

# A STUDY OF BUSINESS OPERATIONS FOR COMMUNITY ENTERPRISES IN LOPBURI AND ANGTHONG PROVINCE

Sukunya Phayungsin<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Faculty Of Management Science Thepsatri Rajabhat University, Lopburi 1500, Thailand

## ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study basic information in the production of community enterprises' products in Lopburi and Angthong province, and 2) to examine a study of for business operations of community enterprises in food and beverage categories, the marketing, and production equipment in Lopburi and Angthong province. The research methodology was a combination of quantitative and qualitative methods. The samples were 191 people who were representatives, chairpersons, and members of community enterprise groups, using systematic random sampling. The research instruments were an interview form, and a questionnaire with the content validity and reliability of 0.9040. Descriptive statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation.

According to basic information in the production of community enterprises' products in Lopburi and Angthong province, the findings illustrated that the forms of production both within and out of community, production process, and materials were from local sources in the community. In addition, the group of people gathered for community enterprises were more concrete. Each group was directed by the leader or a chairperson. However, there were some weaknesses. For example, members didn't pay seriously attention to the group. Some people didn't attend to the meeting. The coordination within the group was not effective. Therefore, some suggestion was provided to set the regulations for group management. Group members should participate in the agreement making that was written formally. This agreement could be used for members sustainably.

According to the needs for business operations of community enterprises, the findings showed that groups lacked knowledge in accounting, production, marketing, and management. Their knowledge couldn't reach the standards and implementation. As a result, groups couldn't manage their business efficiently. The needs for business operations for groups were skill development, seminar, enterprise visits, and distribution channel offers. In addition, groups needed the suggestions from involved agencies to assist them to plan their business efficiently.

**Keywords:** Business operations, community enterprises

## การศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน ในเขตจังหวัดลพบุรี และจังหวัดอ่างทอง

สุกัญญา พยุงสิน<sup>1</sup>

<sup>1</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, ลพบุรี 1500, ประเทศไทย

### บทคัดย่อ

การศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรี และจังหวัดอ่างทอง มีวัตถุประสงค์  
1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานในการผลิตผลิตภัณฑ์ของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนจังหวัดลพบุรี และจังหวัดอ่างทอง และ  
2) เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนประเภทอาหารและเครื่องดื่ม การตลาดและเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้  
ในการผลิตสินค้า จังหวัดลพบุรีและจังหวัดอ่างทอง

โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นผู้แทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ ประธาน กลุ่ม  
วิสาหกิจชุมชน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 191 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างเป็นระบบ (Systematic random  
sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่ได้ผ่านการตรวจสอบความตรงของ  
เนื้อหาและค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9040 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย  
เลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานในการผลิต ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนจังหวัดลพบุรีและจังหวัดอ่างทอง  
พบว่ายังคงใช้รูปแบบการผลิตสินค้าและขายภายในชุมชน กระบวนการผลิต วัตถุดิบยังคงเป็นของที่อยู่ในพื้นที่ของชุมชน  
แต่ในการเข้าร่วมกลุ่มกันในรูปแบบของการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้น มีการดำเนินงานที่เห็นเป็นรูปธรรมมาก  
ยิ่งขึ้น โดยแต่ละกลุ่มมีผู้นำหรือประธานกลุ่มเป็นหัวหน้าในการบริหารจัดการกลุ่ม การรวมกลุ่มยังไม่เข้มแข็ง ขาดการ  
ประชุมและการประสานงานอย่างต่อเนื่องจึงมีการนำเสนอให้มีการจัดทำกฎระเบียบ ระบบในการบริหารกลุ่มเพื่อเป็น  
แบบแผนในการดำเนินงานที่เป็นลายลักษณ์อักษรโดยอาศัยการทำข้อตกลงร่วมกันกับสมาชิกกลุ่ม เพื่อใช้เป็นแนวทาง  
ในการปฏิบัติที่ยั่งยืน

ผลการศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนพบว่า กลุ่มยังขาดความรู้ความเข้าใจในด้านบัญชี การผลิต  
การตลาด การบริหารจัดการที่มีความเป็นมาตรฐานและสามารถที่จะปฏิบัติได้จริง ทำให้กลุ่มขาดสภาพคล่องในการ  
บริหารจัดการงานของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความต้องการในการดำเนินงานของกลุ่มนั้นต้องการให้มีการพัฒนา  
อบรม ฐาน ห่วงโซ่ทางการจัดจำหน่าย และคำแนะนำจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยในการวางแผนการดำเนินงาน  
ของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้มีประสิทธิภาพ

**คำสำคัญ:** การการดำเนินงาน, วิสาหกิจชุมชน

### บทนำ

วิสาหกิจชุมชนเป็นการรวมกลุ่มของชาวบ้าน  
ภายในชุมชนเพื่อก่อให้เกิดการสร้างงาน การสร้างรายได้  
ภายในชุมชน และเพื่อให้เกิดการพัฒนาตามนโยบายของ

ภาครัฐตามโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์  
(OTOP) จังหวัดลพบุรีและจังหวัดอ่างทองจัดเป็นจังหวัด  
ระดับนำในการจัดทำผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง  
ในเขตภาคกลางและยังได้รับการสนับสนุน การเพิ่มช่องทาง

การตลาดใหม่ ๆ ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการในการผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP จึงส่งผลทำให้เกิดความเหมาะสมในการพัฒนาและส่งเสริมให้จังหวัดลพบุรีและจังหวัดอ่างทองได้แสดงออกซึ่งสินค้าและการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีเครือข่ายขององค์ความรู้ OTOP หรือ Knowledge based OTOP ที่ได้มีการวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความก้าวหน้าอย่างไม่หยุดนิ่งรวมถึงการพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรีและจังหวัดอ่างทอง จะส่งผลต่อการยกระดับผู้ประกอบการ OTOP ที่มีศักยภาพให้ก้าวไปสู่ SMEs จากการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐที่ผ่านมาทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าของประเทศไทยขึ้นเป็นจำนวนมาก แต่จากการพัฒนาดังกล่าวนั้นยังขาดขั้นตอนของการพัฒนาทั้งทางด้านการดำเนินการผลิต ด้านการตลาด และการบริหารจัดการที่เป็นระบบ กล่าวคือ การผลิตสินค้าแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ถึงแม้ส่วนใหญ่จะเกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน เพราะภูมิปัญญาชาวบ้านที่เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรของประเทศไทยมักจะมีอยู่ในพื้นที่แต่ในปัจจุบันผู้ประกอบการบางรายอาจจะละเลยภูมิปัญญาดังกล่าวโดยหันมาสนใจเทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือบางรายยังเน้นการผลิตตามภูมิปัญญาดั้งเดิม ดังนั้นถ้าหากมีการนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรและยังผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารได้ถูกจัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญมากในสินค้าของชุมชน เนื่องจากที่ผ่านมา ยังไม่สามารถควบคุมกระบวนการผลิตได้อย่างมีคุณภาพและปลอดภัย จึงมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาอย่างถูกต้องโดยเน้นการพัฒนาคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคเป็นอันดับแรก รวมไปถึงการส่งเสริมให้ได้รับการคัดสรรภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมาตรฐานและสืบทอดภูมิปัญญาชาวบ้านอย่างยั่งยืน การเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในเชิงเศรษฐกิจ โดยมุ่งหรือให้เกิดการเพิ่มมูลค่าสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชน อันจะนำไปสู่การสร้างงาน สร้างอาชีพและเสริมรายได้ จึงควรมีการศึกษาถึงความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชน อันจะนำไปสู่การสร้างงาน สร้างอาชีพ

และเสริมรายได้ จึงควรมีการศึกษาถึงการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย

### วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานในการผลิตผลิตภัณฑ์ของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนจังหวัดลพบุรี และจังหวัดอ่างทอง
2. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม การตลาด และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตสินค้า จังหวัดลพบุรีและจังหวัดอ่างทอง

### ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง เป็นการศึกษาผู้แทนธุรกิจวิสาหกิจชุมชน/ ปรชาชนธุรกิจวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการวิจัย ดำเนินการโดยใช้แบบสัมภาษณ์ และ สัมภาษณ์ธุรกิจวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการวิจัยเป็นสมาชิกใน 2 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดลพบุรี จำนวน 118 แห่ง และจังหวัดอ่างทองจำนวน 73 แห่ง โดยการสุ่มตัวอย่างจากตารางเครชี และมอร์แกน ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 191 คน ใช้แบบสอบถามการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

### ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินงานของหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้วางแผนและกำหนดแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการผลิตและจำหน่ายสินค้าธุรกิจวิสาหกิจชุมชน
2. เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยและการพัฒนาในส่วนงานที่เกี่ยวข้องต่อไป
3. ได้รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

### แนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นเป็นส่วนที่แสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการเริ่มต้นของการพัฒนาชุมชน ซึ่งผู้เป็นสมาชิกก็จะมีกรรับรู้และศึกษาถึงสิ่งที่ตนจะได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่ม ผู้วิจัยจึงต้องมีการศึกษาถึง

พื้นฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตามที่ เสรี พงศ์พิศ (2546) ได้อธิบายความเป็นมาของและให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชนว่า วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ Small and micro community enterprise) คือ การประกอบการเพื่อการจัดการ “ทุน” ของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง สำหรับ “ทุน” ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเพียงแต่เงินอย่างเดียว แต่ยังรวมถึง ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ทำให้ผู้คนอยู่ร่วมกันเป็นชุมชน

การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจะใช้หลักการคิดเอง ตัดสินใจเอง ลงมือทำเองบริหารจัดการด้วยตนเอง ฝ่ายราชการเป็นเพียงผู้ประสาน และให้การสนับสนุนส่งเสริมและนำตลอดจนให้การศึกษอบรมให้ความรู้แก่ชุมชน การดำเนินงานในเบื้องต้นนั้นชุมชนจะต้องกำหนดทิศทางของชุมชน กำหนด แผนงาน โครงการ หรือธุรกิจอุตสาหกรรมที่จะดำเนินการตลอดจนรูปแบบและวิธีการดำเนินการ นั่นคือการจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง (จิระ กาญจนภักดิ์ และพนอจิต เหล่าพลสุข, 2541) ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านการผลิตเป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value added) ทั้งที่เป็นมูลค่าหรือประโยชน์ใช้สอย (Use value) และมูลค่าในการแลกเปลี่ยน (Exchange value) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในการดำรงชีวิต เพราะฉะนั้นการผลิตจึงเป็นการสร้างคุณค่าของสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ (Utility) ด้านเงินทุน คือ ทรัพยากร คน ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ด้านการบริหารจัดการธุรกิจหรือองค์กร แสดงให้เห็นจากกลุ่มของบุคคลที่มาร่วมกันทำงานด้วยโครงสร้างและการประสานงานเป็นหลักการชัดเจนแน่ชัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามที่กำหนดเป้าหมายไว้ (Griffin, 1999) ซึ่งต้องใช้ทรัพยากรจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย คน (Man) เงิน (Money) วัตถุดิบ (Material) เครื่องจักร (Machine) วิธีการ (Method) และการบริหาร (Management) หรือที่นิยมเรียกกันว่า 6M's และงานด้านการตลาด งานวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเป็นกิจกรรมในการประสมประสานระหว่างการใช้ทรัพยากร

ภายในองค์กรให้เหมาะสม โดยการคำนึงถึงโอกาสทางการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาด สร้างการเติบโตทางการตลาด โดยนำมาซึ่งการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด หัวใจสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด นั่นก็คือ การที่นักการตลาดจะต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดในตลาดของกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดย Kotler (2000) โดยส่วนประสมทางการตลาดแบ่งออกเป็น 4 ส่วน กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือที่เรียกว่า 4P's (Kotler & Armstrong, 2003) ซึ่งทุกส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นส่วนสำคัญที่นักการตลาดใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด Marriner -Tomey (2000) ได้กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาดแต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้บริหารองค์กรว่าจะมีการวางแผนกลยุทธ์การตลาดโดยเน้นไปที่ P ตัวใดมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมาย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ที่ผ่านการตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยใช้เทคนิคที่เรียกว่า IOC (Index of item objective congruence) และหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบาคอัลฟา (Cronbach alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.9040

### ผลการวิจัย

1. สภาพทั่วไปของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรีและจังหวัดอ่างทอง กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.1 มีอายุในช่วง 23 - 35 ปี ร้อยละ 24.1 รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 24.6 ระดับการศึกษาประถมศึกษา ร้อยละ 23.6 อาชีพหลักรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 30.9 ปีที่เริ่มก่อตั้งกลุ่มส่วนใหญ่ก่อตั้งปี

พ.ศ. 2548 ร้อยละ 27.2 จำนวนสมาชิกเริ่มแรกเมื่อก่อตั้งกลุ่มส่วนใหญ่ 6-10 คน ร้อยละ 36.6 การก่อตั้งกลุ่มเกิดจากสาเหตุเกิดจากการชักชวนของหัวหน้าหมู่บ้าน/ผู้นำชุมชน ร้อยละ 30.4 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานกลุ่มส่วนใหญ่ใช้พื้นที่สาธารณะภายในชุมชน ร้อยละ 37.2 และสถานภาพในการดำเนินงานกลุ่มในปัจจุบัน ส่วนใหญ่

กลุ่มยังดำเนินงานเป็นปกติ แต่มีการเปลี่ยนตัวผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 42.9

2. ความต้องการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรีและจังหวัดอ่างทองเกี่ยวกับความต้องการด้านการเงินและบัญชี ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ตารางที่ 1 ระดับความต้องการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรีและจังหวัดอ่างทอง

ความต้องการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชน	จังหวัดลพบุรี			จังหวัดอ่างทอง		
	ระดับความต้องการ			ระดับความต้องการ		
	$\bar{x}$	SD	แปลความ	$\bar{x}$	SD	แปลความ
1. ด้านการเงินและบัญชี	4.00	.61	มาก	4.07	.80	มาก
2. ด้านการผลิต	3.69	.64	มาก	3.88	.54	มาก
3. ด้านการตลาด	3.85	.80	มาก	3.05	.71	มาก
4. ด้านการบริหารจัดการ	3.64	.63	มาก	3.76	.63	มาก
รวมความต้องการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน	3.79	.43	มาก	3.69	.47	มาก

3. ภาพรวมความต้องการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรีและจังหวัดอ่างทองเกี่ยวกับความต้องการด้านการเงินและบัญชี ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ตารางที่ 2 ภาพรวมของระดับความต้องการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดลพบุรีและจังหวัดอ่างทอง

ความต้องการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนภาพรวม	ระดับความต้องการ		แปลความ
	$\bar{x}$	SD	
1. ด้านการเงินและบัญชี	4.07	.64	มาก
2. ด้านการผลิต	3.74	.62	มาก
3. ด้านการตลาด	3.68	.81	มาก
4. ด้านการบริหารจัดการ	3.69	.62	มาก
รวมความต้องการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนภาพรวม	3.79	.43	มาก

## สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยพบว่า สภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรี และจังหวัดอ่างทองมีการดำเนินงานโดยรวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มภายในชุมชน เริ่มต้นจากการผลิตเพื่อใช้และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ปัจจุบันกลายเป็น

ทั้งอาชีพเสริมและอาชีพหลักของคนภายในชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรีและจังหวัดอ่างทองรวมกลุ่มกันขึ้นเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งภายในชุมชน การสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตอาหาร และยังเป็นการรวมตัวเพื่อเป็นกลไกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างอาชีพ สร้างรายได้ร่วมกันของคนภายในชุมชน จัดว่า



เป็นการรวมตัวเพื่อให้เกิดอำนาจ การต่อรองกับพ่อค้าคนกลาง ทั้งภาครัฐและเอกชนในด้านการผลิต การตลาด และการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อารีย์ วิบูลย์พงศ์ และทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ (2548) ว่าด้วยการรวมกลุ่มในชุมชนสมควรได้รับความช่วยเหลือให้ทัดเทียมกับภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ เพื่อความยุติธรรมในเชิงสังคม การช่วยเหลือนั้นความเน้นหลักในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยการให้ความรู้โดยการบ่มเพาะเป็นวิธีหนึ่งที่ได้ผล

แนวทางการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนนั้นพบกับปัญหาในด้านของกลุ่มขาดทักษะ และการจัดทำแผนการตลาด/ บัญชี ที่มีประสิทธิภาพ ขาดการสืบทอด/ แรงงานขาดความสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ พุทธิ แก้วคุณ (2548) ที่กล่าวว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาด้านการบริหารทางการเงิน การจัดการคน ด้านการผลิต จัดเป็นปัญหาที่มีความสำคัญสำหรับการบริหารงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การสร้างจิตสำนึกให้แก่คนในชุมชน การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน การฝึกสอนให้มีกระบวนการผลิตสะอาด สะดวกสบาย มีการฝึกหัดแรงงานใหม่ ๆ ให้มีความชำนาญในการผลิตสินค้าเพิ่มมากขึ้น การจัดอบรมจากหน่วยงานของภาครัฐในกระบวนการผลิต การพัฒนาทักษะด้านการเขียนแผนการตลาด การลงบัญชี รายรับ รายจ่าย การคำนวณต้นทุนการผลิตที่เหมาะสมกับสภาพที่เป็นอยู่และยังเพียงพอต่อการจ่ายค่าตอบแทนต่อสมาชิกกลุ่ม และยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ ดาวลัย จิมภู (2548) ที่กล่าวถึงแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์พื้นบ้านเข้าสู่ความยั่งยืน ในการดำเนินงานต้องมีการให้ความรู้ความเข้าใจและให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน มีรสชาติที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค และวัตถุประสงค์หลักในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการเพิ่มพูนภูมิปัญญาชาวบ้าน การอนุรักษ์อาหารพื้นถิ่นให้คงอยู่กับชุมชนต่อไป และในด้านของกลุ่มที่ขาดทักษะความรู้ด้านการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การตลาดผลิตภัณฑ์สินค้าภายในชุมชนที่นำมาแปรรูปทางการเกษตร กลุ่มหรือสมาชิกต้องได้รับความรู้ในเรื่องของการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ การพัฒนา บรรจุภัณฑ์และฉลาก เทคโนโลยีการแปรรูป

ผลิตภัณฑ์ การตลาด ซึ่งสิ่งเหล่านี้เมื่อมีความชำนาญจะนำมาซึ่งรายได้และยังได้รับการสนับสนุนในด้านของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพื่อก่อให้เกิดสายผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นจัดได้ว่าเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่เป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าภายในชุมชนให้มีคุณค่าเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้หน่วยงานของภาครัฐ สถาบันการศึกษายังเป็นส่วนสำคัญในการเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ การถ่ายทอดเทคโนโลยี แต่ในด้านการบริหารงานภายในกลุ่มนั้นพบว่าสมาชิกส่วนใหญ่ยังขาดความสม่ำเสมอในการเข้าประชุม การประสานงานอย่างต่อเนื่อง การไม่มีกฎระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการแก้ไขปัญหาการดำเนินงานของกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ชัยยุทธ เกิดน้อย และคณะ (2548) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมศักยภาพชุมชนในการพัฒนาผลผลิตในท้องถิ่นนั้นผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่ม และสมาชิกในกลุ่มต้องมีการประชุมกลุ่มเพื่อให้มีความเห็นร่วมกันที่จะฟื้นฟูความสำคัญของอาหารพื้นถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ มานัส พลอยดี (2540) ที่กล่าวว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน ได้แก่ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ความเป็นผู้นำ ตัวสมาชิก ด้านการเงิน การมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านแรงงาน ด้านข้อมูลข่าวสาร และ กฎข้อบังคับ ดังจะเห็นได้ว่าการดำเนินกิจกรรมธุรกิจวิสาหกิจชุมชนที่ดี ควรมีการเริ่มต้นกิจกรรมภายในกลุ่มให้สมาชิกทุกคนได้เรียนรู้แนวทางในการบริหารงานได้อย่างเป็นขั้นตอน มีกิจกรรมร่วมกันภายในชุมชน จะทำให้สมาชิกเกิดความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชน และมั่นใจต่อตัวผู้นำกลุ่ม และจะยังสามารถขยายกิจกรรมออกไปเพื่อทำธุรกิจในรูปแบบอื่น ๆ ภายในและภายนอกชุมชนได้ต่อไปในภายหน้า

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 2 ด้าน คือ ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป มีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

##### 1.1 การศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจ

ชุมชนในด้านใดนั้นควรศึกษาความต้องการในการพัฒนาแต่ละกลุ่มและบริบทของแต่ละสถานที่ก่อนที่จะดำเนินการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นจริงและตรงตามความต้องการ และเหมาะสมกับสภาพความเป็นอยู่ของแต่ละชุมชน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน และการเข้ามาพัฒนาของภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

1.2 การศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนควรส่งเสริมให้มีการให้ความร่วมมือในการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วมจากสมาชิกในกลุ่มและหน่วยงานของภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยให้ผู้ที่มีส่วนร่วมในทุกฝ่ายได้มีการเรียนรู้เพื่อก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งจะเป็นผลในระยะยาวเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืนต่อไปภายในชุมชน

1.3 การศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนหลังจากการเข้าไปส่งเสริมให้มีความรู้ ความเข้าใจ ในกระบวนการพัฒนาแบบการมีส่วนร่วมแล้วนั้นควรจะมีการติดตามผลและการควบคุมกระบวนการกลุ่มเป็นระยะ ๆ

เพื่อการเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนาว่าสิ่งที่ได้เกิดจากการคิดร่วมกันแล้วเมื่อถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานจริง สามารถทำได้จริงหรือไม่ ถ้าไม่ได้ควรจะต้องมีการนำปัญหามาปรับปรุงและหาหนทางแก้ไขปัญหาเพื่อให้สอดคล้องกับสิ่งที่กลุ่มต้องการต่อไปในอนาคต

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาสภาพปัญหาและสถานการณ์ วิถีชีวิตของคนในแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกัน จะทำให้กระบวนการในการพัฒนามีความแตกต่างกันออกไป ดังนั้นการทำวิจัยในครั้งต่อไปควรจะมีการพัฒนาและดำเนินการวิจัยที่จะต้องสอดคล้องกับสถานการณ์และวิถีชีวิตของชุมชนและคำนึงถึงสิ่งที่ชุมชนต้องการพัฒนาเป็นสำคัญ

2.2 การวิจัยในครั้งต่อไปควรใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพราะเป็นกระบวนการที่ให้โอกาสผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานได้เข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาและร่วมพัฒนาซึ่งจะทำให้มีความรู้และประสบการณ์ในการพัฒนากลุ่มร่วมกัน จะนำไปสู่การพัฒนาที่มีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

## บรรณานุกรม

- จิระ กาญจนภักดิ์ และพนอจิต เหล่าพลสุข. (2541). *องค์ความรู้ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจแบบพอเพียง: การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ยูไนเต็ดโปรดักชั่น.
- ใจมานัส พลอยดี. (2540). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน: เปรียบเทียบระหว่างภาพรวมและภาพย่อย (อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร และอำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช)*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดาวัลย์ ฉิมภู. (2548). *แผนพัฒนาผลิตภัณฑ์พื้นบ้านเข้าสู่หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน*. ในการประชุมทางวิชาการ “นเรศวรวิจัย” ครั้งที่ 1. (บทคัดย่อ). พิษณุโลก: สถาบันวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ธัญภรณ์ เกิดน้อย และคณะ. (2548). *การส่งเสริมศักยภาพชุมชนในการพัฒนาตำรับอาหารสุขภาพโดยใช้ผลผลิตในท้องถิ่น*. ในการประชุมสัมมนาวิชาการว่าด้วยเศรษฐกิจชุมชนแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 1 “ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานความรู้”. (8-9). เชียงใหม่: โรงเรียนเชียงใหม่ภูคำ.
- พยุห์ แก้วคุณ. (2548). *การดำเนินงานกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กรณีศึกษา: กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางรักน้อย ตำบลบางรักน้อย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี*. วันที่สืบค้นข้อมูล 15 พ.ค. 2554. เข้าถึงได้จาก <http://www.research.doae.go.th/Textbook/พยุห์%20แก้วคุณ/fs.pdf>
- เสรี พงศ์พิศ. (2546). *ฐานคิดจากแผนแม่บทวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์การพิมพ์.
- อารีย์ วิบูลย์พงศ์ และทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์. (2548). *วิสาหกิจชุมชนกับกลยุทธ์เพื่อการพัฒนา*. ในการประชุมสัมมนาวิชาการว่าด้วยเศรษฐกิจชุมชนแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 1 “ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนรากฐานความรู้”. (8-9). เชียงใหม่: โรงเรียนเชียงใหม่ภูคำ.
- Griffin, Ricky W. (1999). *Management* (6<sup>th</sup> ed). Bosron: Houghton Mifflin.
- Kotler. P., & Armstrong, G. (2003). *Marketing: An introduction* (6<sup>th</sup> ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing management* (10<sup>th</sup> ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Marriner-Tomey, A.M. (2000). *Tuide to nursing management and leadership* (6 th ed). St.Louis: Mosby, Inc.