

การประเมินความยั่งยืนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน¹

Sustainability Evaluation of Community Product Group

พิสิฐ ลี้อาธรรม²

ศศิเพ็ญ พวงสายใจ³

สุขุม พันธุ์รงค์⁴

พิมลพรรณ บุญยะเสนา⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อติดตามประเมินผลความยั่งยืน และเพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนในอดีตกว่า 368 กลุ่มที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เคยเข้าไปดำเนินการวิจัยและพัฒนาตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย น่าน แพร่ ลำปาง ลำพูน พะเยา และแม่ฮ่องสอน ซึ่งสามารถรวบรวมข้อมูลได้ จำนวน 206 กลุ่ม โดยเป็น กลุ่มที่ยังคงประกอบการอยู่ จำนวน 167 กลุ่ม (81.07 %) และเลิกการประกอบการไปแล้ว จำนวน 39 กลุ่ม (18.93 %)

ในกลุ่มที่ยังคงประกอบการอยู่ **ประเภทอาหาร** พบว่า มีรายได้เฉลี่ย 936,550 บาทต่อปี ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มยังคงประกอบการอยู่ คือ สินค้ามีคุณภาพ ปลอดภัย ได้รับการรับรอง และมีรสชาติอร่อย **กลุ่มประเภทเครื่องดื่ม** พบว่า มีรายได้เฉลี่ย 1,495,714 บาทต่อปี สินค้าได้รับการรับรองจาก อย. ระดับมากที่สุด ไม่มีผลข้างเคียง รสชาติอร่อยหรือแตกต่างจากคู่แข่ง และใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัย **กลุ่มประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย** พบว่า มีรายได้เฉลี่ย 944,600 บาทต่อปี ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มยังคงประกอบการอยู่ คือ สินค้ามีความประณีต สวยงาม มีความแข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานนานกว่าคู่แข่ง มีการออกแบบ รูปแบบสินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เฉพาะท้องถิ่น **กลุ่มประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง** พบว่า มีรายได้เฉลี่ย

¹ ได้รับการสนับสนุนจากคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

² คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

³ รองศาสตราจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

⁴ นักวิจัยประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

1,445,600 บาทต่อปี ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มยังคงประกอบการอยู่ คือ สินค้ามีความประณีต สวยงาม มีความแข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานนานกว่าคู่แข่ง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ใช้สอยได้ดี **กลุ่มประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก** พบว่า มีรายได้เฉลี่ย 1,320,667 บาทต่อปี ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มยังคงประกอบการอยู่ คือ สินค้ามีความประณีต สวยงาม สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เฉพาะท้องถิ่น แข็งแรง ทนทาน สามารถนำไปใช้ประโยชน์ใช้สอยได้ดี

ส่วนด้านการบริหารจัดการ พบว่า ทุกกลุ่ม กลุ่มที่ยังคงประกอบการอยู่ จะเป็นกลุ่มที่มีผู้นำที่ดีมีความเข้มแข็ง ทุกคนตั้งใจทำงาน มีการตั้งกฎระเบียบที่เอื้อต่อการทำงานกลุ่ม และทุกคนยอมรับปฏิบัติตาม มีการจัดทำบัญชีการเงิน มีการปันผล มีเงินทุนหมุนเวียนและสะสมทุนอยู่เสมอ ส่วนแรงงานผู้ผลิตก็มีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ความสามารถ มีแรงงานสนใจเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่มเพิ่มมากขึ้น มีการจัดกิจกรรมเพื่อชุมชน **ด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน และภูมิปัญญา** พบว่า วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสามารถหาได้ในชุมชน อุปกรณ์เทคโนโลยีในการผลิตเหมาะสมกับการผลิต สามารถใช้งานได้ดี ใช้แรงงานในชุมชน และมีการสืบทอดภูมิปัญญา **ด้านการตลาด** กลุ่มมีรูปแบบสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาด มีแหล่งจำหน่าย มีช่องทางการตลาดหลากหลาย มีการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่อง การตั้งราคาก็มีความเหมาะสมเพื่อให้ได้กำไร

สำหรับกลุ่มที่เลิกการประกอบการไปแล้ว ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง ส่วนใหญ่การยกเลิกกลุ่มในช่วงปี พ.ศ.2552, 2555 – 2556 ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มต้องยกเลิกไม่สามารถประกอบกิจการต่อได้ เนื่องจากด้านการตลาดเป็นสำคัญ คือ กลุ่มจำหน่ายสินค้าไม่ได้ ไม่มีช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ทำให้จำนวนสมาชิกกลุ่มลดลง ขาดแรงงานผู้ผลิต ขาดแรงงานที่มีฝีมือ สมาชิกกลุ่มแยกกันไปทำเป็นธุรกิจส่วนตัว บางกลุ่มมีสมาชิกที่มีอายุมาก สุขภาพไม่แข็งแรง ทำให้ไม่มีผู้สืบทอด ด้านวัตถุดิบ พบว่า ประสบปัญหาวัตถุดิบหายากและราคาแพง ผู้นำกลุ่มไม่มีเวลาดูแลกลุ่ม ออกไปตั้งกลุ่มใหม่ ทำให้ไม่มีแกนนำ จึงประสบภาวะขาดทุนและไม่สามารถประกอบการต่อได้

คำสำคัญ: ความยั่งยืน กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จศักยภาพสินค้าชุมชน

Abstract

This research is a follow-up evaluation of the sustainability of community product producers' groups that the Community Economic Development and Research Center, faculty of economics, Chiang Mai University used to undertake an action research and development project in 2003 to explore the factors contributing to their sustainability. The said project covered 368 community product producers' groups operating in the provinces of Chiang Mai, Chiang Rai, Nan, Phrae, Lampang, Lamphun, Phayao, and Mae Hong Son which was found that 206 producers' groups could provide the needed information and only 167 (81.07 %) were still in business while the remaining 39 (18.93 %) were no longer in operation.

Of all business-active community product producers' groups, those involved in **food products** category were found to get an average income of 936,550 baht per year and have the following product attributes which contributed to their sustainability: quality, safety, being certified, and good taste. Those in **beverage** category appeared to make an average annual income of 1,495,714 baht and their success factors for sustainability included certification granted by the Thai Food and Drug Administration, products having no side effects, products having good taste or product differentiation, and the use of safe and good quality raw materials. Those in **textile and garments** category earned on the average 944,600 baht income per year and the product attributes contributing to their sustainability were neatness, attractiveness, strength, durability, which were greater when compared with similar products offered by competitors; unique design particularly the reflection of local tradition. Those in **household and decorations** category received averagely 1,445,600 baht income per year per group and the factors contributing to their business sustainability were neatness, attractiveness, strength, and durability of their products which were greater compared with their competitors' products; and the practical use of the products. Those in **handicrafts**

and souvenirs category got on the average 1,320,667 baht income per year and the product attributes which enabled their business to be sustainable included neatness, attractiveness, unique designs reflecting the local traditions, strength, durability, and practicality of use.

In the aspect of **administration and management**, all the sustainable producers' groups shared the common characteristics of having strong and devoting leadership, having established rules and regulations favorable for group works and acceptable by all group members, having good accounting and finance system, providing dividend to members, and having adequate fund for business operation and capital accumulation. Furthermore, labors or workers used in the production of community products generally got improvement in their working skills and knowledge and increasing number of them became interested to join the producers' groups. In addition, the producers' groups regularly arranged community activities. In the aspect of **raw materials, equipment, technology, labor, and local knowledge**, it was found that raw materials for producing community products were available locally, the equipment and technology for the production were appropriate and working well, and that there was the use of local labors, and there existed the transfer of local knowledge and wisdoms. With respect to **marketing**, virtually all producers' groups produced community products as demanded by market, had various market outlets and marketing channels, made regular publicity, and set appropriate prices for their products to assure business profit.

Among the groups that were no longer in operation, most were those producing community products in household and decorations category which dissolved their group business in either 2009 or 2012 – 2013. Market related factors evidently were the main reasons for them to discontinue their group activities namely the group's inability to sell the community products and the lack of marketing channels which caused the shrinkage of group memberships. There was also a problem involving shortage of labor particularly the skilled labor for

producing some community products. Some group members decided to leave the group to form their own private business while some aging and unhealthy members appeared rather inactive especially when they had no one to inherit their knowledge and occupation. Scarcity and costliness of certain raw materials were also a discouraging factor for continuing the production and a cause of business loss. Leadership factor was equally crucial. The lack of group leader that could devote his time enough for his role and the departure of existing good group leader to form another group were also found to be the cause of business loss and discontinued operation of some community product producers' groups.

Keyword: sustainability, community product, group

1 บทนำ

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา รัฐบาลได้ดำเนินนโยบายเศรษฐกิจรากหญ้า หรือเศรษฐกิจชุมชน โดยการส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ก่อให้เกิดกลุ่มชุมชนหลากหลายรูปแบบ บางกลุ่มประสบผลสำเร็จสามารถสร้างรายได้สร้างความเป็นปึกแผ่นที่ดีให้กับสมาชิกและชุมชน บางกลุ่มล้มเหลวไปไม่ถึงฝั่งฝัน หรือบางที่อาจสร้างความแปลกแยกในชุมชน การเกิดขึ้นของกลุ่มสินค้าหรือผลิตภัณฑ์กว่า 2,741 กลุ่มผลิตภัณฑ์ (ข้อมูลจาก <http://www.thaitambon.com>) นั้น ได้ปลุกความตื่นตัวในภาคส่วนต่างๆ การเข้ามาสนับสนุน ส่งเสริม การวิจัยและพัฒนา เพื่อเติมเต็มให้การดำเนินการของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นไปอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

ประกอบกับการมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เข้าไปช่วยเหลือส่งเสริม พัฒนากลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนโดยมีเป้าหมายเพื่อให้กลุ่มชุมชนมีศักยภาพ สามารถพึ่งพาตนเองได้ ในรูปแบบของกิจกรรม โครงการวิจัยต่างๆ แต่จากการเข้าไปช่วยเหลือกลุ่มในลักษณะต่างๆ บางโครงการมีลักษณะเร่งด่วน ระยะสั้น บางโครงการมีการดำเนินงานที่ต่อเนื่องยาวนาน แต่พบว่า เมื่อสิ้นสุดระยะเวลาโครงการหรือกิจกรรมนั้นๆ หน่วยงานต่างๆ เหล่านั้นขาดการประเมินผลกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนว่าสามารถดำเนินกิจกรรมกลุ่มต่อ หรือได้รับผลประโยชน์จากการเข้ามาพัฒนาของหน่วยงานต่างๆ อย่างแท้จริงหรือไม่ หรือมีความยั่งยืนหรือไม่ โดยเฉพาะโครงการระยะสั้นของหน่วยงานต่างๆ ส่งผลให้กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนบางกลุ่มล้ม ไม่สามารถดำเนินกิจกรรมต่ออันเนื่องมาจากการขาดทุน มีการบริหารงานล้มเหลว ขาดการสืบทอดต่อยอดกระบวนการ และใน

ขณะเดียวกันก็มีกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนที่ยังดำเนินกิจกรรมอยู่ บางกลุ่มมีความยั่งยืนสามารถพึ่งตนเองได้ สามารถพัฒนาสินค้าไปสู่ระดับโลกได้

ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันของผู้ผลิตสินค้าชุมชน คือ ศักยภาพในการแข่งขันและความพร้อมของผู้ผลิตสินค้าชุมชนสู่สากลโลก ภายใต้โครงการต่างๆ ของรัฐบาล คือ โครงการอาหารปลอดภัย (Food Safety) โครงการครัวของโลก (Kitchen of the World) และการเปิดเขตการค้าเสรี (Free Trade Area) ของรัฐบาล โครงการเหล่านี้ล้วนเป็นโครงการที่จะช่วยพัฒนาศักยภาพของประเทศไทยในเวทีโลก กระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยได้เป็นอย่างดี แต่ปัญหาศักยภาพและความพร้อมที่จะแข่งขันของธุรกิจชุมชน เช่น ความพร้อมด้านระบบบริหารจัดการองค์กร ระบบการตลาด ระบบการเงินการบัญชี ระบบการบริหารกระบวนการผลิต การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน ซึ่งปัญหาเหล่านี้ล้วนเป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและความยั่งยืนต่อชุมชน จากยุทธศาสตร์การเสริมสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ ยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคม การแก้ไขปัญหาความยากจนและยกคุณภาพชีวิต ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545 – 2549) ที่มีเป้าหมายเพิ่มความเข้มแข็งของชุมชน เตรียมพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูเศรษฐกิจของภูมิภาค พัฒนาสมรรถนะและขีดความสามารถการแข่งขันในระดับประเทศ ระดับวิสาหกิจ และหน่วยผลิตพื้นฐาน เพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจเสรี และสนับสนุนการแข่งขันของประเทศ

ดังนั้นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการประเมินความยั่งยืนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ในด้านการบริหารจัดการ ด้านสินค้า ด้านการใช้วัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา และด้านการตลาดเพื่อจะค้นหาปัจจัยที่จะส่งผลต่อความยั่งยืน นับได้ว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนให้มีความยั่งยืน มีการพัฒนานวัตกรรมใหม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ สร้างงาน สร้างรายได้ สร้างความยั่งยืน และพัฒนาสมรรถนะและความสามารถในการแข่งขันสู่สากลได้ต่อไป

2

วัตถุประสงค์ของ
การศึกษา

1. เพื่อค้นหาปัจจัยสู่ความยั่งยืนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. เพื่อติดตามและประเมินความยั่งยืนของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน

3

แนวคิด ทฤษฎี
และการทบทวน
วรรณกรรม

จากการรวบรวมสังเคราะห์งานวิจัยต่างๆ ที่ได้กล่าวถึงกลุ่มธุรกิจชุมชนต่างๆ ทั้งในด้านแนวทางการก่อตั้งกลุ่มธุรกิจชุมชน ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการ แนวทางการพัฒนากลุ่ม และการสร้างความยั่งยืนให้กับกลุ่มนั้น พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการธุรกิจชุมชน คือ การจัดการด้านการผลิต ทรัพยากรมนุษย์ การตลาด การเงินและการบัญชี ส่วนการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในด้านการมีภูมิคุ้มกัน

ในตัวที่ดีและควรมีเหตุผลมีผลกระทบทางตรงต่อการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการผลิตมากที่สุด อีกทั้งการได้รับการอบรมของสมาชิกในแต่ละกลุ่มอาชีพเกี่ยวกับการจัดการชุมชนจะทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจของกลุ่มอาชีพมากยิ่งขึ้น (ขวัญกุล ดอนขวา, 2556) นอกจากนี้ การศึกษาหาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งกลุ่มธุรกิจชุมชนเพื่อให้มีการประเมินและพิจารณาก่อนที่จะจัดตั้งกลุ่มขึ้นก็มีความจำเป็นอย่างมาก ซึ่งความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจชุมชนนั้นจะต้องทำการวิเคราะห์ถึงประเภทธุรกิจ ตลาดรองรับโดยพิจารณาอุปสงค์อุปทาน ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ วิเคราะห์ว่าจะดำเนินการอย่างไรโดยพิจารณาจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกเพื่อดูความเป็นไปได้ในการระดมทุน วิธีการผลิต วิธีการทำธุรกิจ และวิเคราะห์ลูกค้าเป้าหมายวิธีการที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าดังกล่าว หากมีความชัดเจนในเรื่องดังกล่าวจึงจัดตั้งธุรกิจชุมชนขึ้น (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2540)

ปัญหาของกลุ่มอาชีพในปัจจุบันส่วนใหญ่จะพบว่า กลุ่มมีปัญหาในการจัดจำหน่ายพื้นที่จำหน่ายมีเพียงการจำหน่ายร้านค้าในชุมชน การส่งเสริมการตลาดส่วนมากเป็นการขายโดยพนักงานหรือสมาชิกชุมชนและการร่วมงานแสดงสินค้า ผู้ประกอบการ OTOP และมีปัญหาจากการขาดเงินทุน (อรรธรณ จำพุฒ และอัครพล นิยมลรัตน์, 2549) นอกจากนี้กลุ่มที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อรองรับนโยบายของรัฐบาล มักมีการบริหารกลุ่มไม่โปร่งใส ไม่มีความรู้ในการบริหารจัดการกลุ่ม ไม่มีเงินทุน เครื่องทุนแรง ขาดการต่อยอดองค์ความรู้ ซึ่งมีสาเหตุมาจาก 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัย

ภายนอก คือ ขาดการพิจารณาถ่วงถ่วงจากภาครัฐก่อนให้การให้ทุนสนับสนุน ขาดการตรวจสอบผลการดำเนินงานหรือการติดตามหลังการให้ทุนสนับสนุนและขาดการให้ความรู้หรือคำแนะนำแก่กลุ่ม 2) ปัจจัยภายใน คือ กรรมการกลุ่ม สมาชิกกลุ่มไม่มีความรู้ในการบริหารจัดการ ไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ ไม่แสวงหาความรู้ ไม่ตั้งใจจะทำกลุ่มอย่างจริงจัง รอรับทุนสนับสนุนจากภาครัฐเพียงอย่างเดียว ทำให้กลุ่มส่วนใหญ่ล้มเหลว (สำราญ พิมพ์บุตร, 2552) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ พบว่ามีความแตกต่างกันในกระบวนการจัดการ คือ

1. กระบวนการจัดหา กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่จะมีกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ แรงงาน ทุน และบรรจภัณฑ์/ฉลากที่หลากหลาย
2. กระบวนการขนส่ง กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่ จะมีกระบวนการขนส่งวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทั้งการขนส่งด้วยตนเอง การฝากซื้อ ให้ทางร้านจัดส่งให้ การฝากรถประจำทาง และการส่งทางพัสดุไปรษณีย์
3. กระบวนการกระจายสินค้า กลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในระดับดีส่วนใหญ่จะมีกระบวนการกระจายสินค้าเวลาขายส่ง ณ แหล่งขาย โดยลูกค้าจากต่างประเทศมารับสินค้า ณ แหล่งผลิต ในขณะที่กลุ่มธุรกิจที่ควรได้รับการพัฒนาส่วนใหญ่จะมีกระบวนการกระจายสินค้าเวลาขายส่ง ณ แหล่งขาย และมีลูกค้าจากในต่างจังหวัดมารับสินค้า ณ แหล่งผลิต (สุชุม พันธุ์ณรงค์, 2554)

การพัฒนาธุรกิจชุมชนให้มีศักยภาพ และช่วยเหลือตนเองได้อย่างยั่งยืนนั้น จะต้องสร้างให้เกิดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบตั้งแต่ข้อมูลท้องถิ่น การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การพัฒนามาตรฐานการผลิต การจัดการตลาดแบบห่วงโซ่อุปทาน การประกันคุณภาพตนเอง สร้างกระบวนการประสานงานเครือข่ายที่เชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดการพัฒนาฝั่งรากถึงท้องถิ่นอย่างแท้จริง (ประพิรพร อักษรศรี, 2545) อีกทั้งภาครัฐและเอกชนควรช่วยสนับสนุนจัดหาเงินทุน ให้ความรู้และกระตุ้นการนำไปปฏิบัติเพื่อแก้ปัญหาในการบริหารจัดการของกลุ่มธุรกิจชุมชน (ขวัญฤดี ตันตระบัณฑิตย์, 2548) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในภาวะปัจจุบันที่จะมีการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กลุ่มธุรกิจชุมชนจำเป็นต้องเตรียมความพร้อม โดยจะต้องมีศักยภาพในการรับมือกับการแข่งขันที่จะเกิดขึ้น และภาครัฐควรเข้ามาช่วยเหลือส่งเสริมสนับสนุนให้มีความแข็งแกร่งมากขึ้น เช่น การช่วยเหลือในด้านการตลาด การขยายตลาดใหม่ การส่งเสริมการตลาด การสื่อสาร เทคโนโลยี เพื่อยกระดับสร้างแบรนด์ในระดับนานาชาติ (วรรณิษา ขจรกุลกิจ, 2554) โดยปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่ม คือ ระยะเวลาของการดำเนิน

กิจการ เงินทุน ความเข้าใจในการดำเนินงาน OTOP การสนับสนุนจากภาครัฐ การได้รับข่าวสารจากภายนอก การได้รับการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด ภาวะผู้นำของกลุ่ม (ณัฐชยา ศรีดำ, 2553)

สำหรับรูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง คือ กลุ่มต้องมีโครงสร้างการบริหารจัดการชัดเจน สมาชิกมีส่วนร่วมในการตั้งกฎระเบียบข้อบังคับ มีการระดมทุนเพื่อให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของกลุ่ม มีการประชุมประจำเดือนเพื่อจัดการกลุ่มแก้ไขปัญหาต่างๆ มีการผลิตสินค้าจำหน่ายโดยตลอด มีการตรวจสอบการบริหารงานโดยกรรมการกลุ่มต้องชี้แจงบัญชีรายรับรายจ่ายทุกเดือน และหน่วยงานภาครัฐสามารถตรวจสอบได้ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุน เช่น สนับสนุนความรู้ ให้คำปรึกษา แนะนำ และเงินทุน เป็นต้น (สำราญ พิมพ์บุตร, 2552) นอกจากนี้จะต้องมีการสร้างความได้เปรียบให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยการพัฒนาโลจิสติกส์ที่ดีและเหมาะสม (ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2549) รวมไปถึงการพัฒนาไปสู่การมีระบบการจัดการเครือข่ายสำหรับชุมชนใน โดย 1) การจัดฐานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน และจัดทำแผนพัฒนาชุมชนที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน 2) การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยร่วมกับวิทยากรท้องถิ่นหรือบุคลากรท้องถิ่นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน 3) ชุมชนร่วมกันกำหนดตัวชี้วัดของชุมชน 4) การพัฒนาด้วยการบูรณาการความรู้ในหลายๆ มิติ ตั้งแต่ภูมิปัญญา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการกองทุน การบริหารจัดการ การเงิน การตลาด คุณภาพชีวิต สวัสดิการ การรักษาทรัพยากรในท้องถิ่น 5) การศึกษาวิจัยมาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพที่เหมาะสมกับท้องถิ่นของตน 6) จัดตั้งสถาบันพัฒนาการเรียนรู้และวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นหน่วยงานในการอบรมพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (ประพิรพร อักษรศรี, 2545)

นอกจากนี้ การกระตุ้นความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจชุมชน คือ การดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นอาชีพเสริม เพิ่มรายได้ และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวคิดเพื่อประยุกต์ใช้ คือ

1. ธุรกิจมีการลดต้นทุนโดยใช้ทรัพยากรภายในท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า และให้เกิดประโยชน์สูงสุด เหมาะสมกับปริมาณการผลิตของธุรกิจ ตามหลักของความพอประมาณ
2. ธุรกิจมีการวางแผน โดยพิจารณาถึงความพร้อมในด้านศักยภาพของธุรกิจและสามารถนำมาปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม ตามหลักของความมีเหตุผล

3. ธุรกิจมีการบริหารรายรับให้สมดุลกับรายจ่าย มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของธุรกิจอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง ตามหลักของการมีภูมิคุ้มกัน

4. ธุรกิจมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเรียนรู้ต่างๆ ระหว่างสมาชิก ส่งเสริมให้ความรู้แก่สมาชิกอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง เผยแพร่ความรู้ และสืบทอดภูมิปัญญาให้แก่ผู้ที่สนใจได้ ตามเงื่อนไขความรู้

5. ธุรกิจมีการดำเนินธุรกิจที่ไม่เอารัดเอาเปรียบ มีการจัดสรรผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน มีการเสริมสร้างความสามัคคีและความเข้มแข็งของธุรกิจ ตามเงื่อนไขคุณธรรม (สุขุมพันธุ์ณรงค์, 2554)

4

แนวทางของปรัชญาเรื่อง “เศรษฐกิจพอเพียง” คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ประมวลและกลั่นกรอง สรุปได้ดังนี้

กรอบแนวคิดใน

การศึกษา

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงชีวิตอยู่

และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับตั้งแต่ระดับครอบครัว

ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ในการพัฒนาและบริหารตนเอง

ครอบครัว ชุมชนและประเทศให้ดำเนินไปอย่างรอบคอบ รู้จักความพอเพียงและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ในขณะที่เดียวกันก็พัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันยุคโลกาภิวัตน์

ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้อง มีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่ง ในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผน และการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกัน จะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรมความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา และความรอบคอบเพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทั้งทางด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนโดยศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานวิสาหกิจชุมชน และตามความหมายของกรมพัฒนาชุมชน ดังนี้

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมของชุมชน ไม่ใช่เป็นเรื่องของผู้ประกอบการรายเดียว และไม่ใช่ธุรกิจของชุมชน ทั้งจะต้องเป็นเรื่องของการใช้ทุนของชุมชนมาดำเนินการโดยทุนของชุมชน ไม่ใช่ตัวเงินอย่างเดียว หากแต่คือ ภูมิปัญญา ศักยภาพที่มี วัตถุดิบ แรงงาน ทุนของชุมชน เงินกองทุนต่างๆ ซึ่งชุมชนต้องร่วมกันทำ ไม่ใช่ทำโดยคนใดคนหนึ่ง นำไปสู่กระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน เป้าหมาย เพื่อให้ชุมชนพึ่งตนเองได้

วิสาหกิจชุมชน คือ กิจกรรมที่ชุมชนและคนในชุมชนเป็นเจ้าของกิจกรรมการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน โดยการนำทุนทางสังคมของชุมชนที่มีอยู่อย่างได้แก่ ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรท้องถิ่น ฯลฯ ผสมกับการบริหารจัดการสมัยใหม่ เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรืออาจกล่าวให้เข้าใจง่ายๆ ได้ว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมของชุมชน โดยชุมชน เพื่อประโยชน์ของคนในชุมชน ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทุนทางสังคมของชุมชนในการดำเนินกิจการดังกล่าว

วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ Small and Micro Community Enterprise) หมายถึง การประกอบการของชุมชนเพื่อการจัดการ “ทุน” ของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบกิจการโดยชุมชน ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุน และทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ผสมผสานกับองค์ความรู้ใหม่และเทคโนโลยีที่เหมาะสมผลิตสินค้า การบริการ และอื่นๆ อย่างมีคุณภาพได้มาตรฐาน ทำให้ชุมชนมีอาชีพและรายได้ สามารถพึ่งตนเองบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง

ดังนั้นหากกล่าวโดยสรุป **วิสาหกิจชุมชน** หมายถึง การประกอบกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดย คณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการ ดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน

องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน

กิจกรรมของชุมชนที่จะนับได้ว่าเป็นวิสาหกิจชุมชน ควรมีองค์ประกอบ ดังนี้

- 1) เป็นกิจกรรมของชุมชน ที่ประกอบกิจการด้านการผลิต บริการ และอื่นๆ
- 2) ทุนในการดำเนินงาน จะใช้ทั้งทุนภายนอก และทุนของชุมชน
- 3) เป็นกิจการที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน

- 4) เป็นกิจการที่เน้นการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้
- 5) เป็นกิจการที่เน้นการบริหารจัดการโดยคณะบุคคลในชุมชน
- 6) เป้าหมายของกิจการเพื่อการพึ่งตนเอง และเป็นการสร้างรายได้
- 7) ผลของการดำเนินกิจกรรมส่งผลประโยชน์แก่ชุมชน

รูปแบบการดำเนินงาน มี 2 รูปแบบ คือ

1) วิสาหกิจที่ประกอบกิจการเดียว ได้แก่ วิสาหกิจที่ประกอบกิจการเพียงหนึ่งเดียว โดยคณะผู้บริหารในชุมชนชุดเดียว และไม่สร้างเครือข่ายกับวิสาหกิจอื่นๆ โดยจะมีผลผลิตมากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์/บริการได้

2) วิสาหกิจที่ประกอบกิจการในรูปเครือข่าย ได้แก่ วิสาหกิจที่มีปฏิสัมพันธ์กับกิจการอื่น โดยแต่ละวิสาหกิจต่างมีการประกอบการ ตามเป้าหมายวัตถุประสงค์ของกิจการ หากแต่ปฏิสัมพันธ์กัน แบบพึ่งพา เกื้อกูล เชื่อมโยงกันในรูปแบบต่างๆ เช่น (1) เครือข่ายกิจกรรม ได้แก่ วิสาหกิจที่มีกิจกรรมเกื้อกูลกันมาเป็นเครือข่ายกัน ทั้งที่เป็นกิจกรรมประเภทเดียวกัน และ/หรือ หลายประเภท และ (2) เครือข่ายพื้นที่ ได้แก่ วิสาหกิจที่ดำเนินการอยู่ในระดับพื้นที่เดียวกัน เช่น ระดับหมู่บ้านด้วยกันหรือระดับตำบลด้วยกัน หรือต่างระดับพื้นที่กัน เช่น วิสาหกิจระดับหมู่บ้านกับระดับตำบลมาเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกัน

ระดับของวิสาหกิจชุมชน แบ่งเป็น 3 ระดับ

1) วิสาหกิจชุมชนระดับพื้นฐาน ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบการเพื่อให้เกิดผลผลิตมีพอที่จะนำไปกิน ใช้ได้อย่าง **พออยู่พอกิน** มุ่งเน้นการลดรายจ่าย ทั้งระดับครัวเรือนและชุมชน

2) วิสาหกิจชุมชนระดับพัฒนา ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบการ เพื่อให้ผลผลิต มีพอ กินพอใช้เพื่อการลดรายจ่ายและมีส่วนเหลือสามารถนำไปแบ่งปัน แลกเปลี่ยนหรือจำหน่ายให้ เกิดรายได้เพิ่ม นำไปสู่การ อยู่ดีกินดี ของครัวเรือนชุมชนและระหว่างชุมชน

3) วิสาหกิจชุมชนระดับก้าวหน้า ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบการมุ่งสู่การเพิ่มรายได้ ไปสู่การขยายการลงทุน ลดการนำเข้า เพิ่มการส่งออกของผลิตภัณฑ์ ขยายกิจการขณะเดียวกันก็สามารถจัดสรรผลกำไร เพื่อสวัสดิการของชุมชนหรือเพื่อกิจกรรมสาธารณประโยชน์สร้างความ มั่งมีศรีสุขของครัวเรือน ชุมชนขยายไปถึงระหว่างชุมชน และนำไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมต่อไป

วิเคราะห์กิจการและชุมชน

กิจการใดเป็นหรือไม่เป็นวิสาหกิจชุมชน โดยใช้องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน 2 ประการข้างต้น เป็นเกณฑ์เป้าหมายในการส่งเสริมกิจการชุมชนโดยภารกิจเพื่อส่งเสริมกิจการ

ของชุมชนที่ยังไม่เป็นวิสาหกิจชุมชน แต่มีศักยภาพสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชน และเพื่อพัฒนา
กิจการของชุมชนอยู่แล้ว ให้เข้มแข็ง

การส่งเสริมกิจการชุมชนสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชน หรือการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้
เข้มแข็ง ควรมีกิจกรรม ดังนี้

- 1) กระตุ้น / ส่งเสริมให้มีการปรับปรุงกฎ ระเบียบ ที่เกี่ยวข้อง ให้เอื้อต่อการส่งเสริม
และพัฒนาวิสาหกิจชุมชน
- 2) ทำความเข้าใจกับเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน / ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง / กลุ่ม องค์กรประชาชน
ให้ชัดเจนเป็นแนวทางเดียวกัน
- 3) กำหนดเกณฑ์ชี้วัดถึงสถานภาพของการเป็นวิสาหกิจชุมชนให้ชัดเจน และเป็น
มาตรฐานที่จะใช้ร่วมกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 4) สร้างเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อจัดระดับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน แต่ละระดับ
- 5) การส่งเสริม หรือพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เกิดจากความพร้อม และการตัดสินใจของ
ชุมชน
- 6) การคัดเลือก หรือจัดทำจุดนำร่อง เพื่อเป็นกรณีศึกษา
- 7) ใช้ระบบสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการส่งเสริม เพื่อการจัดทำระบบข้อมูลการ
เผยแพร่ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้
- 8) ประสานให้เกิดการทำงานแบบบูรณาการ ทั้งภายในกรม และระหว่างภาคีการพัฒนา
- 9) ปรับปรุงระบบแผนงานและงบประมาณให้เกิดการบูรณาการ มีความเหมาะสมและ
เพียงพอต่อการส่งเสริมสนับสนุน
- 10) เผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานวิสาหกิจชุมชนให้หลากหลาย ทั้งปริมาณและคุณภาพ

นอกจากนี้ การศึกษาศักยภาพของชุมชน ได้ใช้แนวทางการวิเคราะห์ของ SWOT
Analysis มาใช้เป็นแนวคิดพื้นฐานในการวิเคราะห์ชุมชน

S = Strength	= จุดแข็ง	}	วิเคราะห์ปัจจัยภายในของกลุ่มธุรกิจ/ชุมชน
W = Weak	= จุดอ่อน		
O = Opportunity	= โอกาส	}	วิเคราะห์ปัจจัยภายนอกของกลุ่มธุรกิจ/ชุมชน
T = Treat	= อุปสรรค		

การจัดตั้งธุรกิจชุมชนในชุมชนต่างๆ

การจัดตั้งธุรกิจชุมชนให้ได้ผลและประสบความสำเร็จควรที่จะต้องรู้จักมุ่งหมายและวิธีที่จะไปถึงจุดหมาย การจะเริ่มควรทำดังนี้

1. จะผลิตอะไร หรือจะทำอะไร

ธุรกิจชุมชนซึ่งพอจะแยกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ ธุรกิจเกษตร ธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับเกษตร ธุรกิจนอกเกษตร ธุรกิจบริการ ก่อนทำควรจะรู้อยู่ 2 เรื่องด้วยกัน คือ ความต้องการสินค้าและบริการของตลาด และความได้เปรียบในการแข่งขัน

ความต้องการสินค้าและบริการของตลาด หรืออาจจะพูดได้ง่ายๆ ว่าความขาดแคลนและความต้องการ ถ้าสินค้าตัวใดขาดแคลน และเป็นที่ต้องการของผู้ซื้อ คนผลิตออกมาก็จะขายได้ แต่ถ้าสินค้าใดผลิตออกมาเกินความต้องการของผู้ซื้อ ทำออกมาก็จะขายไม่ได้ เพราะคน ไม่มีความต้องการที่จะซื้อ ดังนั้นผู้ผลิตและให้บริการ จึงควรผลิตและให้บริการในสิ่งที่เป็นที่ต้องการของผู้ซื้อ ความได้เปรียบ เกิดจากความสามารถในการผลิตหรือให้บริการของผู้ผลิตหนึ่ง ซึ่งผู้ผลิตคนอื่นๆ ไม่มี หรือมีน้อยกว่า ความได้เปรียบนี้อาจเกิดจากทรัพยากรธรรมชาติ ความรู้หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งแต่ละชุมชนจะมีไม่เหมือนกัน และจะทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบขึ้นสรุปคือ ถ้าเรารู้ว่าชุมชนเรามีทรัพยากรอะไร มีความชำนาญด้านไหน รู้ว่าอะไรเป็นที่ต้องการของลูกค้า เราก็สามารถตัดสินใจได้ว่า เราควร ผลิตอะไร ทำอะไร

2. ผลิตอย่างไรหรือทำอย่างไร

การที่จะรู้ว่าจะผลิตอย่างไรหรือทำอย่างไรนั้นมี 2 เรื่องที่เกี่ยวข้อง คือ ต้องรู้ว่า ผู้ที่จะลงมือผลิตมีใครบ้าง และ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตมีใครบ้างผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต อาจเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการผลิตสิ่งนั้นๆ ในชุมชน เราจึงควรให้ผู้ที่มีความสามารถนี้เป็นผู้ลงมือผลิต ให้คำแนะนำในการผลิต ให้มีการระดมสมองของคนเหล่านี้ เพื่อรวบรวมและแลกเปลี่ยนความคิด สร้างและพัฒนาขั้นตอนการผลิตที่ดี จากการปฏิบัติและเรียนรู้ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนรู้จักปฏิบัติและพัฒนาธุรกิจชุมชนของตนเอง

นอกจากนั้นยังสามารถพึ่งพาผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น หน่วยงานราชการ สถาบันวิชาการต่างๆ ในด้านข้อมูลที่เป็นประโยชน์ หรืออาจร่วมมือกับเอกชนในด้านเงินทุนหรือด้านการตลาด

3. ใครคือลูกค้า ขายให้ใคร

ในข้อนี้มีอยู่ 2 อย่างหลักคือ ขายสินค้าให้ใคร และ ลูกค้าจะซื้อของๆ เราได้อย่างไร ในเรื่อง ใครคือลูกค้า นั้น แบ่งเป็นลูกค้าท้องถิ่นและลูกค้านอกท้องถิ่น ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับตัวสินค้าและ ความต้องการสินค้าจะเป็นตัวกำหนดว่า เป็นลูกค้าท้องถิ่น หรือ นอกท้องถิ่น อย่าง กรณีของกลุ่ม ทอผ้า ลูกค้าจะเป็นนอกท้องถิ่น หรือกรณีของปั้มน้ำมันลูกค้าจะเป็น คนในท้องถิ่น เรื่องนี้เป็น เรื่องสำคัญเพราะถ้าไม่รู้ว่าลูกค้าเป็นใครจะขายให้ใครก็ไม่ควรผลิต ในด้านนี้จะเข้าถึงลูกค้ายังไง หรือลูกค้าจะซื้อของๆ เราได้ยังไงนั้น ก็แบ่งเป็น 2 ประเภท ลูกค้าปลีก และลูกค้าส่ง ลูกค้าปลีก คือลูกค้ารายย่อย เราอาจนำไปขายตามงานเทศกาล หรือร้านค้าต่างๆ และติดตามความ พพอใจของลูกค้า และนำมาปรับปรุงสินค้าทั้งทางด้านราคา คุณภาพ และ หีบห่อ ทั้งนี้การซื้อของ ลูกค้า เขาต้องซื้อเพราะว่าเขาพอใจในสินค้า ไม่ใช่เพราะว่า "สงสาร" จึงซื้อ เพราะการที่ธุรกิจ ชุมชนจะอยู่ได้นั้น "ต้องขายได้เพราะสินค้าดีมีคุณภาพ ลูกค้าพอใจ " การซื้อเพราะความสงสาร นั้นไม่ยั่งยืน และไม่ดีสำหรับ ธุรกิจ เพราะมันไม่ได้บ่งบอกถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ซื้อ อย่างไรก็ตามถ้าลูกค้าไม่พอใจในสินค้าเราก็ควรจะปรับปรุงให้ดีขึ้น ในด้านของลูกค้าขายส่งนั้น คือผู้ที่ซื้อมากๆ แล้วนำของๆ เราไปขายต่อ เราอาจนำสินค้าไปเสนอขายให้ลูกค้าส่ง และทำให้ เขาเชื่อว่าถ้าเขาซื้อของๆ เราแล้วเอาไปขายต่อ จะได้ " กำไร " เพราะกำไร เป็นสิ่งจูงใจทำให้เขา ซื้อของๆ เรา การจะทำให้เขาเชื่อเรานั้นก็ขึ้นอยู่กับทักษะของผู้ขาย แต่สิ่งที่ควรจะเน้นก็คือ ราคา ประโยชน์ และคุณภาพ ของสินค้าของเราเมื่อเทียบกับสินค้าของคนอื่น ถ้าเราสามารถขายส่งได้ จะทำให้เราสามารถลดต้นทุนด้านการขนส่งและทำให้ลูกค้ารายย่อยอื่นๆ ซื้อสินค้าเราได้ง่ายและ มากขึ้น

จากที่กล่าวมา 3 ข้อ ข้างต้นนี้ ก็เป็นแนวทางในการดูว่าการจัดตั้งธุรกิจชุมชนอะไร ขึ้นมาซักอย่างหนึ่งนั้น เพื่อที่จะประสบความสำเร็จ ควรรู้ว่า จะขายอะไร ทำอย่างไร และขายให้ ใคร

4. รูปแบบที่เหมาะสมของธุรกิจชุมชน

ในปัจจุบันรูปแบบของธุรกิจชุมชน แบ่งเป็น กลุ่มที่เป็นทางการกับ กลุ่มที่ไม่เป็น ทางการ กลุ่มที่ไม่เป็นทางการคือไม่จดทะเบียน ไม่อยู่ในกรอบกฎหมายใด แต่ก็ไม่ได้ผิดกฎหมาย ใดๆ ของรัฐ กลุ่มที่เป็นทางการคือ กลุ่มที่อยู่ภายใต้กฎหมายใดกฎหมายหนึ่ง ต้องมีการจด

ทะเบียน ซึ่งแบ่งย่อยได้อีก 2 ประเภท คือ สหกรณ์ ซึ่งขึ้นอยู่กับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เช่น สหกรณ์ออมทรัพย์ และบริษัทในความดูแลของ กระทรวงพาณิชย์ เช่น บริษัทชุมชนหัวไทร

การที่จะจัดตั้งธุรกิจนั้น รูปแบบของการจัดตั้งขึ้นอยู่กับ

4.1 ความเข้าใจในความแตกต่างของกลุ่มที่ไม่เป็นทางการกับกลุ่มที่เป็นทางการ สมาชิกของธุรกิจชุมชนต้องเข้าใจถึงความแตกต่าง ขอบเขต และ ข้อจำกัด ขององค์กรที่จะจัดตั้งขึ้น กลุ่มที่ไม่เป็นทางการไม่อยู่ภายใต้กฎหมายใดๆ มีความอิสระในการทำงาน แต่จะตกลงทำนิติกรรมอะไรไม่ได้ เช่น กลุ่มออมทรัพย์จะขอเงินกู้ไม่ได้ ต้องทำ เป็นสหกรณ์ซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมาย สามารถทำข้อตกลงต่างๆ เช่นการกู้เงินได้

4.2 ความต้องการและเป้าหมายของสมาชิกชุมชน เป้าหมายของแต่ละชุมชนนั้น ไม่เหมือนกัน ซึ่งเป้าหมายที่ไม่เหมือนกันนี้ทำให้รูปแบบขององค์กรแตกต่างกันไปด้วย เป้าหมายของชุมชนบางกลุ่มอาจเป็นเพียงแค่ออยู่ได้กินได้ รูปแบบองค์กรจึงเป็น กลุ่มทำนา กลุ่มเลี้ยงสัตว์ ช่วยกันหาของมาใช้ รวมกันขายสินค้าเพื่อไม่ให้ถูกกดราคา แต่ชุมชนบางชุมชนต้องการยกระดับชีวิต เพิ่มรายได้ เป้าหมายที่สูงเช่นนี้ทำให้องค์กรต้องอยู่ในรูปบริษัท ค่าขายเพื่อเอากำไรอยู่ในเชิงธุรกิจ แล้วเอากำไรที่ได้มายกระดับชีวิตของคนในชุมชน แต่การตั้งบริษัทนั้นก็ต้องเป็นที่แน่ใจว่าเจ้าของบริษัทหรือผู้ถือหุ้นใหญ่นั้นเป็นคนในชุมชนจริงๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่คนในชุมชนไม่ใช่เพื่อนายทุนจากที่อื่น

4.3 ความต้องการด้านเงินทุน กิจกรรมธุรกิจชุมชนนั้น ควรเน้นการพึ่งตนเองเป็นหลัก "เงินทุน" เป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดความสำคัญหรือล้มเหลวของธุรกิจ การกั๊ยเงินนั้นถ้าบริหารไม่ดีก็จะทำให้ธุรกิจล้มเหลว ดังนั้นการทำธุรกิจชุมชนนั้นควรเริ่มจากเล็กไปใหญ่ ค่อยๆ สะสมเงินทุนจากชุมชน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความแข็งแกร่งร่วมมือร่วมใจให้เกิดขึ้นในชุมชนด้วย แต่ถ้าชุมชนมีความมั่นใจว่าธุรกิจนั้นจะไปได้ดี และทั้งนี้ต้องมีเหตุผลและเป้าหมายที่กล่าวไว้ใน 3 ข้อแรกอยู่ก่อนแล้ว ชุมชนสามารถผลิตและแข่งขันได้ การรวมเงินทีละเล็กละน้อยอาจเข้าไป ชุมชนอาจรวมเงินจากชาวบ้าน กลุ่มออมทรัพย์ หรือระดมทุนจากภายนอก เช่น นักวิชาการ นักธุรกิจ และตั้งองค์กรในรูปบริษัท เพราะในรูปบริษัท แรงจูงใจในการเป็นเจ้าของจะมีมากกว่าสหกรณ์ ในบริษัท ผู้ถือหุ้นมาก(ผู้ลงทุนมาก) จะมีสิทธิมากกว่าผู้ถือหุ้นน้อย(ผู้ลงทุนน้อย) อีกทั้งยังดำเนินการเพื่อหากำไร ต่างจากสหกรณ์ที่แม้ลงทุนมากแต่มีสิทธิเท่ากันทุกคน และการดำเนินการก็ไม่เชิงธุรกิจเท่าบริษัท แต่เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอย่างแท้จริง ควรกำหนดว่าไม่ให้ผู้ถือหุ้นเกินร้อยละ 5 หรือให้คนในชุมชนถือหุ้นเกินร้อยละ 60

4.4 ความต้องการทรัพยากรบุคคล การจัดการและการบริหารองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดความสำเร็จและล้มเหลวขององค์กร และการบริหารการจัดการที่ดีนั้นก็ต้องการคนที่มีความสามารถ ทั้งความสามารถด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือตามความสามารถระบบใหม่ กลุ่มธุรกิจชุมชนที่เห็นกันส่วนมากมักจะเป็น กลุ่มออมทรัพย์ ซึ่งเน้นกิจกรรมภายในกลุ่มไม่มีความสัมพันธ์กับภายนอก ทำให้บริหารง่ายไม่จำเป็นต้องใช้คนที่มาบริหารหรือจัดการอะไรมากมาย แต่กลุ่มที่เป็นธุรกิจต่างๆ ต้องทำงานทั้งกับคนภายในและภายนอกองค์กร ทั้งเรื่องการผลิต การค้าขาย การหาเครื่องมือเครื่องใช้ จะเห็นได้ว่ากลุ่มที่ทำธุรกิจมักจะมีปัญหาเรื่องการขาดคนที่เก่งเรื่องการบริหารและจัดการเพราะไม่มีแรงจูงใจหรือค่าจ้างที่น่าสนใจการที่จะหาคนเก่งๆ มารวมกันได้ขึ้นอยู่กับ ประการที่หนึ่ง ต้องหาคนที่รักงานของชุมชน ชอบงานท้าทาย มีความเสียสละ ไม่หวังผลตอบแทนมากเกินไป ซึ่งจะหาคนประเภทนี้ได้ยาก เพราะความเสียสละนั้นมีจำกัด ทุกคนย่อมมีความโลภ แต่เราก็ควรจะหาวิธีควบคุมความโลภไม่ให้มีมากเกินไป ประการที่สอง สมาชิกชุมชนต้องเข้าใจในความโลภของคน และกล้าตัดสินใจในเชิงการลงทุนที่จะให้ผลตอบแทน สร้างแรงจูงใจ ให้แก่ผู้ทำงาน ผู้มีความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชนให้เจริญและพัฒนาชีวิตของคนในชุมชน

4.5 การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการจัดตั้งธุรกิจชุมชน ถ้าสมาชิกไม่ร่วมมือ ธุรกิจชุมชนก็เกิดขึ้นไม่ได้หรือได้แต่ก็เป็นเพียงธุรกิจของคนบางคน ความร่วมมือนั้นมี 4 ระดับ คือ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำ และร่วมรับผิดชอบ การเริ่มอะไรบางอย่างอาจเกิดจากคนบางคน แต่ถ้าอยากทำให้เป็นของชุมชน ต้องเสนอให้สมาชิก ร่วมกำหนดแนวทางร่วมตัดสินใจจากนั้นก็ร่วมลงมือกระทำ และรับผิดชอบต่อผลการกระทำนั้น ช่วยกันประเมินผล และปรับปรุงให้ดีขึ้น การสร้างการมีส่วนร่วมนั้นไม่ง่าย เพราะมันต้องการ "แกนนำ" ที่ชุมชนยอมรับและเป็นแกนนำ ที่อยู่ในชุมชนเอง อาจจะเป็น พระ ครู หรือ NGO ที่ทำงานในชุมชน จะสังเกตได้ว่า กลุ่มที่เกิดจากการจัดตั้งของรัฐบาลมักจะอยู่ได้ไม่นาน เพราะมันอาจจะไม่มีแกนนำของชุมชนเข้าไปเกี่ยวข้อง หรืออาจขาด ความร่วมมือร่วมใจจากชุมชน เพราะมันไม่ได้เกิดจากความต้องการของชุมชนเอง

จากแนวคิดและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่ากลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนจะมีความยั่งยืนได้จะต้องประกอบไปด้วยปัจจัยในด้านต่างๆดังนี้คือ

1) ด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จจะต้องการมี คณะกรรมการที่เข้มแข็ง สมาชิกให้การยอมรับ มีกฎระเบียบของกลุ่มมีโครงสร้างการทำงาน มี

การแบ่งงานกันทำของกลุ่มที่ชัดเจน และมีการทำงานอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ มีความตั้งใจในการทำงาน และมีความร่วมมือ ความสามัคคีภายในกลุ่ม มีระบบการจัดทำบัญชี มีการควบคุมรายรับรายจ่าย มีความโปร่งใสทางการเงิน มีเงินทุนหมุนเวียน มีการสะสมทุน มีการสร้างรายได้

2) ด้านสินค้า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ คือ สินค้าที่ผลิตมาจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ ถ้าเป็นสินค้าด้านอาหารจะต้องปลอดภัย มีรสชาติอร่อย มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ราคาเหมาะสม มีรูปแบบสินค้าที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน

3) ด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา การที่กลุ่มประสบความสำเร็จได้จะต้องมีการใช้แรงงานตรงตามความสามารถ แรงงานมีฝีมือในการผลิต อุปกรณ์เทคโนโลยีในการผลิตเหมาะสมกับการผลิต มีการจัดสรรการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่า ใช้วัตถุดิบในชุมชน มีการทดแทนวัตถุดิบที่หายากและมีราคา ใช้วัตถุดิบที่ดี มีการผลิตที่มีประสิทธิภาพ และลักษณะการผลิตมีการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น

4) ด้านการตลาด ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จได้ประกอบด้วย การมีรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของตลาด มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เสมอ มีการตั้งราคาที่เหมาะสม มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย และมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่ดี

สามารถนำเสนอเป็นกรอบในการศึกษาดังภาพที่ 1

กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน

↓ ศักยภาพของกลุ่ม

- ด้านการบริหารจัดการ : คณะกรรมการ สมาชิก กฎ ระเบียบ โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน เงินทุน บัญชีกลุ่ม
- ด้านสินค้า : ลักษณะสินค้า วัตถุดิบที่ใช้ผลิต การรับรอง ความปลอดภัย รสชาติ ราคา ความหลากหลาย บรรจุภัณฑ์ เอกลักษณ์ของสินค้า
- ด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา : แรงงาน วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ เทคโนโลยีการผลิต ภูมิปัญญา
- ด้านการตลาด : รูปแบบผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา แหล่ง/ช่องทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

↓ ปัจจัยสู่ความยั่งยืน

- ด้านการบริหารจัดการ : - มีสมาชิกเพิ่มขึ้น
 - คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มมีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ความสามารถอยู่เสมอ
 - คณะกรรมการและสมาชิกเข้าใจ กฎ ระเบียบ โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน ปฏิบัติงานตรงตามหน้าที่
 - การเงินของกลุ่ม : จัดทำบัญชี-การเงินต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน มีเงินทุนหมุนเวียน มีการสะสมทุนสม่ำเสมอ
 - การเงินของสมาชิก : สร้างรายได้ ความอยู่ดีมีสุขให้กับสมาชิกในชุมชน มีเงินใช้จ่ายหมุนเวียนลดภาระของครอบครัว สมาชิกมีความสามัคคี มีกิจกรรมในชุมชน ใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข
- ด้านสินค้า : - สินค้าผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ
 - สินค้าได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ มีความปลอดภัย รสชาติดี
 - มีราคาที่เหมาะสม - สินค้ามีความหลากหลาย
 - มีบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ - สินค้ามีเอกลักษณ์ของชุมชน
- ด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา :
 - มีการใช้แรงงานในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ - วัตถุดิบสามารถหาได้ในชุมชน
 - มีการทดแทนการใช้วัตถุดิบและทรัพยากรต่อเนื่อง - ผลิตและ/หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง
 - วัตถุดิบหาได้ต่อเนื่อง ลดการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง - สืบสานภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น
 - วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการผลิตอยู่ในสภาพใช้การได้ดีมีการใช้ต่อเนื่อง
- ด้านการตลาด :
 - รูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ตรงกับความต้องการ - มีตลาดหรือแหล่งจำหน่ายต่อเนื่อง
 - มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคา ที่ได้กำไรต่อหน่วยเหมาะสม - มีแหล่ง/ช่องทางการตลาดต่อเนื่อง
 - มีการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขายต่อเนื่อง ฯลฯ

ภาพที่ 1 กรอบในการศึกษา

5 วิธีการศึกษา

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนได้เคยเข้าไปดำเนินการวิจัยและพัฒนาแล้วในอดีต (Census) จำนวน 368 กลุ่ม ในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย น่าน แพร่ ลำปาง ลำพูน พะเยา และแม่ฮ่องสอน ดังตารางที่ 1

ตาราง 1 จำนวนกลุ่มสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเคยเข้าไปดำเนินการวิจัยและพัฒนา แยกตามประเภทกลุ่มสินค้า

จังหวัด	ประเภทอาหาร	ประเภทเครื่องดื่ม	ผ้าเครื่องแต่งกาย	ของใช้และของประดับตกแต่ง	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	รวม
เชียงใหม่	15	-	23	27	14	1	80
เชียงราย	12	5	9	7	9	2	44
ลำพูน	8	5	16	5	6	1	41
ลำปาง	10	1	9	8	13	1	42
แม่ฮ่องสอน	14	4	11	3	3	1	36
พะเยา	4	-	16	17	3	-	40
แพร่	3	1	21	13	3	1	42
น่าน	7	-	21	11	4	-	43
รวม	73	16	126	91	55	7	368

ที่มา : จำนวนกลุ่มสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเคยเข้าไปดำเนินการวิจัยและพัฒนา แยกตามประเภทกลุ่มสินค้า ปี พ.ศ.2546 - 2556

5.2 เครื่องมือในการศึกษาและวิธีการเก็บข้อมูล ทำการเก็บรวบรวมด้วยแบบสอบถาม 2 ชุด คือ 1) แบบสอบถามสำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ยังคงประกอบกิจการอยู่ และ 2) แบบสอบถามสำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เลิกประกอบกิจการ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทั้งทางโทรศัพท์และลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่ม

5.3 วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 ศึกษาโดยแบ่งประเภทกลุ่มออกเป็น 5 ประเภท ตามที่กรมพัฒนาชุมชนได้จัดเกณฑ์ไว้ คือ 1) กลุ่มสินค้าประเภทอาหาร 2) เครื่องดื่ม 3) ผ้า/เครื่องแต่งกาย 4) ของใช้/

ของประดับตกแต่ง ศิลปะประดิษฐ์/ของที่ระลึก และ 5) กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้

1) การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่ม ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับ

- 1.1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่ม ประกอบด้วย การก่อตั้งกลุ่ม จำนวนสมาชิก จำนวนแรงงาน รายได้กลุ่ม หนี้สินของกลุ่ม
- 1.2) ด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วย คณะกรรมการ สมาชิก กฎระเบียบ โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน
- 1.3) ด้านการผลิต ประกอบด้วย แรงงาน วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ เทคโนโลยีการผลิต ภูมิปัญญา
- 1.4) ด้านการเงิน-บัญชี ประกอบด้วย เงินทุน บัญชีกลุ่ม
- 1.5) ด้านการตลาด ประกอบด้วย รูปแบบผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา แหล่ง/ช่องทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

2) การวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดความยั่งยืน

ปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาความยั่งยืน คือ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา และปัจจัยด้านการตลาด

ด้านการบริหารจัดการ คือ

- การมีสมาชิกเพิ่มขึ้น
- คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มมีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ความสามารถอยู่เสมอ
- คณะกรรมการและสมาชิกเข้าใจ กฎ ระเบียบ โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน ปฏิบัติงานตรงตามหน้าที่

ด้านการผลิต คือ

- มีการใช้แรงงานในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ
- วัตถุดิบสามารถหาได้ในชุมชน
- มีการทดแทนการใช้วัตถุดิบและทรัพยากรต่อเนื่อง
- ผลิตและ/หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง
- วัตถุดิบหาได้ต่อเนื่อง ลดการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง

- สืบสานภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น
- วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการผลิตอยู่ในสภาพใช้การได้ดีมีการใช้ต่อเนื่อง

ด้านการเงิน-บัญชี

การเงินของกลุ่ม

- จัดทำบัญชี-การเงินต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน มีเงินทุนหมุนเวียน มีการสะสมทุนสม่ำเสมอ

การเงินของสมาชิก

- สร้างรายได้ ความอยู่ดีมีสุขให้กับสมาชิกในชุมชน มีเงินใช้จ่ายหมุนเวียนลดภาระของครอบครัว สมาชิกมีความสามัคคี มีกิจกรรมในชุมชน ใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข

ด้านการตลาด

- รูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ตรงกับความต้องการ
- มีตลาดหรือแหล่งจำหน่ายต่อเนื่อง
- มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคา ที่ได้กำไรต่อหน่วยเหมาะสม
- มีแหล่ง/ช่องทางการตลาดต่อเนื่อง
- มีการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขายต่อเนื่อง ฯลฯ

วิธีการวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

(1) ให้กลุ่มประเมินปัจจัยด้านต่างๆ ในแต่ละข้อเป็น 5 ระดับ คือ 5 หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลทำให้สินค้ามีจุดเด่นระดับมากที่สุด 4 หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลทำให้สินค้ามีจุดเด่นระดับมาก 3 หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลทำให้สินค้ามีจุดเด่นระดับปานกลาง 2 หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลทำให้สินค้ามีจุดเด่นระดับน้อย และ 1 หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลทำให้สินค้ามีจุดเด่นระดับน้อยที่สุด

(2) คะแนนความยั่งยืนของปัจจัยแต่ละด้านใช้ค่าเฉลี่ยที่ได้

3) วิธีประเมินความยั่งยืน วัดจากคะแนน 4 ด้าน ตามปัจจัยในข้อที่ 2 คือ

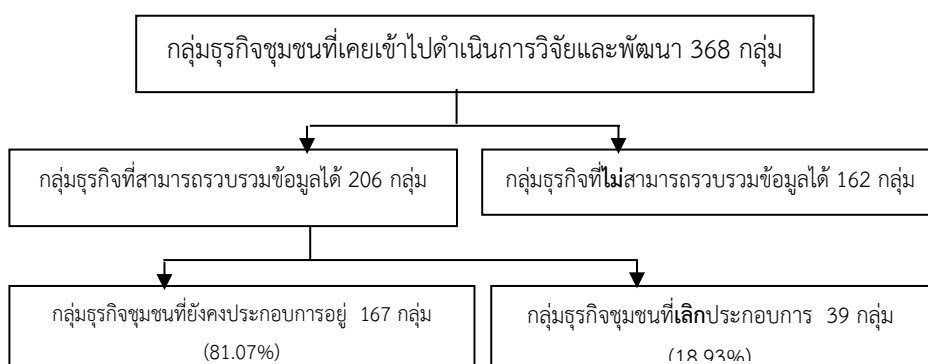
- 3.1 ปัจจัยด้านบริหารจัดการ
- 3.2 ปัจจัยด้านสินค้า
- 3.3 ปัจจัยด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา

3.4 ปัจจัยด้านการตลาด

คะแนนความยั่งยืนของกลุ่มได้จากการหาค่าเฉลี่ยของปัจจัย 4 ด้านข้างต้น และเกณฑ์การแปลผล คือ 1.00-1.49 หมายถึง มีความยั่งยืนน้อยที่สุด 1.50-2.49 หมายถึง มีความยั่งยืนน้อย 2.50-3.49 หมายถึง มีความยั่งยืนปานกลาง 3.50-4.49 หมายถึง มีความยั่งยืนมาก และ 4.50-5.00 หมายถึง มีความยั่งยืนมากที่สุด

6 ผลการศึกษา

จากการสำรวจ พบว่า มีกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ไม่สามารถรวบรวมข้อมูลได้ 162 กลุ่ม และสามารถรวบรวมข้อมูลได้ จำนวน 206 กลุ่ม โดยกลุ่มที่สามารถรวบรวมข้อมูลได้เป็น กลุ่มที่ยังคงประกอบการอยู่ จำนวน 167 กลุ่ม และกลุ่มที่เลิกการประกอบการแล้ว จำนวน 39 กลุ่ม ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการสำรวจจำนวนกลุ่มธุรกิจชุมชน

6.1 ศักยภาพของกลุ่ม

กลุ่มที่ยังคงประกอบการอยู่มีจำนวน 167 กลุ่ม แบ่งเป็น กลุ่มสินค้าประเภทอาหาร กลุ่มสินค้าเครื่องดื่ม ผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้ของประดับตกแต่ง และกลุ่มศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก มีรายละเอียดข้อมูลทั่วไปของกลุ่มดังนี้ (ตารางที่ 2)

ก. กลุ่มสินค้าอาหาร จำนวน 40 กลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชุมชน มีระยะเวลาดำเนินงานมาประมาณ 15 ปี มีรายได้เฉลี่ย 936,550 บาทต่อปี ไม่มีภาระหนี้สิน มีสมาชิกเฉลี่ย 37 คน เป็นแรงงานในการผลิตสินค้าเฉลี่ย 11 คน สินค้าที่ผลิตเฉลี่ย 8 รายการ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีรูปแบบดั้งเดิมของชุมชน และในการประกอบการกลุ่มมีการพัฒนาสินค้ามาหลายครั้ง

ข. กลุ่มสินค้าเครื่องดื่ม จำนวน 7 กลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชุมชน มีระยะเวลาดำเนินงานมาประมาณ 13 ปี มีรายได้เฉลี่ย 1,495,714 บาทต่อปี ไม่มีภาระหนี้สิน มีสมาชิกเฉลี่ย 42 คน เป็นแรงงานในการผลิตสินค้าเฉลี่ย 11 คน สินค้าที่ผลิตเฉลี่ย 21 รายการ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีรูปแบบดั้งเดิมของชุมชนและสินค้าที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ และในการประกอบการกลุ่มมีการพัฒนาสินค้ามาหลายครั้ง

ค. กลุ่มสินค้าผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวน 65 กลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชุมชน มีระยะเวลาดำเนินงานมาประมาณ 19 ปี มีรายได้เฉลี่ย 944,600 บาทต่อปี มีสมาชิกเฉลี่ย 47 คน เป็นแรงงานในการผลิตสินค้าเฉลี่ย 40 คน สินค้าที่ผลิตเฉลี่ย 13 รายการ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีรูปแบบดั้งเดิมของชุมชน และในการประกอบการกลุ่มมีการพัฒนาสินค้ามาหลายครั้ง

ง. กลุ่มสินค้าของใช้และของประดับตกแต่ง จำนวน 40 กลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชุมชน มีระยะเวลาดำเนินงานมาประมาณ 16 ปี มีรายได้เฉลี่ย 1,445,600 บาทต่อปี ไม่มีภาระหนี้สิน มีสมาชิกเฉลี่ย 31 คน เป็นแรงงานในการผลิตสินค้าเฉลี่ย 21 คน สินค้าที่ผลิตเฉลี่ย 45 รายการ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีรูปแบบดั้งเดิมของชุมชน และในการประกอบการกลุ่มมีการพัฒนาสินค้ามาหลายครั้ง

จ. กลุ่มสินค้าศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก จำนวน 15 กลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชุมชน มีระยะเวลาดำเนินงานมาประมาณ 20 ปี มีรายได้เฉลี่ย 1,320,667 บาทต่อปี ไม่มีภาระหนี้สิน มีสมาชิกเฉลี่ย 41 คน เป็นแรงงานในการผลิตสินค้าเฉลี่ย 16 คน สินค้าที่ผลิตเฉลี่ย 22 รายการ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีรูปแบบดั้งเดิมของชุมชนและสินค้าที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ และในการประกอบการกลุ่มมีการพัฒนาสินค้ามาหลายครั้ง

ตาราง 2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มที่ยังคงประกอบการอยู่

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มที่ยังคงประกอบการอยู่	อาหาร (n=40)	เครื่องดื่ม (n=7)	ผ้า เครื่องแต่ง กาย (n=65)	ของใช้และของประดับ ตกแต่ง (n=40)	ศิลปะประดิษฐ์และ ของที่ระลึก (n= 15)	รวม (n=167)
จำนวนกลุ่มที่ยังคงประกอบการอยู่	23.95	4.19	38.92	23.95	8.98	100.00
ลักษณะการดำเนินการ						
กิจการเจ้าของคนเดียว	5.00	14.29	7.69	17.50	26.67	11.38
กิจการกลุ่มชุมชน/กลุ่มชาวบ้าน	95.00	71.43	89.23	80.00	73.33	86.23
บริษัท/หุ้นส่วน	-	14.29	1.54	2.50	-	1.80
อื่นๆ	-	-	1.54	-	-	0.60
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
ระยะเวลาดำเนินการ						
ไม่เกิน 5 ปี	2.50	14.29	-	5.00	-	2.40
6-10 ปี	22.50	-	12.31	15.00	-	13.77
11-15 ปี	30.00	71.43	26.15	40.00	20.00	31.74
16-20 ปี	32.50	14.29	29.23	17.50	40.00	27.54
มากกว่า 20 ปี	12.50	-	32.31	22.50	40.00	24.55
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
เฉลี่ย (ปี)	15	13	19	16	20	17

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มที่ยังคงประกอบการอยู่	อาหาร (n=40)	เครื่องดื่ม (n=7)	ผ้า เครื่องแต่ง กาย (n=65)	ของใช้และของประดับ ตกแต่ง (n=40)	ศิลปะประดิษฐ์และ ของที่ระลึก (n= 15)	รวม (n=167)
รายได้ของกลุ่ม						
ไม่เกิน 100,000 บาทต่อปี	17.50	28.57	35.38	27.50	26.67	28.14
100,001-500,000 บาทต่อปี	35.00	28.57	30.77	32.50	26.67	31.74
500,001-1,000,000 บาทต่อปี	10.00	14.29	16.92	15.00	26.67	15.57
1,000,001-1,500,000 บาทต่อปี	20.00	14.29	4.62	10.00	-	9.58
1,500,001-2,000,000 บาทต่อปี	5.00	-	1.54	2.50	6.67	2.99
มากกว่า 2,000,000 บาท	12.50	14.29	10.77	12.50	13.33	11.98
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
เฉลี่ย (บาทต่อปี)	936,550	1,495,714	944,600	1,445,600	1,320,667	1,119,551
หนี้สิน						
ไม่มีหนี้สิน	52.50	71.43	69.23	57.50	66.67	62.28
มีภาระหนี้สิน แต่ไม่มีปัญหาในการผ่อนชำระ	35.00	14.29	23.08	35.00	33.33	29.34
มีภาระหนี้สินและมีปัญหาในการผ่อนชำระในบางงวด	12.50	14.29	6.15	5.00	-	7.19
มีภาระหนี้สิน และมีปัญหาในการผ่อนชำระตลอด	-	-	1.54	2.50	-	1.20
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มที่ยังคงประกอบการอยู่	อาหาร (n=40)	เครื่องดื่ม (n=7)	ผ้า เครื่องแต่งกาย (n=65)	ของใช้และของประดับ ตกแต่ง (n=40)	ศิลปะประติมากรรมและของ ที่ระลึก (n=15)	รวม (n=167)
จำนวนแรงงานที่ผลิตสินค้า						
ไม่เกิน 11 คน	62.50	71.43	33.85	35.00	46.67	43.71
11-25 คน	30.00	14.29	27.69	45.00	20.00	31.14
26-50 คน	7.50	14.29	26.15	15.00	33.33	19.16
51-100 คน	-	-	9.23	2.50	-	4.19
มากกว่า 100 คน	-	-	3.08	2.50	-	1.80
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
เฉลี่ย (คน)	11	11	40	21	16	25
การมีสมาชิก						
ไม่มีสมาชิกดำเนินการเอง	5.00	28.57	9.23	20.00	26.67	13.17
มีสมาชิก	95.00	71.43	90.77	80.00	73.33	86.83
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มที่ยังคงประกอบการอยู่	อาหาร (n=40)	เครื่องดื่ม (n=7)	ผ้า เครื่องแต่ง กาย (n=65)	ของใช้และของประดับ ตกแต่ง (n=40)	ศิลปะประดิษฐ์และ ของที่ระลึก (n= 15)	รวม (n=167)
จำนวนสมาชิก						
ไม่เกิน 11 คน	15.79	40.00	15.25	25.00	9.09	17.93
11-25 คน	28.95	-	22.03	40.63	45.45	28.97
26-50 คน	39.47	-	35.59	18.75	27.27	31.03
51-100 คน	7.89	60.00	16.95	9.38	9.09	13.79
มากกว่า 100 คน	7.89	-	10.17	6.25	9.09	8.28
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
เฉลี่ย (คน)	37	42	47	31	41	40
จำนวนรายการสินค้า						
ไม่เกิน 5 รายการ	62.50	57.14	27.69	20.00	20.00	34.73
6-10 รายการ	25.00	14.29	44.62	32.50	20.00	33.53
11-15 รายการ	-	-	6.15	5.00	6.67	4.19
16-20 รายการ	5.00	-	12.31	17.50	26.67	12.57
มากกว่า 20 รายการ	7.50	28.57	9.23	25.00	26.67	14.97
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
เฉลี่ย (รายการ)	8	21	13	45	22	21

หมายเหตุ : ตัวเลขในตารางแสดงค่าร้อยละของแต่ละกลุ่ม

ที่มา : จากการศึกษา

6.2 ปัจจัยสู่ความยั่งยืน

การศึกษาปัจจัยที่ทำให้กลุ่มยังคงประกอบการอยู่ โดยแยกออกเป็นแต่ละประเภทสินค้า และประเภทของปัจจัย ผลการศึกษาแสดงได้ดังนี้ (ภาพที่ 3 และตารางที่ 3)

ก. กลุ่มสินค้าอาหาร ปัจจัยที่เป็นจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มยังคงประกอบการอยู่
พบว่า **ในด้านสินค้า** มาจากการที่กลุ่มใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ปลอดภัย อาหารได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ มีรสชาติที่อร่อย แตกต่างจากคู่แข่ง บรรจุภัณฑ์สวยงามดึงดูดลูกค้า ราคาถูกกว่าคู่แข่ง และมีรายการสินค้าให้เลือกหลากหลาย **ด้านการบริหารจัดการ** กลุ่มมีประธานและคณะกรรมการที่มีความตั้งใจทำงาน ผู้นำที่มีความเข้มแข็ง ปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย คณะกรรมการและสมาชิกเข้าใจ กฎ ระเบียบ โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน มีการจัดทำบัญชีการเงินต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน มีเงินทุนหมุนเวียน ในกิจการ มีกฎ ระเบียบและนำไปบังคับใช้อย่างถูกต้อง สร้างความเป็นระเบียบภายในกลุ่ม มีการปรับปรุงกฎ ระเบียบให้เป็นไปตามความเหมาะสม สม่่าเสมอ เอื้อต่อการทำงาน มีการสะสมทุน สม่่าเสมอ สมาชิกกลุ่มให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มอย่างสม่่าเสมอ แรงงานผู้ผลิตกลุ่มมีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ ความสามารถอยู่สม่่าเสมอ คนในชุมชนมีความสามัคคี มีการปันผลกำไร ให้สมาชิก กลุ่มจัดกิจกรรมเพื่อชุมชนอย่างต่อเนื่อง และกลุ่มมีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น **ด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา** ในการผลิตของกลุ่มสามารถใช้วัตถุดิบที่หาได้ต่อเนื่อง มีการลดและขดเซยใช้วัตถุดิบที่สิ้นเปลือง วัตถุดิบสามารถหาได้ในชุมชน มีการสืบสานภูมิปัญญา จากรุ่นสู่รุ่น มีการผลิต การออกแบบสินค้าอย่างต่อเนื่อง ใช้แรงงานในชุมชนอย่างสม่่าเสมอ วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการผลิตที่มีสภาพใช้การได้ดี เหมาะสมกับการผลิต **ด้านการตลาด** กลุ่มมีตลาดหรือแหล่งจำหน่ายต่อเนื่อง มีช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาที่ได้กำไรและเหมาะสม รูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้า และมีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายต่อเนื่อง

ข. กลุ่มสินค้าเครื่องดื่ม ปัจจัยที่เป็นจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มยังคงประกอบการอยู่
ได้ พบว่า **ในด้านสินค้า** มาจากการที่สินค้าของกลุ่มได้รับการรับรองจาก อย. มีความปลอดภัย ไม่มีผลข้างเคียง มีรสชาติอร่อยหรือแตกต่างจากคู่แข่ง ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัย มีความหลากหลาย เป็นสินค้าท้องถิ่น หาทานที่ไหนไม่ได้ ต้องมาทานที่ชุมชนนี้เท่านั้น คู่แข่งน้อย ราคาถูกกว่าคู่แข่ง มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม กรณีเครื่องดื่มที่เป็นสมุนไพรมีสรรพคุณสามารถรักษาโรคได้ อย่างเห็นผล **ด้านการบริหารจัดการ** กลุ่มมีผู้นำที่มีความเข้มแข็ง ทุกคนมีความตั้งใจทำงาน เข้ามาทำงานอย่างสม่่าเสมอ เข้าใจ กฎ ระเบียบ โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน และปฏิบัติหน้าที่ตาม

ตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย มีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น มีเงินทุนหมุนเวียนในกิจการต่อเนื่องและสะสมทุนสม่ำเสมอ มีการจัดทำบัญชีการเงินต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน มีการปันผลกำไรให้สมาชิก ระเบียบต่างๆ และนำไปบังคับใช้อย่างถูกต้องและมีการปรับปรุงให้เป็นไปตามความเหมาะสมต่อการทำงาน ความสามัคคีของคนในชุมชน มีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ ความสามารถอยู่เสมอ มีกิจกรรมเพื่อชุมชนอย่างต่อเนื่อง **ด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา** กลุ่มใช้วัตถุดิบสามารถหาได้ง่ายในชุมชน มีการลดและชดเชยใช้วัตถุดิบที่สิ้นเปลือง มีการผลิต การออกแบบสินค้าอย่างต่อเนื่อง ใช้แรงงานในชุมชน ใช้วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการผลิต มีสภาพใ้การได้ดี และสืบสานภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น **ด้านการตลาด** รูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีตลาดหรือแหล่งจำหน่าย ช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง หลักเกณฑ์ในการตั้งราคาเหมาะสม และมีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายต่อเนื่อง

ค. กลุ่มสินค้าผ้า เครื่องแต่งกาย ปัจจัยที่เป็นจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มยังคงอยู่ได้ พบว่า **ในด้านสินค้า** นั้นมีความประณีต สวยงาม แข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานนาน สินค้ามีเอกลักษณ์ท้องถิ่น สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ดียิ่ง และมีความหลากหลาย **ด้านการบริหารจัดการ** กลุ่มมีผู้นำที่มีความเข้มแข็ง ตั้งใจทำงาน เข้ามาทำงานอย่างสม่ำเสมอ ปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย มีความเข้าใจ กฎ ระเบียบ โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน กฎ ระเบียบของกลุ่มสามารถมีความเหมาะสมและนำไปบังคับใช้อย่างถูกต้อง สร้างความเป็นระเบียบภายในกลุ่ม มีการจัดทำบัญชีการเงินต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน มีเงินทุนหมุนเวียนและสะสมทุนสม่ำเสมอ มีการปันผลกำไรให้สมาชิก แรงงานผู้ผลิตกลุ่มมีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ ความสามารถอยู่เสมอ สมาชิกกลุ่มให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ มีกิจกรรมเพื่อชุมชน และกลุ่มมีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น **ด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา** กลุ่มมีการผลิต การออกแบบสินค้าอย่างต่อเนื่อง

วัตถุดิบสามารถหาได้ในชุมชน มีการลดและชดเชยใช้วัตถุดิบที่สิ้นเปลือง ใช้แรงงานในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ สืบสานภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นต่อเนื่อง ใช้วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการผลิต มีสภาพใ้การได้ดี **ด้านการตลาด** กลุ่มรูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ตรงกับความต้องการ มีตลาดหรือแหล่งจำหน่ายต่อเนื่อง การตั้งราคามีความเหมาะสม มีช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง และประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง

ง. กลุ่มสินค้าของใช้และของประดับตกแต่ง ปัจจัยที่เป็นจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มยังคงอยู่ได้ พบว่า **ในด้านสินค้า** มาจากการที่สินค้ามีความประณีต สวยงาม มีความแข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานนานกว่าคู่แข่ง นำไปใช้ประโยชน์ใช้สอยได้ดี มีการออกแบบหรือรูปแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เฉพาะท้องถิ่น มีให้เลือกหลากหลาย มีลักษณะเป็นสินค้าท้องถิ่นหาซื้อที่ไหนไม่ได้ ต้องมาซื้อที่ชุมชนนี้เท่านั้น **ด้านการบริหารจัดการ** กลุ่มมี ผู้นำที่มีความเข้มแข็ง ประธานและคณะกรรมการกลุ่มปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย คณะกรรมการและสมาชิกเข้าใจกฎระเบียบโครงสร้างหน้าที่การทำงาน ตั้งใจทำงาน มีการจัดทำบัญชีการเงินต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน

มีเงินทุนหมุนเวียน มีการสะสมทุนสม่ำเสมอ มีการปันผลกำไร ผู้ผลิตกลุ่มมีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ ความสามารถอยู่เสมอ มีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น มีกิจกรรมเพื่อชุมชนอย่างต่อเนื่อง **ด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา** กลุ่มมีการผลิต การออกแบบสินค้าอย่างต่อเนื่อง ใช้แรงงานในชุมชน สืบสานภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นต่อเนื่อง สามารถหาวัตถุดิบได้ต่อเนื่องและมีในชุมชน มีการลดและชดเชยใช้วัตถุดิบที่สิ้นเปลือง วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการผลิตที่มีสภาพใช้การได้ดี เหมาะสมกับการผลิต **ด้านการตลาด** กลุ่มมีรูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ตรงกับความต้องการ มีตลาดหรือแหล่งจำหน่ายต่อเนื่อง มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาที่ได้กำไรต่อหน่วยที่เหมาะสม มีช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง และมีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย

จ. กลุ่มสินค้าศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก ปัจจัยที่เป็นจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มยังคงอยู่ได้ พบว่า **ในด้านสินค้า** มาจากสินค้ามีความประณีต สวยงาม มีการออกแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เฉพาะท้องถิ่น สินค้ามีความแข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานนานกว่าคู่แข่ง นำไปใช้ประโยชน์ใช้สอยได้ดี เป็นสินค้าท้องถิ่น หาซื้อที่ไหนไม่ได้ ต้องมาซื้อที่ชุมชนนี้เท่านั้น และมีรายการสินค้าให้เลือกหลากหลาย **ด้านการบริหารจัดการ** กลุ่มมีผู้นำที่มีความเข้มแข็ง ทุกคนมีความตั้งใจทำงาน เข้ามาทำงานอย่างสม่ำเสมอ ประธานและคณะกรรมการกลุ่มปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย เข้าใจ กฎ ระเบียบ โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน มีการปรับปรุงกฎ/ระเบียบให้เป็นไปตามความเหมาะสม สม่ำเสมอ เอื้อต่อการทำงาน มีการสะสมทุนสม่ำเสมอ มีเงินทุนหมุนเวียนต่อเนื่อง แรงงานผู้ผลิตมีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ ความสามารถอยู่เสมอ และมีกิจกรรมเพื่อชุมชนอย่างต่อเนื่อง **ด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา** กลุ่มมีการผลิต การออกแบบสินค้าอย่างต่อเนื่อง วัตถุดิบสามารถหาได้ในชุมชนหาได้ต่อเนื่อง มีการลดและชดเชยใช้วัตถุดิบที่สิ้นเปลือง มีการสืบสานภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นต่อเนื่อง

ใช้แรงงานในชุมชน และวัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการผลิตที่มีสภาพใช้การได้ดี เหมาะสมกับการผลิต **ด้านการตลาด** รูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาที่ได้กำไรต่อหน่วยที่เหมาะสม มีตลาดหรือแหล่งจำหน่ายต่อเนื่อง ช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง และมีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายต่อเนื่อง

6.3 การประเมินความยั่งยืน

กลุ่มสินค้าประเภทเครื่องดื่ม และอาหารมีค่าเฉลี่ยความยั่งยืน 4.20 และ 4.08 ซึ่งสูงกว่ากลุ่มสินค้าประเภทอื่นๆ เนื่องจากมีศักยภาพในปัจจุบันด้านการบริหารจัดการ ด้านสินค้า และด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา และสำหรับกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยความยั่งยืนต่ำที่สุดคือ กลุ่มผ้า เครื่องแต่งกาย มีค่าเฉลี่ยความยั่งยืน 3.90 ดังตาราง

ตาราง 3 คะแนนความยั่งยืนของกลุ่ม

ปัจจัย	อาหาร	เครื่องดื่ม	ผ้า เครื่อง แต่งกาย	ของใช้และ ของประดับ ตกแต่ง	ศิลปะประดิษฐ์ และของที่ ระลึก
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	4.17	4.40	4.00	4.15	3.75
ปัจจัยด้านสินค้า	3.88	4.40	3.78	3.90	4.04
ปัจจัยด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา	4.23	4.12	3.89	4.19	4.17
ปัจจัยด้านการตลาด	4.05	3.88	3.91	3.94	4.11
เฉลี่ย	4.08	4.20	3.90	4.05	4.02

หมายเหตุ : กำหนดระดับคะแนน 0-5 คะแนน โดย 5 หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลทำให้สินค้ามีจุดเด่นระดับมากที่สุด

- เกณฑ์การแปลผล
- 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด
 - 1.50-2.49 หมายถึง น้อย
 - 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง
 - 3.50-4.49 หมายถึง มาก
 - 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

ที่มา : จากการศึกษา

สินค้าประเภทอาหาร			
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	ปัจจัยด้านสินค้า	ปัจจัยด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา	ปัจจัยด้านการตลาด
ผู้นำ/คณะกรรมการ - ประธานและคณะกรรมการกลุ่มทุกคนมีความตั้งใจทำงาน เข้ามาทำงานอย่างสม่ำเสมอ ระดับมาก (4.38) - ประธาน/หัวหน้าเป็นผู้นำที่มีความเข้มแข็ง ระดับมาก (4.38) - ประธานและคณะกรรมการกลุ่มปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย ระดับมาก (4.30) - คณะกรรมการและสมาชิกเข้าใจ กฎ ระเบียบ โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน ระดับมาก (4.20) กฎ, ระเบียบ - ธุรกิจ/กลุ่มมีการจัดทำบัญชีการเงินต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน ระดับมาก (4.20) - ธุรกิจ/กลุ่มมีเงินทุนหมุนเวียนในกิจการต่อเนื่อง ระดับมาก (4.15) - ธุรกิจ/กลุ่มมีกฎ ระเบียบและนำไปบังคับใช้อย่างถูกต้อง สร้างความเป็นระเบียบ ระดับมาก (4.15) - มีการปรับปรุงกฎ/ระเบียบให้เป็นไปตามความเหมาะสม สม่าเสมอ เอื้อต่อการทำงาน ระดับมาก (4.13) - ธุรกิจ/กลุ่มมีการสะสมทุนสม่ำเสมอ ระดับมาก (4.10) สมาชิก, ชุมชน - สมาชิกกลุ่มให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ ระดับมาก (4.20) - แรงงานผู้ผลิตกลุ่มมีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ ความสามารถอยู่เสมอ ระดับมาก (4.18) - ความสามัคคีของคนในชุมชน การใช้ชีวิตปกติสุขของคนในชุมชนทำให้กลุ่มเข้มแข็ง ระดับมาก (4.15) - ธุรกิจ/กลุ่มมีการปันผลกำไรให้สมาชิก ทำให้สมาชิกมีรายได้เสริมใช้จ่ายลดภาระของครอบครัว ระดับมาก (3.98)	- ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ปลอดภัย ระดับมากที่สุด (4.60) - สินค้าได้รับการรับรองจาก อย. , มผช. , ฮาลาล ระดับมากที่สุด (4.60) - รสชาติอร่อยหรือแตกต่างจากคู่แข่ง ระดับมากที่สุด (4.58) - บรรจุภัณฑ์สวยงาม ระดับมาก (4.18) - ราคาถูกกว่าคู่แข่ง ระดับมาก (3.53) - มีรายการสินค้าให้เลือกหลากหลาย ระดับมาก (3.53) - เป็นสินค้าท้องถิ่น หาทานที่ไหนไม่ได้ ต้องมาทานที่ชุมชนนี้เท่านั้น ระดับปานกลาง (3.08) - สินค้าผลิตขึ้นที่เดียว ไม่มีคู่แข่ง ระดับปานกลาง (2.98)	- วัตถุดิบสามารถหาได้ต่อเนื่อง มีการลดและชดเชยใช้วัตถุดิบที่สิ้นเปลือง ระดับมาก (4.35) - วัตถุดิบสามารถหาได้ในชุมชน ระดับมาก (4.28) - มีการสืบสานภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น ต่อเนื่อง ระดับมาก (4.28) - มีการผลิตและ/หรือการออกแบบ สินค้าอย่างต่อเนื่อง ระดับมาก (4.23) - มีการใช้แรงงานในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ระดับมาก (4.20) - วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการผลิตที่มีสภาพใช้การได้ดี มีการใช้ต่อเนื่อง ระดับมาก (4.15) - มีการใช้วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการผลิต ระดับมาก (4.13)	- มีตลาดหรือแหล่งจำหน่ายต่อเนื่อง ระดับมาก (4.35) - มีช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง ระดับมาก (4.30) - มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาที่ได้กำไรต่อหน่วยที่เหมาะสม ระดับมาก (4.28) - รูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ตรงกับความต้องการ ระดับมาก (4.25) - มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายต่อเนื่อง ระดับมาก (4.10) - รัฐเข้ามาช่วยเหลือส่งเสริมสร้างตลาดหรือแหล่งจำหน่ายหรือพื้นที่จำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ระดับปานกลาง (3.03)

ภาพที่ 3 ปัจจัยเป็นจุดเด่นของสินค้าประเภทอาหารที่ทำให้กลุ่มยังคงอยู่

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าเฉลี่ยของจุดเด่น (คะแนนเต็ม 5)

สินค้าประเภทเครื่องดื่ม

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	ปัจจัยด้านสินค้า	ปัจจัยด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา	ปัจจัยด้านการตลาด
ผู้นำ/คณะกรรมการ - ประธาน/หัวหน้าเป็นผู้นำที่มีความเข้มแข็ง ระดับมากที่สุด (4.57) - ประธานและคณะกรรมการกลุ่มทุกคนมีความตั้งใจทำงาน เข้ามาทำงานอย่างสม่ำเสมอ ระดับมากที่สุด (4.57) - คณะกรรมการและสมาชิกเข้าใจ กฎ ระเบียบ โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน ระดับมากที่สุด (4.57) - ประธานและคณะกรรมการกลุ่มปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย ระดับมากที่สุด (4.57) กฎ, ระเบียบ - ธุรกิจ/กลุ่มมีเงินทุนหมุนเวียนในกิจการต่อเนื่อง ระดับมากที่สุด (4.57) - ธุรกิจ/กลุ่มมีการสะสมทุนสม่ำเสมอ ระดับมาก (4.57) - ธุรกิจ/กลุ่มมีกฎ ระเบียบและนำไปบังคับใช้อย่างถูกต้อง สร้างความเป็นระเบียบ ระดับมาก (4.29) - มีการปรับปรุงกฎ/ระเบียบให้เป็นไปตามความเหมาะสม สม่าเสมอ เอื้อต่อการทำงาน ระดับมาก (4.29) - ธุรกิจ/กลุ่มมีการจัดทำบัญชีการเงินต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน ระดับมาก (4.29) สมาชิก, ชุมชน - ความสามัคคีของคนในชุมชน การใช้ชีวิตปกติสุขของคนในชุมชนทำให้กลุ่มเข้มแข็ง ระดับมาก (4.43) - สมาชิกกลุ่มให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ ระดับมาก (4.29) - แรงงานผู้ผลิตกลุ่มมีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ ความสามารถอยู่เสมอ ระดับมาก (4.29) - ธุรกิจ/กลุ่มมีกิจกรรมเพื่อชุมชนอย่างต่อเนื่อง ระดับมาก (4.29) - ธุรกิจ/กลุ่มมีการปันผลกำไรให้สมาชิก ทำให้สมาชิกมีรายได้เสริมใช้จ่ายลดภาระของครอบครัว ระดับมาก (4.14) - ธุรกิจ/กลุ่มมีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น ระดับมาก (4.00)	- สินค้าได้รับการรับรองจาก อย. ระดับมากที่สุด (4.50) - ไม่มีผลข้างเคียง ระดับมากที่สุด (4.50) - รสชาติแตกต่างจากคู่แข่ง ระดับมาก (4.40) - ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ปลอดภัย ระดับมาก (4.40) - มีรายการสินค้าให้เลือกหลากหลาย ระดับมาก (4.40) - เป็นสินค้าท้องถิ่น หาทานที่ไหนไม่ได้ ต้องมาทานที่ชุมชนนี้เท่านั้น ระดับมาก (4.40) - สินค้าผลิตที่นี้ทีเดียว ไม่มีคู่แข่ง ระดับมาก (4.40) - ราคาถูกกว่าคู่แข่ง ระดับมาก (4.40) - บรรจุภัณฑ์สวยงาม ระดับมาก (4.40) - สินค้าได้รับการรับรองจาก อย. , มผช. ระดับมาก (4.40) - สรรพคุณสามารถรักษาโรคได้อย่างเห็นผล ระดับมาก (4.00)	- วัตถุดิบสามารถหาได้ต่อเนื่อง มีการลดและชดเชยใช้วัตถุดิบที่สิ้นเปลือง ระดับมาก (4.29) - วัตถุดิบสามารถหาได้ในชุมชน ระดับมาก (4.29) - มีการผลิตและ/หรือการออกแบบ สินค้าอย่างต่อเนื่อง ระดับมาก (4.14) - มีการใช้แรงงานในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ระดับมาก (4.14) - มีการใช้วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการผลิต ระดับมาก (4.00) - วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการผลิตที่มีสภาพใช้การได้ดี มีการใช้ต่อเนื่อง ระดับมาก (4.00) - มีการสืบสานภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น ต่อเนื่อง ระดับมาก (4.00)	- รูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ตรงกับความต้องการ ระดับมาก (4.43) - มีตลาดหรือแหล่งจำหน่าย ต่อเนื่อง ระดับมาก (4.43) - มีช่องทางการตลาดหลากหลาย ช่องทาง ระดับมาก (4.29) - มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาที่ได้กำไรต่อหน่วยที่เหมาะสม ระดับมาก (4.29) - มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายต่อเนื่อง ระดับมาก (3.57) - รัฐเข้ามาช่วยเหลือส่งเสริม สร้างตลาดหรือแหล่งจำหน่าย หรือพื้นที่จำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ระดับน้อย (2.29)

ภาพที่ 4 ปัจจัยเป็นจุดเด่นของสินค้าประเภทเครื่องดื่มที่ทำให้กลุ่มยังคงอยู่

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าเฉลี่ยของจุดเด่น (คะแนนเต็ม 5)

สินค้าประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	ปัจจัยด้านสินค้า	ปัจจัยด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา	ปัจจัยด้านการตลาด
ผู้นำ/คณะกรรมการ - ประธาน/หัวหน้าเป็นผู้นำที่มีความเข้มแข็ง ระดับมาก (4.29) - ประธานและคณะกรรมการกลุ่มทุกคนมีความตั้งใจทำงาน เข้ามาทำงานอย่างสม่ำเสมอ ระดับมาก (4.29) - ประธานและคณะกรรมการกลุ่มปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย ระดับมาก (4.18) - คณะกรรมการและสมาชิกเข้าใจ กฎ ระเบียบ โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน ระดับมาก (4.12) กฎ, ระเบียบ - ธุรกิจ/กลุ่มมีกฎ ระเบียบและนำไปบังคับใช้อย่างถูกต้อง สร้างความเป็นระเบียบ ระดับมาก (4.02) - มีการปรับปรุงกฎ/ระเบียบให้เป็นไปตามความเหมาะสม สม่าเสมอ เอื้อต่อการทำงาน ระดับมาก (4.00) - ธุรกิจ/กลุ่มมีการจัดทำบัญชีการเงินต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน ระดับมาก (3.98) - ธุรกิจ/กลุ่มมีเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานต่อเนื่อง ระดับมาก (3.85) - ธุรกิจ/กลุ่มมีการสะสมทุนสม่ำเสมอ ระดับมาก (3.82) สมาชิก, ชุมชน - แรงงานผู้ผลิตกลุ่มมีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ ความสามารถอยู่สม่ำเสมอ ระดับมาก (4.09) - ความสามัคคีของคนในชุมชน การใช้ชีวิตปกติสุขของคนในชุมชนทำให้กลุ่มเข้มแข็ง ระดับมาก (4.05) - สมาชิกกลุ่มให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ ระดับมาก (3.98) - ธุรกิจ/กลุ่มมีกิจกรรมเพื่อชุมชนอย่างต่อเนื่อง ระดับมาก (3.88) - ธุรกิจ/กลุ่มมีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น ระดับมาก (3.55) - ธุรกิจ/กลุ่มมีการปันผลกำไรให้สมาชิก ทำให้สมาชิกมีรายได้เสริมใช้จ่ายลดภาระของครอบครัว ระดับมาก (3.55)	- สินค้ามีความประณีต สวยงาม ระดับมาก (4.40) - สินค้ามีความ ทนทาน ระดับมาก (4.37) - มีการออกแบบ/รูปแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว/เฉพาะท้องถิ่น ระดับมาก (4.35) - นำไปใช้ประโยชน์ใช้สอยได้ดี ระดับมาก (4.25) - มีรายการสินค้าให้เลือกหลากหลาย ระดับมาก (3.57) - เป็นสินค้าท้องถิ่น หาซื้อที่ไหนไม่ได้ ต้องมาซื้อที่ชุมชนนี้เท่านั้น ระดับปานกลาง (3.20) - สินค้าผลิตที่นี้ที่เดียว ไม่มีคู่แข่ง ระดับปานกลาง (3.11) - ราคาถูกกว่าคู่แข่ง ระดับปานกลาง (2.98)	- มีการผลิตและ/หรือการออกแบบสินค้าอย่างต่อเนื่อง ระดับมาก (4.12) - วัตถุดิบสามารถหาได้ต่อเนื่อง มีการลดและชดเชยใช้วัตถุดิบที่สิ้นเปลือง ระดับมาก (4.00) - มีการใช้แรงงานในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ระดับมาก (3.95) - มีการสืบสานภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นต่อเนื่อง ระดับมาก (3.94) - มีการใช้วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการผลิต ระดับมาก (3.80) - วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการผลิตที่มีสภาพใช้การได้ดี มีการใช้ต่อเนื่อง ระดับมาก (3.74) - วัตถุดิบสามารถหาได้ในชุมชน ระดับมาก (3.68)	- รูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ตรงกับความต้องการ ระดับมาก (4.14) - มีตลาดหรือแหล่งจำหน่ายต่อเนื่อง ระดับมาก (4.06) - มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาที่ได้กำไรต่อหน่วยที่เหมาะสม ระดับมาก (3.97) - มีช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง ระดับมาก (3.97) - มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายต่อเนื่อง ระดับมาก (3.91) - รัฐเข้ามาช่วยเหลือส่งเสริมสร้างตลาดหรือแหล่งจำหน่ายหรือพื้นที่จำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ระดับปานกลาง (3.40)

ภาพที่ 5 ปัจจัยเป็นจุดเด่นของสินค้าประเภทผ้าเครื่องแต่งกายที่ทำให้กลุ่มยังคงอยู่

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าเฉลี่ยของจุดเด่น (คะแนนเต็ม 5)

สินค้าประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง			
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	ปัจจัยด้านสินค้า	ปัจจัยด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา	ปัจจัยด้านการตลาด
ผู้นำ/คณะกรรมการ - ประธาน/หัวหน้าเป็นผู้นำที่มีความเข้มแข็ง ระดับมาก (4.45) - ประธานและคณะกรรมการกลุ่มปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย ระดับมาก (4.38) - คณะกรรมการและสมาชิกเข้าใจ กฎ ระเบียบ โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน ระดับมาก (4.35) - ประธานและคณะกรรมการกลุ่มทุกคนมีความตั้งใจทำงาน เข้ามาทำงานอย่างสม่ำเสมอ ระดับมาก (4.35) กฎ, ระเบียบ - ธุรกิจ/กลุ่มมีกฎ ระเบียบและนำไปบังคับใช้อย่างถูกต้อง สร้างความเป็นระเบียบ ระดับมาก (4.25) - มีการปรับปรุงกฎ/ระเบียบให้เป็นไปตามความเหมาะสม สม่าเสมอ เอื้อต่อการทำงาน ระดับมาก (4.23) - ธุรกิจ/กลุ่มมีการจัดทำบัญชีการเงินต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน ระดับมาก (4.10) - ธุรกิจ/กลุ่มมีเงินทุนหมุนเวียนในกิจการต่อเนื่อง ระดับมาก (3.88) - ธุรกิจ/กลุ่มมีการสะสมทุนสม่าเสมอ ระดับมาก (3.75) สมาชิก, ชุมชน - ความสามัคคีของคนในชุมชน การใช้ชีวิตปกติสุขของคนในชุมชนทำให้กลุ่มเข้มแข็ง ระดับมาก (4.25) - สมาชิกกลุ่มให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มอย่างสม่าเสมอ ระดับมาก (4.18) - แรงงานผู้ผลิตกลุ่มมีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ ความสามารถอยู่สม่าเสมอ ระดับมาก (4.18) - ธุรกิจ/กลุ่มมีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น ระดับมาก (3.90) - ธุรกิจ/กลุ่มมีกิจกรรมเพื่อชุมชนอย่างต่อเนื่อง ระดับมาก (3.85) - ธุรกิจ/กลุ่มมีการปันผลกำไรให้สมาชิก ทำให้สมาชิกมีรายได้เสริมใช้จ่ายลดภาระของครอบครัว ระดับมาก (3.75)	- สินค้ามีความประณีต สวยงาม ระดับมาก (4.40) - สินค้ามีความแข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานนาน ระดับมาก (4.35) - นำไปใช้ประโยชน์ใช้สอยได้ดี หรือเข้ากับสถานที่ตกแต่ง ระดับมาก (4.33) - มีการออกแบบ/รูปแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ระดับมาก (4.30) - มีรายการสินค้าให้เลือกหลากหลาย ระดับมาก (3.63) - เป็นสินค้าท้องถิ่น หาซื้อที่ไหนไม่ได้ ระดับมาก (3.55)	- มีการผลิตและ/หรือการออกแบบสินค้าอย่างต่อเนื่อง ระดับมาก (4.38) - มีการใช้แรงงานในชุมชนอย่างสม่าเสมอ ระดับมาก (4.25) - มีการสืบสานภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นต่อเนื่อง ระดับมาก (4.25) - วัตถุดิบสามารถหาได้ต่อเนื่อง มีการลดและชดเชยใช้วัตถุดิบที่สิ้นเปลือง ระดับมาก (4.20) - วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการผลิตที่มีสภาพใช้การได้ดี มีการใช้ต่อเนื่อง ระดับมาก (4.13) - มีการใช้วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการผลิต ระดับมาก (4.10) - วัตถุดิบสามารถหาได้ในชุมชน ระดับมาก (4.00)	- รูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ตรงกับความต้องการ ระดับมาก (4.28) - มีตลาดหรือแหล่งจำหน่ายต่อเนื่อง ระดับมาก (4.15) - มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาที่ได้กำไรต่อหน่วยที่เหมาะสม ระดับมาก (4.13) - มีช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง ระดับมาก (4.08) - มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย ระดับมาก (3.93) - รัฐเข้ามาช่วยเหลือส่งเสริมสร้างตลาดหรือแหล่งจำหน่ายหรือพื้นที่จำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ระดับปานกลาง (3.10)

ภาพที่ 6 ปัจจัยเป็นจุดเด่นของสินค้าประเภทของใช้และของประดับตกแต่งที่ทำให้กลุ่มยังคงอยู่

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าเฉลี่ยของจุดเด่น (คะแนนเต็ม 5)

สินค้าประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	ปัจจัยด้านสินค้า	ปัจจัยด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน ภูมิปัญญา	ปัจจัยด้านการตลาด
ผู้นำ/คณะกรรมการ - ประธาน/หัวหน้าเป็นผู้นำที่มีความเข้มแข็ง ระดับมาก (4.47) - ประธานและคณะกรรมการกลุ่มทุกคนมีความตั้งใจทำงาน เข้ามาทำงานอย่างสม่ำเสมอ ระดับมาก (3.80) - ประธานและคณะกรรมการกลุ่มปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย ระดับมาก (3.80) - คณะกรรมการและสมาชิกเข้าใจ กฎ ระเบียบ โครงสร้าง หน้าที่การทำงาน ระดับมาก (3.73) กฎ, ระเบียบ - ธุรกิจ/กลุ่มมีการสะสมทุนสม่ำเสมอ ระดับมาก (3.73) - ธุรกิจ/กลุ่มมีกฎ ระเบียบและนำไปบังคับใช้อย่างถูกต้อง สร้างความเป็นระเบียบ ระดับมาก (3.67) - ธุรกิจ/กลุ่มมีเงินทุนหมุนเวียนในกิจการต่อเนื่อง ระดับมาก (3.67) - มีการปรับปรุงกฎ/ระเบียบให้เป็นไปตามความเหมาะสม สม่่าเสมอ เอื้อต่อการทำงาน ระดับมาก (3.60) - ธุรกิจ/กลุ่มมีการจัดทำบัญชีการเงินต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน ระดับปานกลาง (3.33) สมาชิก, ชุมชน - แรงงานผู้ผลิตกลุ่มมีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ ความสามารถอยู่เสมอ ระดับมาก (4.40) - ความสามัคคีของคนในชุมชน การใช้ชีวิตปกติสุขของคนในชุมชนทำให้กลุ่มเข้มแข็ง ระดับมาก (4.00) - ธุรกิจ/กลุ่มมีกิจกรรมเพื่อชุมชนอย่างต่อเนื่อง ระดับมาก (4.00) - ธุรกิจ/กลุ่มมีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น ระดับปานกลาง (3.47) - สมาชิกกลุ่มให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ ระดับปานกลาง (3.40) - ธุรกิจ/กลุ่มมีการปันผลกำไรให้สมาชิก ทำให้สมาชิกมีรายได้เสริมใช้จ่ายลดภาระของครอบครัว ระดับปานกลาง (3.00)	- สินค้ามีความประณีต สวยงาม ระดับมากที่สุด (4.53) - มีการออกแบบ/รูปแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว/เฉพาะท้องถิ่น ระดับมากที่สุด (4.53) - สินค้ามีความแข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานนานกว่าคู่แข่ง ระดับมากที่สุด (4.53) - นำไปใช้ประโยชน์ใช้สอยได้ดี หรือเข้ากับสถานที่ตกแต่ง ระดับมาก (4.47) - เป็นสินค้าท้องถิ่น หาซื้อที่ไหนไม่ได้ ต้องมาซื้อที่ชุมชนนี้เท่านั้น ระดับมาก (3.87) - มีรายการสินค้าให้เลือกหลากหลาย ระดับมาก (3.73) - สินค้าผลิตที่นี้ที่เดียว ไม่มีคู่แข่ง ระดับปานกลาง (3.40) - ราคาถูกกว่าคู่แข่ง ระดับปานกลาง (3.27)	- มีการผลิตและ/หรือการออกแบบสินค้าอย่างต่อเนื่อง ระดับมากที่สุด (4.73) - วัตถุดิบสามารถหาได้ในชุมชน ระดับมากที่สุด (4.60) - มีการสืบสานภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นต่อเนื่อง ระดับมากที่สุด (4.53) - วัตถุดิบสามารถหาได้ต่อเนื่อง มีการลดและชดเชยใช้วัตถุดิบที่สิ้นเปลือง ระดับมาก (4.40) - มีการใช้แรงงานในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ระดับมาก (3.80) - วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีการผลิตที่มีสภาพใช้การได้ดี มีการใช้ต่อเนื่อง ระดับมาก (3.60) - มีการใช้วัสดุ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการผลิต ระดับมาก (3.53)	- รูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ตรงกับความต้องการ ระดับมากที่สุด (4.60) - มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาที่ได้กำไรต่อหน่วยที่เหมาะสม ระดับมาก (4.47) - มีตลาดหรือแหล่งจำหน่ายต่อเนื่อง ระดับมาก (4.33) - มีช่องทางตลาดหลากหลายช่องทาง ระดับมาก (4.13) - มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายต่อเนื่อง ระดับมาก (4.13) - รัฐบาลช่วยเหลือส่งเสริมสร้างตลาดหรือแหล่งจำหน่ายหรือพื้นที่จำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ระดับปานกลาง (3.00)

ภาพที่ 7 ปัจจัยเป็นจุดเด่นของสินค้าประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึกที่ทำให้กลุ่มยังคงอยู่

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าเฉลี่ยของจุดเด่น (คะแนนเต็ม 5)

6.4 ผลการศึกษากลุ่มที่เล็กประกอบการ

จากการสำรวจไปยังกลุ่มธุรกิจชุมชน ที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเคยเข้าไปร่วมวิจัยและพัฒนา พบว่ามีจำนวน 39 กลุ่มที่ได้เลิกการผลิตหรือยกเลิกกลุ่มไปแล้ว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง ผ้า และเครื่องแต่งกายเป็นส่วนใหญ่ โดยมีการยกเลิกกลุ่มจำนวนสูงที่สุดในปี พ.ศ.2552 สาเหตุที่เลิกประกอบการกลุ่ม เมื่อพิจารณารายละเอียดสินค้า (ตารางที่ 4-5) พบว่า

ก. สินค้าประเภทอาหาร จำนวน 9 กลุ่ม ส่วนใหญ่ไม่ดำเนินกิจกรรมต่อเพราะจำนวนสมาชิกกลุ่มลดลง ไม่มีผู้ผลิตสินค้า ขาดแคลนแรงงานฝีมือ ประสบกับภาวะขาดทุน จำหน่ายสินค้าไม่ได้ ไม่มีช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ไม่มีช่องทางการตลาด อายุมากแล้ว สุขภาพไม่แข็งแรง และไม่มีผู้สืบทอด วัตถุดิบหายากและราคาแพง ประธานกลุ่มไม่มีเวลาดูแลกลุ่ม ออกไปตั้งกลุ่มใหม่ ยกเลิกการผลิต และไม่มีแกนนำ

ข. สินค้าประเภทประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวน 11 กลุ่ม ส่วนใหญ่ไม่ดำเนินกิจกรรมต่อเพราะสมาชิกออกไปประกอบอาชีพอื่น จำนวนสมาชิกกลุ่มลดลง ไม่มีผู้ผลิตสินค้า ขาดแคลนแรงงานฝีมือ วัตถุดิบหายากและราคาแพง กลุ่มขาดทุน ประธานกลุ่มไม่มีเวลาดูแลกลุ่ม ออกไปตั้งกลุ่มใหม่ ยกเลิกการผลิต ไม่มีแกนนำ จำหน่ายสินค้าไม่ได้ ไม่มีช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ไม่มีช่องทางการตลาด อายุมากแล้ว สุขภาพไม่แข็งแรง และไม่มีผู้สืบทอด และสภาวะเศรษฐกิจขาดเสถียรภาพ ค่าแรงสูงขึ้น

ค. สินค้าประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง จำนวน 18 กลุ่ม ส่วนใหญ่ไม่ดำเนินกิจกรรมต่อเพราะสมาชิกกลุ่มแยกกันไปทำเป็นธุรกิจส่วนตัว จำหน่ายสินค้าไม่ได้ ไม่มีช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ไม่มีช่องทางการตลาด อายุมากแล้ว สุขภาพไม่แข็งแรง และไม่มีผู้สืบทอด จำนวนสมาชิกกลุ่มลดลง ไม่มีผู้ผลิตสินค้า ขาดแคลนแรงงานฝีมือ วัตถุดิบหายากและราคาแพง และการยกเลิกการขึ้นทะเบียน OTOP

ง. สินค้าประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก จำนวน 1 กลุ่ม ไม่ดำเนินกิจกรรมต่อเพราะจำหน่ายสินค้าไม่ได้ ไม่มีช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ไม่มีช่องทางการตลาด

ตาราง 4 จำนวนกลุ่มที่เล็กประกอบการ

ข้อมูลทั่วไป กลุ่มที่เล็ก ประกอบการ	อาหาร		ผ้า เครื่องแต่งกาย		ของใช้และของประดับตกแต่ง		ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนกลุ่ม	9	100.00	11	100.00	18	100.00	1	100.00	39	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

ตารางที่ 5 สาเหตุที่เลิกผลิต

สาเหตุ	อาหาร (n=9)	ผ้า เครื่องแต่ง กาย (n=11)	ของใช้และของประดับตกแต่ง (n=18)	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก (n=1)	รวม (n=39)
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
จำหน่ายสินค้าไม่ได้ ไม่มีช่องทางจำหน่าย	22.22	18.18	33.33	100.00	28.21
จำนวนสมาชิกลดลง ไม่มีผู้ผลิต ขาดแรงงาน	33.33	27.27	22.22	-	25.64
สมาชิกกลุ่มแยกกันไปทำอาชีพอื่น	-	45.45	50.00	-	38.46
อายุมาก ไม่แข็งแรง ไม่มีผู้สืบทอด	22.22	18.18	27.78	-	23.08
วัตถุดิบหายากและราคาแพง	22.22	27.27	11.11	-	17.95
ขาดทุน	33.33	27.27	-	-	15.38
ประธานไม่ดูแลกลุ่ม ขาดแกนนำ	22.22	27.27	5.56	-	15.38
มีคู่แข่งจำนวนมากและตัดราคากันเอง	11.11	9.09	5.56	-	7.69
ขาดความร่วมมือของสมาชิก	11.11	-	5.56	-	5.13
เศรษฐกิจขาดเสถียรภาพ ค่าแรงสูงขึ้น	-	18.18	-	-	5.13
มีการย้ายตั้งกลุ่มใหม่	11.11	-	5.56	-	5.13
ไม่เหมาะแก่การทำเป็นอาชีพหลัก	-	9.09	5.56	-	5.13
ยกเลิกการขึ้นทะเบียน OTOP	-	-	11.11	-	5.13
สถานที่จำหน่ายมีการปรับขึ้นค่าเช่า	-	-	5.56	-	2.56
ไม่มีเงินลงทุน	11.11	-	-	-	2.56
ขาดวิทยากรในการเข้ามาให้ความรู้	-	-	5.56	-	2.56
กลุ่มได้ชำระหนี้หมดแล้ว จึงยกเลิก	-	-	5.56	-	2.56

หมายเหตุ : คำนวณร้อยละจากจำนวนกลุ่ม

ที่มา : จากการศึกษา

7 สรุป

ปัจจัยสู่ความยั่งยืน

(1) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มยังคงอยู่สืบเนื่องมาจากคุณลักษณะของประธาน/หัวหน้าที่มีความเป็นผู้นำ มีความเข้มแข็ง มีความตั้งใจทำงาน ทำงานอย่างสม่ำเสมอ ปฏิบัติหน้าที่ตามตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย คณะกรรมการและสมาชิกเข้าใจ กฎ ระเบียบ โครงสร้าง หน้าที่การทำงานกลุ่ม มีการบังคับใช้กฎ ระเบียบอย่างถูกต้อง มีการปรับปรุงกฎ/ระเบียบให้เป็นไปตามความเหมาะสมสม่ำเสมอเพื่อการดำเนินงาน มีการจัดทำบัญชี-การเงินต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน แรงงานผู้ผลิตกลุ่มมีการพัฒนาฝีมือ ความรู้ ความสามารถอยู่สม่ำเสมอ มีความสามัคคี และสมาชิกกลุ่มให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เช่น เป็นผู้ผลิตสินค้า เข้าร่วมประชุม หรืออื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ

(2) ปัจจัยด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ เทคโนโลยี แรงงาน และภูมิปัญญา ปัจจัยที่เป็นจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มคงอยู่ คือ การที่กลุ่มมีการผลิตและหรือการออกแบบสินค้าอย่างต่อเนื่อง มีวัตถุดิบที่สามารถหาได้ต่อเนื่อง มีการลดและชดเชยใช้วัตถุดิบ

ที่สิ้นเปลือง สืบสานภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นต่อเนื่อง ใช้แรงงานในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ และสามารถหาวัตถุดิบสามารถได้ในชุมชน

(3) ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยที่เป็นจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มคงอยู่ คือ การที่กลุ่มผลิตสินค้าให้มีรูปแบบและบรรจุภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีตลาดหรือแหล่งจำหน่ายที่ต่อเนื่อง มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาที่ได้กำไรที่เหมาะสม รวมถึงการมีช่องทางการตลาดหลากหลายช่องทาง

8

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่จะทำให้กลุ่มธุรกิจชุมชนมีความยั่งยืนในตัวสินค้าจะต้องทำให้สินค้าของกลุ่มมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ถ้าเป็นสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มจะต้องเป็นสินค้าที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ได้รับการรับรองจาก อย. มพช. ถ้าเป็นสินค้าที่มีความปราณีต สวยงาม มีความอดทน และแสดงลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น ถ้าเป็นสินค้าประเภทเครื่องประดับตกแต่งหรือของที่ระลึกจะต้องเป็นสินค้าที่ผลิตอย่างประณีตมีการออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว นำไปใช้ประโยชน์ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นแล้วภาครัฐควรจะให้การสนับสนุนในด้านการหาวิทยากรไปให้การอบรมในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์

2. ปัจจัยทางด้านการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจชุมชนมีความยั่งยืนนั้น จะต้องประกอบไปด้วยการมีผู้นำที่เข้มแข็ง มีความตั้งใจที่จะทำงานให้เกิดผลประโยชน์กับกลุ่มอย่างแท้จริง สมาชิกจะต้องมีความสามัคคีและร่วมมือกับกลุ่มเป็นอย่างดี ดังนั้น ภาครัฐควรจะไปเสริมสร้างให้ความรู้กับกลุ่มในเรื่องของการทำงานร่วมกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ

3. ปัจจัยทางด้านการเงินที่จะทำให้เกิดความยั่งยืนได้ จะต้องประกอบด้วยการที่กลุ่มมีเงินทุนสนับสนุนให้มีเงินทุนหมุนเวียนต่อเนื่อง ดังนั้นภาครัฐควรที่จะเสาะหาแหล่งทุนที่กลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถจะไปกู้ยืมเงินได้

4. ปัจจัยทางด้านการตลาดที่จะทำให้เกิดความยั่งยืนนั้น จะต้องประกอบด้วยการมีตลาดที่จะขายสินค้าหรือแหล่งจำหน่ายหลากหลายช่องทาง มีการประชาสัมพันธ์สินค้า รัฐควรเข้ามาช่วยเหลือส่งเสริมโดยการหาตลาดให้ สิ่งสำคัญก็คือ จะต้องรู้ความต้องการของผู้ซื้อในสินค้าอยู่ที่ไหนเพราะแต่ละตลาดนั้นมีความต้องการของผู้บริโภคแตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

ขวัญกมล ดอนขวา. (2556). *การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง*. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

ขวัญฤดี ดันตระบัณฑิตย์. (2548). *ศักยภาพของธุรกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียง-เหนือ*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2540). *การศึกษาเบื้องต้นของความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ.

ณัฐชา ศรีดำ. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดนราธิวาส*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, อารี วิบูลย์พงศ์, ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, ไพรัช กาญจนการุณ, ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์, นิสิต พันธมิตร, พรทิพย์ เจริญธีรวิทย์, วชิร พฤทธิกานนท์, ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์, กันต์สินี กันทะวงศ์วาร, สุขุม พันธุ์ณรงค์, พิมลพรรณ บุญยะเสนา, วินัส ฤาชัย. (2551). *การวิจัยแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจชุมชนในเขตภาคเหนือ สู่ระดับสากลอย่างยั่งยืน (UNSEEN OTOP) (ปี 2)*. 123 หน้า.

ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, อารี วิบูลย์พงศ์, ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, ไพรัช กาญจนการุณ, นิสิต พันธมิตร, พรทิพย์ เจริญธีรวิทย์, วชิร พฤทธิกานนท์, ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์, กันต์สินี กันทะวงศ์วาร, สุขุม พันธุ์ณรงค์, พิมลพรรณ บุญยะเสนา, วินัส ฤาชัย. (2552). *การวิจัยแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจชุมชนในเขตภาคเหนือ สู่ระดับสากลอย่างยั่งยืน (UNSEEN OTOP) (ปี 3)*. 204 หน้า.

ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, อารี วิบูลย์พงศ์, ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, ไพรัช กาญจนการุณ, สุรกร วิศิษฐ์สุวรรณ, ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์, นิสิต พันธมิตร, ประเสริฐ ไชยทิพย์, พรทิพย์ เจริญธีรวิทย์, ศุภวัจน์ รุ่งสุริยะวิบูลย์, วชิร พฤทธิกานนท์, กาญจนา โชคถาวร, ประพัฒน์ จริยะพันธุ์, ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์, นัทธมน ธีระกุล, กันต์สินี กันทะวงศ์วาร, คมสัน สุริยะ, สุขุม พันธุ์ณรงค์, พิมลพรรณ บุญยะเสนา และ ธัญวดี สุจริตธรรม. (2549). *การวิจัยเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนและความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจรูปแบบอื่นและอุตสาหกรรมหลัก เพื่อให้เกิดลำดับขั้นการพัฒนาจากรากหญ้า สู่รากแก้วอย่างยั่งยืน (ปี1)*. 161 หน้า.

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2549). *การจัดการโลจิสติกส์และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดชลบุรี*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการขนส่งและโลจิสติกส์.

ประพิรพร อักษรศรี. (2545). *การวิจัยและพัฒนาระบบการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนภาคกลาง*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์, ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, วชิร พฤทธิกานนท์, ไพรัช กาญจนการุณ, วรลักษณ์ หิมะกลัส, สุชาติ พรหมขัติแก้ว, สุขุม พันธุ์ณรงค์, พิมลพรรณ บุญยะเสนา และพิมพิมล แก้วมณี. 2557. *หมื่นกระบอบ : ปัญหาและแนวทางแก้ไขภายใต้แนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง*. 252 หน้า.

พิมพิมล แก้วมณี, ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, พิมลพรรณ บุญยะเสนา และณธัญ รัตนธรรมวัฒน์. (2557). *การศึกษาผลสัมฤทธิ์ของการให้บริการ Microfinance ที่เกิดกับคนและชุมชนท้องถิ่นตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน (แผนงานวิจัย Microfinance : ผลสัมฤทธิ์และแนวทางการบริหารจัดการระบบให้บริการทางการเงินระดับจุลภาคตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน)*. 380 หน้า.

พิมลพรรณ บุญยะเสนา, พรทิพย์ เจริญธีรวิทย์ , วรลักษณ์ หิมะกลัส และรสริน โอสนานันต์กุล. (2556). *ที่พักรั้วฝั้ว วัฒนธรรมชนบท : การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันชุมชนตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสมดุลอย่างยั่งยืน (แผนงานวิจัยเพื่อประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน)*. 156 หน้า.

- ไพรัช กาญจนการณ, วัชรวิทย์ พงษ์กษิกานนท์, สุชาติ พรหมขัติแก้ว และสุขุม พันธุ์ณรงค์. (2557). การวิจัยกรณีศึกษา Microfinance เพื่อหาแนวทางบริหารจัดการระบบให้บริการทางการเงินระดับจุลภาคในแต่ละสภาพชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน (แผนงานวิจัย Microfinance : ผลสัมฤทธิ์และแนวทางบริหารจัดการระบบให้บริการทางการเงินระดับจุลภาคตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน). 181 หน้า.
- ภูษิต คำชมภู. (2549). กระบวนการพัฒนาธุรกิจชุมชนแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องหวาย ชุมชนบ้านเกาะหงษ์ ต.ตะเคียนเลื่อน อ.เมือง จ.นครสวรรค์. นครสวรรค์: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- รังสรรค์ ปิติปัญญา และคณะ. (2542). ผลกระทบของการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อการทำธุรกิจชุมชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรรณิ์ งามขจรกุลกิจ. (2554). การรับรู้และการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) กับยุทธศาสตร์โอท็อป เพื่อการเข้าสู่ประชุมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ปี 2558. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ศ ศิ เ พิ ญ พ ว ง ส า ย ไ จ , ท ร ง ศ ัก ตี ศ รี บุ ญ จิ ต ต์ , พ ร ทิ พ ย์ เ อี ย ร ธี ร วิ ท ย์ และวัชรวิทย์ พงษ์กษิกานนท์. (2554). การขับเคลื่อนรูปแบบการจัดตั้งกลุ่มการเงินชุมชนเพื่อกิจกรรมเศรษฐกิจพอเพียง(แผนงานการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับการพัฒนาชุมชน). 111 หน้า.
- ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, พรทิพย์ เอียรธีรวิทย์, สุขุม พันธุ์ณรงค์, พิมลพรรณ บุญยะเสนา และสุชาติ พรหมขัติแก้ว. (2557). การติดตามประเมินผลกระทบการดำเนินงาน และสร้างความร่วมมือเครือข่ายวิทยากรท้องถิ่นด้านสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหารในเขตพื้นที่ภาคเหนือ. 131 หน้า.
- ศ ศิ เ พิ ญ พ ว ง ส า ย ไ จ , พิ ม ล พ ร ร ณ บุ ญ ยะ เ ส น า , ว ร ลั ก ษ ณ์ หิ ม ะ ก ลั ส และกันต์สินี กันทะวงศ์วาร. (2554). การสร้างระบบกิจกรรมและเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็งตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง(แผนงานการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับการพัฒนาชุมชน). 145 หน้า.
- ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, สุขุม พันธุ์ณรงค์ และพิมลพรรณ บุญยะเสนา. (2550). การเสริมสร้างนวัตกรรม OTOP ประจำปี 2549. 172 หน้า.
- ศศิเพ็ญ พวงสายใจ และสุขุม พันธุ์ณรงค์. (2554). การสังเคราะห์องค์ความรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับการพัฒนาชุมชน(แผนงานการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับการพัฒนาชุมชน). 236 หน้า.
- ศศิเพ็ญ พวงสายใจ และสุขุม พันธุ์ณรงค์. (2556). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อพัฒนาและส่งเสริมกลุ่มชุมชนให้ดำเนินกิจกรรมตามหลักธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม (แผนงานวิจัยเพื่อประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน). 74 หน้า.

ศศิเพ็ญ พวงสายใจ. (2554). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับการพัฒนาชุมชน. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำราญ พิมพ์บุตร. (2552). รูปแบบการเสริมสร้างศักยภาพกลุ่มอาชีพตำบลอ่างศิลาให้เข้มแข็งโดยการมีส่วนร่วม ขององค์การบริหารส่วนตำบลอ่างศิลา อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สุขุม พันธุ์รงค์, พิมพ์พรรณ บุญยะเสนา และสถาบันเพื่อการวิจัยและส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียง. (2552). การผู้ประสานงานชุด โครงการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหาร. 99 หน้า.

สุขุม พันธุ์รงค์, ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์, วัชรวิ พฤชกานนท์ และพิมพ์พรรณ บุญยะเสนา. (2554). การพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อความเข้มแข็งและยั่งยืน : กรณีศึกษาธุรกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบน. 413 หน้า.

สุขุม พันธุ์รงค์. (2554). การพัฒนาธุรกิจชุมชนเพื่อความเข้มแข็งและยั่งยืน :กรณีศึกษาธุรกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบน. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรรพรรณ จำพูน และอัครพล นิยมรัตน์. (2549). แนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย. เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

ข้อมูลออนไลน์

กรมพัฒนาชุมชน. 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.otop 5star.com/about-th.php>. 25 มิถุนายน 2557

กรมส่งเสริมการเกษตร. วิสาหกิจชุมชน. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://smce.doae.go.th/smce1/index.php?result=5>. 25 มิถุนายน 2557

สำนักงานส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. 2555. การจัดระดับของสินค้า OTOP. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.otoptoday.com /webboard/detail/121012113841>. 25 มิถุนายน 2557