน์ไม่เป็นธรรม และอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ สมาชิกไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ผู้นำกลุ่มไม่ยอมรับความคิดเห็นของสมาชิก และผู้นำกลุ่มขาดความรับผิดชอบ ตามลำดับ

2) ด้านการผลิต ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 5 ประเด็น ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ไม่ได้รับมาตรฐาน ไม่มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าในระหว่างกระบวนการผลิต กำลังการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และไม่มีการวางแผนการผลิตที่ชัดเจน และกระบวนการผลิตไม่ได้มาตรฐาน ตามลำดับ

3) ด้านการตลาด ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 4 ประเด็น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการแข่งขันสูง ไม่สามารถขยายตลาดนอกชุมชนได้ ต้นทุนการผลิตสูง และผลิตภัณฑ์ไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ตามลำดับ

4) ด้านการบัญชีและการเงิน ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในด้านการบัญชีและการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง ในประเด็นโดยไม่มีระบบบัญชีที่ดี

1.3.4 ความต้องการและแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ สรุปได้ดังนี้

1) ความต้องการในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

(1) ความต้องการความรู้ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน มีความต้องการความรู้ในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็นตามด้าน พบว่ามีความต้องการความรู้ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ ส่วนความต้องการความรู้ในระดับปานกลาง คือ ด้านบัญชีและการเงิน

(2) ความต้องการช่องทางในการส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน มีความต้องการช่องทางในการส่งเสริมในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายประเด็นตามช่องทางการส่งเสริม พบว่า มีความต้องการช่องทางในการส่งเสริมอยู่ในระดับน้อย จำนวนทั้ง 4 ประเด็น ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อกิจกรรม สื่อออนไลน์ และสื่อบุคคล ตามลำดับ

2) แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

จากผลการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม ได้เชิญประธานวิสาหกิจชุมชน จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ ระดับดี ระดับปานกลาง และระดับปรับปรุง มาร่วมสนทนากลุ่ม โดยนำมาสรุปเป็นแนวทางพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ตลอดจนแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกด้วยเทคนิค TOWS Matrix โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมืองชัยภูมิ กลยุทธ์เชิงรุก

ก. กลุ่มระดับดี ได้แก่ การส่งเสริมให้ความรู้กับผู้นำ และสมาชิกในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานสินค้ารับรอง และส่งเสริมการวางแผนการผลิตสินค้าของวิสาหกิจชุมชน

ข. กลุ่มระดับปานกลาง ได้แก่ การส่งเสริมให้ความรู้กับผู้นำ และสมาชิกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพ การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่ม และการขยายช่องทางการจัดทำหน่าย

ค. กลุ่มระดับปรับปรุง ได้แก่ การออกกฎระเบียบข้อบังคับให้ชัดเจน และกำหนด บทลงโทษกับสมาชิกที่ไม่ปฏิบัติตาม การส่งเสริมให้ความรู้กับผู้นำ และสมาชิกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพ การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่ม และการอบรมให้ความรู้และส่งเสริมช่องทางการจัดทำหน่ายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์

(2) แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมืองชัยภูมิ กลยุทธ์เชิงแก้ไข

ก. กลุ่มระดับดี ได้แก่ การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน สนับสนุนการผลิตสินค้าของวิสาหกิจชุมชนโดยการรับรองมาตรฐาน ส่งเสริมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง และสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต

ข. กลุ่มระดับปานกลาง ได้แก่ การพัฒนาคนที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับสินค้าวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ การสนับสนุนการผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน โดยการรับรองมาตรฐาน การส่งเสริมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง และการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต

ค. กลุ่มระดับปรับปรุง ได้แก่ การส่งเสริมการผลิตแบบครบวงจรตลอดโซ่อุปทาน ตั้งแต่ปัจจัยการผลิต การผลิต การตลาด โดยการอบรมเกี่ยวกับการวางแผนการผลิต เทคโนโลยีการผลิต การให้เครดิตสินค้ากับกลุ่ม รวมถึงทักษะในการผลิตบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมให้มีการบริหารจัดการกระจายสินค้า เพื่อให้สินค้าส่งมอบตามที่กำหนดไว้อย่างแน่นอน และการส่งเสริมให้สมาชิกมีความเข้าใจในต้นทุนการผลิตในแต่ละช่วงการผลิต เพื่อกำหนดระยะเวลาการผลิต และสามารถกำหนดราคาตามที่ต้องการได้

(3) แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมืองชัยภูมิ กลยุทธ์เชิงป้องกัน

ก. กลุ่มระดับดี ได้แก่ การส่งเสริมการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง และการสร้างแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผ่านการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมขับเคลื่อนผ่านกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

ข. กลุ่มระดับปานกลาง ได้แก่ การใช้ความร่วมมือจากภาครัฐมาพัฒนาสินค้า และการสร้างแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ผ่านการบริหารจัดการมีส่วนร่วมขับเคลื่อนผ่านกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

ค. กลุ่มระดับปรับปรุง ได้แก่ การให้ความสำคัญกับการผลิตเพื่อให้ได้ลักษณะผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ตามข้อกำหนดตามข้อตกลง เช่น อายุการเก็บเกี่ยว ขนาด และรูปทรง เป็นต้น และการสร้างแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ผ่านการบริหารจัดการมีส่วนร่วมขับเคลื่อนผ่านกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

(4) แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมืองชัยภูมิ กลยุทธ์เชิงรับ

ก. กลุ่มระดับดี ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพคณะกรรมการ และพัฒนาการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน สร้างและพัฒนาบุคลากรด้านการผลิต การตลาด และการบัญชีในการผลิตสินค้าของวิสาหกิจชุมชน

ข. กลุ่มระดับปานกลาง ได้แก่ การหาแนวทางควบคุมต้นทุน และการจัดฝึกอบรม ทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดออนไลน์ และด้านการบัญชี

ค. กลุ่มระดับปรับปรุง ได้แก่ การหาแนวทางควบคุมต้นทุนการผลิต โดยประสานงานกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนต่างๆ และการจัดฝึกอบรม ทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดออนไลน์ และด้านการบัญชี

2. อภิปรายผล

จากการศึกษาสภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน การดำเนินงาน ปัญหาในการดำเนินงาน และความต้องการแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

2.1 สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ มีอายุเฉลี่ย 52.2 ปี จบระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น สอดคล้องกับ อัครมเดชเดชา ปานท่าไข่ (2559, น. 89) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. สอดคล้องกับ ทศน์ชัย ศิริวรรณ (2564, น. 61) ศึกษาการพัฒนาดัชนีชี้วัดความสำเร็จอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชีวีวิถีตำบลน้ำเกีฮัน อำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีอายุเฉลี่ย 44.0 ปี และจบการศึกษาระดับชั้น ปวช.-ปวส. จะเห็นได้ว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงวัยกลางคน เป็นบุคคลที่มีความสมบูรณ์ทางด้านอาชีพ และมีความรับผิดชอบมากขึ้น และพบว่ามี การจบการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นส่งผลต่อการมีทักษะที่จำเป็นต่อการเรียนรู้และพัฒนาตนเองที่สามารถนำไปใช้ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนได้จริง รวมถึงรับมือกับปัญหาและความท้าทายต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สมาชิกวิสาหกิจชุมชน มีระยะเวลาเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเฉลี่ย 2.87 ปี โดยให้เหตุผลว่ามีบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร เข้ามาชักชวนให้สมาชิกเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน จะเห็นได้ว่า วิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ส่วนใหญ่จะจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนขึ้นมาใหม่ ทำให้ระยะเวลาการเป็นสมาชิกไม่ค่อยมาก จากข้อมูลสถิติการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ในปี พ.ศ. 2563 พบว่า วิสาหกิจชุมชนเน้นในสองด้านหลัก คือ ด้านการผลิตเป็นหลัก โดยด้านการผลิตจะมีประเภทกิจการที่มีการจดทะเบียนสูงสุดสามลำดับแรก ได้แก่ การผลิตพืช การผลิตปศุสัตว์ และการผลิตและการแปรรูปอาหาร นอกจากนี้ยังพบว่า สมาชิก

มีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน ทำให้สมาชิกเกิดทักษะในการผลิต นำผลผลิตที่มีอยู่ในชุมชนมาร่วมดำเนินธุรกิจ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิก ทำให้เกิดความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และพึ่งพาตนเองได้ สอดคล้องกับ จิตจิรา ไชยขวัญ พรชุลย์ นิลวิเศษ และจินดา ขลิบทอง (2556, น. 1204-1205) ศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกต่อการดำเนินวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอสวี จังหวัดชุมพร พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความพึงพอใจระดับปานกลางถึงมากในภาพรวม ในด้านกิจการมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องให้เกิดประสิทธิภาพและความยั่งยืน

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อกิจกรรมและสื่อมวลชน โดยมีเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตร และผู้นำชุมชน เป็นบุคคลที่เข้ามาให้ข้อมูลข่าวสารกับวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับ วีระวิทย์ ปดิวินิธิ (2556, น. 82) ศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรอำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี พบว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีระดับการรับรู้สื่อบุคคลภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยได้รับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมากที่สุดจากทุกประเด็น อาจเป็นเพราะเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีการปฏิบัติงานในท้องที่และมีโอกาสพบปะกับสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้รับความรู้ข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมากที่สุด ในขณะที่สื่อกิจกรรมก็เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารให้กับวิสาหกิจชุมชน โดยจากการศึกษาของ ภทริกา มณีพันธ์ (2557, น. 36) ศึกษาแนวทางการเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การจัดประชุมเพื่อให้แม่บ้านเกษตรกรได้มาเจอกัน พูดคุยกันทุกเดือน รวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันนั้นสามารถช่วยให้กลุ่มมีการพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ ได้มากขึ้น รวมทั้งการเรียนรู้โดยการปฏิบัติจริง จากการศึกษาดูงาน ทำให้กลุ่มแม่บ้านได้เรียนรู้บทเรียนต่างๆ จากการปฏิบัติจริง และ ฐานันท์ ตั้งรุจิกุล และฉนิดา ไกรสันติ (2560, น. 982) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านลานไทร อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา พบว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านมีความรู้และทักษะในการผลิตจากประสบการณ์ การถ่ายทอดของผู้นำ และจากการศึกษาดูงาน

2.2 การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

2.2.1 ด้านการบริหารจัดการ การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า มีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างชัดเจน และการกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับ มินระดา โคตรศรีวงศ์ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2559, น. 1640) ศึกษาการพัฒนา

วิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะบ้า อำเภอกู่ทุ่งเขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า การบริหารจัดการกลุ่ม มีการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการผลิต การตลาด แรงงานและเงินทุน มีการปรับรูปแบบการทำงานให้มีความเหมาะสม แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามความเหมาะสมและตามลักษณะของงานอย่างชัดเจน มีการร่วมปรึกษาหารือกับหน่วยงานอื่นในด้านต่างๆ ส่งผลให้กลุ่มมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ ฐานันท์ ตั้งรุจิกุล และคณิดา ไกรสันติ (2560, น. 978-979) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านลานไทร อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา พบว่า ด้านบริหารจัดการ มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน มีวิสัยทัศน์ มีการกำหนดแผนการดำเนินงานของกลุ่ม กำหนดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ รวมถึงข้อบังคับไว้อย่างชัดเจน และมีการควบคุมกระบวนการผลิต สอดคล้องกับ สมชาย น้อยฉ่ำ วรินทร์ธร ทรสารสมบัติ และสุภา แสงจินดาวงษ์ (2561, น. 136) พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชน รองลงมา การบริหารจัดการทุนและผลประโยชน์ การตลาด การกำหนดทิศทางของวิสาหกิจ การทบทวนผลการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชน การจัดการองค์กร และการบริหารการผลิตการเงิน เช่นเดียวกับ วิมลสิริ ภูขุนทด และคณะ (2563, น. 676) ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตและพัฒนาการแปรรูปกล้วยตำบลระหาน อำเภอบึงสามัคคี จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า การบริหารจัดการกลุ่ม ประชาชน คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มเป็นผู้ที่มีบทบาท หน้าที่สำคัญ มีประสบการณ์ในการทำงานและมีการแบ่งหน้าที่กันทำชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อประสานงาน ติดต่อการตลาด สมาชิกในกลุ่มเป็นผู้ที่มีความสามารถมีทักษะและมีความชำนาญ จึงทำให้สามารถช่วยกันบริหารจัดการได้เป็นอย่างดี เป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง หากเกิดปัญหาขึ้นกลุ่ม คณะกรรมการจะร่วมกันแก้ปัญหาต่างๆ ให้ลุล่วงไปร่วมกัน

2.2.2 ด้านการผลิต การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีกระบวนการวางแผน การผลิตการควบคุมแผนการผลิต และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับ อินทร์ชิตา วัชรจิระโชติ (2556, น. 56) พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีการปฏิบัติการด้านการจัดการผลิต ในการกำหนดขั้นตอนในกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง และการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์เพื่อพัฒนาสินค้ามากที่สุด จากการศึกษาของ สมชาย น้อยฉ่ำ วรินทร์ธร ทรสารสมบัติ และสุภา แสงจินดาวงษ์ (2561, น. 138) พบว่า การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ด้านการผลิต คือ การตรงต่อเวลาในการขนส่ง ความประหยัดจากขนาดของการผลิต ความสามารถของกำลังคน ต้นทุนในการผลิตต่ำ กำลังการผลิตมีความเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ความสามารถ

ในการสร้างความต้องการซื้อของลูกค้า อุปกรณ์ทันสมัย ความได้เปรียบด้านวัตถุดิบ และความมั่นคงทางการเงิน

2.2.3 ด้านการตลาด การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า มีสถานที่จำหน่ายสินค้าชัดเจน มีระบบการกระจายสินค้าเป็นระบบ และกำหนดราคาในการจำหน่ายสินค้าเหมาะสม สอดคล้องกับ ฐานันท์ ตั้งรัฐกิจกุล และคณิดา ไกรสันติ (2560, น. 978-979) พบว่า ด้านการตลาด กลุ่มมีลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน มีการกำหนดแหล่งจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ ที่เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น เช่น Facebook สอดคล้องกับ สมชาย น้อยน้ำ วรินทร์ธร ธารสารสมบัติ และสุภา แสงจินดาวงษ์ (2561, น. 138) พบว่า การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ด้านการตลาด คือ จุดแข็งด้านส่วนแบ่งตลาด การติดตามข้อมูล ความต้องการของลูกค้าและตลาด การกำหนดแหล่งจำหน่าย/บริการ/ลูกค้าเป้าหมาย ความสามารถในการสร้างกำไรสูง กลุ่มเป็นที่น่าเชื่อถือและรู้จักบุคคล การวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ภาวะความเป็นผู้นำของกลุ่ม ต้นทุนการจัดจำหน่ายต่ำ ความมีประสิทธิภาพของหน่วยงานขาย ชื่อเสียง ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ และความได้เปรียบด้านภูมิศาสตร์ สอดคล้องกับ วิมลสิริ กุญชรทนต์ และคณะ (2563, น. 676) พบว่า ด้านการตลาดได้มีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเป็นผู้ประสานงานในการส่งออกผลิตภัณฑ์ให้สามารถขายได้ มีการออกบูธในที่ต่างๆ คนในชุมชนได้มีการช่วยเหลือกลุ่มผู้ผลิต ได้มีการให้ลูกหรือหลานของตนเองที่ทำงานอยู่ในสถานที่ราชการ หรือพนักงานโรงงานได้นำเอาผลิตภัณฑ์ไปจัดจำหน่ายในสถานที่ทำงานของตนเอง และได้มีการโฆษณาให้กับกลุ่มทางเพจ Facebook

2.2.4 ด้านการบัญชีและการเงิน การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า มีการจัดสรรผลประโยชน์ให้กับสมาชิกในกลุ่มอย่างเป็นธรรม การระดมทุนจากสมาชิก และเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานพอเพียงอยู่ในระดับน้อย เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่เพิ่งเข้าร่วมวิสาหกิจชุมชน ทำให้สมาชิกขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชี การระดมหุ้น/เงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่มมีน้อย เนื่องจากสมาชิกกลุ่มขาดความรู้ความเข้าใจในการเขียนแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อขอสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินกิจการ จึงไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้ รวมทั้งคณะกรรมการฝ่ายบัญชีของกลุ่มไม่เข้มแข็งแบ่งงานไม่ชัดเจน ทำให้เงินทุนไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน สอดคล้องกับ จารีพร บุตรสระเกษ (2556, น. 71) ศึกษาการดำเนินงานของคณะกรรมการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรอำเภอนาดัว จังหวัดเลย พบว่า การดำเนินงานในด้านการบริหารการเงินอยู่ในระดับน้อยมาก ในประเด็นการจัดสวัสดิการให้สมาชิก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรยังมีรายได้จากผลตอบแทน

จากการดำเนินกิจกรรมไม่เพียงพอที่จะทำมาจัดสวัสดิการให้สมาชิก ประกอบกับเป็นกลุ่มที่ไม่มีฐานะเป็นนิติบุคคลทำธุรกิจได้ไม่หลากหลาย จำนวนสมาชิกไม่มาก จึงไม่ค่อยมีความมั่นคงมากนัก แต่ทั้งนี้พบว่า หากสมาชิกมีการดำเนินการด้านบัญชีและการเงิน อินทขลิตา วัชรจิระ โชติ (2556, น. 56) พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีการปฏิบัติด้านการจัดการเงิน โดยมีการระดมเงินทุนจากออมทรัพย์ของสมาชิกเพื่อนำมาจัดการกลุ่ม และการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกลุ่มอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ สอดคล้องกับ มินระดา โคตรศรีวงศ์ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2559, น. 1640) พบว่า ด้านเงินทุน กลุ่มมีแหล่งเงินทุนหมุนเวียนจากภายในชุมชน และการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐแบบทุนให้เปล่า มีการสร้างผลกำไรจากการดำเนินงานทุกปี และมีการจัดการด้านการเงิน และการจัดสรรผลกำไรอย่างเป็นสัดส่วนตามระเบียบที่วางไว้อย่างชัดเจน เช่นเดียวกับ อัครเดชเดชา ปานท่าไข่ (2559, น. 97) พบว่า สภาพการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในด้านการบัญชี/การเงิน มีการเปิดเผยข้อมูลทั้งหมดให้สมาชิกทราบอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการประชุมแจกเอกสารหรือติดประกาศ มีการจัดสรรรายได้ และผลประโยชน์อย่างเหมาะสม และมีการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์แก่สมาชิกโดยกำหนดวิธีการที่แน่นอน และจากการศึกษาของ สมชาย น้อยน้ำ วรินทร์ธร ธารสารสมบัติ และสุภา แสงจินดาวงษ์ (2561, น. 138) พบว่า การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ด้านการเงิน คือ การวางแผนการใช้เงิน การกู้ยืมเงิน การตัดสินใจด้านการบริหารเงิน และ การจัดทำบัญชี

2.3 ปัญหาในการร่วมกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนของสมาชิกอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

2.3.1 ด้านบริหารจัดการ ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย จะเห็นได้ว่า ผู้นำวิสาหกิจชุมชนมีความรับผิดชอบ สมาชิกมีความเข้าใจวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน รวมถึงมีการยอมรับความคิดเห็นร่วมกันของสมาชิก ทำให้การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนดำเนินกิจกรรมไปอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ อัครเดชเดชา ปานท่าไข่ (2559, น. 103) พบว่า ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ การวางแผนการบริหารงานบุคคล การบัญชี/การเงิน การจัดการ โครงสร้างองค์กร การตลาด และการผลิตตามลำดับ การที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่พบปัญหาและอุปสรรคน้อยกว่ามีโอกาสที่จะดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนได้อย่างต่อเนื่องกว่าถึง 1.7 เท่า เมื่อเทียบกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่พบปัญหาและอุปสรรคในการบริหารงานมาก (ณัฐนิชา ประสาทเขตวิทย์, 2545, น. 445)

2.3.2 ด้านการผลิต ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง จะเห็นว่า วิสาหกิจชุมชนพบปัญหาในบางประเด็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับมาตรฐาน ไม่มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าในระหว่างกระบวนการผลิต และกำลังการผลิต

ไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดความต่อเนื่องของการผลิต สอดคล้องกับ ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2557, น. 109-112) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา พบว่า ปัญหาด้านการผลิต จำเป็นต้องให้แรงงานที่มีทักษะพอสมควร แต่การพัฒนาทักษะให้แก่สมาชิกยังไม่สามารถพัฒนาได้ดี ทำให้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้า รองลงมา ปัญหาที่เกิดจากต้นทุนของวัตถุดิบ เนื่องจากไม่มีการใช้วัตถุดิบที่มาจากทรัพยากรในท้องถิ่น ทำให้มีต้นทุนวัตถุดิบสูง นอกจากนี้ผู้ผลิตบางรายที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ก็พบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ เพราะใช้มากเกินไปไม่ทันกับปริมาณการใช้ แต่ไม่สอดคล้องกับ อัครมเดชเดชา ปานท่าใจ (2559, น. 103) พบว่า ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านการผลิตในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ในด้านการดำเนินการ และบริหารให้เกิดความเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกชุมชน

2.3.3 ด้านการตลาด ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง จะเห็นว่า วิสาหกิจชุมชนพบปัญหาในบางประเด็นเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการแข่งขันสูง ไม่สามารถขยายตลาดนอกชุมชนได้ และยังมีต้นทุนการผลิตสูง สอดคล้องกับ ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2557, น. 109-115) พบว่า ปัญหาการตลาดเป็นปัญหาใหญ่ต่อวิสาหกิจชุมชน โดยส่วนมากเกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านผู้อยู่ในชนบท ซึ่งขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการ และวิถีชาวบ้านมักจะใช้การผลิตนำการตลาด ซึ่งตามหลักการบริหารการตลาดแล้ว ก่อนจะผลิตอะไรผู้ผลิตจะต้องสำรวจตลาดก่อนว่าผู้บริโภคต้องการสินค้าแบบไหน อย่างไร ราคาเท่าไหร่ ใครคือผู้บริโภค เพื่อที่จะได้ผลิตสินค้าและบริการได้ตามความต้องการของผู้บริโภคหรือตลาด นอกจากนี้ในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่าย และการขยายตลาด ทั้งนี้ยังพบว่า ไม่ได้มีช่องทางการจัดจำหน่ายมากนัก อาศัยงานแสดงสินค้าของหน่วยงานภาครัฐกับการขายหน้าร้านของตนเองเป็นหลัก ปัญหาการขาดแหล่งจำหน่ายสินค้า คือ ไม่มีสถานที่ในการจัดจำหน่ายสินค้า ปัญหาการขาดเครือข่ายในการจำหน่ายสินค้า คือ การขาดผู้นำกลุ่มที่จะรวมสินค้าไปจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง จากการศึกษา ฐิตานันท์ ศิริสุริยภักดิ์ (2561, น. 6) ศึกษาการพัฒนาธุรกิจชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านร้อนพัฒนา ตำบลตันหยงมัส อำเภอกระแจะ จังหวัดนราธิวาส พบว่า วิสาหกิจชุมชนขาดการสร้างตลาดกับกลุ่มผู้บริโภคสินค้าออนไลน์ และสมาชิกกลุ่มยังขาดความรู้ในด้านของเทคโนโลยีที่นำมาช่วยส่งเสริมการขายประชาสัมพันธ์ให้สินค้าเป็นที่รู้จักผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ รวมถึงการจัดส่งและการบรรจุสินค้าสำหรับการส่งสินค้า เพื่อขายผ่านเว็บไซต์

2.3.4 ด้านการบัญชีและการเงิน ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในด้านการบัญชีและการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง จะเห็นว่า วิสาหกิจชุมชนไม่มีการจัดระบบบัญชีที่ดี

เนื่องจากคณะกรรมการฝ่ายบัญชีของวิสาหกิจชุมชนไม่เข้มแข็งแบ่งงานไม่ชัดเจน สอดคล้องกับ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2557, น. 109-112) พบว่า วิสาหกิจชุมชนไม่มีระบบบัญชี ทำให้ไม่ทราบต้นทุนการผลิตที่แท้จริง มีการใช้เงินหมุนเวียนไปปะปนกับค่าใช้จ่ายส่วนตัว หรือในกรณีที่สมาชิกมีการผลิตสินค้าหลายอย่างและมีการจดทะเบียนวิสาหกิจหลายกลุ่ม ทำให้ไม่มีการแยกแยะบัญชีที่ชัดเจน ทำให้การใช้เงินมีลักษณะที่ปะปนกัน สอดคล้องกับ ฐานันท์ ตั้งรุจิกุล และคณิดา ไกรสันติ (2560, น. 979) พบว่า ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ผู้ประกอบการไม่มีระบบบัญชีที่ดี ทำให้ไม่สามารถคำนวณต้นทุนการผลิตที่แท้จริงได้ การตั้งราคาขายจึงเกิดจากการประมาณการ และการใช้ประโยชน์ส่วนการ เงิน ขาดเงินทุนเพื่อการขยายกิจการ แต่ไม่ สอดคล้องกับ อัสม์เดชเดชา ปานท่าไข (2559, น. 103) พบว่า ปัญหาด้านการบัญชี/การเงิน โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ในการระดมหุ้นตามช่วงเวลาที่กำหนดไว้ และการจัดบันทึกการเงิน หรือบัญชี

2.4 ความต้องการและแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

2.4.1 ความต้องการในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

1) ความต้องการความรู้ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน มีความต้องการความรู้ในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ จะเห็นว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการความรู้ในการดำเนินงานพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสามารถนำความรู้ไปใช้และปฏิบัติได้จนนำไปสู่ความเข้มแข็งในทางด้านเศรษฐกิจ โดยการสร้างชุมชนให้เป็นเจ้าของร่วมกันในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน สร้างมูลค่าเพิ่มรายในชุมชน ทางด้านสังคม โดยการพัฒนาคุณภาพชีวิตและรายได้ของคนในชุมชน ส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและสามารถพึ่งพาตนเองได้ ทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยการลดปริมาณการใช้วัตถุอันตรายในการผลิตลง ใช้วัตถุอันตรายที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เกื้อกูลซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับ ทศนีย์ เชาว์วิเศษ (2555, น. 78) ศึกษาแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสนามคลีมะม่วงส่งออก ตำบลสนามคลี อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การส่งเสริมความรู้ในด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ การฝึกอบรมภาวะผู้นำของคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนและการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิกภายในกลุ่มให้มีการพัฒนาแนวคิด เปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น นำมาใช้สร้างกฎระเบียบและวิธีปฏิบัติของสมาชิกเมื่ออยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มให้สามารถนำไปใช้และปฏิบัติได้จนนำไปสู่ความเข้มแข็งของกลุ่ม เช่นเดียวกับ ลักษณะ อินทร์บึง ภูวนิดา คุณผลิน และพจ คุ้มจ (2564, น. 241) ศึกษาการจัดการสู่ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง โดยมีการส่งเสริมองค์ความรู้ในการบริหารจัดการตาม

โครงสร้างของกลุ่ม การสนับสนุนและส่งเสริมด้านต่างๆ เช่น พัฒนาศักยภาพฝีมือแรงงานที่เป็นประโยชน์ต่อกระบวนการผลิตต่างๆ มีการแบ่งหน้าที่ตามคณะกรรมการที่ได้เลือกตั้งขึ้นมา ทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความเป็นองค์กรที่ชัดเจน ทำให้หลายภาคส่วนสนใจให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

2) ความต้องการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน มีความต้องการช่องทางในการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในภาพรวมทั้งหมดยู่ในระดับน้อย แต่พบว่าสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการช่องทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลาง ในด้านสื่อบุคคล คือ การส่งเสริมของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ด้านสื่อออนไลน์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต และแอปพลิเคชัน และด้านสื่อกิจกรรม คือ การอบรม ทั้งนี้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้รับการส่งเสริมความรู้จากสื่อในด้านต่างๆ เช่น การฝึกอบรม การประชุม และการศึกษาดูงาน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในกลุ่ม หรือระหว่างกลุ่มร่วมกัน เพื่อให้มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา กำหนดแนวทางในการจัดการกับทรัพยากรในท้องถิ่น รวมทั้งการนำองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ท้องถิ่น นวัตกรรม และเทคโนโลยีการผลิตมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการดำเนินการ การผลิต การตลาด และการบัญชีและการเงิน เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็ง และยั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับ วรรณภา โพธิ์ผล สมิตีร์ เจือจินดา และณรงค์พล เอื้อไพโรจิตรกุล (2558, น. 75) ศึกษาการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชน โดยชุมชนมีส่วนร่วม พบว่า การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดสามารถช่วยส่งเสริมด้านการตลาด โดยมีการใช้เฟซบุ๊ก ในการประชาสัมพันธ์สินค้า เผยแพร่กิจกรรมต่างๆ การออกร้านของกลุ่ม การติดต่อระหว่างลูกค้า และสมาชิกในกลุ่ม มีการเปิดร้านเพื่อขายสินค้าและโฆษณาสินค้าผ่าน โปรแกรมไลน์ช้อปปิ้ง มีการติดต่อกับลูกค้าและสมาชิกในกลุ่มผ่านโปรแกรมไลน์ สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่กลุ่ม สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า และช่วยแก้ปัญหาในด้านการตลาด ในขณะที่ รจนา เตียวพานิชย์กิจ ภรณ์ ต่างวิวัฒน์ และเบญจมาศ อยู่ประเสริฐ (2559, น. 597) ศึกษาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า ในจังหวัดยโสธร พบว่า ในการจัดการความรู้ ข้อมูลข่าวสารของกรรมการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ควรหมั่นแสวงหาความรู้ทั้งจากการฝึกอบรม การศึกษาดูงาน และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อเพิ่มพูนทักษะให้พร้อมในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของตน โดยเฉพาะในด้านการตลาดที่นอกจากการจัดการหาสถานที่จำหน่ายที่แน่นอนแล้ว ควรรับฟังข้อมูลความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุง และควรมีการวิเคราะห์และกำหนดยุทธศาสตร์การตลาดที่ชัดเจนและต่อเนื่อง เชื่อมโยงไปสู่วิสาหกิจชุมชนอื่นๆ โดยการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองทางการตลาดก่อให้เกิดรายได้ที่มั่นคงให้วิสาหกิจชุมชน

เช่นเดียวกับ ญัฐภาณี บัวดี และอดิเรก พันเทียว (2562, น. 19-20) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพ การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วย ในอำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีความต้องการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในด้านการพัฒนา ตลาด ด้านความรู้ในการจัดทำบัญชี ด้านการอบรมรูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะได้มีการพัฒนาสินค้า ให้เป็นที่นิยม และเป็นที่น่าสนใจ

2.4.2 แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

1) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

(1) ด้านจุดแข็ง พบว่า มีจุดแข็ง คือ ด้านผู้นำ ในด้านผู้นำกลุ่มมีความรู้ ความสามารถ ความเข้มแข็งทุ่มเทให้กับกลุ่ม มีทักษะในการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ถ่ายทอด ให้กับสมาชิกภายในวิสาหกิจชุมชน ด้านสมาชิกกลุ่มมีความสามัคคี มีความรู้และภูมิปัญญาในด้านการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สินค้า สอดคล้องกับ ชนเดตี พุ่มพฤษ และนฤมล อนุสนธิ์พัทธ์ (2563, น. 139) พบว่า ประชาชนวิสาหกิจชุมชนมีภาวะความเป็นผู้นำสูง และมีความสามารถในการ สร้างความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกวิสาหกิจชุมชน ซึ่งให้เห็น ได้จากการที่ผู้นำ สร้างกลไก ความร่วมมือให้แก่สมาชิกทุกคน ส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานร่วมกัน รวมทั้งผู้นำคอยเชื่อม ประสานประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชนกับหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชนอยู่ตลอดเวลา เช่นเดียวกับ ลักขณา อินทร์บึง ภูวนิดา คุณผลิน และพจ คุ้มจ (2564) พบว่า ความเข้มแข็งทางด้าน ผู้นำในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับสมาชิกภายในกลุ่ม ทำให้เกิดการบริหารจัดการที่ดี ด้านการ มีส่วนร่วม วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งทางการรวมกลุ่มในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยใช้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น มีการช่วยพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ภายในวิสาหกิจชุมชน ของตนเอง โดยใช้วัตถุดิบที่หาได้จากท้องถิ่นภายในชุมชน เพื่อลดต้นทุนในการผลิต รวมถึงการนำ แรงงานภายในชุมชนมาร่วมกันผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการมีส่วนร่วมและสร้างงาน ให้แก่คนในชุมชน

(2) ด้านจุดอ่อน พบว่า มีจุดอ่อน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน รongรับ ด้านสมาชิกมีความรู้ด้านการตลาดออนไลน์น้อย และด้านการผลิตขาดเครื่องมือ เครื่องจักร ที่จะผลิตสินค้าในปริมาณมากๆ สอดคล้องกับ ชนิศรา แก้วสวรรค์ (2563, น. 99) ศึกษาการพัฒนา ศักยภาพด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ในด้านศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนยังขาดทักษะความรู้ในการทำตลาด ทั้งในรูปแบบตลาดแบบออฟไลน์และออนไลน์ และในด้านการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ที่ทันสมัยในการผลิต และ

บรรจุกิจที่มีมาตรฐาน การรับรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เช่น อย. สามารถทำได้ยาก และต้องใช้เงินทุนในการปรับปรุงสถานที่การผลิต เพื่อขอรับรองที่ค่อนข้างสูง รวมทั้งการนำเทคโนโลยีที่มาใช้กับวิสาหกิจชุมชนน้อย เพราะเทคโนโลยีบางประเภทมีราคาที่สูงเกินความสามารถที่ชุมชนจัดหาได้

(3) ด้านโอกาส พบว่า มีโอกาส ได้แก่ ด้านหน่วยงานภาครัฐให้การส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ด้านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้การสนับสนุน และด้านสถาบันการเงินให้โอกาสและการสนับสนุนในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ พัชรี หล้าแหล่ง (2555, น. 594-595) ศึกษาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มสหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟจังหวัดชุมพร จำกัด พบว่า ด้านโอกาส การดำเนินงานของกลุ่มสหกรณ์ฯ มีหน่วยงานภายนอกองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาส่งเสริมการเพิ่มรายได้ด้วยการขยายกำลังการผลิต รวมถึงการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เพื่อเข้ามาให้ความรู้ด้านต่างๆ เช่นเดียวกับ ชนิศรา แก้วสุวรรณ (2563, น. 99) พบว่า ศักยภาพที่มาจากโอกาสของวิสาหกิจชุมชน เกิดจากความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน และจากความช่วยเหลือในด้านเงินทุนจากภาคเอกชน เช่นเดียวกับ ลักษณ์ อินทร์บึง ภูวนิดา คุณผลิน และพจ คุ้ม (2564) พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งทางนโยบายภาครัฐ จากข้อบัญญัติต่างๆ ในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ได้รับเงินสนับสนุน เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

(4) ด้านอุปสรรค พบว่า มีอุปสรรค ได้แก่ ความไม่แน่นอนของสภาพภูมิอากาศ ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง ทำให้อุณหภูมิสูงขึ้น ปัญหาภัยแล้ง ชุมชนขาดแคลนน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภค ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านเศรษฐกิจ รายได้ และการดำรงชีวิตของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จากรายงานของ วรรมณ ภูสกุลขจร (2557, น. 57) กล่าวว่า สภาพภูมิอากาศเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตทางการเกษตร จากการประเมินการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในประเทศไทย พบว่า อุณหภูมิเฉลี่ยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น 1.5-2.0 องศาเซลเซียส ภายใน 40 ปีข้างหน้า นอกจากนี้ระดับอุณหภูมิสูงสุดในช่วงเวลากลางวันอาจสูงขึ้น 2.0-4.0 องศาเซลเซียส ส่งผลให้ลักษณะมรสุมและปริมาณน้ำฝนเกิดการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ทั้งนี้ อุปสรรคในการแข่งขันการผลิตสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์สูง สอดคล้องกับ ชนิศรา แก้วสุวรรณ (2563, น. 103) พบว่า ด้านการแข่งขันการผลิตสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์สูง สอดคล้องกับ พบว่า ด้านการวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลผลิตทางเกษตรมีการแข่งขันทางการตลาดที่สูง ซึ่งวิสาหกิจชุมชนยังมีตลาดที่ค่อนข้างแคบ และกลุ่มผู้บริโภคยังไม่รู้จักเท่าที่ควร

ทั้งนี้ควรมีการปรับปรุงร้านค้าออนไลน์ เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและหาช่องทางอื่นๆ เช่น เครือข่ายของหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชน เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

2) การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจเพื่อกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชน ด้วยเทคนิค TOWS Matrix ของวิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 กลุ่ม

(1) กลยุทธ์เชิงรุก โดยการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความ หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้า ส่งเสริมให้กลุ่มขอรับการรับรองมาตรฐานชนิดต่างๆ การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ รวมถึงการส่งเสริมให้เป็น แหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวในการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สินค้า การเปลี่ยนวิธีการผลิตนำ การตลาดจากเดิมที่เน้นการผลิตออกมาก่อนที่จะหาตลาด ทำให้ไม่มีตลาดในการรับซื้อสินค้าที่ผลิต ได้ราคาที่ดีต่ำ โดยเปลี่ยนวิธีคิดมาเป็น การตลาดนำการผลิต ตามนโยบายการพัฒนาการเกษตร ของกระทรวงเกษตรศาสตร์ กล่าวคือ ก่อนที่จะผลิตอะไรวิสาหกิจชุมชนจะต้องศึกษาก่อนว่า สินค้า ที่จะผลิตเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ ผลิตแล้วกลุ่มผู้บริโภคคือใคร ผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ แบบไหน และผลิตแล้วจะไปขายที่ไหน เป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดที่หลากหลาย ทำให้สมาชิก มีรายได้เพิ่ม สามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ เป็นแนวคิดด้านการบริหารจัดการสินค้าเกษตร แบบใหม่ ให้ปริมาณการผลิตและความต้องการสินค้าเกษตรเกิดความสมดุลกัน ให้เกษตรกร เชื่อมโยงกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน สหกรณ์การเกษตร และผู้ค้า สามารถช่วยวางแผน การผลิตให้กับเกษตรกร สามารถลดต้นทุนการผลิต อีกทั้งเกษตรกรจะมีตลาดรองรับสินค้า ที่แน่นอน ผลผลิตไม่ล้นตลาด มีรายได้และมีความมั่นคงในอาชีพเกษตรกรมากยิ่งขึ้น (กระทรวง เกษตรและสหกรณ์, 2562, น. 1-7)

2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข โดยการอบรมและพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย มีความแปลกใหม่ ทันสมัย มีความต่อเนื่องและครบวงจร สามารถสร้าง ความแตกต่างและเพิ่มมูลค่า รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐช่วยจัดหาตลาดหรือให้ความรู้ทักษะด้าน การตลาด เพื่อวิเคราะห์ตลาดเป้าหมายที่เหมาะสม สอดคล้องกับ อัสม์เดชเดชา ปานท่าไข่ (2559, น. 107) พบว่า แนวทางด้านตลาด วิสาหกิจชุมชนควรเปลี่ยนวิธีการผลิตจากการผลิตนำ การตลาด มาเป็นการตลาดนำการผลิต โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค คุณภาพ และรูปแบบ ของสินค้า ตลอดจนให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาขาย การสร้างตราสินค้า การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ให้มีความดึงดูดน่าสนใจ และเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละวิสาหกิจชุมชน เป็นการเพิ่ม จุดเด่นและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น รวมถึงในปัจจุบันจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ยังคง อยู่ แม้จะมีผลผลิตจำนวนเพิ่มมากขึ้น แต่ไม่สามารถนำออกสู่ตลาดเพื่อจำหน่ายได้ เพราะช่องทาง การจัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภคทางไกลติดขัดและล่าช้า หรือการไม่ให้รวมกลุ่มคนในที่จำนวนมาก

ทำให้ผลผลิตที่ออกมาขายไม่ได้ ไม่มีผู้รับซื้อ ทั้งนี้ทำให้ผู้คนมาสนใจการซื้อขายสินค้าบนตลาดออนไลน์ที่มีเพิ่มมากยิ่งขึ้น เป็นอีกช่องทางตลาดออนไลน์หนึ่งที่จะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนในช่วงที่ต้องเผชิญกับวิกฤตโรคระบาดดังกล่าว สอดคล้องกับ ปราโมทย์ ยอดแก้ว (2564, น. 21) ศึกษาการตลาดดิจิทัลกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตใหม่ในสังคมไทย พบว่า การตลาดดิจิทัลกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตใหม่ คงไม่ได้เปลี่ยนเฉพาะผู้บริโภค แต่จำเป็นต้องเปลี่ยนผู้ประกอบการด้วย ซึ่งวิถีชีวิตใหม่ของผู้ประกอบการคงไม่ใช่เพียงแค่รัฐบาลตั้งแต่ในยุคนี้จะต้องศึกษาให้สอดคล้องกับแนวโน้มการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ประสบการณ์ใดๆ ที่มอบให้ผู้บริโภค ความรู้ที่ถึงถึงความคุ้มค่า ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ถูกค่าเข้าถึงสินค้าและบริการ

3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน โดยการพัฒนาศักยภาพสมาชิกให้มีความรู้เรื่องการมีส่วนร่วมในการวางแผนการผลิต การตลาดออนไลน์และการจัดทำบัญชี พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพสมาชิกให้มีความรู้เรื่องระบบรับรองมาตรฐานสินค้า เพื่อให้เกิดยอมรับ และเชื่อถือต่อสินค้าและผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนที่ใช้วัตถุดิบที่ตนเองมีในท้องถิ่น เพื่อนำมาใช้ในการผลิต เป็นการลดต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากภายนอก การพัฒนาฝีมือแรงงานจะต้องมีการอบรมทักษะสมาชิกวิสาหกิจที่เข้ามาทำงานใหม่ให้มีทักษะความสามารถก่อนที่จะผลิตสินค้า นอกจากนี้ การขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐในการพัฒนาเพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐานสินค้า ทั้งสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ ด้วยการให้ความรู้ความเข้าใจ และพัฒนาต่างๆ สอดคล้อง อัครเดชเดชา ปานท่าไข (2559, น. 107) พบว่า แนวทางด้านการผลิต วิสาหกิจชุมชนจึงควรใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ในท้องถิ่นเพื่อนำมาใช้ในการผลิต นอกจากนี้ต้องมีความเข้าใจในการนำวัตถุดิบที่ทำการผลิตมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรของจังหวัดให้เกิดความยั่งยืน นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนถ่ายทอดความรู้ในเรื่องกระบวนการผลิต รวมไปถึงการพัฒนาฝีมือแรงงานให้มีทักษะความชำนาญก่อนที่จะผลิตสินค้านำไปสู่การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการพัฒนาไปสู่การรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปสู่การวางแผนแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาสินค้าของวิสาหกิจชุมชน

แนวทางการพัฒนาด้านระบบบัญชีและการเงิน หน่วยงานภาครัฐ นอกจากมีการจัดอบรมแล้ว ควรมีการออกกระเปาะการจัดทำบัญชี และการตรวจสอบบัญชีจากหน่วยงานภาครัฐอยู่เสมอ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนทุกแห่งได้จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และสามารถบริหารงานการเงินได้ตามความเป็นจริง ทำให้สามารถคำนวณรายรับ-รายจ่าย และต้นทุนการผลิตที่แท้จริงได้ ในการระดมทุนภายในจากสมาชิก เพื่อเป็นทุนในการดำเนินกิจการของวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการจัดซื้อปัจจัยการผลิต การบริหารเงินทุนภายในวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับ สยาม ทิมิ วิไลวรรณ สมโสภณ และเพ็ญณี แนนรท (2557, น. 2195) พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการ

ดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ในด้านการเงินการลงทุน ได้แก่เงินทุนจากวิสาหกิจชุมชนเอง เงินทุนได้จากการระดมทุน จากองค์การบริหารส่วนตำบล หรือส่วนราชการ เงินกู้ยืมจากแหล่งเงินทุน หรือสถาบันทางการเงิน ในด้านการบริหารการเงิน มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ด้านระบบงานมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงาน เช่นเดียวกับ อัครมเดชเดชา ปานท่าไข (2559, น. 107) พบว่า แนวทางด้านงบบัญชี/การเงิน วิสาหกิจชุมชนต้องให้ความสำคัญกับการจัดทำบัญชี ซึ่งเป็นเครื่องมือในการชี้วัดผลของการดำเนินของวิสาหกิจชุมชน ส่งผลต่อการควบคุมดูแลการเงินในเรื่องของรายรับรายจ่าย เป็นข้อมูลที่สำคัญที่ช่วยในการวางแผนในการดำเนินงานและตัดสินใจในการประกอบการ การเปิดเผยข้อมูลให้สมาชิกในวิสาหกิจชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการดำเนินงาน

4) กลยุทธ์เชิงรับ โดยการพัฒนาศักยภาพคณะกรรมการ และสมาชิกในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน การจัดฝึกอบรมในด้านการพัฒนาสินค้า การตลาดออนไลน์ และการบัญชี พัฒนาสินค้าให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่ง สอดคล้องกับ วรรณิการ์ สายเทพ และพิชญาเพิ่มไทย (2560, น. 8) ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง พบว่า เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมือนกันกับผลิตภัณฑ์อีกหลายกลุ่ม ก่อให้เกิดการแข่งขันที่สูง ดังนั้นควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์จากกลุ่มอื่น อาทิ ใช้วัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น สินค้าต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น อีกทั้งปัจจุบันลูกค้ายังไม่รู้จักกลุ่มหรือสินค้าของกลุ่ม จึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลแก่ลูกค้า รวมถึงมีการเข้าร่วมกับสมาชิกเครือข่ายการส่งออกและขอรับการสนับสนุน การให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์จากรัฐบาล อาทิ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก เป็นต้น

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

3.1.1 ข้อเสนอแนะต่อสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

1) จากผลการวิจัยพบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีแหล่งข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตร และผู้นำชุมชน ส่งเสริมข้อมูลข่าวสาร และควรทำความเข้าใจลักษณะพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชน ในการที่จะจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนขึ้นนั้น จำเป็นที่จะต้องเข้าใจหลักการพื้นฐาน แนวคิดของวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการ

สร้างการพึ่งพาอาศัยกันในกลุ่มชน ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนพื้นฐานจึงเป็นการสร้างฐานรากของเศรษฐกิจในกลุ่มชน ตั้งแต่ระดับครัวเรือน จนถึงชุมชนและท้องถิ่น รวมทั้งหากต้องการสร้างโอกาสในระบบเศรษฐกิจของกลุ่มชนให้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในการพึ่งพาตนเองและสร้างความยั่งยืนต่อไป

2) จากผลการวิจัยพบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินงานด้านการบัญชีและการเงินอยู่ในระดับน้อย ดังนั้น สมาชิกวิสาหกิจชุมชนควรมีการจัดสรรผลประโยชน์ที่ชัดเจน มีการจัดประชุมกลุ่มทำข้อตกลงด้านผลประโยชน์ที่ชัดเจน มีความโปร่งใส และเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน โดยสมาชิกทุกคนสามารถเข้าไปตรวจสอบและรับทราบข้อมูลได้

3) จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความรู้ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับมาก โดยได้รับความรู้จากแหล่งความรู้ที่เป็นสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร โดยใช้สื่อกิจกรรม เช่น การฝึกอบรม และการประชุม รวมถึงการใช้สื่อออนไลน์ เช่น อินเทอร์เน็ต และแอปพลิเคชัน ดังนั้น ควรมีการจัดอบรมเพื่อสนับสนุนในด้านองค์ความรู้ให้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน เช่น ให้ความรู้เพื่อวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด และความต้องการของผู้บริโภค การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน การให้ความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ การเรียนรู้กับสื่อออนไลน์ การใช้แอปพลิเคชัน และ/หรือ โปรแกรมคำนวณบัญชีเบื้องต้นมาจัดการบัญชีและการเงิน เนื่องจากปัจจุบันในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 การใช้สื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมากขึ้น เช่น การซื้อขายผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป เว็บไซต์ ซึ่งเป็นช่องทางรูปแบบเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ง่าย รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน

4) จากผลการวิจัยพบว่า แนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 กลุ่ม มีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ตลอดจนแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกด้วยเทคนิค TOWS MATRIX ที่แตกต่างกันตามแต่ละกลุ่ม

(1) กลุ่มระดับดี ผู้นำและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ควรมีการพัฒนาศักยภาพของตนเอง เพื่อนำไปดำเนินงานบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนให้เพิ่มจากที่เป็นอยู่ ทั้งในด้านการวางแผนการผลิตให้ได้รับรองมาตรฐาน ด้านการตลาด และการบัญชีในการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชน พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายกับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และปัจจัยการผลิต

(2) กลุ่มระดับปานกลาง ผู้นำและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ควรพัฒนาและหาความรู้ในด้านการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ สร้างความแตกต่าง การหาแนวทางในการควบคุมต้นทุนในการผลิต

ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น และการติดต่อประสานงานกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และปัจจัยการผลิตสินค้า

(3) กลุ่มระดับปรับปรุง ผู้นำและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ควรมีการพัฒนาตนเองและการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ทั้งในการมีส่วนร่วมกันกำหนดโครงสร้างบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ กฎเกณฑ์ และระเบียบต่างๆ ในการเป็นสมาชิก รวมถึงการจัดสรรปันผลให้ชัดเจน จัดให้มีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ การพัฒนาโดยการเข้ารับการอบรมความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การติดตามและการตรวจสอบสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งในรูปแบบออฟไลน์ และออนไลน์ การกระจายสินค้า และการประชาสัมพันธ์สินค้าวิสาหกิจชุมชนของตนเองให้เพิ่มมากขึ้น

3.1.2 ข้อเสนอแนะต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

1) เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ควรให้การสนับสนุนองค์ความรู้ในด้านการผลิต การฝึกทักษะให้ตรงกับความต้องการของวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนมีความรู้ มีความสามารถในการผลิตสินค้าที่แตกต่างกันไป เพื่อให้การส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จและมีความยั่งยืนต่อไป

2) เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ควรส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในเรื่องการบริหารจัดการจัดการ เนื่องจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ควรดึงคนรุ่นใหม่ในชุมชนเข้าร่วม โดยการปลูกฝัง อาจเป็นลูกหลานของสมาชิกเข้ามาช่วยจัดทำการตลาดออนไลน์ เนื่องจากคนรุ่นใหม่มีความสามารถและถนัดการใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์มากกว่า ผู้สูงอายุ เข้ามาพัฒนาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนให้สามารถจำหน่ายไปยังตลาดออนไลน์ เป็นการนำภูมิปัญญาผนวกกับเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าของวิสาหกิจชุมชนต่อไป

3.1.3 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1) จากผลการวิจัยพบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนบางพื้นที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากองค์การบริหารส่วนตำบล ทั้งนี้ การดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบล ควรคำนึงถึงอาชีพของประชาชนกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ เพราะหากองค์การบริหารส่วนตำบลสามารถดำเนินงานให้สอดคล้องกับกับกลุ่มอาชีพที่เหมาะสมภายในพื้นที่ได้ย่อมส่งผลตอบรับในเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงานและสามารถปฏิบัติงานตอบสนองความต้องการของชุมชนได้อย่างแท้จริง

2) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร ควรสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ยังเป็นอุปสรรคของการจัดการภาครัฐคือ

การบริหารงานด้วยการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐเอง นอกจากนี้ต้องสนับสนุนการฝึกอบรมให้วิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่เหมาะสม

3) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร ควรสนับสนุนในการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการให้กับวิสาหกิจชุมชนแบบครบวงจร เช่น การทำบัญชี การใช้เทคโนโลยีการผลิตในวิสาหกิจแบบเดียวกัน การออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์สินค้า และการจัดการด้านตลาด โดยให้สถาบันการศึกษา โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ และวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีชัยภูมิ ซึ่งมีสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องเป็นพี่เลี้ยงในการฝึกอบรมอาชีพและฝึกปฏิบัติจริงให้แก่วิสาหกิจชุมชน

3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาความยั่งยืนและความต่อเนื่องในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ หลังจากจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน จนถึงภายหลังสิ้นสุดโครงการส่งเสริมของทางราชการ เนื่องจากผลการดำเนินงานต่างๆ ภายหลังจากส่งเสริมนั้นขาดความต่อเนื่อง และขาดหายไปเมื่อสิ้นสุดโครงการ

3.2.2 ควรศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในส่งเสริมการดำเนินงานพัฒนาบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

3.2.3 ควรศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ตั้งแต่ร่วมคิดวิเคราะห์ปัญหา ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมติดตามประเมินผล และร่วมรับผลประโยชน์ เนื่องจากการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานทุกขั้นตอน มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่งผลให้กลุ่มความเข้มแข็งและยั่งยืน



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2546). กลยุทธ์การบริหารกองทุนหมู่บ้าน. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาชุมชน กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2548). วิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- _____. (2560). ระบบส่งเสริมการเกษตร (T&V System). กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร.
- _____. (2562). แนวทางการดำเนินงาน กรมส่งเสริมการเกษตรประจำปีงบประมาณ 2562. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร.
- _____. (2563). แผนปฏิบัติการประจำปี 2564 ของกรมส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2553). การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน. สืบค้นจาก <http://ipc3.dic.go.th>.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2562). คู่มือการขับเคลื่อนงานด้านเกษตรกรรมตามนโยบาย “การตลาดนำการผลิต” ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กษมาพร พวงประยงค์, และนพพร จันทรนำชู. (2556). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย, 5(1), 108-120.
- จารีพร บุตรสระเกษ. (2557). การดำเนินงานของคณะกรรมการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรอำเภอนาดัง จังหวัดเลย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต, ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- จารุพงศ์ พลเดช. (2546). การบริหารแบบมีส่วนร่วมและการให้อำนาจปฏิบัติ. วารสารพัฒนาชุมชน, 42(4).
- จินดา ขลิบทอง. (2544). “กระบวนการวิจัยทางส่งเสริมการเกษตร” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการวิจัยเพื่อการพัฒนาการส่งเสริมการเกษตร (หน่วยที่ 3). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จินตนา กาญจนวิสุทธิ์. (2558). เส้นทางวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาอาชีพและการพึ่งตนเอง. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- จิรวุฒ มงคล. (2557). ความต้องการการส่งเสริมการเกษตรแปลงใหญ่ของเกษตรกรในจังหวัดสกลนคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต, ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- เฉลิมศักดิ์ คุ่มหิรัญ. (2553). เอกสารการสอนชุดวิชาสารสนเทศและสื่อที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตร. นนทบุรี: สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชญาพร ไชยศรี. (2552). กลยุทธ์การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านผาซ้อง ตำบลห้วยส้ม อำเภอกงกระด้าง จังหวัดเลย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, เลย.
- ชนิสรา แก้วสุวรรณค์. (2564). การพัฒนาศักยภาพด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง, 10(2), 92-108.
- ชนตติ พุ่มพุกภัย และนฤมล अनुสนธิ์พัทธ์. (2563). ศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 22(1), 133-144.
- ญาณี พายัพสาย, สุมาลี สันติพลวุฒิ, ปิยะพรรณ ช่างวัฒนชัย. (2558). การวิเคราะห์ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน. การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 12: ตามรอยพระยุคลบาทเกษตรศาสตร์กำแพงแสน (หน้า 1246-1254). นครปฐม: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.
- ฐานันท์ ตั้งรุจิกุล และคณิดา ไกรสันติ. (2560). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านลานไทร อำเภอนาหม่อม จังหวัดสงขลา. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับนานาชาติ ครั้งที่ 8 (หน้า 969-984). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ฐิตานันท์ สิริสุริยภักดิ์. (2561). การพัฒนาธุรกิจชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านร้อนพัฒนา ตำบลต้นหยงมัส อำเภอร่องแงะ จังหวัดนครราชสีมา. สืบค้นจาก www.ba-abstract.ru.ac.th/index.php/abstractData/viewIndex/311.ru
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล. (2545). วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก. กรุงเทพฯ: บริษัท เอดิชั่นเพรส จำกัด.
- ณัฐนิชา ประสาทเขตวิทย์, รุจ ศิริสัญลักษณ์, จุฑาทิพย์ เฉลิมผล, และมาโนช โพธาภรณ์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความต่อเนื่องของวิสาหกิจชุมชนในตำบลห้วยสัก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. แก่นเกษตร, 47(1), 441-446.

- ณัฐภานี บัวดี และอดิเรก พันเขียว. (2562). แนวทางการพัฒนา ศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วย ในอำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก. วารสารศรีวนาลัยวิจัย, 9(1), 15-24.
- ดวงเดือน สมวัฒน์ศักดิ์. (2548). เอกสารวิชาการ วิสาหกิจชุมชน. ชัยนาท: สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 1 กรมส่งเสริมการเกษตร.
- เต็มศักดิ์ คทวนิช. (2546). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ทศพล ถาวร. (2554). การประเมินและพัฒนายุทธศาสตร์ความร่วมมือทางวิชาการกับมหาวิทยาลัยต่างประเทศศึกษาเปรียบเทียบ: คณะรัฐศาสตร์ และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต, ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- ทัศนชัย ศิริวรรณ. (2564). การพัฒนาดัชนีชี้วัดความสำเร็จอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชีววิถี ตำบลน้ำเกีฮัน อำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- ทัศนีย์ เชาววิเศษ. (2555). แนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสนามคลีมะม่วงส่งออก ตำบลสนามคลี อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต, ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัย-ธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังข์รัตน์. (2557). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 10(1), 97-122.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2558). ประเด็นเศรษฐกิจในรอบปี 2553. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AnnualReport/AnnualReport/annual_2553.pdf
- ธีรฉัตร เทียมทอง และเพ็ญณี แนนรท. (2561). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงปลากระชังแม่น้ำโขงบ้านพร้าวใต้ ตำบลหินโงม อำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย. วารสารการบริหารปกครอง, 7(2), 245-265.
- นันทยา หุตานุกัฏ และณรงค์ หุตานุกัฏ. (2551). คิดกลยุทธ์ด้วย SWOT: กระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อพัฒนาศักยภาพองค์กรชุมชนในการดำเนินวิสาหกิจชุมชน. อุบลราชธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

- นุชนาถ ทับครุฑ, ศุภพิชญ์ บุญเกื้อ, และอรอนงค์ อ่ำภา. (2563). รายงานวิจัยเรื่อง การพัฒนา
วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังเพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จ. สงขลา: มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- นุชลี อุปภัย. (2558). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประภาพร ยางประยงค์. (2559). วิเคราะห์การจัดการวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาท่าสะพานไฮโดร
โปนิคส์. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, 11(2), 25-32.
- ปราโมทย์ ยอดแก้ว. (2564). การตลาดดิจิทัลกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตใหม่ในสังคมไทย. วารสาร
สังคมวิจัยและพัฒนา, 3(1), 11-22.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2547). จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี จำกัด.
- ปลื้มใจ ไพจิตร และชาญวิทย์ ทองโชติ. (2560). กระบวนการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลวิสาหกิจ
ชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตอาหาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิทยาการจัดการ, 4(2),
175-204.
- ปัญญาภรณ์ เอี่ยมละออ. (2547). ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรทัตสถานหญิง
ชลบุรี จังหวัดชลบุรี. (ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, ไม่ได้ตีพิมพ์).
มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- พงษ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์. (2554). “แนวคิดเชิงวิเคราะห์เกี่ยวกับการส่งเสริมการเกษตร” ใน แนวทาง
การศึกษาศุติวิชาการส่งเสริมการเกษตรเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ 4. นนทบุรี: สาขาวิชา
ส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554). ระบบค้นหาคำศัพท์ ความต้องการ. สืบค้นจาก
<https://dictionary.orst.go.th>
- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พุทธศักราช 2548. (2548, 18 มกราคม). ราชกิจจานุเบกษา.
หน้า 1-13.
- พลสรานู สราญรมย์. (2562). “รูปแบบและแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร” ใน ประมวล
สาระชุดวิชา การส่งเสริมการเกษตรเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ 7. นนทบุรี: สาขาวิชา
เกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนัก
ทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- พัชรี หล้าแหล่ง. (2555). แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของ
กลุ่มสหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟจังหวัดชุมพร จำกัด. Veridian E-Journal, 5(1), 586-601

- พีระพัฒน์ อนุรักษ์. (2557). สภาพปัจจุบันในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรที่ปฏิบัติงาน
ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต,
ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- เพชรไพรริน อุปปิง, ฐานิตย์ เกษร, วิมลโย เทือกตาธา, อรอนงค์ จำปาแก้ว, และพรทิพย์ อัคราช.
(2556). กระบวนการจัดการกลุ่มและการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษาจังหวัด
สกลนคร. วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 3(2), 14-28.
- ภรณ์ ต่างวิวัฒน์. (2555). “แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับความรู้และการจัดการความรู้” ใน เอกสาร
การสอนชุดวิชาการจัดการความรู้เพื่องานส่งเสริมการเกษตร หน่วยที่ 1. นนทบุรี:
สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภัทริกา มณีพันธ์. (2557). แนวทางการเพิ่มศักยภาพและความร่วมมือของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
ในตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตร
มหาบัณฑิต, ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- มินระดา โคตรศรีวงศ์ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2559). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ
กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะบ้า อำเภอทุ่งเขาหลวง จังหวัด
ร้อยเอ็ด. Veridian E-Journal, Silpakorn University, 9(3), 1632-1645.
- รจนา เดียวพานิชย์กิจ, ภรณ์ ต่างวิวัฒน์, และเบญจมาศ อยู่ประเสริฐ. (2559). การดำเนินงานของ
วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า ในจังหวัดยโสธร. เก่งเกษตร, 44(1), 595-601.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัควิลาศ. (2558). แนวทางการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน
เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านแม่ปูล่า อำเภอสันกำแพง จังหวัด
เชียงใหม่. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 35(2), 44-58.
- ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2564). ข้อมูลวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง
จังหวัดชัยภูมิ. สืบค้นจาก <https://smce.doae.go.th>
- ลักขณา อินทร์บึง, ภูวนิดา คุณผลิน, และพจ คุ้มจ. (2564). การจัดการสู่ความเข้มแข็งของวิสาหกิจ
ชุมชนในจังหวัดขอนแก่น. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 6(3), 234-
251.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอรรษา ชานีประศาสน์. (2547). ระเบียบวิธีการวิจัย. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการ
พิมพ์.
- เลิศภูมิ จันทรเพ็ญกุล. (2560). หลักการส่งเสริมการเกษตร. สืบค้นจาก [https://dspace.bru.ac.th/xmlui/
bitstream/handle](https://dspace.bru.ac.th/xmlui/bitstream/handle)

- วรรณภา โพธิ์ผล, สมิทธี เจือจินดา, และณรงค์พล เอื้อไพโรจิตรกุล. (2558). รายงานวิจัยเรื่อง การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาด ของวิสาหกิจชุมชนโดยชุมชนมีส่วนร่วม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- วรรณมน กุศลกุลขจร. (2557). การเกษตรกรรมที่เท่าทันต่อภูมิอากาศ กับตัวแบบการพยากรณ์ข้อมูล อากาศบนพื้นที่สูงของประเทศไทย. สืบค้นจาก https://www2.mtec.or.th/th/e-magazine/admin/upload/304_57.pdf
- วิจิตร อาวะกุล. (2535). หลักการส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- วิจิต นันทสุวรรณ. (2544). ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ: มูลนิธิหมู่บ้าน.
- วิมลสิริ กุญจนทศ, ณิชชนน มาพิจารณ์, อิศราพร กล่อมกล้านุ่ม, และณัฐพล บ้านไร่. (2563). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตและ พัฒนาการแปรรูปกล้วยตำบลดระหาน อำเภอบึงสามัคคี จังหวัดกำแพงเพชร. การประชุมวิชาการการพัฒนาชุมชน ท้องถิ่นและสังคมระดับชาติ (CSD สัมพันธ์) ครั้งที่ 19 (หน้า 672-678). ลำปาง: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ศูนย์ลำปาง.
- วิไล วีระปรีช, จงจิตต์ หลีกภัย, และ ประจิต หาวัดร. (2548). ระบบบัญชี. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีระวิทย์ ปลวีนิติ. (2556). การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรอำเภอ เมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต, ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ศรีปริยญา รูปกระจ่าง. (2546). ภูมิปัญญาพื้นบ้านเพื่อการศึกษา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ สมชาย หิรัญกิตติ และชนนวรรช ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). การจัดการและพฤติกรรม องค์กร. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สมชาย น้อยน้ำ, วรินทร์ธร ธารสารสมบัติ, และสุภา แสงจินดาวงษ์. (2561). การบริหารจัดการ วิสาหกิจชุมชน อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. *Kasem Bundit Journal*, 19, 130-139.
- สมศักดิ์ สุริโย. (2547). การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาการเกษตร กรมส่งเสริม การเกษตร.
- สยาม ทิมิ, วิไลวรรณ สมโสภณ, และเพ็ญณี แนนรท. (2557). ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจ ชุมชน: กรณีผลิตภัณฑ์จากไยบวบ กลุ่มไทเมืองเพ็ญ ตำบลเมืองเพ็ญ อำเภอบ้านไผ่. จังหวัดขอนแก่น. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 34 (หน้า 2191-2198). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- สหประชาชาติ และพยอม วงศ์สารศรี. (2554). แนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสู่ความยั่งยืน. วารสารวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต, 7(2), 39-52.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. (2546). กระบวนการจัดทำระบบข้อมูลสารสนเทศ คู่มือการจัดทำระบบข้อมูลสารสนเทศโรงเรียน. กรุงเทพฯ: กองนโยบายและสำนักแผนงาน.
- เสวี พงศ์พิศ วิจิต นันทสุวรรณ และจันทน์ แรกพินิจ. (2544). วิสาหกิจชุมชน: แผนแม่บท แนวคิด แนวทาง ตัวอย่าง ร่างพระราชบัญญัติ. กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญาไท.
- สุกัญญา ดวงอุปมา. (2557). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการที่ดี ของวิสาหกิจชุมชนใน จังหวัด กาฬสินธุ์. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 2(2), 133-139
- สุนทรา โดบัว, พนิด เข้มทอง และวรัทยา ธรรมกิตติภพ. (2561). ประเมินการนำแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาชุมชนไปสู่การปฏิบัติด้วยการประเมินแบบตอบสนอง มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 12(3), 163-173.
- สุพัตรา รักการศิลป์, ปียาภรณ์ ศิริพานุมมาศ, และสาธิต ผลเจริญ. (2557). บทบาทของผู้นำที่มีต่อ กระบวนการจัดการความรู้ วิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จภายใต้โครงการสินค้า ประเภทหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาว จังหวัดบุรีรัมย์: ถอดบทเรียน. วารสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 8(3), 140-151.
- ไสว เครือรัตนไพบูลย์. (2550). ความต้องการการนิเทศของข้าราชการครู โรงเรียนวัดแสงสรรค์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี. (ภาคนิพนธ์ครุศาสตร์มหาบัณฑิต, ไม่ได้ ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, กรุงเทพฯ.
- อภิชัย ศรีเมือง. (2555). บริหารแรงงานสัมพันธ์อย่างไรให้สัมฤทธิ์ผล. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.
- อริย์รัช อักษรทับ, อิศรี แพทย์เจริญ, ชาญวิทย์ จาตุประยูร, และวุฒิพงษ์ นั้วตระกูล (2563) การถอด บทเรียนเพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปลำไยเนื้อสีทอง ตำบลบ้านธิ อำเภอบ้านธิ จังหวัดลำพูน. วารสารสุทธิปริทัศน์, 35(3), 44-61.

- อัครมเดชเดชา ปานท่าไข่. (2559). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดสมุทรปราการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรมหาบัณฑิต, ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, กรุงเทพฯ.
- อาทิตย์ วงษ์สง่า. (2550). swot analysis. สืบค้นจาก <https://somkuansub.files.wordpress.com/2010/12/swot-analysis.pdf>
- อินท์ชลิตา วัชรจิระ โชติ. (2556). การศึกษาเปรียบเทียบการจัดการวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตผ้าไหมอำเภอบ้านเขว้า และกลุ่มผลิตผ้าไหม อำเภอกอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 2(2), 47-63.
- เอกชัย บุญยาทิษฐาน. (2553). คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย



รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรื่อง แนวทางส่งเสริมเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

1. นายศักดิ์ชัย เกษประทุม ตำแหน่ง หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร
สถานที่ทำงาน สำนักงานเกษตรจังหวัดชัยภูมิ
2. นายคมสรรงค์ สิงห์โนนตาด ตำแหน่ง เกษตรอำเภอเมืองชัยภูมิ
สถานที่ทำงาน สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองชัยภูมิ
3. นางสรลดี ภูสวัสดิ์เจริญ ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมเกษตรชำนาญการ
สถานที่ทำงาน สำนักงานเกษตรจังหวัดชัยภูมิ





ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์

เลขที่แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง แนวทางส่งเสริมเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ต้องการวิจัยศึกษาและสำรวจข้อมูลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเท่านั้น ไม่มีเงื่อนไขหรือข้อผูกพันอื่นและไม่ก่อให้เกิดความเสียหายกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใดๆ
2. คำตอบจากการสัมภาษณ์จะใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาวิจัยเท่านั้น และขอความอนุเคราะห์สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในครั้งนี้ด้วย
3. แบบสัมภาษณ์แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
ตอนที่ 2 การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน
ตอนที่ 4 ความต้องการการส่งเสริมเพื่อพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน
4. ผู้วิจัยขอขอบคุณสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ในการให้ความร่วมมืออย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้

นางศจี ประชากุล

ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

1. เพศ () 1.1 ชาย () 1.2 หญิง
2. อายุ ปี
3. ระดับการศึกษา
 - () 3.1 ไม่ได้เรียนหนังสือ () 3.2 ประถมศึกษา
 - () 3.3 มัธยมศึกษาตอนต้น () 3.4 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
 - () 3.5 อนุปริญญา/ปวส. () 3.6 ปริญญาตรีขึ้นไป
4. สถานภาพการสมรส () 4.1 โสด () 4.2 สมรส () 4.3 หย่า/หม้าย
5. การเป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () 5.1 กลุ่มส่งเสริมอาชีพการเกษตร () 5.2 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
 - () 5.3 กลุ่มยุวเกษตรกร () 5.4 กลุ่มแปลงใหญ่
 - () 5.5 สหกรณ์ภาคการเกษตร () 5.6 อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.)
 - () 5.7 สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) () 5.8 อื่นๆ (ระบุ).....
6. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้ในระดับใด

0 = ไม่ได้รับ 1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด

แหล่งข้อมูลข่าวสาร	ระดับการได้รับข้อมูลข่าวสาร				
	1	2	3	4	5
1. สื่อบุคคล					
1.1 เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมการเกษตร					
1.2 เจ้าหน้าที่ภาครัฐ					
1.3 เพื่อนเกษตรกร					
1.4 ญาติพี่น้อง					
1.5 ผู้นำชุมชน ระบุ.....					
2. สื่อกิจกรรม					
2.1 การประชุม					
2.2 การฝึกอบรม					
2.3 การศึกษาดูงาน					

แหล่งข้อมูลข่าวสาร	ระดับการได้รับข้อมูลข่าวสาร				
	1	2	3	4	5
3. สื่อมวลชน					
3.1 หนังสือ					
3.2 วารสาร					
3.3 วิทยุกระจายเสียง					
3.4 โทรทัศน์					
3.5 โทรศัพท์					
4. สื่อออนไลน์					
4.1 เฟซบุ๊ก (Facebook)					
4.2 ไลน์ (Line)					

7. ระยะเวลาการเป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน.....ปี
8. เหตุผลในการเข้าร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 8.1 มีผู้ชักชวน (ระบุ)..... () 8.2 ต้องการมีรายได้เพิ่ม
- () 8.3 ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ () 8.4 ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเพื่อนสมาชิก
- () 8.5 อื่นๆ (ระบุ).....
9. ตำแหน่งของท่านในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
- () 9.1 ไม่มีตำแหน่ง
- () 9.2 มีตำแหน่ง
- () ประธานกลุ่ม () รองประธานกลุ่ม
- () เลขานุการกลุ่ม () เหนรัญญิกกลุ่ม
- () กรรมการอื่นๆ (ระบุ)
10. ระดับความพึงพอใจในการเข้าร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
- () 10.1 น้อยที่สุด () 10.2 น้อย
- () 10.3 ปานกลาง () 10.4 มาก
- () 10.5 มากที่สุด

ตอนที่ 2 การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

2.1 ข้อมูลการดำเนินงานทั่วไป

- 1) กลุ่มของท่านดำเนินกิจกรรมประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () ผลิตพืช / ผลิตสัตว์ (ระบุ)
 - () แปรรูป / ถนอมอาหาร (ระบุ)
 - () หัตถกรรม/จักสาน/ศิลปะประดิษฐ์ (ระบุ)
- 2) กลุ่มของท่านดำเนินกิจกรรมเพื่อจุดประสงค์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () ผลิตเพื่อจำหน่าย () ผลิตเพื่อใช้ในครัวเรือน
 - () ผลิตเพื่อจำหน่าย/ใช้ในครัวเรือน () อื่นๆ (ระบุ)
- 3) ลักษณะของการจำหน่ายผลผลิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () ขายปลีก () ขายส่ง
 - () ตามการสั่งซื้อ () ฝากร้านค้าจำหน่ายภายในชุมชน
 - () จำหน่ายตามเทศกาลต่าง ๆ () ขายผ่านพ่อค้าคนกลาง
 - () อื่นๆ (ระบุ)
- 4) การดำเนินการจัดหาตลาดเพื่อจำหน่ายผลผลิต
 - () ประชาชน () ฝ้ายตลาด
 - () สมาชิก () เจ้าหน้าที่
 - () อื่นๆ (ระบุ)
5. งบประมาณของกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () ส่วนราชการ (ระบุ)
 - () ภาคเอกชน (ระบุ)
 - () ส่วนท้องถิ่น (ระบุ)
 - () อื่นๆ (ระบุ)

2.2 การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

ท่านมีความคิดเห็นว่าวิสาหกิจชุมชนของท่านมีการดำเนินการในประเด็นต่างๆ ต่อไปนี้ในระดับใด

1= น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด

ประเด็น	ระดับการดำเนินงาน				
	1	2	3	4	5
1. ด้านการบริหารจัดการ					
1.1 การกำหนดเป้าหมายและทิศทางของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างชัดเจน					
1.2 การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน					
1.3 การวางแผนในการดำเนินงานร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ					
1.4 การกำหนดแผนการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน					
1.5 การเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน					
2. ด้านการผลิต					
2.1 กระบวนการวางแผนการผลิต					
2.2 การควบคุมแผนการผลิต					
2.3 การตรวจสอบคุณภาพทุกขั้นตอน					
2.4 การใช้วัตถุดิบในการผลิตจากภายในชุมชน					
2.5 ปัจจัยการผลิตเพียงพอ					
2.6 การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง					
2.7 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า					

ประเด็น	ระดับการดำเนินงาน				
	1	2	3	4	5
3. ด้านการตลาด					
3.1 สถานที่จำหน่ายสินค้าชัดเจน					
3.2 ระบบการกระจายสินค้าเป็นระบบ					
3.3 กำหนดราคาในการจำหน่ายสินค้าเหมาะสม					
3.4 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าหลากหลาย					
3.5 การศึกษาแนวโน้มของตลาดอนาคตอย่างต่อเนื่อง					
4. ด้านบัญชีและการเงิน					
4.1 การระดมทุนจากสมาชิก					
4.2 การกู้เงินจากแหล่งทุนภายนอกกลุ่ม					
4.3 เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานพอเพียง					
4.4 ระบบการควบคุมการใช้จ่ายเงินเหมาะสม					
4.5 จัดสรรผลประโยชน์ให้กับสมาชิกในกลุ่ม อย่างเป็นธรรม					

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

ท่านมีปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต่อไปนี้ในระดับใด

1= น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด

ประเด็นปัญหา	ไม่มี ปัญหา	ระดับปัญหา					ข้อเสนอแนะ
		1	2	3	4	5	
1. ด้านการบริหารจัดการ							
1.1 ผู้นำกลุ่มขาดความรับผิดชอบ							
1.2 สมาชิกไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ของกลุ่ม							
1.3 ขาดการประชุมงานภายในกลุ่ม							
1.4 ผู้นำกลุ่มไม่ยอมรับความคิดเห็นของสมาชิก							
1.5 การแบ่งปันผลประโยชน์ไม่เป็นธรรม							
2. ด้านการผลิต							
2.1 ไม่มีการวางแผนการผลิตที่ชัดเจน							
2.2 กระบวนการผลิตไม่ได้มาตรฐาน							
2.3 ไม่มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้า ในระหว่างกระบวนการผลิต							
2.4 กำลังการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ ของลูกค้า							
2.5 ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับมาตรฐาน							
3. ด้านการตลาด							
3.1 ต้นทุนการผลิตสูง							
3.2 ผลิตภัณฑ์ไม่ตรงตามความต้องการของ ผู้บริโภค							
3.3 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีการแข่งขันสูง							
3.4 ไม่สามารถขยายตลาดนอกชุมชนได้							
4. ด้านบัญชีและการเงิน							
4.1 ไม่มีระบบบัญชีที่ดี							
4.2 เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานไม่เพียงพอ							
4.3 ระบบการควบคุมการใช้จ่ายเงินไม่เหมาะสม							

ตอนที่ 4 ความต้องการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

ท่านมีความต้องการการส่งเสริมเพื่อพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ในประเด็นต่างๆ ต่อไปนี้ในระดับใด

1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก 5 = มากที่สุด

ประเด็น	ระดับ ความ ต้องการ ความ	ระดับความต้องการช่องทางในการพัฒนาการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน											
		สื่อบุคคล			สื่อกิจกรรม			สื่อมวลชน				สื่อออนไลน์	
		รัฐ ท้องถิ่น	เอกชน ท้องถิ่น	ชุมชน	ครอบครัว	เครือข่าย	หน่วยงาน	พิมพ์ พิมพ์	วิทยุ	รถยนต์ ไป	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	หน้า เว็บไซต์
1. ด้านการบริหารจัดการ													
2. ด้านการผลิต													
3. ด้านการตลาด													
4. ด้านบัญชีและการเงิน													

ภาคผนวก ค
ประเด็นสนทนากลุ่ม



ประเด็นสนทนากลุ่ม

เรื่อง แนวทางส่งเสริมเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

คำอธิบาย: เครื่องมือแบบสนทนากลุ่มนี้ใช้สำหรับเป็นแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ มีประเด็นดังนี้

1. จุดแข็งของวิสาหกิจชุมชน ในด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านบัญชี และการเงิน

.....

.....

.....

2. จุดอ่อนของวิสาหกิจชุมชน ในด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านบัญชี และการเงิน

.....

.....

.....

3. โอกาสของวิสาหกิจชุมชน ในด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านบัญชี และการเงิน

.....

.....

.....

4. อุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน ในด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านบัญชี และการเงิน

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางศจี ประชากุล
วัน เดือน ปีเกิด	16 ธันวาคม 2510
ที่อยู่ปัจจุบัน	73 หมู่ 13 ตำบลห้วยบง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรีคหกรรมศาสตร์ (โภชนาการชุมชน) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา
สถานที่ทำงาน	สำนักงานเกษตรอำเภอเมือง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
อาชีพ	เจ้าพนักงานเทคนิคเกษตรชำนาญงาน

