

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าหาความรู้จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดการของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยมีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
4. บริบทผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบความคิดการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ

1. ความหมายของรูปแบบ

คำว่ารูปแบบ (Model) มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามความหมายไว้เหมือนและแตกต่างกัน ดังนี้

คีฟส์ (Keeves. 1988 : 559) ได้ให้ความหมายไว้ว่า รูปแบบ หมายถึง เป็นสิ่งที่แสดงโครงสร้างข้อความเกี่ยวข้องระหว่างชุดของปัจจัยหรือตัวแปรต่างๆ หรือองค์ประกอบที่สำคัญในเชิงความสัมพันธ์หรือเหตุผลซึ่งกันและกัน เพื่อช่วยให้เข้าใจข้อเท็จจริง หรือปรากฏการณ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ

ดาฟท์ (Draft. 2005 : 20) ได้ให้นิยามของรูปแบบ (Model) หมายถึง วิธีการดำเนินงานที่เป็นต้นแบบอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 ลักษณะ คือ สิ่งที่ย่อจากความจริง สิ่งที่สามารถนำมาใช้เป็นแบบอย่างการดำเนินการ เป็นแบบจำลองที่เป็นตัวแทนอย่างง่ายในการอธิบายมิติที่สำคัญบางมิติขององค์การ

มาลี สิบกระแสด (2552 : 108-109) ได้กล่าวถึงลักษณะของรูปแบบมีสองลักษณะ ได้แก่ 1) รูปแบบจำลองของสิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น ระบบปฏิบัติงาน เป็นต้น และ 2) รูปแบบที่เป็นแบบจำลองของสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น รูปแบบอาจแสดงความสัมพันธ์ด้วยเส้นโยงแสดงในรูปแผนภาพหรือเขียนในรูปสมการคณิตศาสตร์ หรือสมการพยากรณ์หรือเขียนเป็นข้อความ จำนวน หรือภาพ หรือแผนภูมิหรือรูปสามมิติ

รัตน์ บัณฑิต (2552 : 124 ; อ้างในนิสยาภรณ์ ชนะคำ, 2557 : 18) ได้แบ่งความหมายของรูปแบบออกเป็น 3 ความหมาย ดังนี้ 1) แผนภาพหรือภาพร่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ยังไม่สมบูรณ์เหมือนของจริงรูปแบบในความหมายนี้ มักจะเรียกทับศัพท์ในภาษาไทยว่า “รูปแบบ” ได้แก่ รูปแบบบ้าน รูปแบบรถยนต์ รูปแบบเสื้อผ้า เป็นต้น 2) แบบแผนความสัมพันธ์ของตัวแปรหรือสมการทางคณิตศาสตร์ที่รู้จักกันในชื่อที่เรียกว่า “Mathematical Model” 3) แผนภาพที่แสดงถึงองค์ประกอบการทำงานของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รูปแบบในความหมายนี้บางทีเรียกกันว่า ภาพย่อส่วนของทฤษฎีหรือแนวคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น รูปแบบการสอน รูปแบบการบริหาร รูปแบบการประเมิน เป็นต้น

พนารัตน์ บุญธรรม. (2552 : 7) รูปแบบ หมายถึง แบบแผนการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการการตลาด การจัดการการผลิต การจัดการการเงิน และการบริหารจัดการของกลุ่ม

1. การจัดการการตลาด หมายถึง การกำหนดกลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด
2. การจัดการการผลิต หมายถึง การวางแผน และการดำเนินการวัตถุดิบ วิธีการผลิตและ การวางแผนการผลิต
3. การจัดการการเงิน หมายถึง การดำเนินการจัดการเกี่ยวกับการจัดหาเงินทุน การจัดสรรเงินทุน และการจัดทำบัญชี
4. การจัดการกลุ่ม หมายถึง การบริหารจัดการอันประกอบด้วย โครงสร้างกลุ่ม/ คณะกรรมการกลุ่ม การมอบหมายงาน และการจ่ายค่าตอบแทน

เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. (2552 : 8) รูปแบบ หมายถึง วิธีการ กิจกรรม โครงการ หรือแนวทางการดำเนินงานจากสภาพเดิมไปสู่สภาพใหม่ที่ก้าวหน้าหรือเป็นไปในเชิงบวก โดยวิธีการหรือกระบวนการที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดเอาไว้

สรุปได้ว่า รูปแบบ หมายถึง วิธีการดำเนินงานตามแบบแผน โครงสร้างทางความคิด องค์ประกอบการทำงานหรือภาพย่อส่วนของวิธีการที่เป็นต้นแบบของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นคำอธิบาย แผนผัง ไคอะแกรม หรือแผนภาพตามความเหมาะสม เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ ให้เป็นรูปธรรมเข้าใจง่ายขึ้น โดยดำเนินการตามขั้นตอน กิจกรรม เป้าหมาย ข้อจำกัด และปัจจัยความสำเร็จได้อย่างชัดเจน

2. ประเภทของรูปแบบ

นักวิชาการหลายท่านได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบไว้หลากหลาย ดังนี้

สมิธ และคณะ (Smith et al. 1980 : 461) ได้จำแนกประเภทของรูปแบบ 2 ประเภท ดังนี้

1. รูปแบบเชิงกายภาพ (Physical Model) ได้แก่

1.1 รูปแบบคล้ายจริง (Iconic Model) มีลักษณะคล้ายของจริง เช่น เครื่องบินจำลอง หุ่นไล่กา หุ่นตามร้านตัดเสื้อผ้า

1.2 รูปแบบเหมือนจริง (Analog Model) มีลักษณะคล้ายปรากฏการณ์จริง เช่น การทดลองทางเคมีในห้องปฏิบัติการก่อนจะทำการทดลอง เครื่องบินจำลองที่บินได้ หรือเครื่องฝึกหัดบิน เป็นต้น

2. รูปแบบเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Model) ได้แก่

2.1 รูปแบบข้อความ (Verbal Model) หรือรูปแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Model) เป็นการใช้อธิบายปรากฏการณ์ในการอธิบายโดยย่อ เช่น คำพรรณนา ลักษณะงานคำอธิบายรายวิชา เป็นต้น

2.2 รูปแบบทางคณิตศาสตร์ (Mathematical Model) หรือรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Model) เช่น สมการ และ โปรแกรมเชิงเส้น เป็นต้น

สโตนเนอร์ และเวเกิล (Stoner & Wankei, 1986 : 12) ได้ให้ความหมายของรูปแบบว่าเป็นการจำลองความจริงของปรากฏการณ์เพื่อให้เข้าใจความสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อนของความสัมพันธ์นั้น ๆ ได้ง่ายขึ้น เป็นการสร้างมโนทัศน์ (Conceptualization) เกี่ยวกับปรากฏการณ์โดยอาศัยหลักการ (Rational) ของรูปแบบรูปนัย (Formal System) และมีจุดมุ่งหมายเพื่อทำให้เกิดความกระชับชัดเจนของนิยาม ความสัมพันธ์ และประพจน์ที่เกี่ยวข้อง

คีฟส์ (Keeves, 1988 : 561-565) ได้แบ่งประเภทของรูปแบบออกเป็น 4 แบบ ได้แก่

1. รูปแบบเชิงเปรียบเทียบ (Analogue Model) เป็นความคิดที่แสดงออกในลักษณะของการเปรียบเทียบสิ่งต่างๆ อย่างน้อย 2 สิ่งขึ้นไปเป็นรูปแบบที่ใช้การอุปมาอุปมัยเทียบเคียงปรากฏการณ์ซึ่งเป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรม เช่น รูปแบบในการทำนายจำนวนนักเรียนที่จะเข้าสู่ระบบโรงเรียน ซึ่งอนุมานแนวคิดมาจากการเปิดน้ำเข้าและปล่อยน้ำออกจากถังนักเรียนที่จะเข้าสู่ระบบเปรียบเทียบได้กับน้ำที่เปิดออกจากถัง ดังนั้นนักเรียนที่คงอยู่ในระบบจึงเท่ากับนักเรียนที่เข้าสู่ระบบลบด้วยนักเรียนที่ออกจากกระบบ เป็นต้น

2. รูปแบบเชิงภาษา (Semantic Model) เป็นความคิดที่แสดงออกผ่านทางภาษา โดยการพูดและเขียน เพื่อให้เห็นโครงสร้างทางความคิดองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของปรากฏการณ์นั้นๆ เช่น รูปแบบการเรียนรู้ในโรงเรียน เป็นต้น

3. รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ (Mathematic Model) เป็นความคิดที่แสดงออกผ่านทางรูปคณิตศาสตร์ที่ใช้สมการทางคณิตศาสตร์เป็นสื่อในการแสดงความสัมพันธ์ ของตัวแปรต่างๆ รูปแบบประเภทนี้นิยมใช้กันทั้งในสาขาจิตวิทยาและศึกษาศาสตร์รวมทั้งการบริหาร

การศึกษาด้วย ปัจจุบันมีแนวโน้มว่าจะนำไปใช้ในด้านพฤติกรรมศาสตร์มากขึ้น โดยเฉพาะ การวัดและประเมินผลทางการศึกษา รูปแบบลักษณะนี้ส่วนมากพัฒนามาจากรูปแบบเชิงข้อความ

4. รูปแบบเชิงสาเหตุ (Causal Model) เป็นความคิดที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต่างๆ ของสภาพการณ์/ปัญหา แนวคิดสำคัญของรูปแบบนี้คือ ต้องสร้าง ขึ้นจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหรืองานวิจัยที่มีมาแล้ว รูปแบบจะเขียนในลักษณะสมการเส้นตรง แต่ละสมการแสดงความสัมพันธ์เชิงเหตุเชิงผลระหว่างตัวแปร จากนั้นมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ในสภาพการณ์ที่เป็นจริงเพื่อทดสอบรูปแบบเชิงสาเหตุนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

4.1 รูปแบบระบบเส้นเดียว (Recursive Model) เป็นรูปแบบที่แสดงความสัมพันธ์ เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรด้วยเส้นโยงที่มีทิศทางของการเป็นสาเหตุในทิศทางเดียว โดยไม่มี ความสัมพันธ์ย้อนกลับ

4.2 รูปแบบระบบเส้นคู่ (Non-recursive Model) เป็นระบบที่แสดงความสัมพันธ์ เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร โดยทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรภายในตัวแปรหนึ่ง อาจเป็นทั้งตัวแปรเชิงสาเหตุและเชิงผลพร้อมกัน จึงมีทิศทางความสัมพันธ์ย้อนกลับได้

สรุปได้ว่า ประเภทของรูปแบบ ผู้วิจัยได้นำประเภทของรูปแบบเชิงแนวความคิด ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งของสเตเนอร์ มาเป็นแนวทางการร่างรูปแบบตามแนวคิด ทฤษฎีที่มีอยู่ โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ที่สอดคล้องของปัญหาและความต้องการของการจัดการเป็นหลัก

3. องค์ประกอบของรูปแบบ

มีผู้ให้แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของรูปแบบ ดังนี้

บราวน์ และ โมเบอร์ก (Brown & Moberg. 1980 : 16-17) ได้สังเคราะห์รูปแบบ ขึ้นมาจากแนวคิดเชิงระบบ (System Approach) กับหลักการบริหารตามสถานการณ์ (Contingency Approach) ได้กล่าวว่างค์ประกอบของรูปแบบ ประกอบด้วย 1) สภาพแวดล้อม (Environment) 2) เทคโนโลยี (Technology) 3) โครงสร้าง (Structure) 4) กระบวนการจัดการ (Management Process) และ 5) การตัดสินใจสั่งการ (Decision Making)

อีวาน เซวิช และคณะ (Ivancevich et al. 1989 : 16) เสนอรูปแบบระบบที่มีลักษณะ บางประการของระบบเปิด (Open System) เป็นรูปแบบที่แสดงถึงองค์ประกอบย่อยของระบบ ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน คือ 1) บังจยนำเข้า (Input) 2) กระบวนการ (Process) 3) ผลผลิต (Output) และ 4) ข้อมูลป้อนกลับจากสภาพแวดล้อม (Environment Feedback) การพิจารณารูปแบบ ในลักษณะนี้ถือว่าผลผลิตของระบบเกิดจากการที่มีบังจยนำเข้าส่งไปผ่านกระบวนการ ซึ่งจะจัดการ ทำให้เกิดผลผลิตขึ้น และให้ความสนใจกับข้อมูลป้อนกลับจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งแสดงถึง การเริ่มมีลักษณะของความเป็นระบบเปิด

เฟรด อาร์ เดวิด (Fred R. D. 2011 : 6) กล่าวว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นศิลป์และศาสตร์ ในการปฏิบัติงาน และประเมินการตัดสินใจในหลาย ๆ หน้าที่ โดยบูรณาการด้านการจัดการ (Management) การตลาด (Marketing) การเงิน/การบัญชี(Finance/Accounting) การผลิต/การดำเนินงาน(Production/Operations) การวิจัยและการพัฒนา(Research and Development) และระบบสารสนเทศ (Information System) เพื่อความสำเร็จขององค์การ

รัตนกรณีย์ พันธุ์เลิศ. (2553 : 4) รูปแบบการจัดการ มีองค์ประกอบ 7 ด้าน ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การบริหารบุคคล การอำนวยความสะดวก การงบประมาณ และการรายงาน

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของรูปแบบ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของเฟรด อาร์ เดวิด (Fred R. D. 2011 : 6) และแนวคิดทฤษฎีอื่น ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาบูรณาการ เพื่อกำหนดโครงสร้างและความสัมพันธ์กันในปัจจุบันหรือตัวแปรต่าง ๆ มากำหนดเป็นองค์ประกอบของรูปแบบตามขั้นตอนการดำเนินงาน กิจกรรม เป้าหมาย ข้อจำกัด และปัจจัยความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

4. คุณลักษณะของรูปแบบที่ดี

คีฟส์ (Keeves. 1988 : 560) กล่าวว่า รูปแบบที่ใช้ประโยชน์ได้ ควรจะมีข้อกำหนด 4 ประการ คือ

1. รูปแบบควรประกอบด้วยความสัมพันธ์อย่างมีโครงสร้างมากกว่าความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกันแบบรวม ๆ
2. รูปแบบควรนำไปสู่การพยากรณ์ผลที่จะเกิดขึ้น ซึ่งสามารถถูกตรวจสอบได้ โดยการสังเกต ซึ่งเป็นไปได้ที่จะทดสอบรูปแบบพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ได้
3. รูปแบบควรจะต้องระบุหรือชี้ให้เห็นถึงกลไกเชิงเหตุผลของเรื่องที่ศึกษา ดังนั้น นอกจากรูปแบบจะเป็นเครื่องมือในการพยากรณ์ได้ควร ให้อธิบายปรากฏการณ์ได้ด้วย
4. รูปแบบ ควรเป็นเครื่องมือในการสร้างมโนทัศน์ใหม่และสร้างความสัมพันธ์ของ ตัวแปรในลักษณะใหม่ ซึ่งเป็นการขยายในเรื่องที่กำลังศึกษา

วาโร เฟ็งสวัสต์ (2553 : 6) รูปแบบที่ดีที่ควรศึกษามีลักษณะ ดังนี้

1. รูปแบบควรประกอบด้วยความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรมากกว่า ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงธรรมดา อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงก็มีประโยชน์ ในช่วงของการพัฒนารูปแบบ

2. รูปแบบควรนำไปสู่การทำนายผลที่ตามมา ซึ่งสามารถตรวจสอบได้ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเมื่อทดสอบรูปแบบ ซึ่งถ้าปรากฏว่าไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ รูปแบบ นั้นต้องถูกยกเลิก

3. รูปแบบควรอธิบายโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องที่ศึกษาได้อย่างชัดเจน

4. รูปแบบควรเป็นเครื่องมือในการสร้างความคิดรวบยอด (Concept) ใหม่และการสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรใหม่ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มองค์ความรู้ (Body of Knowledge) ในเรื่องที่กำลังศึกษา

5. รูปแบบในเรื่องใด จะเป็นเช่นไรขึ้นอยู่กับกรอบของทฤษฎีในเรื่องนั้นๆ

สรุปได้ว่า ลักษณะของรูปแบบที่ดี ควรมีการอธิบายโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุผล ให้ชัดเจน สามารถตรวจสอบได้ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ เป็นเครื่องมือในการสร้างความคิดรวบยอดใหม่ และการสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรใหม่ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มองค์ความรู้ตามกรอบของทฤษฎีในเรื่องนั้นๆ และนำไปสู่การทำนายผลที่ตามมาได้

5. การตรวจสอบรูปแบบ

จุดมุ่งหมายที่สำคัญของการสร้างรูปแบบก็เพื่อทดสอบหรือตรวจสอบรูปแบบนั้นด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ การตรวจสอบรูปแบบมีหลายวิธี ซึ่งอาจใช้การวิเคราะห์จากหลักฐานเชิงคุณลักษณะ (Qualitative) และเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยตรวจสอบรูปแบบจากหลักฐานเชิงคุณลักษณะ ซึ่งอาจให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบ ส่วนการตรวจสอบโมเดลจากหลักฐานเชิงปริมาณใช้เทคนิคทางสถิติ

อีสนอร์ (Eisner, 1976 : 192-193) ได้เสนอแนวคิดการตรวจสอบโดยการใช้ผู้ทรงคุณวุฒิในบางเรื่องที่ต้องการความละเอียดอ่อนมากกว่าการวิจัยในเชิงปริมาณ โดยเชื่อว่าการรับรู้ที่เท่ากันนั้นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รู้ และได้เสนอแนวคิดการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิไว้ดังนี้

1. การประเมินโดยแนวทางนี้ มิได้เน้นผลสัมฤทธิ์ของเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ตามรูปแบบการประเมินแบบอิงเป้าหมาย (Goal-based Model) การตอบสนองปัญหาและความต้องการของผู้เกี่ยวข้องตามรูปแบบการประเมินแบบสนองตอบ (Responsive Model) หรือกระบวนการ การวิเคราะห์วิจารณ์อย่างลึกซึ้งเฉพาะในประเด็นที่นำมาพิจารณา ซึ่งไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเสมอไป แต่อาจจะผสมผสาน ปัจจัยในการพิจารณาต่างๆ เข้าด้วยกัน ตามวิจรรณญาณของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อได้ข้อสรุปเกี่ยวกับคุณภาพ ประสิทธิภาพ หรือความเหมาะสมของสิ่งที่ทำการประเมิน

2. เป็นรูปแบบการประเมินที่เน้นความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Specialization) ในเรื่องที่จะประเมิน โดยที่พัฒนามาจากรูปแบบการวิจารณ์ศิลป์ (Art Criticism) ที่มีความละเอียดลึกซึ้ง และต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญระดับสูงมาเป็นผู้วินิจฉัย เนื่องจากเป็นการวัดคุณค่าไม่อาจประเมินด้วยเครื่องวัดใด ๆ ได้ และต้องใช้ความรู้ความสามารถของผู้ประเมินอย่างแท้จริง ต่อมาได้มีการนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในการทางการศึกษาระดับสูงในวงการอุดมศึกษามากขึ้น ในสาขาเฉพาะ

ที่ต้องอาศัยผู้รู้ ผู้เล่นในเรื่องนั้นจริงๆ มาเป็นผู้ประเมินผล ทั้งนี้เพราะองค์ความรู้เฉพาะสาขานั้น ผู้ที่ศึกษาเรื่องนั้นจริงๆ จึงจะทราบและเข้าใจอย่างลึกซึ้ง

3. เป็นรูปแบบที่ใช้บุคคล คือผู้ทรงคุณวุฒิเป็นเครื่องมือในการประเมิน โดยให้ความเชื่อถือว่า ผู้ทรงคุณวุฒินั้นเที่ยงธรรมและมีคุณพินิจที่ดี ทั้งนี้มาตรฐาน และเกณฑ์พิจารณาต่างๆ นั้นจะเกิดขึ้นจากประสบการณ์และความชำนาญของผู้ทรงคุณวุฒินั่นเอง

4. เป็นรูปแบบที่ใช้บุคคล คือ ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นเครื่องมือในการประเมิน โดยให้ความเชื่อถือว่าผู้ทรงคุณวุฒินั้นเที่ยงธรรมและมีคุณพินิจที่ดี

สรุปได้ว่า การตรวจสอบรูปแบบ สามารถวิเคราะห์ได้จากหลักฐานเชิงคุณลักษณะ (Qualitative) โดยมีผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถเป็นผู้ตรวจสอบข้อมูล และวิเคราะห์จากหลักฐานเชิงปริมาณ (Quantitative) การตรวจสอบ โมเดลจากหลักฐานเชิงปริมาณ ใช้เทคนิคทางสถิติ

6. ปัญหาในการสร้างรูปแบบ

กระบวนการสร้างรูปแบบ เป็นวิธีการกำหนดคําพ้อยของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเป็นคำอธิบาย แผนผัง ไดอะแกรม หรือแผนภาพ โดยศึกษาตามขอบเขตของแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากนั้น จึงนำมาตรวจสอบรูปแบบด้วยผู้เชี่ยวชาญ และเทคนิคทางสถิติ เพื่อให้ได้คุณลักษณะของรูปแบบ ที่ดี แต่การสร้างรูปแบบย่อมพบกับปัญหาหลายประการ ดังเช่น อีสเนอร์ (Eisner, 1976 : 200) ได้กล่าวถึงปัญหาในการสร้างรูปแบบไว้ ดังนี้

6.1 รูปแบบไม่แม่นยำตรงต่อสิ่งที่คาดการณ์ไว้ (Invalid Assumption) เนื่องจาก เป็นการสร้างบนสิ่งที่คาดหวังไว้ว่า จะเกิดขึ้นล่วงหน้าที่ไม่ได้มาจากความเป็นจริง

6.2 ความจำกัดของข้อมูลที่ได้รับ (Information Limitation) จะเกิดผลทั้งในการสร้าง และการใช้รูปแบบ ควรต้องปรับปรุงข้อมูลดังกล่าวให้ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์เสมอ แต่ในบางครั้งก็อาจจะพบว่า การสร้างรูปแบบไม่ได้ให้ความสนใจต่อปัญหาโดยตรงไม่สามารถ สร้างรูปแบบให้ตรงตามสภาพการณ์ ทำให้เกิดความผิดพลาดได้

6.3 ผู้ใช้รูปแบบกลัวการใช้ (Fear by User) เหตุผลประการแรกที่ผู้ใช้ไม่สนับสนุน การใช้รูปแบบ คือ การไม่เข้าใจเหตุผลของการใช้เพียงพอ หรืออาจกลัวการใช้รูปแบบนั้น จึงควรมีการแนะนำถึงวิธีการใช้และประโยชน์ที่ได้รับ

6.4 การนำไปประยุกต์ใช้อย่างไม่มีประสิทธิภาพ (Poor Implementation) พบว่า การที่ผู้ใช้ขาดความรู้ความเข้าใจต่อรูปแบบ ทำให้เกิดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงการใช้รูปแบบ อีกทั้งไม่สามารถนำรูปแบบไปใช้ได้เต็มที่อีกด้วย

6.5 สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย (Cost) ต้องพยายามสร้างให้เกิดประโยชน์มากกว่าเสียค่าใช้จ่าย ในการคิดค่าใช้จ่ายนี้ควรคิดรวมไปถึงเรื่องของการเสียเวลาในการใช้รูปแบบ ค่าฝึกอบรมเวลา การฝึกอบรม ตลอดจนรวมถึงการเสียเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลสารสนเทศต่างๆ ด้วย

สรุปได้ว่า รูปแบบที่สร้างขึ้นควรหาวิธีการวิเคราะห์ที่มีความเหมาะสม ถูกต้อง สอดคล้อง กับวัตถุประสงค์ของการนำรูปแบบไปใช้ประโยชน์ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญทั้งเชิงวิชาการ และเชิงปฏิบัติการเป็นผู้ประเมิน เพื่อยืนยันรูปแบบที่เหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์

แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นวิธีการดำเนินงานหรือการดำเนินงานตามยุทธวิธีที่ นอกเหนือจากคู่แข่ง ซึ่งผู้บริหารต้องวางแผนการดำเนินงานในส่วนต่างๆ รวมถึงการพยากรณ์ ผลตอบแทนจากการดำเนินงาน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแผนธุรกิจ และกรอบการดำเนินงาน การควบคุม การค้นหาแนวทางป้องกันปัญหาหรืออุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้ธุรกิจ สามารถบรรลุเป้าหมายที่คาดหวังไว้

เฟรด อาร์ เดวิด (Fred R. David. 2011 : 6) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง ศิลป์และศาสตร์ในการกำหนด การนำไปปฏิบัติ และการประเมินการตัดสินใจเพื่อการปฏิบัติงาน ขององค์การให้บรรลุความสำเร็จตามหน้าที่งาน 6 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านการบริหารองค์การ 2) ด้านการตลาด 3) ด้านการเงินและบัญชี 4) ด้านการผลิต/การดำเนินงาน 5) ด้านระบบ สารสนเทศ และ 6) ด้านการวิจัยและพัฒนา ดังนี้

1. ด้านการบริหารองค์การ

การบริหารองค์การเป็นการบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม อันเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และการปฏิบัติการทางด้านกลยุทธ์ ขององค์การจากการศึกษาจำกัดความของการบริหารจัดการ (Management) หมายถึง กระบวนการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม (Bartol & Martin, 1991 : 6-9) เป็นภารกิจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือหลายคนที่เข้ามาประสาน การทำงานเพื่อให้งานประสบความสำเร็จ (ชงชัย ตันดิวงษ์. 2546 : 1 ; อารี ลาภวงศ์ราษฎร์. 2551 : 11 ; ศิริวรรณ เจริญรัตน์. 2550 : 1 ; จารุตา ประทุมทอง. 2553 : 9) โดยผู้บริหารไม่จำเป็นต้องดำเนินการ ปฏิบัติด้วยตนเองในทุกด้านแต่มีหน้าที่การสั่งการ ประสานงาน ติดตามงาน ประเมินผล รวมถึง การจัดรูปแบบองค์กรนั้น ๆ ให้เป็นระเบียบ ผู้วิจัยได้สรุปคำจำกัดความของการบริหารองค์การ หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการบริหารอันเกี่ยวข้องกับการวางแผน การจัดองค์การ การนำ/ การสั่งการ และการควบคุม เพื่อให้้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์

1.1 องค์ประกอบการบริหารองค์การ

การบริหารองค์การมีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) (Bartol & Martin. 1991 อ้างในประจักษ์ ผลเรือง. 2545 : 13) ; (กัญญพัทธ์วี กล่อมธงเจริญ. 2553 : 9-11) ดังนี้

1.1.1. การวางแผน (Planning) หมายถึง การกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานในอนาคตของผู้บริหาร โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในภายนอกเพื่อการค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคขององค์การ และนำข้อมูลต่าง ๆ เหล่านั้นมาตัดสินใจกำหนดทิศทางการทำงาน มีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย แผนงานตามหน้าที่ต่าง ๆ ภายในองค์การอย่างเหมาะสม และครอบคลุมทั่วทั้งองค์การทำให้้องค์การสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและบรรลุเป้าหมาย (วิเชียร วิทยอุดม. 2554 : 22 ; สุจินดา โพธิ์ไพฑูรย์. 2553 : 23) กระบวนการวางแผนมี 4 ขั้นตอน (ธณีสต์ชัย พุ่มเจริญ. 2552 : 3-42) ดังนี้

- 1) การเตรียมการ เป็นการเตรียมการก่อนการสร้างแผน โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในภายนอก ศึกษานโยบาย เป้าหมายเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผนงานให้ชัดเจนและสอดคล้องกับนโยบาย เป้าหมายขององค์การ
- 2) การกำหนดแผน เป็นการกำหนดแผนการดำเนินงานที่ต้องการให้ชัดเจน และรอบคอบมีกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติ ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานหรือคุณภาพงานที่ต้องปฏิบัติ เพื่อใช้กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานตามแผน โดยพิจารณาทางเลือกและวิธีการแก้ไขปัญหา และอุปสรรคและตัดสินใจเลือกกิจกรรมที่คาดว่าจะดีที่สุด
- 3) การปฏิบัติตามแผน เป็นการนำแผนไปปฏิบัติ โดยมีกิจกรรมการประชุม เพื่อสร้างความเข้าใจกับผู้ที่เกี่ยวข้อง กำหนดผู้รับผิดชอบในแต่ละงาน จัดสรรทรัพยากรให้เหมาะกับงาน ประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง จูงใจให้เกิดความร่วมมือ กำหนดเวลาเริ่มต้น/สิ้นสุดของกิจกรรม และควบคุมงานในแต่ละส่วน
- 4) ประเมินผลตามแผนปฏิบัติงาน เป็นการประเมินผลของแผนปฏิบัติงานว่าได้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคในเรื่องใดบ้าง พิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานตามแผนว่าสมควรมีการปรับปรุงแผนหรือไม่อย่างไร

1.1.2 การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง ภาระหน้าที่ของผู้บริหารเกี่ยวกับการวางแผนการปฏิบัติงาน ขอบบังคับในการทำงาน กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบตามความเหมาะสมของงาน กำหนดความสัมพันธ์ของกิจกรรม มีการระบุขอบเขตของตำแหน่งงานต่างๆ ในรูปแบบโครงสร้างของงาน เพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานบรรลุผลสำเร็จได้ กระบวนการจัดองค์การ มี 3 ขั้นตอน (พนารัตน์ บุญธรรม. 2552 : 37-38) ดังนี้

1) การแยก และจัดกลุ่มประเภทของงาน และออกแบบงานให้เหมาะสมกับผู้ปฏิบัติงานแต่ละแผนก

2) ระบุขอบเขตของงานและมอบหมายงาน พร้อมทั้งกำหนดความรับผิดชอบ และให้อำนาจหน้าที่ตามตำแหน่งงาน และกำหนดรายละเอียดกับงานแต่ละงาน

3) การกำหนดความสัมพันธ์ของงานในแต่ละแผนก เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ขัดต่อกฎระเบียบ และลดความขัดแย้ง

1.1.3 การนำ/การสั่งการ (Leading/Directing) หมายถึง ความสามารถของผู้บริหารที่จูงใจให้ผู้ปฏิบัติร่วมมือ เต็มใจและมีส่วนร่วมในกำหนดวิธีและแนวทางการทำงาน เพื่อให้องค์การบรรลุผลสำเร็จ โดยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประธาน กรรมการและสมาชิก ซึ่งประธานและกรรมการ ควรมีคุณสมบัติด้านการริเริ่มสร้างสรรค์ รอบคอบ รับผิดชอบ เป็นตัวอย่างที่ดี มีทักษะ ความชำนาญงาน มีความรู้ความสามารถ มีวิธีการจูงใจ การติดต่อสื่อสารที่ดีและการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการจูงใจมี 3 ประการ (พนารัตน์ บุญธรรม, 2552 : 42) ดังนี้

1) จูงใจด้วยเงิน เป็นวิธีการจูงใจที่ได้ผลรวดเร็ว โดยสามารถกระตุ้นหลายรูปแบบ ได้แก่ เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส เบี้ยเลี้ยง การประกันชีวิต เป็นต้น

2) จูงใจด้วยการมีส่วนร่วม เป็นวิธีการจูงใจให้เกิดความร่วมมือโดยกระตุ้นให้สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรม เช่น ร่วมประชุม ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมแก้ปัญหา เป็นต้น

3) จูงใจด้วยสวัสดิการ ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น เช่น การให้กู้ยืม การช่วยเหลืองานศพ เป็นต้น

1.1.4. การควบคุม (Controlling) หมายถึง การให้ความสนใจในการกำกับดูแล ติดตามการปฏิบัติงาน โดยตรวจสอบปัญหา หรือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ และหาทางปรับปรุงแก้ไข ซึ่งกระบวนการควบคุมมีขั้นตอนสำคัญ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานงาน การวัดผลการทำงาน การเปรียบเทียบการทำงานกับมาตรฐาน และการปฏิบัติกรแก้ไข

สรุปได้ว่า การบริหารองค์การ หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการบริหาร จากองค์ประกอบย่อย 4 ประการ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ/การสั่งการ และการควบคุม เพื่อให้้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์ โดยใช้กระบวนการวางแผน 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การเตรียมการ 2)การกำหนดแผน 3) การปฏิบัติตามแผน 4) การประเมินผลตามแผนปฏิบัติการ กระบวนการจัดองค์การ 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การแยกและการจัดกลุ่มประเภทของงาน 2) ระบุขอบเขตของงาน และมอบหมายงาน และ 3) การกำหนดความสัมพันธ์ของงานในแต่ละแผนก การนำ/การสั่งการ

ของผู้บริหารที่ใช้ความสามารถในการจูงใจด้วยเงิน การมีส่วนร่วมและสวัสดิการ และมีกระบวนการควบคุมโดยกำหนดมาตรฐานงาน การวัดผลการทำงาน การเปรียบเทียบการทำงานกับมาตรฐาน และการปฏิบัติแก้ไข เพื่อให้การพัฒนาองค์การให้เจริญก้าวหน้า

2. ด้านการจัดการการเงินและบัญชี

การเงินเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินวิสาหกิจชุมชน และการขยายธุรกิจ ถ้าธุรกิจใดมีความมั่นคงทางการเงิน ย่อมสร้างความน่าเชื่อถือ และสามารถขอกู้ยืมจากหน่วยงานภายนอกได้ง่าย อีกทั้งสมาชิกก็มีความมั่นใจ และมั่นคงในอนาคต จากการศึกษาค่าจำกัดความหมายของการจัดการการเงิน หมายถึง กระบวนการดำเนินงานด้านการวางแผน การจัดหาและใช้ไปของเงินทุน และการจัดการทางการเงินอย่างเป็นระบบ (เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. 2552 : 59) ซึ่งการจัดการการเงินมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่สำคัญมี 4 ประการ ดังนี้

1. การวางแผนการเงิน หมายถึง การคาดคะเนความต้องการการใช้เงินทุนทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อควบคุมการเคลื่อนไหวของเงินตามกระแสเงินสดเข้าและกระแสเงินสดออก

2. การจัดหาเงินทุน หมายถึง การจัดหาเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ เช่น ระดมเงินทุนจากสมาชิก หน่วยงานภาครัฐ เงินกู้จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น

3. การจัดสรรเงินทุนไปใช้ในธุรกิจ หมายถึง การจัดสรรเงินทุนไปใช้ในสินทรัพย์ใดเพื่อสร้างรายได้และมีสภาพคล่องในการใช้เงินทุนด้านการจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ ด้านการจ้างผลิต ด้านการชำระหนี้เงินกู้ การพัฒนาบุคลากร และการจัดสรรผลประโยชน์และสวัสดิการแก่สมาชิก

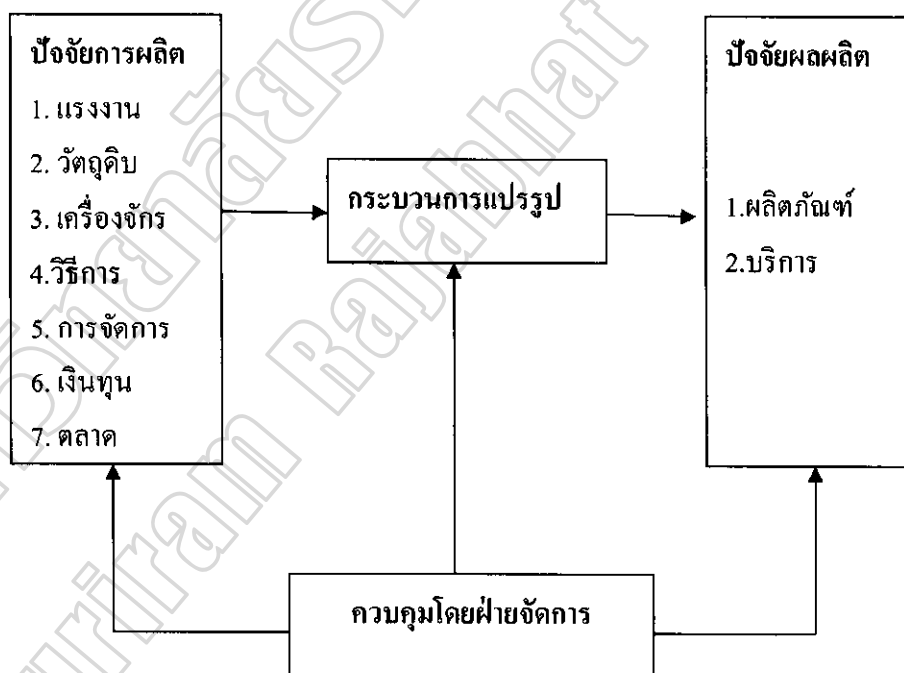
4. การควบคุมการเงินและบัญชี หมายถึง กระบวนการติดตาม ตรวจสอบ กำกับดูแลระบบเงินสด และมีระบบบัญชีที่ถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้ การจดบันทึกบัญชี-รับจ่ายอย่างต่อเนื่อง การจัดทำงบดุล งบกำไรขาดทุน และสรุปผลรายงานการเงินแก่สมาชิก

สรุปได้ว่า การจัดการการเงินและบัญชี หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการเงินและบัญชีอันเกี่ยวข้องกับ 1) การวางแผนการเงิน เพื่อการคาดคะเนความต้องการใช้เงินทุน 2) การจัดหาเงินทุนจากสมาชิก งบประมาณสนับสนุนของภาครัฐ เงินกู้ยืมของสถาบันการเงิน 3) การจัดสรรเงินทุนไปใช้ในธุรกิจด้านการจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ ด้านการจ้างผลิต ด้านการชำระหนี้เงินกู้ การพัฒนาบุคลากร และการจัดสรรผลประโยชน์และสวัสดิการแก่สมาชิก และ 4) การควบคุมการเงินและการบัญชี ด้วยระบบบัญชีที่ถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้ การจดบันทึกบัญชี-รับจ่ายอย่างต่อเนื่อง การจัดทำงบดุล งบกำไรขาดทุน และสรุปผลรายงานการเงินแก่สมาชิก

3. ด้านการจัดการการผลิต

การผลิต เป็นหน้าที่หลักในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน เพื่อการตอบสนองความต้องการของชุมชน เป็นการเตรียมการปัจจัยการผลิตอันประกอบด้วยวัตถุดิบ แรงงาน เครื่องจักร วิธีการ การจัดการ ผู้กระบวนกรแปรรูปให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า จากการศึกษาจำกัดความของการผลิต หมายถึง การจัดการทรัพยากรทางการผลิต ซึ่งแปรรูปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์และบริการตามที่ตลาดต้องการอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล (สุนน มาลาสิทธิ์. 2552 : 6) ; (พนารัตน์ บุญธรรม. 2552 : 23) ; (วิทยา เขียวรอด. 2552 : 3-18)

กระบวนการดำเนินงานด้านการผลิต ประกอบด้วย ปัจจัยการผลิตสู่กระบวนการแปรรูป เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพมาตอบสนองความต้องการของตลาด ซึ่งระบบการผลิตเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิต กระบวนการแปรรูป ปัจจัยผลผลิต และควบคุมโดยฝ่ายจัดการ ดังภาพประกอบ 2.1



ภาพประกอบ 2.1 แสดงระบบการผลิต

ที่มา : สุนน มาลาสิทธิ์. (2552 : 6)

หน้าที่ความรับผิดชอบของการจัดการการผลิตมี 3 ด้าน (สุมน มาลาสิทธิ์. 2552 : 8) ดังนี้

1. การวางแผนการผลิต เป็นกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจความต้องการสินค้าเพื่อการคาดคะเนปริมาณการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีเอกลักษณ์ มีความแตกต่างที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อการวางแผนทรัพยากรการผลิต ด้านวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ และแรงงาน เพื่อวางแผนว่าจะผลิตอะไร จำนวนเท่าใด ผลิตเมื่อไหร่ ผลิตอย่างไร ใช้กระบวนการผลิตแบบใด ผลิตอย่างไรให้มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน

2. การดำเนินการผลิต เป็นระบบการปฏิบัติการตามการออกแบบการผลิต มีการตรวจสอบวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีเครื่องมืออุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัยต่อการผลิตใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อดำเนินการผลิตให้ทันต่อการส่งมอบผลิตภัณฑ์ตามกำหนดเวลา

3. การควบคุมการผลิต เป็นการติดตามตรวจสอบกระบวนการผลิต คุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนการจำหน่าย การรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต การตลาด การเงินและการบัญชี ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบุคคล ฝ่ายวิจัยและพัฒนา และการรักษาสีแวดล้อมที่เกิดจากผลกระทบในกระบวนการผลิต

สรุปได้ว่า การจัดการการผลิต หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการผลิต อันเกี่ยวข้องกับด้านการวางแผนการผลิตตามการสำรวจความต้องการสินค้าเพื่อการคาดคะเนปริมาณการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีเอกลักษณ์ มีความแตกต่าง การวางแผนทรัพยากรการผลิต ทั้งในด้านวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ และแรงงาน การดำเนินการผลิตตามแผนการผลิต และการควบคุมการผลิต ด้วยการตรวจสอบกระบวนการผลิต คุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนการจำหน่าย การได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต การตลาด การเงินและการบัญชี ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบุคคล ฝ่ายวิจัยและพัฒนา และรักษาสีแวดล้อมที่เกิดจากผลกระทบในกระบวนการผลิต

4. ด้านการจัดการการตลาด

การจัดการการตลาด เป็นวิธีการกระจายผลผลิตสู่ผู้บริโภค ซึ่งหากผู้ผลิตค้าใหม่ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า ย่อมผลิตไม่ตรงตามความต้องการของตลาด การจัดจำหน่ายย่อมต้องใช้ระยะเวลา ทำให้เงินทุนจมอยู่ในผลิตภัณฑ์จำนวนมาก เงินทุนหมุนเวียนน้อยลง การตลาดจึงเป็นปัจจัยที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความมั่นคงและพึ่งพาตนเองได้ จากการศึกษาจำกัดความของการตลาด หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่มนุษย์กระทำขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยน (Kotler. 1994 : 79) ซึ่งกระบวนการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการเกี่ยวข้องกับผู้ผลิต และลูกค้า เป็นผู้ที่ต้องการสินค้าหรือบริการ เพื่อการตอบสนองความพึงพอใจสูงสุด และทำให้องค์การ

บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ (พนารัตน์ บุญธรรม, 2552 : 18) จึงกล่าวได้ว่า การตลาด หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการตลาด อันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ ในสถานที่ต่าง ๆ แก่ผู้บริโภค

องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดมี 4 ประการ ดังนี้ (Kotler, 1991 : 68-69)

4.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอแก่ตลาด เพื่อดึงดูดความสนใจ ในการนำไปใช้หรือการบริโภคตามความต้องการของลูกค้า องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การนำเสนอผลิตภัณฑ์ ตามลักษณะผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ และการพัฒนา บรรลุถึงตามเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวัง สัมพันธ์ภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

4.2 ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา เป็นจำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ กับผลประโยชน์ที่ได้รับ จากการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ วิธีการกำหนดราคาประกอบด้วย

4.2.1 ราคาตามภูมิศาสตร์เกี่ยวข้องกับระยะทางภาระการขนส่ง

4.2.2 นโยบายการลดหรือส่วนยอมให้ เช่น ลดตามฤดูกาล ส่วนลดเงินสด สินค้าเก่ามาแลก เป็นต้น

4.2.3 กำหนดราคาเพื่อส่งเสริมการตลาด เช่น ขายเชื่อ การคืนเงิน ลดราคา ช่วงเทศกาล เป็นต้น การตั้งราคาแตกต่าง เช่น ตามราคาตามเวลา ตามคู่แข่ง ตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ ตามภาพลักษณ์ เป็นต้น การตั้งราคาตามจิตวิทยา เช่น ตั้งตามชื่อเสียง ตั้งราคาเลขคู่หรือเลขคี่ ตั้งตามความเคยชิน การตั้งราคาสำหรับสินค้าใหม่ ซึ่งการกำหนดราคาส่งผลกระทบต่อ การรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการที่ลูกค้าจะได้รับ และอาจส่งผลกระทบต่อผู้จัดหาดูดี

4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือองค์กรธุรกิจ ที่อำนวยความสะดวกในกิจกรรมการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภค ซึ่งเกี่ยวข้องกับทำเลที่ตั้ง การจำหน่าย การกำหนดกลุ่มของผู้บริโภคที่จะเข้ามา ใช้บริการ การขนส่งและการเก็บรักษาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการมี 2 ช่องทาง ได้แก่

4.3.1 ช่องทางการจำหน่ายทางตรง หมายถึง การจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยไม่ผ่านคนกลาง

4.3.2 ช่องทางการจำหน่ายทางอ้อม หมายถึง การจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยผ่านคนกลาง

4.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion and Communication of Service) หมายถึง กระบวนการสื่อสารทางการตลาด ระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการซื้อ

เพื่อเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ชื่อตรา ซึ่งการส่งเสริมการตลาดมีองค์ประกอบดังนี้

- 4.4.1 การโฆษณา (Advertising)
- 4.4.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)
- 4.4.3 การขายโดยพนักงาน (Personnel Selling)
- 4.4.4 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

สรุปได้ว่า การจัดการการตลาด หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด 4 ประการ คือ 1) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอแก่ตลาด เพื่อดึงดูดความสนใจ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ลักษณะผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์ และการพัฒนา บรรจุภัณฑ์ ตามเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวัง ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 2) ราคา เป็นมูลค่าของผลิตภัณฑ์ เป็นจำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ และการบริการ กับผลประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการ 3) ช่องทางการจำหน่าย เป็นกลุ่มบุคคลหรือองค์กรธุรกิจที่อำนวยความสะดวกในกิจกรรมการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์ และบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค และ 4) การส่งเสริมการตลาด เป็นกระบวนการสื่อสารทางการตลาด ระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการซื้อ เพื่อเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ชื่อตรา ซึ่งการส่งเสริมการตลาดมีองค์ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงาน การส่งเสริมการขาย

5. ด้านการจัดการระบบสารสนเทศ

สารสนเทศเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารงานภายในองค์กร และเป็นอำนาจที่สามารถควบคุมและสร้างการได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้ หากองค์กรใดมีระบบสารสนเทศที่ดี ย่อมสามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการทำงาน ช่วยให้การวางแผนและการตัดสินใจถูกต้องจากระบบสารสนเทศ จากการศึกษาจำกัดความของระบบสารสนเทศ หมายถึง การนำข้อมูลจากการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ประชากร รัฐบาล กฎหมาย เทคโนโลยี การแข่งขัน และการประเมินสภาพแวดล้อมภายในด้านการตลาด การเงิน การผลิต และบุคคลภายในองค์กร เพื่อการนำไปใช้ในการตัดสินใจทางการจัดการ ซึ่งมีประเด็นการตรวจสอบ ด้านระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ 10 ข้อ ตามแนวคิดของเฟรด อาร์ เดวิด (Fred R. David, 2011 : 118-119)

- 5.1 ผู้จัดการมีการใช้ระบบสารสนเทศในการตัดสินใจหรือไม่
- 5.2 มีเจ้าหน้าที่หรือผู้อำนวยการด้านระบบสารสนเทศหรือไม่
- 5.3 มีการปรับข้อมูลระบบสารสนเทศให้เป็นปัจจุบันหรือไม่
- 5.5 มีกำหนดรหัสที่ง่ายต่อการเข้าสู่ระบบสารสนเทศหรือไม่

- 5.6 มีข้อมูลระบบสารสนเทศของกลุ่มหรือไม
- 5.7 ผู้ใช้สามารถใช้ระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานหรือไม่
- 5.8 ผู้ใช้มีข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาระบบสารสนเทศหรือไม่
- 5.9 มีการจัดอบรมคอมพิวเตอร์เชิงปฏิบัติการให้แก่ผู้ใช้หรือไม่
- 5.10 มีการปรับปรุงระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่องหรือไม่

สรุปได้ว่า การจัดการระบบสารสนเทศ หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางระบบสารสนเทศ ที่มีการนำข้อมูลจากการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ประชากร รัฐบาล กฎหมาย เทคโนโลยี การแข่งขัน และการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน ด้านการตลาด การเงิน การผลิต และบุคคลภายในองค์กรมารวบรวมข้อมูล เผยแพร่ข้อมูล จัดเก็บข้อมูล และนำข้อมูลมาใช้เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจดำเนินการ ในองค์กร

6. ด้านการจัดการการวิจัยและพัฒนา

ปัจจุบันการทำวิจัยและพัฒนา มีความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรม ที่แตกต่างกันเป็นอย่างมาก เพื่อการเป็นผู้นำของตลาด และด้านนวัตกรรม แต่บางองค์กรพอใจที่จะเป็นผู้ตามทางการตลาด และต้องการเพียงแต่ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิมเท่านั้น ดังนั้นการนำกลยุทธ์ด้านวิจัยและพัฒนาไปใช้จึงแตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่าองค์กรเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีหรือต้องการเป็นผู้ตามด้านเทคโนโลยี จากการศึกษาจำกัดความของการวิจัยและพัฒนา หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับการลดต้นทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ ให้เกิดการได้เปรียบทางการเงินและการแข่งขัน (Fred R. David, 2011 : 115) มีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ โดยการสำรวจจากสถานการณ์จริง เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ถูกค่าต้องการ (มัลลิกา ดันสอน, 2544 : 25) กล่าวได้ว่า การวิจัยและพัฒนา หมายถึง การค้นคว้าและพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ สร้างนวัตกรรมใหม่ เพื่อลดต้นทุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ ให้เกิดการได้เปรียบทางการเงินและการแข่งขัน

รูปแบบพื้นฐานของการวิจัยและการพัฒนามี 2 รูปแบบ ได้แก่

1. จัดตั้งแผนกการวิจัยและการพัฒนาภายในองค์กร ซึ่งมีการดำเนินงานภายในองค์กร
2. ทำสัญญาจ้างนักวิจัยอิสระ เพื่อพัฒนาสินค้าเฉพาะ บริษัทหลายแห่งใช้แนวทางการพัฒนาสินค้าใหม่ โดยได้รับความช่วยเหลือด้าน R&D จากภายนอก โดยแสวงหาการร่วมลงทุนกับบริษัทอื่นๆ ค้นหาจุดแข็ง (ความสามารถ) และจุดอ่อน (ข้อจำกัด) ของการวิจัยและพัฒนา เพื่อแสดงบทบาทที่สำคัญในการสร้างกลยุทธ์และการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ

ประเด็นการตรวจสอบด้านการวิจัยและการพัฒนามี 7 ประเด็น

1. บริษัทมีการสนับสนุนด้านการวิจัยและการพัฒนาหรือไม่เพียงใด
2. มีบริษัทภายนอกให้การสนับสนุนการวิจัยและการพัฒนา และมีความคุ้มค่าหรือไม่
3. บุคลากรมีคุณสมบัติที่ดีด้านการวิจัยและการพัฒนาหรือไม่
4. มีทรัพยากรด้านการวิจัยและการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพหรือไม่
5. มีการจัดการระบบสารสนเทศและระบบคอมพิวเตอร์เพียงพอหรือไม่
6. มีการสื่อสารระหว่างหน่วยการวิจัยและการพัฒนากับหน่วยอื่นๆ ขององค์กรเพียงพอหรือไม่
7. ผลลัพธ์มีการแข่งขันทางเทคโนโลยีหรือไม่

สรุปได้ว่า การจัดการการวิจัยและพัฒนา หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการวิจัยและพัฒนา อันเกี่ยวข้องกับ การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน การมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา กระบวนการเรียนรู้ การสนับสนุนงบประมาณในการทำงานวิจัยการอบรมเพิ่มทักษะการพัฒนา งานวิจัย คำนวณ มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างนวัตกรรมใหม่ เพื่อลดต้นทุน พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ ให้เกิดการได้เปรียบทางการเงินและการแข่งขัน

จากการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำความหมายของรูปแบบและความหมายของการจัดการเชิงกลยุทธ์มาบูรณาการ เป็นความหมายของรูปแบบการจัดการ หมายถึง วิธีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนา การจัดการขององค์กรตามขอบเขตแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ของเฟรด อาร์ เดวิด (Fred R. David, 2011 : 6) ได้แก่ ด้านการบริหารองค์กร ด้านการจัดการการเงิน ด้านการจัดการการผลิต ด้านการจัดการการตลาด ด้านการจัดการการระบบสารสนเทศ ด้านการจัดการการวิจัยและการพัฒนา โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกของผลการวิจัย มาพัฒนารูปแบบการจัดการวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนถือเป็นอีกหนึ่งมิติของการรวมกลุ่มในชุมชน โดยอาศัยทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนก่อให้เกิดมีการเปลี่ยนแปลง เพิ่มมูลค่างานเป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์สามารถสร้างรายได้ และอาชีพให้กับชุมชน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการศึกษาเกี่ยวกับความหมายของวิสาหกิจชุมชน แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในวิสาหกิจชุมชน องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน ประเภท

ของวิสาหกิจชุมชน รูปแบบของวิสาหกิจชุมชน ทุนของวิสาหกิจชุมชน ตลาดของวิสาหกิจชุมชน กระบวนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

1. ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้กำหนดคำจำกัดความของ วิสาหกิจชุมชน (Small and Micro Community Enterprise : SMCE) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน โดยรวมตัวกันจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคลก็ได้ เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (ดร. สมิตะ เกษตริน, 2552 : 1 -7) และจากการศึกษาความหมายของวิสาหกิจชุมชนของนักวิชาการหลายท่าน กล่าวได้ว่าวิสาหกิจชุมชนมีความหมายครอบคลุมหลากหลายมิติ ทั้งมิติโครงสร้าง กระบวนการ วัตถุประสงค์ และผลประโยชน์ กล่าวคือ วิสาหกิจชุมชนหมายถึง การรวมกลุ่มของคนในชุมชนประกอบธุรกิจขนาดเล็กตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคล (สุพรรณิ ขอดเฟื้อ, 2551 : 5) เพื่อสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเองในระดับครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน รวมถึงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548 : 2) ; (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน, 2548 : 22) โดยนำทรัพยากรทุนของชุมชนหรือทุนทางสังคม อันได้แก่ ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยี ชุมชน และทุนธรรมชาติ (เสรี พงศ์พิศ, 2548 : 37 ; มนูญ สฤณี, 2553 : 9) รวมถึงทุนวัฒนธรรม (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2547 : 133) มาเข้ากระบวนการแปรรูปจากวัตถุดิบให้เป็นสินค้าและบริการต่างๆ ด้วยกระบวนการเรียนรู้ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อประโยชน์ต่อการบริโภค การพึ่งพาตนเอง และการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน (กรมพัฒนาชุมชน, 2546 : 3 ; วิจิต นันทสุวรรณ, 2547 : 28 ; ดวงเดือน สมวัฒน์ศักดิ์, 2548 : 105 -106 ; สุกัญญา อธิปนันต์และคณะ, 2550 : 3 ; มนูญ สฤณี, 2553 : 9 ; นางนุช อิ่มเรือง, 2553 : 12 ; นันนภัส พงศ์โกคินสถิต, 2552 : 20) การดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อความอยู่รอดและการพึ่งตนเอง ไม่มุ่งเน้นกำไรสูงสุด และไม่เอาเปรียบผู้บริโภค (เสรี พงศ์พิศ, 2548 : 37 ; มนูญ สฤณี, 2553 : 9) แต่มุ่งเน้นการตลาดรายจ่ายระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชนสร้างกำไรทางสังคมที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล, 2545 : 38-39) สร้างเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีให้แก่สมาชิกชุมชน ทำให้สมาชิกชุมชนมีความรับผิดชอบต่อกัน และไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัว (เสรี พงศ์พิศ, 2548 : 37 ; มนูญ สฤณี, 2553 : 9)

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้สรุปคำจำกัดความของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การรวมกลุ่มของคณะบุคคล เพื่อการดำเนินการผลิตสินค้าและบริการ บนพื้นฐานการจัดการทุนของชุมชน

เพื่อลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ และการพึ่งพาตนเองในระดับครอบครัว ชุมชน เครือข่ายและธุรกิจ
 ทั้งที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลหรือไม่ จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลก็ได้ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนมีขนาดเล็ก
 กว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยพิจารณาจากจำนวนสมาชิก ถ้าจำนวนสมาชิก
 มีจำนวนมากกว่า 15 คนถือเป็นขนาดเล็ก ถ้าจำนวนสมาชิกตั้งแต่ 5 คนถึง 15 คนถือเป็นขนาดจิ๋ว

2. แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในวิสาหกิจชุมชน

แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และเมื่อได้
 ศึกษาความหมายของแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงแนวคิดเศรษฐกิจ
 พอเพียงคล้ายกันคือ เศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง เศรษฐกิจที่สามารถอุ้มชูตัวเองด้วยความพอเพียง
 (Self Sufficiency) สามารถพึ่งพาตนเองได้ ไม่สร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่น มีความเจริญก้าวหน้า
 ในอาชีพและมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น (สุเมธ ตันติเวชกุล. 2544 : 284) โดยยึดหลักการดำรงชีวิต
 แบบพอประมาณ มีเหตุผล มีระบบภูมิคุ้มกันต่อผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลง
 ของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ทำให้คนในชุมชนต้องอาศัยความรู้ ความรอบคอบ
 ในการวางแผน การดำเนินการทุกขั้นตอน ขณะเดียวกันต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ
 (กรมพัฒนาชุมชน. 2550 : 1) กล่าวได้ว่าเป็นแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมีเป้าหมาย เพื่อให้
 การดำรงชีวิตมีความสุข มีจิตใจที่มีคุณธรรม ซื่อสัตย์สุจริต มีความรัก เมตตา เอื้ออาทร
 ต่อผู้อื่นมีความสำนึกรับผิดชอบต่อตัวเอง ครอบครัวและชุมชน และร่วมประสานความสามัคคี
 การประหยัด อดออม ขยันหมั่นเพียร อดทน อดกลั้นและมีความเฉลียวฉลาดรอบรู้ และ
 ความมีเหตุผล มีวิสัยทัศน์ในทุกด้าน ทั้งในสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง วัฒนธรรม
 ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมาย
 ของเศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง การดำรงชีวิตแบบยึดหลักความพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน
 ภายใต้งैื่อนไขการนำความรู้ไปใช้ และพัฒนาสติปัญญาอย่างมีคุณธรรม ทำให้เศรษฐกิจตนเอง
 ครัวเรือน และชุมชนดีขึ้น สามารถพึ่งพาตนเองได้โดยไม่สร้างความเดือดร้อนแก่ผู้อื่น

การประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกิดจากการรวมกลุ่มอาชีพ
 ของคนในชุมชนประกอบกิจการผลิตเพื่อลดรายจ่ายในการบริโภคจากภายนอก และนำส่วนที่เหลือ
 แลกเปลี่ยนกันภายในชุมชนโดยไม่มุ่งหวังเป็นกำไร แต่ต้องการเพียงแก้ปัญหาความยากจน
 และเรียนรู้ที่จะพึ่งพาตนเอง โดยการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนช่วงแรกไม่มีรูปแบบ ไม่เป็นนิติบุคคล
 ตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และไม่มีความต้องการแข่งขันทางการค้า แต่ต้องการผลิต
 เพื่อลดรายจ่ายในครัวเรือน และสามารถสร้างเศรษฐกิจชุมชนได้ ดังนั้นภาครัฐ จึงให้ความสำคัญ
 ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนมากขึ้น จากวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 ของประเทศไทย
 ธุรกิจส่งออกได้รับผลกระทบมีรายได้ลดลง สินค้าคงเหลือมากขึ้น กิจการต้องลดกำลังการผลิต

บางแห่งเกิดภาวะขาดทุน ลูกจ้างต้องออกจากงานเป็นจำนวนมาก แต่มีข้อสังเกตว่าปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจชุมชนน้อยมาก หรือบางแห่งไม่ได้รับผลกระทบเลย ชุมชนยังสามารถเติบโตต่อไปได้อย่างปกติ บนพื้นฐานทุนทางสังคม (ประไพ ศิวะสิทธิ์วิลาส. 2549 : 3) จึงอาจกล่าวได้ว่าเศรษฐกิจชุมชนเป็นฐานความมั่นคงและยั่งยืน จึงกลายมาเป็นเศรษฐกิจรากแก้วของสังคมไทย (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. 2548 : 35) จากความสำคัญดังกล่าว รัฐบาลได้นำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2550) จวบจนปัจจุบัน ซึ่งผลของการพัฒนาสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5.7 ต่อปี (พ.ศ. 2545-2548) และสามารถพัฒนาประเทศจากกลุ่มที่มีรายได้น้อย เป็นกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลางและมีลำดับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นอันดับที่ 20 จากจำนวน 192 ประเทศในโลก

ในปี พ.ศ. 2548 รัฐบาลออกพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 19 มกราคม 2548 เพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนประกอบธุรกิจขนาดเล็กแบบมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากร อันประกอบด้วยทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนทางปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ผสมผสานกับความรู้สากล (เสรี พงศ์พิศ. 2549 : 144) เพื่อพัฒนาศักยภาพคนในชุมชนด้านความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น ความร่วมมือ และการสร้างระบบชุมชนให้มั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม จิตใจ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีวิถีชีวิตที่พอเพียง ลดรายจ่ายและลดการพึ่งพาจากภายนอก เพื่อความอยู่รอด และการพึ่งพาตนเองได้ ไม่ใช่มุ่งการแสวงหากำไรสูงสุด ซึ่งมีหลายแห่งที่สามารถพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจนประสบความสำเร็จได้ อาทิเช่น ประเทศไทย กลุ่มน้ำตาลสดเค่นตาลจังหวัดตาก และกลุ่มทอผ้าบ้านไผ่งาม จังหวัดน่าน เป็นต้น (อารี วิบูลย์พงศ์และคณะ. 2549 : 151) ตำบลไม้เรียง อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช (เสรี พงศ์พิศ และคณะ. 2548 : 15) ประเทศญี่ปุ่น จังหวัดโออิตะ ได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่น มาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่หลากหลาย มีการจัดโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Village One Product : OVOP) เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและได้จำลองขนบธรรมเนียมและศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ในสถานที่ท่องเที่ยว และสามารถสร้างรายได้จำนวนมากศาล (รัตติกรณ์ จงวิศาล. 2550 : 64 ; เพชรินทร์ นุชนารถ. 2551 : 13) ถึงแม้ว่าแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงกับวิสาหกิจชุมชนจะไม่เหมือนกันทั้งหมด แต่หากพิจารณาองค์ประกอบ หลักการ วิธีการเดียวกัน และสามารถหนุนเสริมให้เกิดการพึ่งพาตนเองได้

3. องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนไว้ 7 ประการ ดังนี้

(กมลมาศ บุญจันทร์. 2551 : 6 ; สุพรรณณี ขอดเผื่อ. 2551 : 7-8 ; อูมาพร กาญจนตลอด. 2550 : 13-14 ; เสรี พงศ์พิศ. 2551 : 145-146 ; มนูญ สฤณี. 2553 : 9-10 ; นงนุช อิ่มเรือง. 2553 : 13)

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
2. ผลผลิตมาจากกระบวนการการเรียนรู้ในชุมชน
3. มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบมาจากภายในชุมชนของตนเอง
4. ริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรมเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
5. นำฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล
6. มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นระบบ
7. มีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมายอันดับแรกและสำคัญที่สุด

จากองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน กล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนมีความแตกต่างจากธุรกิจชุมชน คือ วิสาหกิจชุมชน เน้นความร่วมมือกันทำกิจกรรมเพื่อให้พึ่งตนเองได้ ในขณะที่ธุรกิจชุมชนเน้นที่การบริหารจัดการมุ่งสู่ตลาดและมุ่งกำไร มีเป้าหมายให้ “รวย” แต่วิสาหกิจชุมชนมีเป้าหมายให้ “รอด” ธุรกิจชุมชนมักจะดำเนินกิจกรรมเป็นเรื่อง ๆ ส่วนวิสาหกิจชุมชน เป็นระบบที่มีความหลากหลาย มีกิจกรรมเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน เสริมกันแบบบูรณาการ ธุรกิจชุมชนดำเนินการตามรูปแบบและมักใช้การเลียนแบบ ส่วนวิสาหกิจชุมชนมีความคิดสร้างสรรค์ ถ้าเปรียบเทียบธุรกิจชุมชนกับการทำการเกษตรก็คล้ายกับการปลูกพืชเชิงเดี่ยว ขณะที่วิสาหกิจชุมชนคล้ายกับการทำเกษตรผสมผสานหรือวนเกษตร คือ แทนที่จะทำ 2-3 อย่างก็ทำ 20-30 อย่าง (ดรณี สมิตะเกษตริน. 2552 : 9) ซึ่งสามารถเปรียบเทียบลักษณะความแตกต่างระหว่างวิสาหกิจชุมชนและธุรกิจชุมชน ได้ดังตาราง 2.1

ตาราง 2.1 เปรียบเทียบลักษณะความแตกต่างระหว่างวิสาหกิจชุมชนและธุรกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน	ธุรกิจชุมชน
1. ทำอย่างไรให้รอด	1. ทำอย่างไรให้รวย
2. มุ่งความพอเพียง	2. มุ่งกำไร
3. วัดที่ความสุข	3. วัดที่ตัวเลขเศรษฐกิจ
4. มุ่งเน้นชีวิตเป็นกรอบ	4. มุ่งเน้นการตลาด
5. ยึดวงจรชีวิตเป็นกรอบ	5. ยึดวงจรชีวิตเป็นกรอบ
6. กระบวนการสร้างสรรค์	6. กระบวนการแข่งขันทางธุรกิจ

ตาราง 2.1 (ต่อ)

วิสาหกิจชุมชน	ธุรกิจชุมชน
7. เน้นความร่วมมือแบบองค์กรร่วม	7. เน้นการเลียนแบบ และแยกส่วน
8. ใช้ทุนชุมชนเป็นหลัก	8. ใช้เงินและทรัพยากรเป็นหลัก
9. จุดมุ่งหมายความพอเพียง	9. จุดมุ่งหมายตลาดผู้บริโภค

4. ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

ปัจจุบันประเภทของวิสาหกิจชุมชนได้ปรับเปลี่ยนตามแนวคิดทฤษฎีใหม่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ รัชกาลที่ 9 ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้ (กมลทิพย์ ปัญญาสิทธิ์. 2555 : 6 ; ณรงค์ศักดิ์ ภู่อารัม. 2551 : 15 ; นันทน์ภัส พงศ์โกคินสถิต. 2550 : 22)

4.1 วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่มีการประกอบการ เพื่อให้เกิดผลผลิตมีเพียงพอที่จะนำไปกินไปใช้อย่างพออยู่พอกิน

4.2 วิสาหกิจชุมชนพัฒนา ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่มีการประกอบการเพื่อให้เกิดผลผลิตมีพอกินพอใช้ สามารถลดรายจ่ายและนำส่วนเหลือมาแบ่งปัน แลกเปลี่ยนหรือจำหน่ายให้เกิดรายได้เพิ่มนำไปสู่การกินดีของครอบครัวและชุมชน

4.3 วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่มีการประกอบการมุ่งสู่การเพิ่มรายได้ไปสู่การขยายการลงทุน ขยายกิจการ ขณะเดียวกันก็สามารถจัดสรรผลกำไร เพื่อสวัสดิการของชุมชนหรือกิจการสาธารณะประโยชน์ สร้างความมั่งมีศรีสุข ของครัวเรือน ชุมชนขยายไปถึงชุมชน ระหว่างชุมชน และนำไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

5. รูปแบบของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงสามารถพิจารณาารูปแบบวิสาหกิจชุมชนเป็น 2 แนวทาง ดังนี้ (ครุฑ สมิตะเกษตริน. 2552 : 1-22)

5.1. แนวทางการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน

5.1.1 ระดับครอบครัว หมายถึง การดำรงชีวิตที่มีการผลิตเพื่อการอุปโภคบริโภคภายในครอบครัว ลดรายจ่ายจากการซื้อจากตลาดภายนอก เป็นจุดเริ่มต้นของการแปรรูปการผลิตเพื่อการพึ่งพาตนเอง เช่น ปลูกผัก เลี้ยงสัตว์ การเพาะเห็ดฟาง การทอผ้า เป็นต้น

5.1.2 ระดับชุมชนและเครือข่าย หมายถึง การผลิตเพื่อการอุปโภคบริโภคภายในครอบครัวสามารถพึ่งพาตนเอง และมีส่วนเกินจำหน่ายแลกเปลี่ยนในระดับชุมชน หรือระดับเครือข่าย เช่น ผลิตข้าวกล้องใส่ถุง ทอผ้าเพื่อการจำหน่าย กลุ่มออมทรัพย์ กองทุนสวัสดิการ เป็นต้น

ในบางกรณีต้องซื้อวัตถุดิบหรือสินค้าจากภายนอก เพราะไม่สามารถทำได้โดยลำพัง ต้องพึ่งพาทรัพยากรระหว่างครอบครัวหรือระหว่างชุมชน สามารถลดภาระการซื้อของแพง และสามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้

5.1.3 ระดับธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการผลิตปริมาณมากเกินกว่าการอุปโภคบริโภค และสามารถผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานเป็นที่การยอมรับทั้งตลาดภายในและภายนอกชุมชน มีความสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดภายนอกและเครือข่ายได้

5.2. แนวทางกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน

5.2.1 การแปรรูปหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตของชุมชน เป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องจากการผลิตทางการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลผลิตทางการเกษตรขององค์กรชุมชนหรือเครือข่าย

5.2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องคั้นจากผลไม้พื้นบ้าน การแปรรูปพืชผักผลไม้ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

5.2.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองการพึ่งพาตนเองขององค์กรชุมชนและเครือข่ายขององค์กรชุมชน เช่น ปลูกอาหาร ยาสมุนไพร น้ำยาล้างจาน เป็นต้น

5.2.4 การพัฒนาระบบตลาด การบริการและสวัสดิการชุมชน เช่น ร้านค้าชุมชน ศูนย์สุขภาพชุมชน เป็นต้น

สรุปได้ว่า รูปแบบวิสาหกิจชุมชนเป็นการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนใน 2 แนวทาง คือ 1) แนวทางการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนมี 3 ระดับ ได้แก่ ระดับครอบครัว ระดับชุมชน และเครือข่าย และระดับธุรกิจ 2) แนวทางกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตภัณฑ์ของชุมชน ทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน การพึ่งพาตนเองขององค์กรชุมชน และเครือข่ายชุมชน และการพัฒนาระบบตลาด

6. ทุนของวิสาหกิจชุมชน

ทรัพยากรของชุมชนสามารถนำมาใช้เป็นทุนของวิสาหกิจชุมชนได้ ซึ่งประกอบด้วย ทุนทางการเงิน ทุนทางสังคมอันเกี่ยวข้องกับความรู้ ภูมิปัญญา ประเพณีสังคมวัฒนธรรม ความเป็นที่ป็นน้องกัน ความไว้วางใจกัน รวมทั้งทุนทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นที่ดิน น้ำ ป่า การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนมิได้ใช้ทุนทางการเงินเป็นหลัก แต่ใช้ทุนของสังคมร่วมด้วย เพื่อช่วยเสริมสร้างให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเข้มแข็งขึ้น แต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนก็ไม่ปฏิเสธเงินทุนจากภายนอก ทุนชุมชนมี 2 ประเภท ดังนี้ (ประไพ ศิวะสิริวิลาส. 2549 : 34 ; ครณ์ สมิตเกษตริน. 2552 : 1-35)

6.1 **ทุนทางการเงิน** เป็นทุนที่ใช้ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ซึ่งแหล่งเงินทุนได้จากการระดมเงินทุนจากสมาชิกภายในกลุ่ม การกู้ยืมจากกองทุนของชุมชน และสถาบันการเงิน ทุนทางการเงินเพื่อหมุนเวียนในการพัฒนาอาชีพ และนำมาจัดสวัสดิการแก่สมาชิก เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น และพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน เงินทุนภายในกลุ่มเป็นเงินทุนเริ่มต้นของการลงทุน โดยระดมทุนจากสมาชิก และระดมทุนจากภายนอก โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน

6.2 **ทุนทางสังคม** เป็นทุนที่อยู่ภายในชุมชน ซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 3 ด้าน ดังนี้

6.2.1 **ทุนมนุษย์** เป็นศักยภาพของคนในชุมชน ที่สามารถสร้างชุมชนเข้มแข็ง โดยคนในชุมชนมีศักยภาพที่หลากหลาย ทั้งด้านความรู้ ความสามารถ ไหวพริบ ความรับผิดชอบ เป็นบุคคลตัวอย่างที่มีคุณธรรม เสียสละเพื่อส่วนรวม คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว และไม่เอาเงินเป็นที่ตั้ง

6.2.2 **ทุนทางสถาบัน** เกี่ยวข้องกับสถาบันครอบครัว ศาสนา องค์กรชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กลุ่มคนเหล่านี้สามารถสนับสนุนและส่งเสริมการนำทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการผลิตและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนได้

6.2.3 **ทุนปัญญาและวัฒนธรรม** เป็นทุนที่เกิดจากภูมิปัญญา การเรียนรู้ร่วมกัน การปฏิบัติตามขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบสานกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ทำให้เกิดองค์ความรู้จากภายในและภายนอกชุมชนผสมผสานเป็นภูมิปัญญาและวิธีการจัดการ

ปัจจุบันสังคมโลกมักให้ความสำคัญกับทุนทางการเงินมากกว่าทุนทางสังคม แต่ความเป็นจริงแล้วทุนทางสังคมเป็นทุนที่ทำให้เกิดการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน และสร้างความเข้มแข็งได้ ซึ่งจุดแข็งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ ความหลากหลายทางชีวภาพ การมีภูมิปัญญาท้องถิ่น และการมีเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (พิทักษ์พงศ์ กิตติโสภณ. 2550 : 62-63) จากจุดแข็งที่กล่าวมาข้างต้นเป็นสิ่งที่จะทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีทุนด้านความร่วมมือ ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ส่งผลต่อการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืน

7. ตลาดของวิสาหกิจชุมชน

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงตลาดของวิสาหกิจชุมชนไว้ 3 ประการ ดังนี้ (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2548 : 21 ; ณรงค์ศักดิ์ ภู่อารัม. 2551 : 31 ; เสรี พงศ์พิศ. 2551 : 148)

7.1 **ตลาดพอเพียง** หมายถึง ตลาดท้องถิ่น ตลาดภายในชุมชน และระหว่างชุมชน หรือในเครือข่าย

7.2 **ตลาดผูกพัน** หมายถึง ตลาดที่มีการตกลงหรือเซ็นสัญญาซื้อขายระหว่างองค์กร หน่วยงานภายนอกชุมชน

7.3 ตลาดแข่งขัน หมายถึง ตลาดที่ต้องแข่งขันกับคนอื่นในระดับประเทศ และส่งออกต่างประเทศ

สรุปได้ว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีตลาดรองรับเริ่มจากตลาดภายในท้องถิ่นที่เรียกว่า ตลาดพอเพียง เมื่อมีการขยายกำลังการผลิตชุมชนจะนำผลผลิตสู่ตลาดผูกพัน และตลาดแข่งขัน

8. กระบวนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

จากการศึกษาและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้กำหนดกระบวนการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน 5 ขั้นตอน ดังนี้ (วิทยา เขียวรอด. 2552 : 3-16)

8.1 ค้นหาศักยภาพ บริบท ภูมิปัญญา ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน และวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้เรียนรู้ตนเอง ค้นหาจุดเด่นมาพัฒนาต่อยอด และจุดด้อยมาปรับปรุงแก้ไข โดยสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล การพัฒนาความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มประสบการณ์ เพื่อการเปลี่ยนแปลงจากบทเรียนที่ผ่านมา ทำให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในอนาคต

8.2 ศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อเปิดโลกทัศน์ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้เรียนรู้โลกภายนอก และกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะพัฒนาตนเองและวิสาหกิจชุมชนให้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเชื่อมโยงเครือข่าย เช่น การศึกษาดูงานแหล่งเรียนรู้/วิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จบริเวณใกล้เคียง ในด้านการบริหารจัดการ การผลิตและการตลาด การแลกเปลี่ยนและวิเคราะห์เปรียบเทียบ สักตงค์ความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ หรือมีการ ให้ศึกษาดูอย่างที่ดีจากของจริง

8.3 กำหนดแนวทางการพัฒนาและจัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีทิศทาง/เป้าหมายการพัฒนาที่ชัดเจน โดยนำข้อมูลที่ได้จากการจัดเวที ข้อมูลจากการสอบถาม/สัมภาษณ์ หรือข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและวิสาหกิจชุมชน มาวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือต่าง ๆ เช่น การใช้เทคนิค SWOT วิเคราะห์หาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนาและจัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในแต่ละด้าน

8.4 บูรณาการแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนเกิดการเรียนรู้ในการเชื่อมประสานกับเครือข่าย ภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการเชิญมาร่วมเวทีรับฟัง การนำเสนอแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อบจ. เทศบาล อบต.) หน่วยงานภาครัฐ เอกชน NGO สมาคม มูลนิธิ และเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ในการหนุนเสริมในส่วนที่วิสาหกิจชุมชนยังต้องการความช่วยเหลือ

เช่น ด้านวิชาการ (การให้คำแนะนำ การเป็นที่ปรึกษาหรือเป็นวิทยากรให้ความรู้ เทคโนโลยี ในเรื่องการผลิต การแปรรูป การบรรจุภัณฑ์ การรับรองมาตรฐาน การตลาด และการจัดทำบัญชี ด้านทุน (สนับสนุนเงินทุน จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ เพื่อปรับปรุงการผลิต/ผลิตภัณฑ์) เป็นต้น

8.5 การสรุปบทเรียนและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อนำสิ่งที่ได้ปฏิบัติการมาทบทวน แลกเปลี่ยน และสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ที่ได้จากการปฏิบัติการ ตลอดจนประเมินผล การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นแนวทางปรับปรุงพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

9. การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การดำเนินงานเพื่อให้ได้รับรู้ ศักยภาพและความสามารถของวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน โดยดำเนินการ ตั้งแต่ขั้นตอนการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินศักยภาพ วิสาหกิจชุมชน แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และหน่วยงานภายนอกที่สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน ดังนี้ (นพเกตุ ดวงหิรัญภักดี. 2551 : 7-9)

9.1 ขั้นตอนการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

9.1.1 การจัดทีมประเมินร่วมกับวิสาหกิจชุมชน คณะกรรมการ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด/กรุงเทพมหานคร แต่งตั้งทีมประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ระดับอำเภอ อำเภอละ 1 ทีม ประกอบด้วย เกษตรอำเภอ และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาคี ที่รับผิดชอบพื้นที่อำเภอ ได้แก่ พัฒนาชุมชน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เจ้าหน้าที่จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานอื่น ๆ ตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ มีหน้าที่ช่วยเหลือหรือดำเนินการร่วมกับวิสาหกิจชุมชนในการประเมินสรุปและรายงาน ผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่รับผิดชอบให้แก่คณะกรรมการส่งเสริม วิสาหกิจชุมชน รวมทั้งให้คำแนะนำเบื้องต้นแก่วิสาหกิจชุมชนนั้นๆ

9.1.2 การชี้แจงทำความเข้าใจแบบประเมิน จังหวัดจัดการประชุม เชิงปฏิบัติการเพื่อทำความเข้าใจแบบประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน วิธีการประเมินการผล แก่ทีมประเมินศักยภาพของอำเภอและทีมประเมินร่วมกันวางแผนออกประเมินในแต่ละอำเภอ

9.1.3 การดำเนินการประเมิน บุคคลเป้าหมายในการให้ข้อมูล ควรประกอบด้วย ผู้นำกรรมการ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน และผู้นำชุมชน ทำการประเมิน โดยใช้กระบวนการกลุ่ม (Focus Group) ณ ที่ทำการวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ และสรุปผล จากแบบประเมิน ภายหลังการประเมินให้ทีมประเมิน ทำการสรุปผลการประเมินในแต่ละประเด็น ของแต่ละวิสาหกิจชุมชนโดยมีข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ ดังนี้ ข้อมูลจากการประเมินศักยภาพ ใส่นิเวศารายสรุปผลการประเมิน เพื่อให้ทราบว่ามีประเด็นใดบ้างที่วิสาหกิจชุมชนดำเนินการ

อยู่ในระดับดี ปานกลางและต้องปรับปรุงซึ่งควรแจ้งให้วิสาหกิจชุมชนทราบ ประชุมร่วมกับวิสาหกิจชุมชน เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาโดยนำข้อมูลจากการประเมินศักยภาพ และข้อมูลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนมาพิจารณา เพื่อให้ทราบว่าประเด็นใดบ้างที่ควรพัฒนา ร่วมกับวิสาหกิจชุมชนพิจารณาว่าแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาได้ด้วยตนเอง แนวทางใดต้องการการส่งเสริมและสนับสนุน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดแผนการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

9.1.4 การสรุปศักยภาพโดยรวมของวิสาหกิจชุมชน ในแบบประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนไม่มีการกำหนดคะแนนในแต่ละประเด็น เนื่องจากวัตถุประสงค์สำคัญของการประเมิน เพื่อทราบข้อมูลศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในประเด็นกระบวนการดำเนินงาน และผลลัพธ์เพื่อการพัฒนาตนเองและกำหนดแนวทางพัฒนาของภาคีที่เกี่ยวข้อง มิใช่การประกวดแข่งขัน

ดังนั้น การสรุปผลจากแบบประเมินจะสามารถสรุปศักยภาพของแต่ละประเด็นในระดับดี ปานกลาง และต้องปรับปรุง การสรุปศักยภาพโดยรวมจะดำเนินการได้โดยนำข้อมูล จากตารางสรุปผลการประเมินมาแทนค่าด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ ระดับดีมีค่าเท่ากับ 3 คะแนน ระดับปานกลางมีค่าเท่ากับ 2 คะแนน และระดับต้องปรับปรุงมีค่าเท่ากับ 1 คะแนน จากนั้นหาค่าเฉลี่ยคะแนน โดยการรวมคะแนนทั้งหมดที่ได้หารด้วยจำนวนข้อคำถามที่ประเมินแล้วนำมาเปรียบเทียบกับช่วงคะแนนของแต่ละระดับการพัฒนา ดังนี้ (สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์, 2557 : 2)

ระดับดี	มีช่วงคะแนน	ระหว่าง 2.34 – 3.00 คะแนน
ระดับปานกลาง	มีช่วงคะแนน	ระหว่าง 1.67 – 2.33 คะแนน
ระดับต้องปรับปรุง	มีช่วงคะแนน	ระหว่าง 1.00 – 1.66 คะแนน

เมื่อทราบค่าวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ มีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับใด จากนั้นจึงรายงานศักยภาพโดยรวม และรายงานเพิ่มเติมด้วยว่ามีประเด็นใดบ้างที่วิสาหกิจชุมชนต้องปรับปรุง

9.2 เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน

ในการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกำหนดให้ใช้แบบประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เป็นเครื่องมือซึ่งได้จัดทำขึ้น โดยผู้แทนชุมชนและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานร่วมกับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ทั้งระดับตำบล อำเภอ และจังหวัดร่วมกันกำหนดเกณฑ์ประเมิน โดยผ่านความเห็นชอบของหน่วยงานภาคีที่ร่วมปฏิบัติงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ และได้รับความร่วมมือ ให้คำปรึกษาแนะนำในการนำเกณฑ์ประเมิน จัดทำเป็นแบบประเมิน จากสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ สถาบันส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัด ซึ่งการประเมิน

ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประเมินโดยผู้แทนชุมชน เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานร่วมวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่ระดับตำบล อำเภอ และจังหวัดร่วมกันใน 7 ด้าน ดังนี้ (สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์. 2558 : 5)

9.2.1 ด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน พิจารณาจากองค์ประกอบ ด้านผู้นำ โครงสร้าง กฎระเบียบ การเงินการบัญชี และสวัสดิการสมาชิกและชุมชน

9.2.2 ด้านการวางแผนดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน พิจารณาจาก องค์ประกอบการจัดทำแผน การชี้แจงแผน การปฏิบัติตามแผน และการนำปัญหาามาปรับปรุงแก้ไข

9.2.3 ด้านการบริหารตลาด พิจารณาจากองค์ประกอบกำหนดลูกค้า แหล่งจำหน่าย การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด

9.2.4 ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล พิจารณาจากองค์ประกอบ การแสวงหาความรู้ การจัดเก็บข้อมูล การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

9.2.5 ด้านการบริหารสมาชิก พิจารณาจากองค์ประกอบกำหนด เงื่อนไขการรับสมาชิก การพัฒนาสมาชิก การสร้างขวัญและกำลังใจ ความร่วมมือของสมาชิก ในกิจกรรมของกลุ่ม

9.2.6 ด้านจัดการสินค้าและบริการ พิจารณาจากองค์ประกอบขั้นตอน หรือกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ การปฏิบัติตามขั้นตอน และการควบคุมคุณภาพ

9.2.7 ด้านผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน พิจารณาจาก องค์ประกอบตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ ด้านประสิทธิภาพ ในการดำเนินงาน และด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

จากเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสามารถกำหนด ระดับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เป็น 3 ระดับ คือ 1) ระดับดี 2) ระดับปานกลาง และ 3) ระดับปรับปรุง ตามเกณฑ์ของกรมส่งเสริมการเกษตรเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต่อไป

9.3 แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การฟื้นฟูและพัฒนาระบบเศรษฐกิจ ของวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็ง สร้างแบบแผนทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับฐานราก ให้เป็นระบบเศรษฐกิจเล็กๆ เพื่อพัฒนาคนให้เป็นผู้ประกอบการ มีการวางแผนการประกอบการ บนฐานของผลผลิต ทรัพยากร ความรู้ ภูมิปัญญาของชุมชน และเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ หลายกิจกรรมให้อยู่ในกระบวนการเดียวกัน (วิทยา เขียวรอด. 2552 : 3-5) การพัฒนาวิสาหกิจ ชุมชนดังกล่าว ทำให้เศรษฐกิจมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 5.1 ในปี พ.ศ. 2549 เป็นร้อยละ 5.8 ในปี พ.ศ. 2553 ด้านผลิตภาพการผลิต มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2.4 ในปี พ.ศ. 2549

เป็นร้อยละ 5.1 ในปี พ.ศ. 2552 ทำให้เกิดภูมิคุ้มกันต่อวิกฤตเศรษฐกิจการเงินโลก และ วิกฤตการเมืองภายในประเทศได้ แต่มีข้อสังเกตว่าความสามารถในการพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจ กลับลดลง ดังจะเห็นได้จากสัดส่วน ของการออมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศลดลง อย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 32.8 ในปี พ.ศ. 2550 เป็นร้อยละ 29.6 ในปี พ.ศ. 2552 ถึงแม้ว่า ตัวเลขเศรษฐกิจจะเพิ่มขึ้น กล่าวได้ว่าการพัฒนาไม่ได้ทำให้การออมในประเทศมีเพียงพอ ต่อความต้องการลงทุนในประเทศ ธุรกิจยังต้องพึ่งพิงตลาดระหว่างประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. 2554 : 2) เนื่องจากการพัฒนามุ่งเน้นการแข่งขันทางการผลิตเพื่อการส่งออก ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติ ถูกใช้อย่างต่อเนื่องและมีปริมาณลดน้อยลง ไม่เพียงพอต่อการผลิต ต้องพึ่งพาพลังงาน จากต่างประเทศ ส่งผลให้ต้นทุนสินค้ามีราคาสูงขึ้น ส่วนในด้านการพัฒนาคนก็ยังไม่สามารถ เสริมสร้างทรัพยากรคนทางปัญญา ได้ จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสามารถสรุปได้ว่าประเทศไทย ยังประสบปัญหาหลายด้านทั้งปัญหาความยากจน ปัญหาสังคม และปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง (นพมาศ ชวชนุกูล. 2552 : 4) ทั้งนี้ ที่มีการส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ไม่อาจพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งได้ทุกกลุ่ม บางกลุ่มมีความสามารถในการดำเนินการได้ เป็นอย่างดีและมีการบริหารงบประมาณ ได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย แต่บางกลุ่มจัดตั้งแล้วดำรงอยู่ได้ ไม่นานก็ต้องยกเลิกไป จึงเป็นประเด็นที่น่าคิดอย่างยิ่งว่าเหตุใด บางกลุ่มจึงไม่ยั่งยืน ทั้งที่ภาครัฐ ให้การช่วยเหลือและแก้ปัญหาในหลายด้าน เช่น งบประมาณ การส่งเสริมความรู้ การเสริมสร้าง ทักษะอาชีพ การจัดตั้งโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge Base OTOP : KBO) เป็นต้น ซึ่งกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนา วิสาหกิจชุมชน 5 ด้าน (วิทย์ชา เจริญรอด. 2552 : 3-16) ดังนี้

9.3.1 ด้านการบริหารจัดการองค์กร ควรการบริหารองค์กรภายในองค์กร

ให้มีประสิทธิภาพ โดยมีการทบทวน/ปรับปรุงโครงสร้างองค์กร กฎระเบียบข้อบังคับ การจัดสรร ผลประโยชน์ การจัดระบบข้อมูล การจัดทำบัญชี เน้นการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม และให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการคิด ตัดสินใจ ทำ สามารถแสดงบทบาท ได้เต็มที่อย่างเสมอภาค มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีเป้าหมายและวิสัยทัศน์ร่วมกันในการดำเนินงานพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ในทิศทางเดียวกัน ร่วมกันทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจน มีการประชุม/เวที พบปะแลกเปลี่ยนและทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ มีการจัดโครงสร้างองค์กรอย่างชัดเจน เช่น ประธานกลุ่ม มีหน้าที่ในการบริหารจัดการดูแลความเรียบร้อยของกลุ่ม เป็นประธาน ในที่ประชุมและพัฒนาศักยภาพความสามารถของกลุ่ม รองประธานกลุ่ม มีหน้าที่ในการช่วยเหลือ ประธานในด้านการบริหารจัดการดูแลความเรียบร้อย เป็นประธานในการประชุม ในที่ประชุม

และพัฒนาศักยภาพความสามารถของกลุ่มในกรณีที่ประธานไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้
 เற்றுญติก มีหน้าที่เกี่ยวกับงานด้านงบประมาณการเงิน งานบัญชี และงานเบิกจ่ายเงินงบประมาณ
 ที่ใช้ภายในกลุ่ม เลขานุการ มีหน้าที่เกี่ยวกับการประสานการดำเนินงานต่าง ๆ ของกลุ่มงาน
 ด้านการจัดเอกสารหลักฐานในการดำเนินงานของกลุ่ม การจัดการประชุม และการบันทึก
 วาระการประชุมของกลุ่ม ปฏิคม มีหน้าที่ต้อนรับลูกค้าและผู้ให้ความสนใจผลิตภัณฑ์
 ที่มาติดต่อและนอกจากนี้ยังมีหน้าที่ในการให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่ผู้ที่สนใจ ฝ่ายตรวจสอบ
 มีหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพในด้านคุณภาพ สี ลวดลาย และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
 ส่วนของกรรมการมีหน้าที่ช่วยเหลืองานต่าง ๆ ภายในกลุ่ม ตามที่ประธานกลุ่มได้มอบหมายให้

9.3.2 ด้านการจัดการเงินทุน ควรจัดการเงินทุน โดยการระดมหุ้น/ทุน

จากแหล่งเงินทุนหลายแหล่ง เช่น ระดมทุนจากสมาชิก ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ
 จากหน่วยงาน การกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เงินทุนสะสมจากการออมของกลุ่ม ส่วนของค่าใช้จ่าย
 ในการดำเนินงาน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายจากการซื้อวัตถุดิบทางการผลิต ค่าจ้างแรงงาน ค่าเดินทาง
 ไปอบรมสัมมนา ดอกเบี้ยเงินกู้ และอื่น ๆ ตลอดจนการควบคุมการเงินด้วยการจดบันทึกบัญชี
 อย่างต่อเนื่อง

9.3.3 ด้านการจัดการการผลิต และผลิตภัณฑ์ ควรมีการวางแผนผลิต

คำนึงถึงความต้องการของตลาด ในด้านปริมาณ คุณภาพ และเวลา โดยการจัดทำแผน
 การดำเนินงานด้านการผลิต กำหนดเป้าหมายการผลิตและข้อตกลงร่วมกัน การปรับปรุง
 กระบวนการผลิต โดยการวิเคราะห์ข้อมูลการผลิตและปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อหาแนวทางปรับปรุง
 พัฒนาการผลิตให้ได้คุณภาพมาตรฐาน เพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการผลิต และเป็นมิตร
 กับสิ่งแวดล้อม เช่น การวิเคราะห์วัตถุดิบ/ปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิต ต้นทุนการผลิต
 เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ เช่น จัดทำแปลงเรียนรู้ ทดลอง/ทดสอบ สาธิต และการจัดการ
 ภายในและภายนอกชุมชน เพื่อมาปรับใช้ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในเรื่องการผลิต การตลาด
 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการแบ่งบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ตัวอย่าง
 กิจกรรมการพัฒนาการผลิต ได้แก่ ด้านวัตถุดิบ เช่น การวางแผนจัดหาวัตถุดิบในพื้นที่
 ตามฤดูกาล ในราคาที่เหมาะสม ด้านระบบการผลิต เช่น วางแผนการผลิตสอดคล้องกับความต้องการ
 ของตลาด พัฒนาการผลิตให้มีประสิทธิภาพ คุณภาพมาตรฐาน และรักษาสิ่งแวดล้อม
 ด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น รูปแบบความสวยงาม มีการคัดเกรด ด้านระบบควบคุมคุณภาพเพื่อขอรับรอง
 มาตรฐาน เช่น มาตรฐานอาหารและยา (อย.) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ด้านภูมิปัญญา เช่น
 มีเอกลักษณ์ ค้นหาผู้รู้/ปราชญ์ องค์ความรู้ จดสิทธิบัตร ด้านการเรียนรู้ เช่น การผลิต การประสาน
 เครือข่าย การจัดเวทีชุมชน และด้านเป้าหมาย เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพ การลดต้นทุนการผลิต

9.3.4 ด้านการจัดการการตลาด ควรมีการสำรวจข้อมูลการตลาด วิธีการตลาด ความต้องการของผู้บริโภค/ตลาด แนวโน้มความต้องการ คู่แข่ง และการทดสอบตลาด การขอรับรองคุณภาพมาตรฐาน การสร้างตราสินค้า การประชาสัมพันธ์การตลาด เชื่อมโยงเครือข่ายการตลาด การขยายตลาดและหาแหล่งจำหน่าย/ผู้แทนจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การตั้งราคาส่งเสริม การขาย การออกกร้านจำหน่ายสินค้าตามงานต่าง ๆ เช่น งาน OTOP ตลาดนัด และสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ตัวอย่างกิจกรรมด้านการพัฒนาด้านการตลาด ได้แก่

- 1) ด้านการวางแผน เช่น การเก็บและใช้ข้อมูลวางแผนการตลาดและพัฒนาด้านการตลาด
- 2) ด้านการเรียนรู้ เช่น การศึกษาดูงาน ด้านการตลาด 3) ด้านการสร้างเครือข่ายการตลาด เช่น การสร้างเครือข่าย ส่งเสริมการขาย ในตลาดชุมชน การบริการหลังการขาย ทำให้มีลูกค้าประจำ
- 4) ด้านการขยายช่องทางการตลาด เช่น สำรวจระบบโลจิสติกส์ สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า
- 5) ด้านการสำรวจการตลาด เช่น ทดสอบตลาด ความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์

9.3.5 ด้านการจัดการความรู้ ควรมีการจัดการความรู้ จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ค้นหาผู้รู้/ปราชญ์ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ศึกษาดูงานในเรื่องการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด และเข้ารับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดทำบัญชี การตลาด การแปรรูปผลิตภัณฑ์ เป็นต้น เพื่อนำความรู้ที่ได้มาปรับใช้และขยายผลแก่สมาชิก ได้ฝึกปฏิบัติ ทดลอง/ ทดสอบร่วมกันพัฒนา วิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ และพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ต่อไป การจัดการความรู้ และใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ภายในและภายนอกชุมชนเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน โดยมีการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ตัวอย่างกิจกรรมด้านการพัฒนา ด้านการจัดการความรู้ ได้แก่ 1) ด้านการทำกิจกรรมเกื้อกูลกัน เช่น เครือข่ายการผลิต วัตถุประสงค์ และตลาด 2) ด้านการจัดการเรียนรู้ เช่น การจัดเวที พบปะพูดคุย ศึกษาดูงานของกลุ่มและเครือข่าย 3) ด้านการอยู่ร่วมกัน เช่น มีกฎระเบียบข้อบังคับ ข้อตกลงร่วมของกลุ่มและเครือข่าย 4) ด้านการจัดทำฐานข้อมูล เช่น ประโยชน์ การจัดเก็บข้อมูล ทะเบียนกลุ่มและเครือข่าย และ 5) ด้านการจัดโครงสร้างองค์กร บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ สมาชิกและเครือข่าย

นอกจากนั้น เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการดำเนินงานที่ประโยชน์ในการพัฒนา วิสาหกิจชุมชนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังเช่น ผลการวิจัยการพัฒนาหลักสูตรการจัดการ เพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน จากการสอบถามข้อมูลกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้บริหาร วิสาหกิจชุมชนใน 7 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ ภูเก็ต ตรัง สตูล นครศรีธรรมราช พัทลุง ปัตตานี และสงขลา พบว่า การพัฒนาค่านองค์ความรู้ ในการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน สมาชิกของกลุ่ม มีความรู้ที่ตีมาก โดยเฉพาะด้านการจัดการองค์กร ซึ่งมีมากกว่าด้านการจัดการตลาด การจัดการ ผลิต และการเงิน การบัญชี ส่วนความรู้ที่อยู่ในระดับน้อย คือ ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และด้านภาษี

แต่ขณะเดียวกันเมื่อสอบถามความชำนาญและประสบการณ์ของวิสาหกิจชุมชน OTOP สมาชิกส่วนใหญ่มีความชำนาญด้านการผลิตสูงกว่าด้านอื่นๆ สำหรับปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวข้องกับกรอบมวิสาหกิจชุมชน การขาดเงินสนับสนุนด้านการฝึกอบรม และสมาชิกในกลุ่มไม่มีเวลาอบรม

9.4 ปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินการให้ประสบความสำเร็จ (วิชา เศรษฐกิจ, 2552 : 3-10) ดังนี้

9.4.1 สมาชิกมีส่วนร่วมในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน มีความร่วมมือ กระตือรือร้น ใฝ่รู้ที่จะพัฒนาตนเอง เพื่อสร้างพลังกลุ่มในการขับเคลื่อนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนได้เร็วขึ้น

9.4.2 ผู้นำ มีความเข้มแข็ง เสียสละ ซื่อสัตย์ สามารถเป็นแกนนำในการริเริ่มสร้างสรรค์การพัฒนา และเป็นศูนย์รวมความศรัทธาของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนและชุมชน เพื่อให้เกิดการยอมรับและปฏิบัติตามได้ง่าย

9.4.3 ทำเลที่ตั้งที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ สถานที่ตั้งวิสาหกิจชุมชน มีการคมนาคมสะดวก ใกล้ตลาดและแหล่งท่องเที่ยว สามารถจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น มีการกระจายรายได้ในชุมชน ทำให้ชุมชนเห็นประโยชน์ร่วมกัน

9.4.4 เป็นแหล่งเรียนรู้ศึกษาดูงาน/การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างภายในและภายนอกชุมชนเกิดองค์ความรู้ และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ขยายผลได้มากขึ้น

9.4.5 หน่วยงานภาคีเข้ามามีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนตามศักยภาพและความต้องการของวิสาหกิจชุมชน ช่วยให้การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนขับเคลื่อนได้เร็วขึ้น

9.4.6 มีแหล่งวัตถุดิบซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในผลิตสินค้า ทำให้ลดการพึ่งพาจากปัจจัยภายนอก และลดความเสี่ยงในเรื่องราคาและการขาดแคลนในบางช่วง

9.4.7 มีการบูรณาการ โครงการ ช่วยเอื้ออำนวยความสะดวกในการทำงานในพื้นที่ ลดการซ้ำซ้อนในการทำงานและมีเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน มุ่งผลสัมฤทธิ์ และแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด

9.4.8 การทำวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนรู้จักเรียนรู้ที่จะคิดวิเคราะห์ วางแผน ดำเนินงานได้ด้วยตนเอง รู้จักใช้ข้อมูลในการตัดสินใจอาศัย การมีส่วนร่วมและเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง

9.4.9 มีการประชาสัมพันธ์ ช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจทัศนคติที่ดี ทำให้ทุกฝ่ายอยากเข้ามามีส่วนร่วมกัน ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากเป็นบทบาทของทุกฝ่ายที่ต้องรับผิดชอบร่วมกัน

9.4.10 กล่าวโดยสรุปในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จ สมาชิกมีส่วนร่วม ผู้นำต้องเข้มแข็งเสียสละ มีทำเลที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชนเหมาะสม มีทรัพยากรในท้องถิ่น ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาศักยภาพและความต้องการของวิสาหกิจชุมชน มีการบูรณาการการทำงาน ประชาสัมพันธ์เพื่อการตอบสนองลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และสามารถพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน

9.5 หน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนของหน่วยงานภายนอกมี 3 ประการ คือ การกระจายอำนาจ ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วม และมุ่งเน้นประชาสังคม โดยให้อำนาจในการตัดสินใจแก่ชุมชน ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านบริหารจัดการทรัพยากรชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีกระบวนการส่งเสริมให้ประชาชนระดับท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนและการพัฒนารูปแบบ และกิจกรรม ร่วมคิด ร่วมแก้ปัญหา บนพื้นฐาน ความรัก ความเอื้ออาทรภายใต้ระบบการจัดการที่มีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย ซึ่งหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้

9.5.1 กรมส่งเสริมการเกษตร เป็นแกนกลางในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มีหน้าที่เป็นผู้ให้การรับรองสถานภาพของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย และเป็นสำนักเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในระดับพื้นที่ สำนักงานเกษตรจังหวัดมีหน้าที่ทำงาน ดังนี้ (ปิยะพงศ์ บุญส่ง. 2552 : 2-15)

- 1) หน้าที่ส่งเสริมตามบทบาทภารกิจของสำนักงานเกษตรจังหวัด
- 2) เป็นสำนักเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ทำหน้าที่ จัดประชุมคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด ให้ข้อมูลการจดทะเบียนของวิสาหกิจชุมชน วิเคราะห์และจำแนกประเภทวิสาหกิจชุมชน มีบทบาทหน้าที่ในการประสานงานเชื่อมโยงหน่วยงานและองค์กรต่างๆ เพื่อการส่งเสริมสนับสนุนเงินทุน การฝึกอบรมต่างๆ รวมถึงการแก้ไข กฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานหรือการส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชนภายในจังหวัด

อย่างเป็นระบบ เป็นผู้ผลักดันและส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายประเภทอาชีพเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูล ข่าวสารการประกอบอาชีพ การจัดหาปัจจัยการผลิตและวัตถุดิบ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เอื้ออาทรต่อกัน ติดตามความก้าวหน้า และประเมินผลการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนของหน่วยงานต่าง ๆ และสรุปผลเสนอคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดทราบ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดต่อไป

9.5.2 กรมการพัฒนาชุมชน มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

(รณเส ศิริวิชัยลำพันธ์, 2554 : 98 -99) 1) การพัฒนาเงินทุน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีทุนในการประกอบอาชีพ โดยเน้นการพัฒนากลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กิจกรรมเครือข่ายกลุ่มอาชีพ และครัวเรือนยากจน ส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนรวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ศูนย์สาธิตการตลาด ยุ้งฉาง ธนาคารข้าวขึ้น เพื่อพัฒนาคน ให้มีการฝึกการประหยัด การออม และเพื่อระดมทุนของท้องถิ่นไว้เป็นทุนหมุนเวียนในการพัฒนาอาชีพ การจัดสวัสดิการ พัฒนาไปสู่กลุ่มองค์กรการเงินชุมชน และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น โดยปลูกฝังคุณธรรม 5 ประการ คือ ความซื่อสัตย์ ความเสียสละ ความรับผิดชอบ ความเห็นอกเห็นใจกัน และความไว้วางใจกัน ตลอดจนสร้างคุณธรรมให้เกิดขึ้นในสมาชิกกลุ่ม และหมู่บ้าน 2) การพัฒนาการผลิต เพื่อให้ประชาชนในชนบทสามารถพัฒนาคุณภาพการผลิต และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพ และมาตรฐานทั้งด้านวัตถุดิบ การแปรรูป และการบรรจุภัณฑ์ โดยส่งเสริมและสนับสนุนอาชีพแก่กลุ่มอาชีพและองค์กรชุมชน เพื่อยกระดับรายได้ และพัฒนาคุณภาพชีวิต เช่น กลุ่มอาชีพเยาวชน กลุ่มอาชีพสตรี กลุ่มอาชีพทั่วไป และมีการถ่ายทอดเทคโนโลยี และการพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพ โดยการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ของกลุ่ม การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ 3) การพัฒนาการตลาด เพื่อให้ประชาชนในชนบทสามารถจำหน่ายสินค้าจากชุมชนได้มากขึ้น และซื้อสินค้าได้ในราคาถูก รวมทั้งสามารถประกอบการทางด้านธุรกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยส่งเสริมให้องค์กรชุมชนเป็นแกนหลักในการจัดกิจกรรมร้านค้าชุมชน ตลาดนัดชุมชน ร้านค้าริมทาง จัดเวทีชาวบ้าน ในบริเวณร้านค้าชุมชน/ตลาดนัดชุมชน เพื่อให้ความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านอาชีพซึ่งกันและกัน 4) การพัฒนาการบริหารจัดการ เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถจัดการโครงการ/กิจกรรมของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยส่งเสริมสนับสนุน การดำเนินงานจัดตั้ง และขยายการจัดตั้งเครือข่ายร้านค้าชุมชนในพื้นที่ 77 จังหวัด และมีลูกข่ายระดับจังหวัด มีการประชุมเครือข่ายร้านค้าชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ มีการรับซื้อผลผลิตของกลุ่มอาชีพ/ประชาชนกับภาคธุรกิจ 5) การจัดทำผังเครือข่ายขององค์กรชุมชน มีการจัดทำผังเครือข่ายขององค์กรชุมชนในพื้นที่ระดับจังหวัด อำเภอ และตำบล และเครือข่ายขององค์กรชุมชนเพื่อเป็นข้อมูลและเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูล ผังเครือข่ายขององค์กรชุมชนให้แพร่หลาย อีกทั้งได้จัดทำ ทำเนียบปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อใช้ประโยชน์ต่อไป

9.5.3 กรมส่งเสริมสหกรณ์ มีหน้าที่ในการสำรวจศักยภาพชุมชน แนะนำ

การจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชน ศึกษาวิเคราะห์โครงการ และเชื่อมโยงประสาน การเข้าหาแหล่งเงินทุน ส่งเสริมการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนระดับตำบล ช่วยเหลือแนะนำการบริหารจัดการ

วิสาหกิจชุมชน สนับสนุน ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายชุมชนและตลาด (สุมิตรา อภิชัย, 2549 : 13) ดังนี้

- 1) ด้านประสิทธิผล เกี่ยวข้องกับการสร้างค่านิยม การทำงานแบบมีส่วนร่วม สร้างสังคมอยู่เย็นเป็นสุขด้วยแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง มีการให้บริการแก่สมาชิกให้เกิดความพึงพอใจ
- 2) ด้านคุณภาพ สนับสนุนการให้บริการแก่สมาชิก การมีส่วนร่วมกับชุมชน และการดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าอย่างมีคุณภาพและเที่ยงธรรม ตามความต้องการของลูกค้า
- 3) ด้านประสิทธิภาพของการทำงาน ส่งเสริมให้บุคลากรให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการจัดการ สนับสนุนการดำเนินธุรกิจและการเชื่อมโยงเครือข่ายกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ รวมทั้งการจัดที่ดินเพื่อการครองชีพ สร้างความเข้มแข็งด้วยการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้
- 4) การพัฒนาองค์กร โดยใช้หลักธรรมาภิบาลมาพัฒนาบุคลากรของกรมส่งเสริมสหกรณ์ให้มีความสามารถ มีคุณธรรม จริยธรรมและมีความสุขในการปฏิบัติงาน

9.5.4 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นองค์กรหลักในการนำภูมิปัญญา นวัตกรรม องค์ความรู้ เพื่อการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมไทยให้มั่นคง และพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยมีกำหนดพันธกิจในการส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาอุตสาหกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และผู้ให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรม เพื่อให้มีสมรรถนะและขีดความสามารถในการประกอบการด้านนวัตกรรม องค์ความรู้ ภูมิปัญญาและธรรมาภิบาล

9.5.5 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สามารถขอรับการสนับสนุนเงินกู้แก่วิสาหกิจชุมชน โดยมีขั้นตอนขอรับการสนับสนุนของวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

- 1) มีสมาชิกเป็นเกษตรกร หรือบุคคลในครอบครัวเป็นเกษตรกร มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวนไม่น้อยกว่า 5 คน
- 2) สมาชิกมีการออมเงินกับกลุ่มหรือถือหุ้นร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ
- 3) มีความสามารถในการจัดการเกี่ยวกับการผลิต การตลาด การเงินและบัญชีดีพอสมควร
- 4) มีการรวมตัวประกอบกิจกรรมร่วมกัน และมีผลการดำเนินงานติดต่อกันมาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน กรณีน้อยกว่า 6 เดือน ให้เสนอธนาคารพิจารณาเป็นราย ๆ ไป

จำนวนเงินกู้ของวิสาหกิจชุมชนขึ้นอยู่กับความต้องการใช้เงินตามแผนงาน รายได้ความสามารถชำระหนี้ ประวัติการชำระหนี้ในครั้งก่อน ๆ และหลักประกันเงินกู้ใช้ข้อสังหาริมทรัพย์จำนองเป็นการประกันเงินกู้ได้ไม่เกิน 80 % ของวงเงินจำนอง กรณีใช้เงินฝากเป็นประกันเงินกู้ได้ไม่เกิน 100 % ของเงินฝาก และกรณีใช้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนไม่น้อยกว่า 5 คน ทำหนังสือรับรองผลิตภัณฑ์ร่วม เป็นประกันเงินกู้ได้ไม่เกินวิสาหกิจชุมชนละ 500,000 บาท

9.5.6 องค์การบริหารส่วนตำบล มีนโยบายในการสนับสนุนงบประมาณโดยปฏิบัติตามขั้นตอนขอรับการสนับสนุนของวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

- 1) จัดทำแผน/โครงการเสนอต่อคณะกรรมการองค์การบริหารส่วนตำบล
- 2) ถ้าเห็นชอบ จะนำเสนอต่อสภาองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อบรรจุเป็นงบประมาณรายจ่ายประจำปีหรืองบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติม
- 3) งบประมาณรายจ่ายประจำปี หรืองบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมขององค์การบริหารส่วนตำบล ที่ต้องจัดทำเป็นข้อบังคับเสนอต่อนายอำเภออนุมัติ

9.5.7 ตัวแทนภาครัฐ/ภาคเอกชนที่ให้การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ตัวแทนภาครัฐ/ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องมี 2 ประเภท

- 1) เจ้าหน้าที่ของภาครัฐ จะต้องศึกษาข้อมูลของพื้นที่นั้นๆ เพื่อให้คำแนะนำปรึกษา มีส่วนร่วมจัดทำแผนแม่บทชุมชน จัดเวทีชุมชน สร้างกระบวนการเรียนรู้
- 2) คณะกรรมการหมู่บ้าน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1. กรรมการหมู่บ้าน โดยตำแหน่งได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกสภาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำ/ผู้แทนกลุ่มองค์กรในหมู่บ้าน 2. กรรมการหมู่บ้าน โดยการเลือก ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 2-10 คน

จากข้อมูลที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปความหมายของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การรวมกลุ่มของคณะบุคคล เพื่อการดำเนินการผลิตสินค้าและบริการ บนพื้นฐานการจัดการทุนของชุมชน เพื่อลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ และการพึ่งพาตนเองในระดับครอบครัว ชุมชน เครือข่ายและธุรกิจ ทั้งที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลหรือไม่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลก็ได้ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนมีขนาดเล็กกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยพิจารณาจากจำนวนสมาชิก ถ้าจำนวนสมาชิกมีจำนวนมากกว่า 15 คนถือเป็นขนาดเล็ก ถ้าจำนวนสมาชิกตั้งแต่ 5 คนถึง 15 คนถือเป็นขนาดจ้อย โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งพาตนเอง ซึ่งประเภทวิสาหกิจชุมชนสามารถแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ พื้นฐาน พัฒนาและก้าวหน้า มีการจำหน่ายในตลาดพอเพียง ตลาดผูกพัน และตลาดแข่งขัน โดยกระบวนการดำเนินงานมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ค้นหาศักยภาพ 2) ศึกษาดูงาน 3) กำหนดแนวทาง การพัฒนา 4) บูรณาการ

ตามแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และ 5) สรุปรบทเรียนและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จากหน่วยสนับสนุนหลายฝ่าย ได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมพัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น

บริบทผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาบริบทผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย ขอบเขตประวัติความเป็นมาจังหวัดบุรีรัมย์ สภาพเศรษฐกิจ ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ประเภทของการผลิตผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ และศักยภาพการผลิตผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. 2558 : 1-50) และการศึกษาพหุกรณี 3 แห่ง ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของจังหวัดบุรีรัมย์

บุรีรัมย์เป็นเมืองแห่งความรื่นรมย์ตามความหมายของชื่อเมืองที่น่าอยู่สำหรับคนในท้องถิ่นและเป็นเมืองที่น่ามาเยือนสำหรับคนต่างถิ่น เมืองปราสาทหินในเขตจังหวัดบุรีรัมย์มากมีไปด้วย ปราสาทหินใหญ่น้อย อันหมายถึง ความรุ่งเรืองมาแต่อดีตหลักฐานทางวัฒนธรรมของเขมรโบราณ ซึ่งมีทั้งปราสาทอิฐ และปราสาทหิน เป็นจำนวนมากกว่า 60 แห่ง รวมทั้งได้พบแหล่งโบราณคดีที่สำคัญคือเตาเผา ภาชนะดินเผา และภาชนะดินเผาแบบที่เรียกว่าเครื่องถ้วยเขมร ซึ่งกำหนดอายุได้ประมาณพุทธศตวรรษที่ 15 ถึง 18 อยู่ทั่วไป หลังจากสมัยของวัฒนธรรมขอมหรือเขมรโบราณ แล้วหลักฐานทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดบุรีรัมย์ เริ่มมีขึ้นอีกครั้งตอนปลายสมัยกรุงศรีอยุธยา โดยปรากฏชื่อว่าเป็นเมืองขึ้นของเมืองนครราชสีมา และปรากฏชื่อต่อมาในสมัยกรุงธนบุรีถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ว่าบุรีรัมย์ มีฐานะเป็นเมือง ๆ หนึ่ง จนถึง พ.ศ.2476 ได้มีการจัดระเบียบราชการบริหารส่วนภูมิภาคใหม่ จึงได้ชื่อเป็นจังหวัดบุรีรัมย์มาจนถึงปัจจุบันนี้

ที่ตั้งและอาณาเขต จังหวัดบุรีรัมย์มีพื้นที่ รวมทั้งสิ้น 10,393.945 ตารางกิโลเมตร หรือ 6,451,178.125 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 6.11 ของพื้นที่ภาคและร้อยละ 2.01 ของประเทศ ประชากร (2549) จำนวน 1,533,985 คน ที่ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือระหว่างเส้นรุ้งที่ 15 องศาเหนือกับ 15 องศา 45 ลิปดาเหนือ เส้นแวงที่ 102 องศา 30 ลิปดา กับ 103 องศา 45 ลิปดา อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ฯโดยทางรถยนต์ประมาณ 410 กิโลเมตร ทางรถไฟประมาณ 376 กิโลเมตร และมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม สุรินทร์ ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดสระแก้ว ราชอาณาจักรกัมพูชาประชาธิปไตย ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดสุรินทร์ ทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดนครราชสีมา

คำขวัญประจำจังหวัดบุรีรัมย์ คือ “เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม” วิสัยทัศน์จังหวัดบุรีรัมย์ได้แก่ สังคมเกษตรที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีบ้านเมืองน่าอยู่ เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอม สำหรับพันธกิจ คือ สร้างรายได้ให้แก่ราษฎร โดยการพัฒนาอาชีพทางด้าน การเกษตร การยกระดับสินค้าชุมชน การส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว และการช่วยเหลือ และสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในการประกอบอาชีพ การศึกษา การสาธารณสุข การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและการรักษาความสงบเรียบร้อย เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของราษฎรให้ดีขึ้น

2. สภาพเศรษฐกิจ

2.1 ด้านเกษตรกรรม ประชากรในจังหวัดบุรีรัมย์ ประมาณร้อยละ 87

ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา ทำไร่ ทำสวน โดยพืชเศรษฐกิจ ที่ปลูกกันมาก ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง ปอ อ้อย หม่อน ยางพารา และผลไม้ต่าง ๆ เช่น มะม่วง ฝรั่ง มะขามหวาน ส้มโอ เป็นต้น จังหวัดบุรีรัมย์มีพื้นที่ปลูกข้าว ทั้งหมด 3,278,013 ไร่ ได้ผลผลิต รวม 976,475,495 กิโลกรัม คิดเป็น 319 กิโลกรัมต่อไร่ นอกจากนี้ยังประกอบอาชีพรองเลี้ยงสัตว์ ส่วนใหญ่เลี้ยงในครัวเรือน อาทิเช่น ไก่ สุกร กระบือ โค และ ห่าน สำหรับอาชีพประมง จังหวัดบุรีรัมย์มีการเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืดและกุ้งก้ามกราม เลี้ยงเฉพาะในบางพื้นที่ การเลี้ยงปลาน้ำจืด คิดเป็นปริมาณการเลี้ยง ในปี พ.ศ. 2541 จำนวน 13,183 ตัว

2.2 ด้านอุตสาหกรรม ในจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เช่น โรงสี

ข้าว ผลิตภัณฑ์แปรรูปไม้ โรงโม่หิน โรงงานสุรา โรงงานผลิต อาหารสำเร็จรูป โรงงานน้ำตาลทรายขาว โรงงานทำวิกผม และ โรงงานผลิตไหมพรม เป็นต้น จากข้อมูลในปี พ.ศ. 2541 พบว่า ในจังหวัดบุรีรัมย์ มีสถานประกอบการอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ จำนวน 289 แห่ง โดยมีรายได้ จากผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดบุรีรัมย์ ข้อมูล ปี พ.ศ. 2539 (ณ ราคาของปี พ.ศ. 2531) มูลค่า 31,797,870,000 บาท รายได้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับสาขาค้าส่ง และค้าปลีกมากที่สุดถึงร้อยละ 23.19 คิดเป็นมูลค่า 7,372,816,000 บาท รองลงมาเป็นสาขาเกษตรกรรมร้อยละ 23.18 คิดเป็นมูลค่า 7,362,838,000 บาท และสาขาบริการ ร้อยละ 13.71 คิดเป็นมูลค่า 4,358,290,000 บาท อัตรา การขยายตัวทางเศรษฐกิจ ร้อยละ 4.80 ในด้านการเงินการธนาคาร พบว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2541 เงินฝากธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดบุรีรัมย์ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ยอดเงินสูงสุดในปี พ.ศ. 2541 จำนวน 11,470 พันล้านบาท

3. การปกครอง

จังหวัดบุรีรัมย์มีเขตการปกครองเป็น 23 อำเภอ 189 ตำบล 2,212 หมู่บ้าน สำหรับอำเภอของจังหวัดบุรีรัมย์มีจำนวน 23 อำเภอ คือ 1) อำเภอเมืองบุรีรัมย์ 2) อำเภอคูเมือง

3) อำเภอนางรอง 4) อำเภอลำปลายมาศ 5) อำเภอสตึก 6) อำเภอพุทไธสง 7) อำเภอ
บ้านใหม่ไชยพจน์ 8) อำเภอนาโพธิ์ 9) อำเภอประโคนชัย 10) อำเภอกระสัง 11) อำเภอห้วยราช
12) อำเภอพลับพลาชัย 13) อำเภอบ้านกรวด 14) อำเภอละหานทราย 15) อำเภอหนองกี่ 16) อำเภอ
โนนดินแดง 17) อำเภอปะคำ 18) อำเภอโนนสุวรรณ 19) อำเภอเฉลิมพระเกียรติ 20) อำเภอ
หนองหงส์ 21) อำเภอชำนิ 22) อำเภอบ้านด่าน 23) อำเภอแคนดง

4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์

จังหวัดบุรีรัมย์ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ในปี พ.ศ.
2558 - 2561 มี 6 ด้าน ดังนี้

1. ด้านพัฒนาเป็นศูนย์กลางอารยธรรมขอม
2. ด้านพัฒนาสินค้าเกษตรปลอดภัย
3. ด้านพัฒนาใหม่พื้นบ้านสู่สากล
4. ด้านพัฒนาคุณภาพชีวิต
5. ด้านอนุรักษ์พัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ
6. ด้านพัฒนาการบริการภาครัฐและเอกชน

การพัฒนาใหม่พื้นบ้านสู่สากล ถือเป็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ที่จังหวัดบุรีรัมย์
ให้การส่งเสริมและสนับสนุนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในกิจกรรมหลายด้าน เช่น การส่งเสริมให้เป็น
หมู่บ้านผ้าไหม การส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐในการแต่งกายผ้าไหมดินแดงเพื่อเป็นเอกลักษณ์
ของจังหวัด การเดินแบบผ้าไหมในงานกาชาดประจำปีเพื่อสร้างกระแสความนิยม การจัดงาน
มหกรรมโอท็อปติดแอร์ และการเพิ่มแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในตลาดเซราะกราว
เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน เป็นต้น

5. ประเภทของการผลิตผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ เกิดจากภูมิปัญญา
ของคนในชุมชนที่ถ่ายทอดการทอผ้าไหมจนเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในแถบอีสานใต้
ปัจจุบันการพัฒนาลวดลายผ้าไหมได้รับการยอมรับมาตรฐาน ความสวยงาม เอกลักษณ์โดดเด่น
และมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของตลาดได้ เช่น ผ้าชิ้นดินแดง ลายลูกแก้ว
ซึ่งการผลิตผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ มี 7 ประเภท (สมบัติ ประจัญสานต์, 2546 : 13 – 15) ดังนี้

5.1 ผ้าขาม้า เป็นผ้าที่ทอด้วยไหมสีสลับกันเรื่อหูก (ไหมเส้นยืน)
ย้อมสีสลับกันเหมือนไหมที่ทอ

5.2 ผ้าโล่รง ชาวบ้านเรียกว่า “ผ้าตะโรง” เป็นผ้าสำหรับผู้ชายนุ่ง
เป็นผ้าไหมน้อย และต้องคัดพิเศษ โดยใช้ไหม 2 เส้น 2 สี เกลียวใส่กัน ซึ่งผ้านี้ใช้รับขวัญลูกเขย

5.3 ผ้าหางกระรอก ชาวบ้านเรียกว่า ผ้าควบ ทอเป็นผืนยาว 3.50 ถึง 4.00 เมตร นับเป็นผ้าที่มีคุณค่ามากที่สุด นิยมใช้ในงานพิธีบวชนาค โดยให้นาคใช้ถุง และงานศพ โดยใช้คลุมโลงศพ

5.4 ผ้าพื้นเมือง มีทั้งทอด้วยไหมดิบ และทอด้วยไหมน้อยย้อมสีต่างๆ ทั้งสีเคมีและสีธรรมชาติ

5.5 ผ้าสายลูกแก้ว ชาวบ้านเรียกว่า ผ้าเหยยม ส่วนใหญ่ทอเป็นสีขาว ลายดอก เป็นผ้าสำหรับผู้หญิงใช้น้ำกว้างประมาณ 60 เซนติเมตร เป็นผ้าที่ใช้คาดอกไปทำบุญ ที่วัด

5.6 ผ้าซิ่นก่วย เป็นผ้าซิ่นสำหรับผู้สูงอายุ เครื่องทอใช้ไหมสีสลับลายแดง เหลือง เขียว ฟ้า ขาว และมีลายเล็ก ๆ ใช้วัตถุดิบจากเศษไหมที่เหลือจากการทำผ้าชนิดอื่น ๆ ซึ่งปัจจุบันไม่ค่อยนิยมเท่าใดนัก

5.7 ผ้ามัดหมี่ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

5.7.1 มัดหมี่ธรรมดา นิยมทอเป็นผ้าซิ่น เน้นมีหัวซิ่นและตีนซิ่น ส่วนหัวซิ่นไม่เน้นลวดลาย แต่ตีนซิ่นมีลวดลายสวยงามเพื่อแสดงฝีมือ

5.7.2 มัดหมี่ตีนแดง หรือซิ่นหมี่รวด ถือเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอ นาโพธิ์ โดยหัวซิ่นและตีนซิ่นเป็นสีแดง ตรงกลางเป็นพื้นสีดำ

5.7.3 มัดหมี่ซิ่นซ้อ ชาวบ้านเรียกว่าซิ่นซ้น เป็นการทอมัดหมี่ ลายเล็ก ๆ สลับกับไหมสีหรือไหมควบ นิยมใช้ลายนกกน้อย ลายนาคน้อย ลายกิบปัก ลายโคมต่าง ๆ สำหรับการผลิตผ้าไหมในจังหวัดบุรีรัมย์มีทั้งการประกอบการแบบธุรกิจ เจ้าของคนเดียวและการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ศึกษาเฉพาะ การรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนเท่านั้น

6. ศักยภาพการผลิตผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

การผลิตผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ทำให้เกิดอาชีพที่เชื่อมโยงตั้งแต่ต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำ ได้แก่ การเพาะปลูก การเลี้ยงไหม การสาวไหม การทอผ้าไหม การขายไหม เป็นต้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปข้อมูลศักยภาพการผลิตผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2558 : 3) ดังนี้

6.1 การเพาะปลูก

6.1.1 พื้นที่ปลูกหม่อน จำนวน 7,820 ไร่ (ปี 2556) สภาพการปลูกอาศัย น้ำฝนร้อยละ 99 ของพื้นที่การเพาะปลูกทั้งหมดที่ส่งเสริมการเกษตรปลูก

6.1.2 เกษตรปลูกหม่อน จำนวน 11,968 ราย

6.1.3 ผลผลิตใบหม่อน คิดเป็นรายได้ จำนวน 25,400,000 บาท

กิโกลกรัมละ 3 บาท คิดเป็นรายได้ 76,200,000 บาท/ปี

6.1.4 ความสามารถในการผลิตและขยายพันธุ์หม่อน ประกอบด้วย
ชนิดชำถุงปีละ 10,000 ต้น ชนิดกิ่งปักชำ 180,000 ต้น คิดเป็นรายได้ 3,889,660 บาท/ปี

6.1.5 สามารถผลิตซาใบหม่อน คิดเป็นรายได้ จำนวน 3,000,000 บาท/ปี

6.1.6 คิดเป็นมูลค่ารายได้จากใบหม่อนและกิ่งชำ รวมทั้งสิ้น จำนวน
74,089,660 บาท/ปี

6.2 การเลี้ยงไหม

6.2.1 เกษตรกรเลี้ยงไหม จำนวน 11,968 ราย พันธุ์ไหมที่ส่งเสริม
ให้เลี้ยง ประกอบด้วย พันธุ์ไทยพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 85 ของจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมทั้งหมด
พันธุ์ไทยลูกผสม (ดอกบัว เหลืองไฟ โรจน์ เหลืองสุรินทร์) คิดเป็นร้อยละ 14.50 ของจำนวนเกษตรกร
ผู้เลี้ยงไหมทั้งหมด และพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ (รังขาว) คิดเป็นร้อยละ 0.50 ของจำนวนเกษตรกร
ผู้เลี้ยงไหมทั้งหมด (อ.หนองกี่ 20 ราย อ.หนองหงส์ 35 ราย อ.นาโพธิ์ 10 ราย)

6.2.2 ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์
พระบรมราชินีนาถบุรีรัมย์ ผลิตไข่ไหมให้บริการแก่เกษตรกรจังหวัดบุรีรัมย์ 48,000 แผ่น/ปี
ราคาแผ่นละ 10 บาท คิดเป็นร้อยละ 480,000 บาท (ตามแผนความต้องการของเกษตรกร ต้องการ
ปีละ 48,000 แผ่น/ปี แต่สามารถผลิตกันทำได้จริงปีละ 26,000 แผ่น/ปี โดยต้องประสานขอรับ
การสนับสนุนจากสำนักวิจัยและพัฒนาหม่อนไหมและกรมหม่อนไหมเป็นคราว ๆ เพื่อให้เพียงพอ
แก่ความต้องการของเกษตรกร)

6.2.3 มีเกษตรกรเลี้ยงไหมวัยอ่อนเพื่อการจำหน่าย จำนวน 10 ราย
ปริมาณไข่ไหมที่ใช้ในการเลี้ยง จำนวน 24,000 แผ่น/ปี ผลิตปีละ 14 รุ่น ราคาแผ่นละ 100 บาท
คิดเป็นรายได้ 2,400,000 บาท/ปี

6.2.4 เกษตรกรสามารถผลิตรังไหมสดได้ จำนวน 235,789 กก./ปี
ราคากิโกลกรัมละ 160 บาท คิดเป็นรายได้ 16,078,900 บาท/ปี

6.2.5 เกษตรกรมีผลผลิตดักแด้ไหม ปีละ 528,000 กก. ละ 100 บาท
คิดเป็นรายได้ 45,800,000 บาท/ปี

6.2.6 คิดเป็นมูลค่ารายได้จากการผลิตไข่ไหม ไหมวัยอ่อนและดักแด้
รวมทั้งจำนวน 53,660,800 บาท/ปี

6.3. การผลิตเส้นไหม

6.3.1 เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมส่วนใหญ่เลี้ยงไหมเพื่อผลิตเส้นไหมสาวมือตามมาตรฐาน มกษ 8000 -2555 เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการทอผ้าไหมคุณภาพ ตามมาตรฐานตรานกยูงพระราชทาน และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนปีละ 37,892 กก. (กก. ละ 1,600 บาท) คิดเป็นรายได้ 58,271,053 บาท/ปี

6.3.2 คิดเป็นมูลค่ารายได้จากเส้นไหมรวม จำนวน 58,271,053 บาท/ปี

6.4. การผลิตผ้าไหม

6.4.1 จำนวนกลุ่มทอผ้าไหมที่จดทะเบียนนิติบุคคลกับสำนักงานเกษตรจังหวัด จำนวน 144 กลุ่ม โดยผ่านการจดทะเบียนในปี พ.ศ. 2558

6.4.2 มูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไหมเฉลี่ยปีละ ไม่น้อย 200,000,000 บาท (ปี พ.ศ. 2555)

6.4.3 ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ มีเอกลักษณ์ มีความสวยงาม เป็นที่รู้จักและยอมรับมีคุณภาพได้รับมาตรฐานตรานกยูง และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเช่น ผ้าชิ้นดินแดง ผ้าลายหางกระรอกคู่ ผ้าลายหางกระรอกคู่ดินแดง และผ้าพื้นถิ่นอื่นๆ

6.4.4 มีภูมิปัญญาการผลิตผ้าไหมที่มีความชำนาญจำนวนมาก เช่น นางประคอง ประภาสจิติ นางสาวแสงเดือน ออม ไชสง นายกฤตพงษ์ เศรษฐดาวิทย์ นางสาวรุ่ง โทติรัมย์ นางแอ๊ด อนุธรรมย์ นางสมศรี อบอุ่น นางดอกไม้ พร ไชสง นางจรรุภา เนียนไชสง นางวันทนา เพ็ญวงศ์ และนางสำรวย ศรีมะเรือง เป็นต้น

6.4.5 มีภูมิปัญญาการออกแบบลายผ้าไหม การเขียนลายทองบนผืนผ้าไหม เช่น นางวิไลกร พรไชสง นางวรรณมา นาลาด เป็นต้น

6.5. การตลาด

6.5.1 มีการจัดเทศกาลผ้าไหมระดับจังหวัดเป็นประจำทุกปี ปีละ 1 ครั้ง ได้แก่ งานกาชาดและมหกรรมผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ประจำปี

6.5.2 มีการจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไหมในโอกาสต่าง ๆ โดยส่วนราชการและเครือข่าย OTOP เฉลี่ย 1 ครั้ง/เดือน เช่น โครงการชม ชิม ช้อป OTOP บุรีรัมย์ งานหมู่บ้าน OTOP เมืองโบราณในงานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง

6.5.3 มีการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์ไหมรองรับนักท่องเที่ยว โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยมีการขยายผลสู่หมู่บ้านใกล้เคียงเป็นชุมชนท่องเที่ยวไหม จำนวน 4 ชุมชน ได้แก่

1) ชุมชนบ้านหัวสะพาน ตำบลบ้านยาง อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 5 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 3 บ้านน้อย หมู่ที่ 5 บ้านหัวสะพาน หมู่ที่ 13 บ้านหัวสะพาน หมู่ที่ 14 บ้านหัวสะพาน, หมู่ 18 บ้านหัวสะพานใหม่ เริ่มพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวใหม่เมื่อปี พ.ศ. 2554

2) ชุมชนบ้านหนองตาไก่ อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 2 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 3 บ้านหนองตาไก่ และหมู่ที่ 4 บ้านหนองตาไคน้อย เริ่มพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวใหม่ เมื่อปี พ.ศ. 2555

3) ชุมชนสายขาว ตำบลลุดงเหล็ก อำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 4 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 3 บ้านโนนศิลา, หมู่ที่ 7 บ้านสำราญราษฎร์, หมู่ที่ 10 บ้านหนองเครือ และหมู่ที่ 16 บ้านโนนสำราญ เริ่มพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวใหม่ เมื่อปี พ.ศ. 2556

4) บ้านสวนนอก หมู่ที่ 2 ตำบลสวน อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ เริ่มพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวใหม่ เมื่อปี พ.ศ. 2556

5) มีโอกาสในการเปิดการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน เนื่องจากมีพื้นที่เชื่อมต่อและการเปิดจุดผ่อนปรนทางการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา เป็นต้น

6.6 การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาภูมิวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมจังหวัด

บุรีรัมย์

ดังนี้

6.6.1 โครงการส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในจังหวัดบุรีรัมย์ 6 โครงการ

- 1) โครงการศิลปาชีพอำเภอกระสัง รับผิดชอบ 20 ไร่ เกษตรกร 300 ราย
- 2) โครงการศิลปาชีพอำเภอละหานทราย รับผิดชอบ 25 ไร่ เกษตรกร 280 ราย
- 3) โครงการพัฒนาคุณภาพคุณภาพชีวิตประชาชนอำเภอนาโพธิ์ ตามแนวทางพระราชดำริสมเด็จพระเทพฯ รับผิดชอบ 37 ไร่ จำนวน 4 หมู่บ้าน
- 4) โครงการฟาร์มตัวอย่างตัวอย่างส่วนพระองค์บ้านกระเจา อำเภอกระสัง พื้นที่รับผิดชอบ 15 ไร่ (ด้านหม่อนไหม)
- 5) โครงการสายใยรักในพระองค์เจ้าศรีรัตน พระวรราชา พื้นที่รับผิดชอบ 1 หมู่บ้าน เกษตรกร 30 ราย

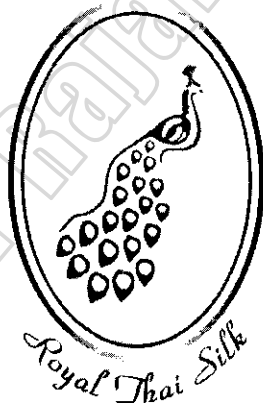
6) โครงการคลินิกเกษตร 4 ครั้ง/ปี

6.6.2 เครื่องข่ายกลุ่มทอผ้าไหมตามโครงการพระราชดำริจำนวน 1 เครื่องข่าย ประกอบด้วย กลุ่มทอผ้าไหมอำเภอนาโพธิ์ กลุ่มทอผ้าไหมพทุทโรตง กลุ่มทอผ้าไหมบ้านใหม่ไชยพจน์ กลุ่มทอผ้าไหมกระตัง กลุ่มทอผ้าไหมสะพานทราย และกลุ่มทอผ้าไหมโนนดินแดง

6.6.3 เครื่องข่ายผ้าไทย ผ้าไหมบุรีรัมย์ จำนวน 24 เครื่องข่าย ได้แก่ เครื่องข่ายผ้าไทย ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1 เครื่องข่าย เครื่องข่ายผ้าไทย ผ้าไหมระดับอำเภอ อีกจำนวน 23 เครื่องข่าย การพัฒนาหมอนไหมโครงการพระราชดำริ และ โครงการพิเศษ

6.6.4 เครื่องหมายรับรองคุณภาพเป็นสัญลักษณ์นกยูงไทย ของพระบรมราชินีนาถทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ที่พระราชทานเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยซึ่งมี 4 ประเภท ได้แก่

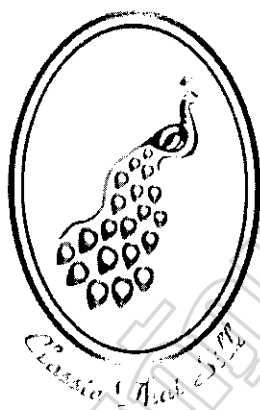
1) นกยูงสีทอง (Royal Thai Silk) เป็นผ้าไหมซึ่งผลิตจากวัตถุดิบเส้นไหม กระบวนการผลิตแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านดั้งเดิมของไทยอย่างแท้จริง และใช้เส้นไหมพันธุ์ไทยพื้นบ้านเป็นเส้นพุ่งและเส้นยืน เส้นไหมจะต้องสาวเส้นด้วยมือผ่านพงสาวลงภาชนะ การทอด้วยกี่ทอมือแบบพื้นบ้านชนิดพุ่งกระสวยด้วยมือ ย้อมด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และต้องผลิตในประเทศไทย ดังภาพประกอบ 2.2



ภาพประกอบ 2.2 ตรานกยูงพระราชทานสีทอง

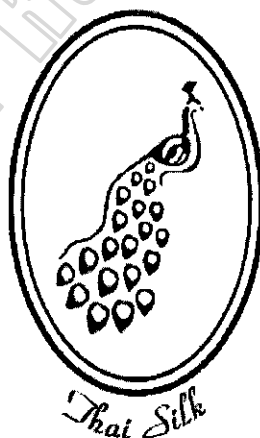
2) นกยูงสีเงิน (Classic Thai Silk) เป็นผ้าไหมซึ่งผลิตขึ้นแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านผสมผสานกับการประยุกต์ใช้เครื่องมือและกระบวนการผลิตในบางขั้นตอน ใช้เส้นไหมพันธุ์ไทยพื้นบ้านหรือที่ได้รับการปรับปรุงจากพันธุ์ไทยเป็นเส้นพุ่งหรือเส้นยืน เส้นไหม

ต้องผ่านการสาวด้วยมือ หรืออุปกรณ์ที่ใช้มอเตอร์ขับเคลื่อนขนาดไม่เกิน 5 แรงม้า มีการทอมือ ชนิดพุ่งกระสวยด้วยมือหรือที่กระตุก และต้องทำการผลิตในประเทศไทย ดังภาพประกอบ 2.3



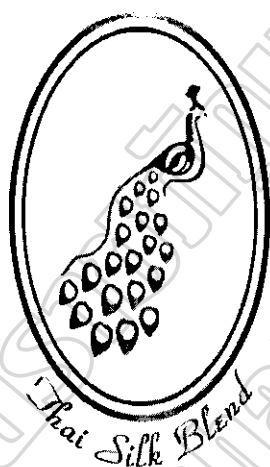
ภาพประกอบ 2.3 ตรานกยูงพระราชทานสีเงิน

3) นกยูงสีน้ำเงิน (Thai Silk) เป็นผ้าไหมซึ่งผลิตด้วยภูมิปัญญาของไทย โดยการประยุกต์เทคโนโลยีการผลิตให้เข้าสมัยนิยมและทางธุรกิจ ใช้เส้นไหมแท้เป็นเส้นพุ่ง และเส้นยืน ย้อมสีด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ทอด้วยกี่แบบใดก็ได้ และต้องผลิตในประเทศไทย ดังภาพประกอบ 2.4



ภาพประกอบ 2.4 ตรานกยูงพระราชทานสีน้ำเงิน

4) นกยูงสีเขี้ยว (Thai Silk Blend) เป็นผ้าไหมซึ่งผ่านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ผสมผสานกับภูมิปัญญาไทย เช่น ลวดลาย สี สัน ใช้เส้นใยแท้และเส้นใยอื่นที่มาจากวัสดุธรรมชาติ หรือเส้นใยสังเคราะห์ต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน หรือตามความต้องการของผู้บริโภค เส้นไหมแท้เป็นองค์ประกอบหลัก มีเส้นใยอื่นเป็นองค์ประกอบรอง ตัดส่วนการใช้เส้นใยชนิดอื่นประกอบต้องระบุให้ชัดเจน ทอด้วยกี่ชนิดใดก็ได้ ย้อมสีด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและต้องผลิตในประเทศไทย ดังภาพประกอบ 2.5



ภาพประกอบ 2.5 ตรา นกยูงพระราชทานสีเขี้ยว

8. รายชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ที่ได้รับขึ้นทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน ในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 144 กลุ่ม แต่ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 72 กลุ่ม ดังมีรายละเอียดของกลุ่ม ดังตาราง 2.2

ตาราง 2.2 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ตาราง 2.2 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่ม

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
1. อำเภอเมือง	1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านโนนศิลา 60 หมู่ 3 ตำบล ถลุงเหล็ก	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น 3. ปลุกหมอนเลี้ยงไหม
	2. กลุ่มทอผ้าไหมบ้านเสม็ดราษฎร์ 54 หมู่ 8 ตำบลถลุงเหล็ก	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	3. วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรกลันทา 54 หมู่ 2 ตำบลกลันทา	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	4. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร หนองทรายน้อย 222 หมู่ 10 ตำบลชุมเห็ด	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง เป็นต้น

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
	5. กลุ่มเกษตรกรหนองไทรงาม 198 หมู่ 21 ตำบลชุมเห็ด	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	6. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทอผ้าบ้านหนองเพชร 104 ตำบลบัวทอง	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	7. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองเหล็ก 119 หมู่ 9 ตำบล ถลุงเหล็ก	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
2. ภูเมือง	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโนนสูง 2 หมู่ 1 ตำบลบ้านแพ	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
3. ห้วยราช	1. กลุ่มทอผ้าไหมพื้นเมือง 5 หมู่ 2 ตำบล สนวน	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ปลุกหม่อนเลี้ยงไหม
	2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรสวายเจริญ หมู่ 10 ตำบล ห้วยราช	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น 3. ปลุกหม่อนเลี้ยงไหม
	3. วิสาหกิจชุมชนบ้านโคกขมิ้น 57 หมู่ 8 ตำบล โลกเหล็ก	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น 3. ปลุกหม่อนเลี้ยงไหม
4. กระสัง	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกะน็อบ หมู่ 2 ตำบล กันทรารมย์	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
	2. กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านกระโดน-ไม้แดง 14 หมู่ 9 ตำบล ชุมแสง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	3. กลุ่มทอผ้าบ้านชุมแสง 75 หมู่ 1 ตำบล ชุมแสง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	4. กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านไม้แดง 114/1 หมู่ 3 ตำบล ชุมเห็ด	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	5. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกบอ๊ก 60 หมู่ 11 ตำบลชุมแสง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	6. กลุ่มทอผ้าบ้านหนองหัววัว 75 หมู่ 12 ตำบล ชุมแสง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	7. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกะนัง 32 หมู่ 4 ตำบล บ้านปรือ	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	8. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านหนองน้ำขุ่น 75/1 หมู่ 3 ตำบล ศรีภูมิ	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
	9. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้านหนองม่วง ตำบลสูงเนิน	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
4. กระสัง	10. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านคันธุ์ 14/1 หมู่ 6 ตำบลเมืองไผ่	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	11. กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองซอน 62 หมู่ 7 ตำบลกันทรารมย์	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
5. นางรอง	1. กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองตาไถ่น้อย 99 หมู่ 4 ตำบล หนองกง	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้านหนองตาเข้ม 11 หมู่ 1 ตำบล นางรอง	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
6. โนนสุวรรณ	1. กลุ่มสตรีแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 51 หมู่ 14 ตำบลทุ่งจันทน์	1. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
7. ประโคนชัย	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มพัฒนาสตรีทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง 65/1 หมู่ 15 ตำบลจรเข้มาก	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	2. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมบ้านฉันทพล 170 หมู่ 5 ตำบลโคกม้า	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	3. กลุ่มเลี้ยงไหม (กลุ่มทอผ้าไหมโพธิ์ไทร หมู่ 7) 165 หมู่ 5 ตำบลละเวียง	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	4. วิสาหกิจชุมชนผลิตผ้าไหมบ้านโนนสว่าง 73 หมู่ 5 ตำบลเขาคอก	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
8. สตึก	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านหนองแม่เมด 88/2 หมู่ 10 ตำบลร่อนทอง	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
9. ลำปลายมาศ	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าจิดบ้านผักกาดหญ้า 50 หมู่ 4 ตำบลลำปลายมาศ	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	2. วิสาหกิจชุมชนพัฒนาไหมไทยบ้านยาง 147 หมู่ 1 ตำบลบ้านยาง	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
10. หนองหงส์	1. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมนายาว- นาอุดม 24 หมู่ 10 ตำบลเสาดิษฐ์	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
	2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอผ้าไหม บ้านหนองม่วง 99 หมู่ 7 ตำบลเมืองฝ้าย	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าวูง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	3. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอผ้าไหม บ้านหนองกก 112 หมู่ 9 ตำบลเสาเดียว	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าวูง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
11.หนองกี่	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม 38/1 หมู่ 1 ตำบลโคกสูง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าวูง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้า บ้านโคกสะอาด 14 หมู่ 15 ตำบลคอนอระวาง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าวูง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
12. ละหานทราย	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหม่อนไหม ราษฎร์รักแดน 670 หมู่ 9 ตำบล หนองแวง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าวูง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหม แทนทัพไทย 4 หมู่ 10 ตำบล หนองแวง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าวูง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
13.บ้านกรวด	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าหนองไม้งาม ใหม่ 2 เลขที่ 32 หมู่ 9	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าวูง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
	2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ สายตะกู 19 หมู่ 3 ตำบล สายตะกู	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	3. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม 64 หมู่ 9 ตำบล โนนเจริญ	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	4. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมสีธรรมชาติ 238 หมู่ 15 ตำบล บ้านกรวด	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
14. นาโพธิ์	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านโนนตะคร้อ 19 หมู่ 12 ตำบลบ้านคู	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
	2. วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกร บ้านโคกกุง หมู่ 2 32/2 หมู่ 7 ตำบล คอนกอก	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	3. วิสาหกิจชุมชนปลูกหม่อนเลี้ยงไหม บ้านโนนสะอาด 40 หมู่ 13 ตำบล บ้านคู	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	4. วิสาหกิจชุมชนผ้าคลุมไหล่มัดหมี่สี่ตะกอก หมู่ 6 หนองหว้าน้อย 48/1 ตำบลนาโพธิ์	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	5. ทอผ้าไหมบ้านหนองหว้า หมู่ 10 1/3 หมู่ 11 ตำบล นาโพธิ์	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง เป็นต้น

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
	6. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมบ้าน โลกสะแทน หมู่ 10 81 หมู่ 10 ตำบล คอนกอก	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	7. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมบ้านหนองโก 64/1 หมู่ 6 ตำบล คอนกอก	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	8. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม 4 หมู่ 2 ตำบลบ้านดู่	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	9. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมบ้านคอกวัว 28 หมู่ 5 ตำบลนาโพธิ์	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง เป็นต้น

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
	10. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม ชุมชนนาโพธิ์ หมู่ 1 270/1 ตำบลนาโพธิ์	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าวูง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื้อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	11. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม (ผ้าสไบ ลายประยุกต์) บ้านหนองโก 158 หมู่ 12 ตำบล นาโพธิ์	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าวูง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื้อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	12. วิสาหกิจชุมชนผ้าไหมสวย หมู่ 4 บ้านขมิ้น 35 หมู่ 4 ตำบลนาโพธิ์	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าวูง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	13. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมบ้านหนองหว้า หมู่ 10 219/1 หมู่ 10 ตำบล นาโพธิ์	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าวูง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื้อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
15. พุทราไสย	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม บ้านหายโศก 7 หมู่ 2 ตำบลหายโศก	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื้อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น 3. ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม
	2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านสระแก้ว 57 หมู่ 6 ตำบลบ้านเป้า	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื้อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น 3. ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม
	3. กลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและทอผ้าไหม 61 หมู่ 3 ตำบล บ้านยาง	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื้อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น 3. ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
	4. กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหัวสะพาน 4 หมู่ 13 ตำบลบ้านยาง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื้อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น 3. ปลุกหม่อนเลี้ยงไหม
	5. วิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านส้มกบ 72 หมู่ 7 ตำบลมะเพือง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื้อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น 3. ปลุกหม่อนเลี้ยงไหม
16. พลับพลาชัย	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม ตำบลจันดุม 301 หมู่ 13 ตำบล จันดุม	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	2. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านน้อย 148 หมู่ 10 ตำบลจันดุม	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
17. โนนดินแดง	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม-ผ้าฝ้าย พื้นเมืองบ้านโนนดินแดง 569 หมู่ 4 ตำบล โนนดินแดง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
	2. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม หมู่ 3 สัมปอຍ 97 หมู่ 3 ตำบลสัมปอຍ	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื้อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
18. เถลิม พระเกียรติ	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้า ไหม-ฝ้าย 78 หมู่ 14 ตำบลเจริญสุข	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	2. วิสาหกิจชุมชนถาวรเกษตรไหมไทย 13 หมู่ 1 ตำบลถาวร	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	3. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอผ้าไหม-ฝ้าย 35 หมู่ 1 ตำบลเจริญสุข	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
19. บ้านด่าน	1. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านโคกวัด 82/2 หมู่ 4 ตำบลบ้านด่าน	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
20. บ้านใหม่ ไชยพนธ์	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกจิก 95 หมู่ 1 ตำบลหนองเยือง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
		2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื้อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
21. ปะคำ	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม บ้านหนองเสม็ด 67 หมู่ 7 ตำบลไทยเจริญ	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าวู้ง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมทางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
22. แคนดง	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอผ้าไหม บ้านโนนเขวา 61 หมู่ 8 ตำบลหัวฝาย	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าวู้ง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมทางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื้อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น

8. การศึกษาพหุกรณี

จากศึกษาพหุกรณี ผู้วิจัยได้ศึกษาบริบทชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วยบริบททั่วไป และสภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจที่มีศักยภาพแตกต่างกัน 3 ระดับโดยเลือกเฉพาะเจาะจง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มระดับดี คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง อำเภอกระสัง กลุ่มระดับปานกลาง คือ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหัวสะพาน อำเภอพุทไธสง กลุ่มระดับปรับปรุง คือ กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองซอน อำเภอกระสัง สามารถสรุป ดังนี้

8.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง

8.1.1 บริบททั่วไป ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 37/1 หมู่ 3 บ้านโคกสูง ตำบลศรีภูมิ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ คนในชุมชน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนามีรายได้เล็กน้อย และระดับการศึกษาต่ำ นอกจากอาชีพหลักทำนาแล้ว คนในชุมชนยังมีอาชีพเสริมอื่นๆ เช่น การปลูกพืชผัก เลี้ยงสัตว์ การทอผ้า เป็นต้น สำหรับการทอผ้าสมาชิกมีรายได้โดยประมาณเดือนละ 10,000 - 20,000 บาท/เดือน การก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เริ่มจากการรวมกลุ่มแม่บ้านอาวุโสที่มีภูมิปัญญาการทอผ้าจากบรรพบุรุษเพื่อสร้างอาชีพเสริมจากเวลาว่างหลังฤดูทำนา โดยก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2537 มีสมาชิกจำนวน 10 คนลงทุนในหุ้นๆ ละ 10 บาท และมีค่าธรรมเนียมแรกเข้า 20 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 1,200 บาทปัจจุบันมีจำนวนสมาชิก 23 คน

และมีประธานกลุ่มชื่อนางสงวน มีโชค อายุ 64 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 4 การดำเนินการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับการช่วยเหลือจากนายชอบ ผลเจริญ กำนันประจำตำบล เป็นผู้ประสานงานกับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนมีหลายฝ่าย เช่น

- 1) องค์การบริหารส่วนตำบลศรีภูมิเพื่อขอรับเงินทุนสนับสนุนแบบให้เปล่าจำนวน 20,000 บาท (สองหมื่นบาทถ้วน) โดยนำมาจัดซื้อเครื่องมืออุปกรณ์ในการทอผ้าให้แก่สมาชิก 2) ศูนย์หม่อนไหมจังหวัดบุรีรัมย์ให้การอบรมความรู้เกี่ยวกับการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม
- 3) มหาวิทยาลัยขอนแก่น และศูนย์ปมเพาะมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ให้การอบรมด้านการข้อมสี การออกแบบผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 4) สำนักงานการเกษตรและสหกรณ์ สนับสนุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์การทอผ้าประเภทกี่เหล็ก จำนวน 2 หลัง 5) ศูนย์ศิลปาชีพ ตำบลลาดวน อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ให้การสนับสนุนกี่กระตุกจำนวน 4 หลัง

จากการสนับสนุนในหลายด้านทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูงมีทักษะการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาดของพระราชทานได้ ซึ่งเป็นตราที่ประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการสนับสนุนของสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถฯ 6) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์เป็นหน่วยงานจัดกิจกรรมการตลาด เช่น อิมแพ็คเมืองทองธานี ตลาด OTOP ติดแอร์ระดับจังหวัด เป็นต้น (นางสงวน มีโชค ตำแหน่งประธานกลุ่ม 18 เมษายน 2558)

8.1.2 สภาพการดำเนินงาน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง พิจารณา

จากขอบเขตงาน 6 ด้านได้แก่

- 1) ด้านการบริหารองค์การ มีการวางแผนตามโครงสร้างหน้าที่ ความรับผิดชอบ ซึ่งประกอบด้วย 1) ตำแหน่งประธานกลุ่ม นางสงวน มีโชค มีหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยในการบริหารจัดการกลุ่ม เป็นประธานในการประชุม พัฒนาศักยภาพของกลุ่ม ตลอดจนเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพสูง 2) ตำแหน่งรองประธาน นางสาวจริรัช และนางลิน สุขสำราญ จำนวน 2 คนเป็นรองประธาน มีหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยในการบริหารจัดการกลุ่มแทนประธาน 3) ตำแหน่งเหรัญญิก ชื่อ นางประนอม กำลัรัมย์ มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการเงิน เกี่ยวกับการรับ-จ่ายงบประมาณของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4) ตำแหน่งเลขานุการ ชื่อ นางโสภิต เสียมราช มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการประสานการดำเนินการต่างๆ การจัดเอกสารหลักฐานการดำเนินงาน ตลอดจนการบันทึกบัญชีการรับ-จ่ายทางการเงิน และ 5) ตำแหน่งกรรมการซึ่งมีหน้าที่ช่วยเหลืองานต่างๆ ภายในกลุ่มที่ประธานกลุ่มมอบหมายให้ ด้านการนำ ประธานกลุ่มมีความสามารถในการจัดจำหน่ายเป็นอย่างดี และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้นำสตรีดีเด่นประจำจังหวัดบุรีรัมย์ (พ.ศ.2554) และสมาชิกทุกคนมีภูมิปัญญาการทอผ้ามาเป็นอย่างดี ความสำเร็จของการดำเนินงาน คือ ใบริบรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน เกียรติบัตร

และโล่รางวัล เช่น รางวัลชนะเลิศประเภทผ้าไหมพื้นเรียบระดับจังหวัด (พ.ศ. 2547) โล่ประกาศเกียรติคุณ ผู้อนุรักษ์ภูมิปัญญาแห่งแผ่นดิน (พ.ศ. 2552) รางวัลชนะเลิศประเภทผ้าไหมหางกระรอก คู่ระดับจังหวัด (พ.ศ. 2556) รางวัลชนะเลิศประเภทผ้าไหมข้อมสีธรรมชาติ (พ.ศ. 2557) รองชนะเลิศอันดับ 1 ประเภทผลิตภัณฑ์การฟอกย้อมไหมปลอดภัยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (พ.ศ. 2558) เป็นต้น ด้านการควบคุมมีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม มีการตรวจสอบคุณภาพของเส้นไหม การฟอกย้อม การมัดหมี่ และการทอ และตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนการจำหน่าย (นางโสภิต เสียมราช ตำแหน่งเลขานุการ 18 เมษายน 2558)

2) การจัดการการเงินและการบัญชีกลุ่มมีการวางแผนการเงินเป็น 2 ด้าน คือ ด้านการเงินของสมาชิกที่ต้องการลงทุนเองด้านการเงินของกลุ่มฯ ที่ต้องการนำเงินทุนของกลุ่มไปหาประโยชน์จากสมาชิก โดยให้สมาชิกกู้ยืมเงินทุนในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1 ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถระดมทุนได้จากการจำหน่ายหุ้นให้กับสมาชิกในอัตราหุ้นละ 100 บาท และมีค่าธรรมเนียมแรกเข้า 20 บาท ส่วนการระดมทุนจากภาครัฐ ได้จากการสนับสนุนงบประมาณแบบให้เปล่า และอัตราดอกเบี้ยต่ำ ปัจจุบันมีเงินทุนหมุนเวียนจำนวน 150,000 บาท การใช้จ่ายของเงินทุนส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อวัตถุดิบ เช่น เส้นไหม สี ด้าย เชือกฟาง เป็นต้น การดำเนินการกลุ่มมีการจัดบันทึกรับ-จ่ายแต่ละวันเท่านั้น (นางประนอม กำลัรัมย์ ตำแหน่งการเงิน 18 เมษายน 2558)

3) การจัดการการผลิต ด้านการวางแผนการผลิต สมาชิกมีการวางแผนตามภูมิปัญญาการทอผ้าของสมาชิกในครัวเรือน และพัฒนาทักษะการผลิตด้วยการอบรม การฟอกย้อมผ้ามัดหมี่กับกระทรวงอุตสาหกรรม ในปี พ.ศ. 2537 เป็นระยะเวลา 1 เดือน การข้อมสีธรรมชาติ กับศูนย์บ่มเพาะมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์และศึกษาดูงานที่อำเภอนาโพธิ์ ทำให้สมาชิกมีทักษะการข้อมสีธรรมชาติเป็นอย่างดี สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าได้ ทั้งผ้าพื้น ผ้าลายจิด ผ้าหางกระรอกคู่ ผ้าจีนดินแดง ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ซึ่งผลิตภัณฑ์ ที่โดดเด่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง คือ ผ้าพื้นสีธรรมชาติ ผ้าหางกระรอกคู่ ผ้าหางกระรอกคู่ดินแดง ด้านการดำเนินการผลิต มีการผลิตวัตถุดิบด้วยการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม (เวลา 45-52 วัน) การสาวไหม การฟอก การมัดลาย การข้อม การกรอ เส้นไหมขึ้น ด้านการจัดซื้อวัตถุดิบที่ไม่สามารถผลิตเองได้ กลุ่มฯ มีการจัดซื้อจากร้านเรือนไหมไบหม่อนจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งการซื้อเส้นไหมจากภายนอกเป็นผลดีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากลักษณะเส้นไหมเหนียวและคงทน สามารถพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ได้ ดังนั้นการทอผ้าในปัจจุบันจึงมักจะใช้เส้นไหมที่ผลิตเองบางส่วน และบางส่วนซื้อจากร้านค้า ด้านการควบคุมการผลิต โดยพิจารณาเส้นไหมจากลักษณะเส้นกลม เรียวและคงทน เทคนิค

การฟอกเส้นไหมให้ขาวและมัน การย้อมสีจะต้องให้ติดคงทนสีไม่ตก เทคนิคการย้อมสีเคมี ต้องใช้ 3 ของต่อผ้า 1 ฟืน แต่ถ้าต้องการเข้มต้องใช้ 8 ของต่อผ้า 1 ฟืน ส่วนการย้อมสีธรรมชาติ สามารถจัดหาวัตถุดิบภายในชุมชน เช่น สะเดา เปลือกมะขม เปลือกประคู้ ซึ่งจะได้น้ำตาลอ่อน เป็นต้น หลังจากทอผ้าไหมเสร็จ สมาชิกจะมีการตรวจสอบความเรียบร้อยก่อนนำมาส่งให้กลุ่ม เพื่อนำไปจำหน่าย และคณะกรรมการดำเนินงานจะมีการตรวจสอบอีกครั้งก่อนการนำไปจำหน่าย (นางสำรวย รัชย์ธง ตำแหน่งรองประธาน 18 เมษายน 2558)

4) การจัดการการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มดำเนินการรวบรวม ผลิตภัณฑ์จากสมาชิกและเครือข่ายกลุ่มทั้งผ้าถุง ผ้าชิ้นดินแดง ผ้าแพรวา ผ้าพื้น ผ้ามัดหมี่ ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า ผ้าคลุมไหล่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปต่างๆ ทั้งที่มีราคาสูงและราคาต่ำ โดยคำนึงถึงความต้องการ ของลูกค้าเป็นหลัก เช่น ถ้าจำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานคร ความนิยมในผลิตภัณฑ์ผ้าไหม สีธรรมชาติจะมีมากกว่าสีเคมีโดยเฉพาะโทนสีน้ำตาล ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ชื่อเสียงของกลุ่ม และได้รับการยอมรับจากลูกค้า คือ ผ้าพื้นสีธรรมชาติ ผ้าหางกระรอก ผ้าหางกระรอกคู่ดินแดง ด้านราคา ผลิตภัณฑ์ พิจารณาจากต้นทุน คุณภาพ และความต้องการของตลาด โดยสมาชิกจะกำหนดราคา ขายเบื้องต้น และให้อิสระแก่ผู้จัดจำหน่ายบวกราคาจำหน่ายเพิ่มตามความเหมาะสม เช่น ผ้าคลุมไหล่ 1,200 บาท ผ้าพันคอ ผืนละ 400-800 บาท ผ้าผืน เมตรละ 700 บาท ผ้าพื้น เมตรละ 500-600 บาท ผ้าขาวม้าขจี ผืนละ 1,500 บาท ผ้าโสร่ง ผืนละ 1,500 บาท เป็นต้น ด้านช่องทางการจำหน่าย เป็นการจำหน่ายทางตรง ที่มีช่องทางการจำหน่ายภายในประเทศ เป็นส่วนใหญ่ เช่น อิมแพ็คเมืองทองธานี OTOP ตลาดเคลื่อนที่ติดแอร์ในแต่ละจังหวัด เป็นต้น ส่วนภายนอกประเทศมีเพียงครั้งเดียว คือ ตลาดคลองเวง ประเทศกัมพูชา (เมษายน 2558) ส่วนของการจำหน่ายทางอ้อม เป็นการจำหน่ายให้แก่ร้านค้านำไปจำหน่ายต่อ เช่น ร้านลายไหม เป็นต้นด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยจัดทำนามบัตร แผ่นพับ การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในช่องทาง Facebook ซึ่งมีนางสาวจินตนา โกติรัมย์ หลานสาวของ ประธานกลุ่มฯ เป็นผู้ดูแลข้อมูล การจำหน่ายโดยพนักงาน ผู้จัดจำหน่ายเป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนที่มีความสามารถในการโน้มน้าวให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ มีมิตรไมตรีใจเย็นในการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย เป็นการลด แจก แถม เป็นต้น การกำหนดเงื่อนไขการซื้อ ราคาพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ ราคาขายส่งเพื่อการจำหน่ายต่อ เป็นต้น

5) การจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร ด้านการรวบรวมข้อมูล กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน มีการบันทึกข้อมูลเบอร์โทรศัพท์ของเครือข่ายความร่วมมือ ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลหน่วยงาน สนับสนุนทางการเงิน เพื่อสะดวกในการประสานงานในด้านการตลาด การผลิต การเงิน

มีการเชื่อมโยงเครือข่ายขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานพัฒนาชุมชนเพื่อนำข้อมูลเผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมาย ด้านการเผยแพร่ข้อมูล โดยการแจกนามบัตร แผ่นพับเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ้าไหมผ่านสื่อช่องทาง Facebook ด้านการจัดเก็บข้อมูล มีการจัดบันทึกในสมุดบันทึก เกี่ยวข้องกับการเงิน/การบัญชี การตลาด การผลิต ด้านการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ การแจกนามบัตรในขณะที่ยานพาหนะ และนำผลความสำเร็จจากใบรับรองมาตรฐานคุณภาพ โล่รางวัล เพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพ

6) การจัดการการวิจัยและพัฒนา ด้านสำรวจปัญหาของการจัดการกลุ่ม จากข้อมูลทัศนคติของลูกค้า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้จัดการจำหน่ายได้นำประเด็นปัญหามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น เดิมมีการย้อมสีเคมี เปลี่ยนเป็นการย้อมสีด้วยธรรมชาติ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นต้น ด้านประสานงานกับกับเครือข่ายภาครัฐ เพื่อขอคำแนะนำ และมีส่วนร่วมในพัฒนาแนวทางการแก้ปัญหา โดยร่วมประชุมเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ เพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นความนิยมของตลาดและมีเอกลักษณ์แตกต่างจากเดิม และเมื่อได้ข้อสรุป กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ก็จะดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น การพัฒนาผ้าชิ้นดินแดง ผ้าหางกระรอกคู่ เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นผ้าหางกระรอกคู่ดินแดง ด้านกระบวนการปฏิบัติการ เป็นการนำแนวคิดทฤษฎีที่ผ่านการอบรม และจากคำแนะนำของหน่วยงาน มาทดลองปฏิบัติจริงเพื่อค้นหาข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติ และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น เช่น เปลือกเงาะ มังคุด การนำวัตถุดิบในการย้อมสีธรรมชาติ เป็นต้น และด้านการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกงานแสดงในงานแสดงสินค้าเพื่อทดลองตลาด เมื่อได้รับการตอบรับที่ดีจึงมีการผลิตในปริมาณมาก

8.2. กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหัวสะพาน

8.2.1 บริบททั่วไป กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหัวสะพาน 4 หมู่ 13 ตำบลบ้านยาง อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์ มีการก่อตั้งปี พ.ศ. 2546 โดยการรวมกลุ่มของคนในชุมชน จัดตั้งวิสาหกิจชุมชนจากสมาชิก จำนวน 34 คน ทุนเริ่มแรก 3,600 บาท ปัจจุบันมีสมาชิก จำนวน 114 คน และมีเงินทุนหมุนเวียนจำนวน 170,000 บาท สมาชิกมีรายได้โดยประมาณเดือนละ 10,000 - 20,000 บาท/เดือน การดำเนินการทอผ้าในอดีตมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเครื่องแต่งกาย มีการใช้เวลาว่างหลังฤดูการทำนาเป็นเวลาคำเนินการผลิต และเป็นอาชีพเสริมที่สามารถลดรายจ่าย และเพิ่มรายได้ให้แก่ครัวเรือนได้ กระบวนการผลิตผ้าไหม เริ่มจากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การสาวไหม การนำเส้นไหมไปตีเกลียวและฟอกย้อม การมัดลาย แล้วนำมาทอเป็นผืนผ้าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ผ้าชิ้นดินแดง ผ้าฝืน ผ้าโสร่ง ผ้าสไบ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ กระเป๋าผ้าไหม เป็นต้น ซึ่งสมาชิก

บางคนมุ่งเน้นการจำหน่ายเส้นไหมมากกว่าการทอผ้าไหม การทอผ้าไหมกลุ่มทอผ้าไหม บ้านหัวสะพาน เป็นอาชีพหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้แน่นอนมากกว่าการทำนา โดยกลุ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีลักษณะโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ (ผ้าขึ้นดินแดง) ปัจจุบันกลุ่มทอผ้าไหม บ้านหัวสะพานเปลี่ยนชื่อเป็น สหกรณ์ผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านหัวสะพานจำกัด ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหลายฝ่ายได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบล ศูนย์หม่อนไหม จังหวัดบุรีรัมย์ ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียน อุตสาหกรรมภาค 6 สำนักงานการเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานสหกรณ์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เป็นต้น อีกทั้งยังมีคนในชุมชนมีความสามารถในการออกแบบลายผ้าไหม คือ นายนิพนธ์ วงศ์อำมาตร เบอร์โทรศัพท์ 086-2640489 เป็นผู้ที่มียุทธศาสตร์สำคัญในการออกแบบลายผ้าไหมใหม่ ๆ โดยได้รับค่าจ้างออกแบบลายผ้าไหม ลายละ 10 บาท

8.2.2 สภาพการดำเนินงาน กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหัวสะพาน พิจารณาจาก ขอบเขตงาน 6 ด้าน ได้แก่

1) การบริหารองค์การ ด้านการวางแผน มีการกำหนดทิศทาง

การดำเนินงานโดยคณะกรรมการดำเนินงาน มีการประชุมเดือนละ 1 ครั้ง สมาชิกมีส่วนร่วมในการเลือกคณะกรรมการดำเนินงาน และการต้อนรับแขกผู้มาเยือน ด้านการจัดโครงสร้าง มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนอย่างชัดเจน ได้แก่ 1) ตำแหน่งประธานกลุ่ม ชื่อ นางรุจภา เนียนไธสง อายุ 45 ปี เบอร์โทรศัพท์ 0879611261 มีหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยในการบริหารจัดการ เป็นประธานในการประชุม พัฒนาศักยภาพของกลุ่ม ตลอดจนเป็นผู้จัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพสูง 2) ตำแหน่งรองประธาน มีหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยในการบริหารจัดการกลุ่ม แทนประธาน 3) ตำแหน่งเหรัญญิก มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการเงิน เกี่ยวกับการรับ-จ่ายงบประมาณของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4) ตำแหน่งเลขานุการ มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับประสานการดำเนินการต่าง ๆ การจัดเอกสารหลักฐานการดำเนินงาน ตลอดจนการบันทึกบัญชี การรับ-จ่ายทางการเงิน 5) ตำแหน่งกรรมการ มีหน้าที่ช่วยเหลืองานต่างๆ ภายในกลุ่มต่าง ๆ ตามที่ประธานกลุ่มได้มอบหมาย ด้านการนำ ประธานกลุ่มฯ นางรุจภา เนียนไธสง อายุ 45 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 4 เป็นเกษตรกรดีเด่น (พ.ศ. 2557 - 2558) มีความชำนาญในการทอผ้าจากบรรพบุรุษ เป็นผู้นำที่เสียสละเวลาเข้าร่วมกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ และเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีฐานะการเงินดี มีพาหนะ และเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งตัวชี้วัดความสำเร็จของการดำเนินการ คือ เกียรติบัตร และโล่รางวัล ได้แก่ ผู้อนุรักษ์ภูมิปัญญาแห่งแผ่นดิน สาขาผลิตภัณฑ์คุณภาพผ้าไหมมัดหมี่ รางวัลชนะเลิศ เกษตรกรดีเด่นระดับจังหวัด กรมหม่อนไหม

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์(พ.ศ. 2555) รางวัลชนะเลิศ เกษตรกรดีเด่นระดับจังหวัด
กรมหม่อนไหมกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (พ.ศ. 2556) รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1
ประกวดผ้าไหมนกกุงพระราชทานสีทองประเภทหมี่ลายโบราณสีธรรมชาติ (พ.ศ. 2557)
รางวัลชนะเลิศ เกษตรกรดีเด่น กรมหม่อนไหมกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (พ.ศ. 2557)
ใบรับรองเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยชนิด Thai Silk เป็นตราเครื่องหมายนกุงสีน้ำเงิน
กรมหม่อนไหมกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พ.ศ. 2558) ด้านการควบคุม มีการปลูกหม่อน
เลี้ยงไหม มีการตรวจสอบคุณภาพของเส้นไหม การฟอกย้อม การมัดหมี่ และการทอ
และตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนการจำหน่าย

2) การจัดการการเงินและการบัญชีมีการวางแผนการเงินเกี่ยวกับ
ความต้องการใช้เงินของสมาชิก และของกลุ่มฯ เกี่ยวกับเงินลงทุนในเครื่องมืออุปกรณ์ เงินทุน
หมุนเวียนด้านการจัดหาแหล่งเงินทุน มีการระดมเงินทุนจากสมาชิกช่วงเริ่มก่อตั้ง การสนับสนุน
งบประมาณจากภาครัฐ และกองทุนการเงินในชุมชน และสถาบันการเงิน (ธนาคารเพื่อการเกษตร
และสหกรณ์ ธนาคารออมสิน) ด้านแหล่งใช้ไปของเงินทุน ส่วนใหญ่ใช้จัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องมือ
อุปกรณ์ และการชำระหนี้กู้ยืมด้านการควบคุม มีการจดบันทึกบัญชีการรับ – จ่ายเงินทุนหมุนเวียน
โดยมอบหมายให้เลขานุการ เป็นผู้รับผิดชอบ แต่ไม่มีการสรุปผลการดำเนินงานในรูปแบบ
ของงบดุล งบกำไรขาดทุน

3) การจัดการการผลิต ด้านการวางแผนการผลิต มีการผลิตตามภูมิปัญญา
การทอผ้าของสมาชิก และพัฒนาทักษะการผลิต โดยเข้ารับการอบรมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม
จากศูนย์หม่อนไหมจังหวัดบุรีรัมย์และสำนักงานอำเภอพุทไธสง มีการศึกษาดูงานกับกลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนอำเภอนาโพธิ์ และพัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติจากศูนย์บ่มเพาะมหาวิทยาลัย
ราชภัฏบุรีรัมย์ ส่วนในด้านการออกแบบลวดลายผ้าไหม สมาชิกสามารถเลือกลวดลายผืนผ้า
ทั้งลวดลายเดิม (ลายปลาลูกดอก) และลวดลายใหม่ (ลาย 7 อัด นกยูงรำแพน ดอกก้ามปู)
จากผู้ออกแบบลวดลาย นายนิพนธ์ วงศ์อำมาตร ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบด้วยระบบ
คอมพิวเตอร์ คิดค่าจ้างแผ่นละ 10 บาท ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าไหมบ้าน
หัวสะพาน คือ ผ้ามัดหมี่สีธรรมชาติ และผ้าชิ้นตีนแดง ด้านการดำเนินการผลิต สมาชิกส่วนใหญ่
จะดำเนินการผลิตตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบจนถึงกระบวนการทอผ้าไหมในช่วงเวลาว่างจากการทำนา
โดยดำเนินการปลูกหม่อน (เวลา 45-52 วัน) การเลี้ยงไหม การสาวไหม (ไหมใหญ่ ไหมน้อย และ
ไหมดกแต่)สมาชิกบางคนจำหน่ายเส้นไหมให้กับกลุ่มฯ กิโลกรัมละ 1,400 บาท และกลุ่ม
นำไปจำหน่ายต่อให้ศูนย์ศิลปาชีพภูพาน และบางไทรกิโลกรัมละ 1,600 บาท การฟอกขาว
การย้อมสี นำเส้นไหมที่คัดเลือกมาตีเกลียวเพื่อให้เส้นไหมเสมอ เหนียว คงทน จากนั้นจึงนำไป

ฟอกการย้อมสีทั้งสีเคมีและสีธรรมชาติเทคนิคการย้อมที่ดีต้องลอกกาออกให้หมดสี จึงจะไม่ค้างและไม่ตกการมัดหมี่ ควรนำเส้นไหมที่ฟอกเสร็จมาแยกเป็น 2 ส่วน ส่วนหนึ่ง เตรียมเส้นพุ่งเพื่อการมัดหมี่ อีกส่วนหนึ่งเข้าสู่กระบวนการย้อมและเตรียมเส้นยืนการทอผ้า ใช้เวลาในการทอทั้งวัน 4 วันต่อผ้าไหม 2 เมตร แต่ถ้ามีกิจกรรมอื่นร่วมด้วยจะใช้เวลาในการทอ ประมาณ 7 วันต่อผ้าไหม 2 เมตร ด้านการควบคุมการผลิต เป็นการควบคุมการคุณภาพ ของใบหม่อน คุณภาพของเส้นไหมตั้งแต่การคัดเลือกเส้นไหม ที่มีลักษณะเส้นกลม เรียว และคงทน การฟอกให้ขาวและมัน การย้อมสีจะต้องให้ติดคงทนสีไม่ค้างและไม่ตก ถ้าเป็นสีเคมี ต้องใช้ 3 ซองต่อผ้า 1 ผืน แต่ถ้าต้องการเข้มต้องใช้ 8 ซองต่อผ้า 1 ผืน การย้อมสีธรรมชาติ สามารถลดต้นทุนได้โดยนำวัตถุดิบภายในชุมชน เช่น สะเคา เปลือกมะขม เปลือกประดู่ ซึ่งจะได้น้ำตาลอ่อน เป็นต้น เมื่อดำเนินการผลิตเสร็จแล้วจะมีการตรวจสอบความเรียบร้อย ความประณีตของผ้าไหมก่อนนำสู่การจำหน่าย

4) การจัดการการตลาด มีการวางแผนการตลาดจากการสำรวจ ความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เพื่อรวบรวมผลิตภัณฑ์จากสมาชิก และกลุ่มอื่น เพื่อจัดเตรียม ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายออกจำหน่าย เช่น ผ้าถุง ผ้าซิ่นตีนแดง ผ้าแพรวา ผ้าพื้น ผ้ามัดหมี่ ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า ผ้าคลุมไหล่ เป็นต้น ด้านราคา มีการกำหนดราคาขายจากต้นทุน คุณภาพ และ ความต้องการของตลาด โดยสมาชิกจะกำหนดราคาขายฝาก และให้อิสระแก่ผู้จัดจำหน่าย บวกราคาจำหน่ายเพิ่มความเหมาะสม กำหนดราคาขายตามการแข่งขัน และกำหนดราคาขาย ในราคาขายส่ง และขายปลีก ด้านช่องทางการจำหน่าย มีการจำหน่ายทางตรงโดยการขาย แบบใช้พนักงานในตลาดภายในประเทศ เช่น อิมแพ็คเมืองทองธานี OTOP ดิดแอร์เคลื่อน ที่ในแต่ละจังหวัด ตลาดภายนอกประเทศจากความสัมพันธ์แบบเครือข่ายดี เพื่อน เช่น เคนมาร์ก ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นต้นด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยการทำนามบัตร แผ่นพับ การใช้สื่อออนไลน์ในช่องทาง facebook การคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีมิตรไมตรีต่อลูกค้า และเป็นผู้จูงใจลูกค้าได้ดี ในการจัดจำหน่ายผู้จำหน่ายจะต้องแต่งกาย ด้วยผ้าไหมและมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการจูงใจลูกค้า เช่น กระจก ผ้าถุง ห้อยลอม หนังสือ แฟชั่นแต่งกายผ้าไหม เป็นต้น มีการส่งเสริมการขายด้วยการลด แจก แถม เพื่อกระตุ้น การตัดสินใจซื้อ ในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก กรณีการซื้อมาจำหน่ายต่อ กรณีลูกค้าประจำ เป็นต้น

5) การจัดการระบบข้อมูลข่าวสารด้านการรวบรวมข้อมูล กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน มีการบันทึกข้อมูลเบอร์โทรศัพท์ของเครือข่ายความร่วมมือ ข้อมูลลูกค้า เพื่อสะดวก ในการประสานงานในด้านการตลาด การผลิต การเงิน เป็นต้น มีการเชื่อมโยงเครือข่าย ขอบรับการสนับสนุนจากหน่วยงานพัฒนาชุมชน เพื่อนำข้อมูลเผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมาย

ด้านการเผยแพร่ข้อมูล มีการแจกนามบัตร แผ่นพับเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ้าไหมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการจัดเก็บข้อมูล มีการจดบันทึกในสมุดบันทึก เกี่ยวข้องกับการเงิน/การบัญชี การตลาด การผลิต ด้านการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ มีการแจกนามบัตรในขณะที่ยังจำหน่าย และนำผลความสำเร็จจากการประกวด เพื่อการรับรองมาตรฐานคุณภาพ

6) การจัดการการวิจัยและพัฒนาด้านการสำรวจปัญหาของการจัดการ มีการศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อ ทศนคติ และค่านิยมของลูกค้าเพื่อนำข้อมูลมาสรุปประเด็นปัญหาของการจัดการ เช่น กลุ่มผู้ใช้ผ้าไหมในกรุงเทพมหานครชอบผ้าไหมสิริธรรมชาติ เป็นต้น ด้านการประสานงานกับกับเครือข่ายภาครัฐ เพื่อขอคำแนะนำ และมีส่วนร่วมในค้นหาแนวทางการแก้ปัญหา เช่น การเพิ่มพูนความรู้โดยเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับ วิธีการย้อมสิริธรรมชาติ จากวัตถุดิบที่ไม่นำมาใช้แล้ว เช่น เปลือกเงาะ เปลือกมังคุด เป็นต้น ด้านกระบวนการปฏิบัติการ นำแนวคิดทฤษฎีที่ผ่านการอบรม และจากคำแนะนำ ของหน่วยงานนำทดลองปฏิบัติจริงเพื่อค้นหาข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติ และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น และด้านการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกงานแสดงสินค้า เพื่อทดลองตลาด เมื่อได้รับการตอบรับที่ดีจึงมีการผลิตในปริมาณมาก

8.3. กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองซอน

8.3.1 บริบททั่วไป กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองซอน 62 หมู่ 7 ตำบลกันทรารมย์ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือ การทำนา และอาชีพรองหลากหลาย เช่น การปลูกพืชผัก เลี้ยงสัตว์ และการทำแชมพู น้ำยาล้างจาน ครีมนวดผม และการทอผ้า เป็นต้น การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนการทอผ้าไหมเริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2554 โดยมีสมาชิกแรกเข้าจำนวน 15 คน และมีทุนเริ่มแรก 100,000 บาท จากการสนับสนุนงบประมาณขององค์การบริหารส่วนตำบลกันทรารมย์ ซึ่งงบประมาณดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาชุมชนทำให้เกิดมีรายได้และเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการทอผ้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เมื่อผลิตภัณฑ์จำหน่ายได้แล้วก็นำเงินคืนมาคืนกลุ่มฯ โดยไม่มีการคิดดอกเบี้ย ปัจจุบันสมาชิกมีรายได้ต่อเดือนประมาณละ 10,000 บาท/เดือน สำหรับหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนมีหลายฝ่าย ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลกันทรารมย์ องค์การบริหารส่วนตำบลศรีภูมิ ด้านงบประมาณแบบให้เปล่า จำนวนเงิน 100,000 บาท และสำนักงานพัฒนาชุมชนให้ความช่วยเหลือ

ในด้านการตลาด

8.3.2 สภาพการดำเนินงาน ของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองขอน พิจารณาจากขอบเขตงาน 6 ด้าน ได้แก่

1) การบริหารองค์การ ด้านการวางแผนไม่มีการกำหนดทิศทาง การดำเนินงาน มีการประชุมแต่ไม่ได้การกำหนดแน่นอน มีกฎระเบียบการใช้จ่ายเงินทุนของกลุ่ม มีการติดต่อสื่อสารกับเครือข่ายทางการตลาดเพื่อแสวงหาช่องทางการตลาดสมาชิกมีส่วนร่วม ในการเลือกคณะกรรมการดำเนินงาน และมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคน อย่างชัดเจน ได้แก่ 1) ตำแหน่งประธานกลุ่ม ชื่อ นางจำเนียร ระดมบุญ อายุ 53 ปี เบอร์โทรศัพท์ 093-4690978 มีหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยในการบริหารจัดการกลุ่ม เป็นประธานในการประชุม พัฒนาศักยภาพของกลุ่ม 2) ตำแหน่งรองประธาน มีหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยในการบริหารจัดการ กลุ่ม แทนประธาน 3) ตำแหน่งเหรัญญิก มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการเงิน เกี่ยวกับการรับ-จ่าย งบประมาณของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4) ตำแหน่งเลขานุการ มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานต่าง ๆ การจัดเอกสารหลักฐานการดำเนินงานตลอดจนการบันทึกบัญชีการรับ-จ่าย ทางการเงินและ 5) ตำแหน่งกรรมการ มีหน้าที่ช่วยเหลืองานต่าง ๆ ภายในกลุ่มตามที่ประธานกลุ่ม ได้มอบหมายให้ดำเนินการนำ ประธานกลุ่ม นางจำเนียร ระดมบุญ อายุ 53 ปี จบการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาปีที่ 3 มีความชำนาญในการทอผ้าจากการถ่ายทอดของบรรพบุรุษ เป็นผู้เสียสละเวลา ในการเข้าร่วมกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ประธานกลุ่มและเลขานุการ มีหน้าที่ เข้าร่วมประชุมและร่วมกิจกรรมที่หน่วยงานภายนอกจัดขึ้นด้านการควบคุมส่วนใหญ่สมาชิก ปลุกหม่อนเลี้ยงไหมเองเพื่อลดต้นทุนวัตถุดิบคุณภาพผลิตภัณฑ์มีการตรวจสอบคุณภาพ ก่อนการจำหน่าย

2) การจัดการการเงินและการบัญชีด้านการวางแผนการเงินล่วงหน้า สมาชิกแต่ละครัวเรือนมีการลงทุน โดยใช้เงินทุนส่วนตัว และขอรับเงินทุนสนับสนุนจากกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน เพื่อนำเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิต เมื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้แล้ว จึงนำมาชำระคืนแบบไม่มีดอกเบี้ย ด้านการจัดหาแหล่งเงินทุน ไม่มีการระดมทุนจากสมาชิก แต่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลกันทรารมย์ จำนวน 100,000 บาท ด้านการใช้ไปของเงินทุน ส่วนใหญ่ใช้เป็นการจัดซื้อวัตถุดิบ เช่น เส้นไหม สี เชือกฟาง เป็นต้น ด้านการควบคุม กลุ่ม ฯ มีการจดบันทึกจำนวนผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกรับออกจำหน่าย หรือการนำ มาฝากจำหน่าย มีการตรวจสอบปริมาณสินค้าคงเหลือแต่ละครั้ง และมีการจดบันทึกบัญชี การรับ-จ่ายเงินทุนหมุนเวียน โดยมอบหมายให้เลขานุการ เป็นผู้รับผิดชอบ แต่ไม่มีการสรุป ผลการดำเนินงานในรูปแบบของงบดุล งบกำไรขาดทุน

3) การจัดการการผลิต ด้านการวางแผนการผลิต สมาชิกวางแผนการผลิต ตามภูมิปัญญาการทอผ้า โดยสมาชิกการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากการอบรมจากศูนย์หม่อนไหม สำนักงานพัฒนาชุมชนเกี่ยวกับการพัฒนาการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ด้านการดำเนินการผลิต สมาชิกใช้เวลาว่างจากการทำนาดำเนินการผลิต โดยมีการผลิตวัตถุดิบ และการทอผ้าในครัวเรือน ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ทั้งผ้าฝ้ายและผ้าไหม เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้าขาวม้า ผ้าโสร่ง ผ้าดินแดงผ้าพันคอ หลุมไหล่ เป็นต้น ด้านการควบคุม มีการตรวจสอบมาตรฐาน และควบคุมคุณภาพด้วยการ พัฒนาการย้อมสีให้สม่ำเสมอของการย้อมสี กระบวนการผลิตที่ตรวจสอบความเรียบของเนื้อผ้า และความประณีตของฝีมือ

4) การจัดการการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ สมาชิกมีการรวบรวมผลิตภัณฑ์ ผ้าไหม ผ้าฝ้ายในตลาดระดับชุมชนเมื่อมีแขกมาเยือน และมีคุณบุรณิ ศรีชัย อาศัยอยู่บ้านปรือ เป็นผู้รับไปจำหน่ายโดยสมาชิกเป็นคนกำหนดราคาเบื้องต้น ผู้จำหน่ายจะนำไปบวกเพิ่ม เป็นราคาขาย ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย คือ ผ้าฝ้าย ผ้าโสร่ง ผ้าซิ่นมัดหมี่ ผ้าถุง ผ้าสไบ ผ้ายกคิด และผ้าลูกแก้ว 8 ตะกอบ ด้านราคาผลิตภัณฑ์ พิจารณาจากต้นทุน คุณภาพ และ ความต้องการของตลาด โดยสมาชิกจะกำหนดราคาขายเองตามความเหมาะสม ด้านช่องทางการจำหน่าย ช่องทางการจำหน่ายส่วนใหญ่จำหน่ายภายในตลาดชุมชน และ ผักจำหน่ายในตลาดระดับอำเภอ และระดับจังหวัดเท่านั้น ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการลดราคาตามคุณภาพผลิตภัณฑ์

5) การจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร ด้านการรวบรวมข้อมูล กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน มีการบันทึกข้อมูลเบอร์โทรศัพท์ของเครือข่ายความร่วมมือ ข้อมูลลูกค้า เพื่อสะดวก ในการประสานงานด้านการตลาด การผลิต การเงิน เป็นต้น มีการเชื่อมโยงเครือข่ายกับการขอรับ การสนับสนุนจากหน่วยงานพัฒนาชุมชน เพื่อนำข้อมูลเผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมาย ด้านการเผยแพร่ ข้อมูลกรณีที่สมาชิกเป็นผู้จำหน่ายเอง ด้านการจัดเก็บข้อมูล มีสมุดจดบันทึกที่เกี่ยวข้องกับเกี่ยวกับ โครงสร้างหน้าที่ความรับผิดชอบ การเงิน/การบัญชีเท่านั้น และไม่ได้นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ มากนัก

6) การจัดการการวิจัยและพัฒนา มีวิธีการจัดการการวิจัยและพัฒนา โดยประสานงานกับกับเครือข่ายภาครัฐ เพื่อเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับวิธีการย้อมสี เป็นต้น จากการศึกษาพหุกรณี จำนวน 3 แห่ง ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ มีความสอดคล้องกันเรียงตามความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การจัดการการผลิต การจัดการ การตลาดและการจัดการการเงินและการบัญชี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านปัญหาการบริหารจัดการ 2) ด้านความต้องการเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 3) ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ และ 4) ด้านปัจจัยความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นแนวทางศึกษา ดังนี้

1. งานวิจัยด้านปัญหาการบริหารจัดการ

สุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 73-74) ได้ศึกษา รูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพประดิษฐ์เบญจรงค์ ตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการสรุปได้ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการจัดการ ไม่มีบุคลากรเข้ามาช่วยในการวางแผนเนื่องจากบุคลากรอาชีพทำการเกษตร ขาดความรู้ความเข้าใจในรูปแบบการวางแผน และไม่มีเวลาให้กับกลุ่มมากนัก 2) ด้านการผลิต จำนวนบุคลากรที่มีความชำนาญในการผลิตมีน้อยกว่าปริมาณความต้องการผลิต ประกอบกับสมาชิกขาดการระมัดระวังในการผลิต ทำให้สินค้าขาดคุณภาพ ไม่สามารถส่งมอบให้กับลูกค้าได้ครบถ้วน 3) ด้านการตลาด รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ราคาอ่อนข้างแพงเนื่องจากต้นทุนสูง จำหน่ายได้ยาก 4) ด้านการเงิน ไม่มีการวางแผนความต้องการของเงินทุน เงินทุนมีไม่เพียงพอ เนื่องจากกระบวนการผลิตมีต้นทุนสูง จำเป็นต้องระดมทุนจากสมาชิกหรือกู้เงินจากสถาบันการเงินมาใช้

กฤษฎิญา มูลศรี (2552 : 68-72) ได้ทำการศึกษาการศึกษาปัญหาของการประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านการผลิต ได้แก่ เครื่องจักรและอุปกรณ์ยังไม่เหมาะสมและล้าสมัย ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี และกระบวนการผลิตยังไม่เหมาะสม ต้นทุนการผลิตสูง บรรจุภัณฑ์ยังไม่ดีพอ และขาดการควบคุมคุณภาพและการได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์ เป็นต้น 2) ด้านการตลาด ได้แก่ มีตลาดรองรับที่ไม่แน่นอน ไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าได้เอง การจำหน่ายสินค้าทำได้เฉพาะภายในชุมชน และขาดการโฆษณา เป็นต้น 3) ด้านการเงินและการบัญชี ได้แก่ ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการสร้างกำไร การจัดทำบัญชี และการกระจายรายได้และผลประโยชน์ เป็นต้น 4) ด้านองค์การและการจัดการ ได้แก่ ขาดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความรู้กับกลุ่มอื่นๆ ภายนอก การออกกฎระเบียบและโครงการองค์กรยังไม่เหมาะสม

รัตนภรณ์ พันธุ์เลิศ (2553 : 73) ได้ทำการศึกษา รูปแบบเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพทอผ้าขององค์การบริหารส่วนตำบลโนนค้อ อำเภอนูชนิก จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกขาดความรู้ความเข้าใจในการวางแผน ขาดการมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหาาร่วมกัน การจัดองค์การเป็นแบบไม่เป็นทางการ กลุ่มไม่มีสวัสดิการ

ให้แก่สมาชิก ประธานกลุ่มขาดภาวะผู้นำ และขาดการรายงานผลการดำเนินงานแก่สมาชิก

พนารัตน์ บุญธรรม (2552 : 99) ได้ทำการศึกษารูปแบบการจัดการสินค้า OTOP ประเภทของใช้ของตกแต่ง และของที่ระลึกในเชิงธุรกิจ : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพทำเครื่องทองเหลือง 2 บ้านปะอาว หมู่ที่ 5 ตำบลปะอาว อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษา ด้านปัญหาการจัดการพบว่า 1) ด้านการจัดการการผลิต การวางแผนการผลิต และการวางแผนการตลาดยังไม่เป็นระบบ กระบวนการผลิตมีหลายขั้นตอนต้องใช้เวลานาน 2) ด้านการจัดการการตลาด ขาดทักษะและองค์ความรู้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3) ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี ทุนสำรองของกลุ่มมีไม่เพียงพอต่อการผลิตเชิงธุรกิจ การจัดทำบัญชีการเงินไม่เป็นไปตามระบบบัญชี 4) ด้านการจัดการกลุ่ม การควบคุมและตรวจสอบการผลิต ไม่มีประสิทธิภาพ

เดชา เนตรสว่าง (2555 : 31) ได้ทำการศึกษาสภาพปัญหา และการส่งเสริมการตลาด ผ้าไหมทอฝ้ายมือขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองทอง อำเภอไทรงาม จังหวัดกำแพงเพชร. ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านการผลิต ไม่มีการวางแผนการผลิต 2) ด้านการตลาด ขาดการส่งเสริมการตลาดหรือการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน กลุ่มมีการจำหน่ายให้แก่ร้านสวนจิตรลดา และจำหน่ายตามงานประจำปีของจังหวัดเท่านั้น

พัศราณี ทนจันทร์ (2553 : 51-53) ได้ทำการศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพผ้าข้อมครามเทศบาลตำบลกุดบาก อำเภอกุดบาก จังหวัดสกลนคร ผลการศึกษาปัญหาอุปสรรคในการบริหารจัดการ พบว่า 1) ด้านคน สมาชิกกลุ่มมีจำนวนสมาชิกน้อย เป็นผู้สูงอายุ หรือแม่บ้านไม่สามารถทุ่มเทกับงานได้เต็มที่ 2) ด้านเงิน มีทุนน้อยและจำนวนจำกัด 3) ด้านวัสดุ ขาดเครื่องมือที่ทันสมัยที่ผลิตสินค้าได้อย่างรวดเร็วและได้มาตรฐาน และ 4) ด้านการจัดการ ใช้เวลาในการทอผ้าแต่ละชิ้นนานมาก ทำให้ลูกค้าต้องรอสินค้านาน

จุฑารัตน์ ศรี โยวงศ์ (2546 : 54-57) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดของธุรกิจผ้าไหมในเขตอำเภอชนบทจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษา ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 31-40 ปี และมีรายได้ระหว่าง 15,001 -20,000 บาท นิยมซื้อผ้าไหมชนบทเพราะชื่อเสียงที่มีมานานและชอบซื้อผ้าไหมพื้น และผ้าไหมมัดหมี่สีเข้ม เช่น ดำ น้ำเงิน และเสนอนะ ให้ปรับปรุงด้านลวดลายของผ้าไหมมัดหมี่และสีสันทนของผ้าไหมพื้น ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าไหม ได้แก่ 1) ด้านการตลาด จำหน่ายเฉพาะตลาดภายในประเทศช่องทางการจำหน่ายน้อย ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ 2) ด้านการเงิน ขาดแหล่งเงินทุนเพื่อการพัฒนาเทคนิคการผลิต

ศิรินทร ชัยเวทย์ (2550 : 55-57) ได้ทำการศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มชุมชนจังหวัดหนองคาย ผลการศึกษา พบว่า มีปัญหาอุปสรรคการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน 1) ด้านการบริหารจัดการ สมาชิกยังขาดการพัฒนาฝีมือในการผลิต เกิดความซ้ำซ้อนในหน้าที่ความรับผิดชอบ 2) ด้านการบริหารการเงินและทุน ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน การไม่ควบคุมดูแลด้านค่าใช้จ่ายของกลุ่ม การจัดการเงินไม่เป็นระบบ 3) ด้านการบริหารด้านการผลิต สถานที่ผลิตห่างไกลแหล่งวัตถุดิบ วัตถุดิบไม่เพียงพอในการผลิต การดำเนินการผลิตไม่เป็นไปตามขั้นตอนที่วางไว้ 4) ด้านการบริหารการตลาด ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และมีตราสินค้า เครื่องหมายมาตรฐานรับรองคุณภาพสินค้า

กนกกาญจน์ มะกลาง (2551 : 62-65) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอสี จังหวัดลำพูน ผลการศึกษา พบว่า ปัญหา อุปสรรคในการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทรายอำเภอสี จังหวัดลำพูน คือ 1) ด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การขาดแคลนแรงงานในฤดูทำนา ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการผลิต การทอผ้าใช้ระยะเวลาในการทอานาน คือ ผ้าทอ 1 ผืน ใช้เวลาในการทอประมาณ 7-10 วัน 2) ด้านการตลาด กลุ่มลูกค้ายังเป็นลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจในงานหัตถกรรม ค่านิยมในตัวสินค้า ยังจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่ม และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มีน้อย 3) ด้านการบริหาร การมีส่วนร่วมของสมาชิกยังน้อย

2. งานวิจัยด้านความต้องการเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

สุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 74-75) ผลการศึกษาด้านความต้องการเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการจัดการ มีวางรูปแบบการดำเนินงานให้เหมาะสม โดยให้ภาครัฐร่วมคิดร่วมวางแผน และนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนางาน มีการจัดองค์การโดยคัดเลือกคนตามความรู้ความสามารถ และกระจายงานให้แต่ละฝ่ายทำงานอย่างชัดเจน มีการมอบหมายและมีวิธีการกระตุ้นการทำงาน มีการควบคุมกำกับติดตามงาน 2) ด้านการผลิต มีการวางแผนการผลิต โดยกำหนดกำลังการผลิตตามความต้องการของตลาด การเลือกทำเลที่ตั้งและวางผังโรงงานที่เหมาะสม การขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว ดำเนินการผลิตให้เป็นไปตามแผน และควบคุมการผลิตด้านปริมาณ คุณภาพ และลดการผลิตพลาดในกระบวนการผลิต 3) ด้านการตลาด มีรูปแบบสินค้าให้ลูกค้าเลือกหลากหลาย กำหนดราคาเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ต้องการขยายช่องทางการจำหน่ายได้อย่างทั่วถึงทั้งภายในและต่างประเทศ ต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักทางสื่อมากขึ้น 4) ด้านการเงิน ต้องการวางแผนความต้องการใช้เงินทุน จัดหาเงินทุนสำรองเพียงพอต่อการลงทุน ต้องการจัดสรรเงินทุนเพื่อใช้ในการลงทุนที่เพียงพอ

กฤษฎิญา มูลศรี (2552 : 68-72) ได้ทำการศึกษาการศึกษาแนวทางการปัญหาของการประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านการผลิต โดยการแสวงหาวัตถุดิบต้นทุนต่ำ การใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เหมาะสม และอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพแก่พนักงาน เป็นต้น 2) ด้านการตลาด โดยสมาชิกช่วยกันจัดหาตลาดรองรับสินค้า รัฐบาลช่วยส่งเสริมการตลาด มีการจัดแสดงจำหน่ายสินค้าภายนอกชุมชน เป็นต้น 3) ด้านการเงินและการบัญชี โดยการกู้ยืมเงินลงทุนจากธนาคารและหน่วยงานกองทุนต่าง ๆ ใช้ความต้องการของตลาดในการผลิตสินค้า พยายามเข้าถึงแหล่งเงินทุนของภาครัฐบาล และจัดการอบรมการจัดทำบัญชี เป็นต้น 4) ด้านองค์การและการจัดการองค์การ ควรมีการออกกฎระเบียบที่เหมาะสมสำหรับคณะกรรมการและสมาชิก มีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน และ การใช้การบริหารงานแบบมีส่วนร่วม เป็นต้น

พนารัตน์ บุญธรรม (2552 : 99) ได้ทำการศึกษารูปแบบการจัดการสินค้า OTOP ประเภทของใช้ของตกแต่ง และของที่ระลึกในเชิงธุรกิจ : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพทำเครื่องทองเหลือง 2 บ้านปะอ่าว หมู่ที่ 5 ตำบลปะอ่าว อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษา ด้านแนวทางการแก้ปัญหาการจัดการพบว่า 1) ด้านการจัดการการผลิต ควรวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีตลาดเปลี่ยนแปลงใหม่และมีความปรารถนา ควรเพิ่มแรงงานในการผลิตให้เพียงพอต่อกำลังการผลิต และมีกระบวนการผลิตที่ลดมลพิษทางอากาศ 2) ด้านการจัดการการตลาด ควรขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการตลาด การออกแบบ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3) ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี แสวงหาแหล่งเงินทุนเพื่อวางแผนการผลิต ขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีให้เป็นระบบ 4) ด้านการจัดการกลุ่ม เพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมและตรวจสอบการผลิตเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมากที่สุด

เชธา เนตรสว่าง (2555 : 31) ได้ทำการศึกษาสภาพปัญหาและการส่งเสริมการตลาด ผ้าไหมทอผ้ามือขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองทอง อำเภอไทรงาม จังหวัดกำแพงเพชร ผลการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลุ่มฯ พบว่า 1) ด้านการผลิต ควรวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด และควรจัดเจ้าหน้าที่คอยติดตามประเมินผลการดำเนินงานกลุ่ม ตลอดจนให้คำแนะนำ เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการผลิต และการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยมีการพัฒนาแหล่งจำหน่ายสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดกำแพงเพชร มีการจำหน่ายสินค้าผ้าไหมทอมือผ่านสื่อออนไลน์ ในเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย

พัศราณี หนูจันทร์ (2553 : 51-53) ได้ทำการศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ
 ผ้าอ้อมครามเทศบาลตำบลกุดบาก อำเภอกุดบาก จังหวัดสกลนคร ผลการศึกษาแนวทาง
 การปรับปรุงการบริหารจัดการ พบว่า 1) ด้านการตลาด สำนักงานเทศบาลตำบลกุดบาก
 ให้ความช่วยเหลือในการจัดหาตลาดรองรับสินค้าผ้าอ้อมคราม มีการประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลาย
 2) ด้านการผลิต มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มทักษะ
 ความชำนาญและสร้างมูลค่า พัฒนาเครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ให้ทันสมัย เพื่อการผลิต
 สินค้าได้อย่างรวดเร็ว และได้มาตรฐาน มีการจัดกิจกรรมให้สมาชิกต้องมีส่วนร่วม และจัดสำนึก
 ในการแสดงความเป็นเจ้าของ และขยายกิจการหรือปรับปรุงเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพทอผ้าอ้อมคราม
 ให้เป็นธุรกิจชุมชน 3) ด้านการเงิน ได้รับเงินสนับสนุนจากเทศบาลตำบลกุดบาก ระดมทุน
 จากสมาชิกและให้มีการออมทรัพย์ เพื่อให้มีทุนในการดำเนินงานและให้เกิดสภาพคล่องมากขึ้น

ศุกัญญา อธิปอนันต์ และคณะ (2551 : 59-61) ได้ทำการศึกษาการพัฒนางาน
 ส่งเสริมการเกษตรอย่างนักวิจัย กรณีแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ผลการศึกษาพบว่า
 1) ด้านการบริหารองค์การ การบริหารเป็นไปในรูปคณะกรรมการ โดยมีการจัดแบ่งหน้าที่
 อย่างชัดเจนแต่มีบางกลุ่มที่แบ่งบทบาทยังไม่ชัดเจน 2) ด้านการเงิน มีการระดมทุนได้จากสมาชิก
 และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคี เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร ธ.ก.ส. และ อ.บ.ต เป็นต้น
 3) ด้านการผลิต วางแผนทรัพยากรการผลิตจากวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ในการดำเนินกิจกรรม
 มุ่งเน้นการแสวงหาวัตถุดิบจากภายในท้องถิ่นหรือหมู่บ้านใกล้เคียง ส่วนการดำเนินกิจกรรม
 มีความหลากหลายมากขึ้น ในการทำกิจกรรมการผลิตแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ อาหารแปรรูป
 และแปรรูปหัตถกรรม มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ พัฒนาดลาดวิสาหกิจ
 ชุมชน และมีแนวทางการสืบสานและต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่คนรุ่นใหม่

จุฑารัตน์ ศรี โยวงศ์ (2546 : 54-57) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาด
 ของธุรกิจผ้าไหมในเขตอำเภอชนบทจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจผ้าไหม
 มีการบริหารจัดการแต่ละด้าน คือ 1) ด้านการผลิต คาดคะเนความต้องการก่อนการวางแผนการผลิต
 และคำสั่งซื้อของลูกค้า ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง และเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์
 2) ด้านการตลาด มีการจำหน่ายทางตรงจำหน่ายหน้าร้านเป็นหลักและจำหน่ายในตลาด
 ภายนอกประเทศทั้งหมด ควรติดต่อตัวแทนร้านค้าจำหน่ายในภูมิภาคอื่น เพื่อเพิ่มช่องทาง
 การจัดจำหน่าย รวมทั้งหน่วยของรัฐควรช่วยส่งเสริมธุรกิจผ้าไหมโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์
 เพื่อขยายตลาดของธุรกิจผ้าไหมกว้างขวาง 3) ด้านการเงิน ควรจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อพัฒนา
 เทคนิคการผลิต

ศิริธร ยันบัวบาน (2554 : 61-65) ได้ทำการศึกษาประสิทธิผลของการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพในเขตพื้นที่ตำบลแหลมทอง อำเภอภักดีชุมพล จังหวัดชัยภูมิ ผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยด้านการบริหารงาน ด้านระเบียบข้อบังคับ ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ และด้านการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มอาชีพ โดยกลุ่มต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของผู้นำสมาชิกในกระบวนการมีส่วนร่วม และมีองค์กรภาคประชาชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐเป็นกลไกสนับสนุนและมีการติดตามประเมินผลอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เมื่อประสบปัญหา อุปสรรคก็จะมีการปรับปรุงแก้ไขได้ทันทีส่งผลให้กลุ่มเกิดกระบวนการมีส่วนร่วมควบคู่กับการเรียนรู้ตลอดเวลาทำให้การบริหารจัดการกลุ่มอาชีพในเขตพื้นที่ตำบลแหลมทองที่มีความเข้มแข็ง และพัฒนาสู่การเป็นวิสาหกิจที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

ศิริธร ชัยเวทย์ (2550 : 55-57) ได้ทำการศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มชุมชนจังหวัดหนองคาย ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจชุมชน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริหารการตลาด เช่น การกำหนดราคาสินค้า เป็นมาตรฐานเดียวกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน มีการพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาด 2) ด้านการบริหารการเงินทุน เช่น มีการจัดทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใส มีระบบการแบ่งผลตอบแทนที่ชัดเจน เป็นต้น 3) ด้านการบริหารการผลิต เช่น มีการคัดเลือกอุปกรณ์เครื่องมือการผลิตให้เหมาะสมกับการทำงาน มีวัตถุดิบเพียงพอและทันกับความต้องการ เป็นต้น และ 4) ด้านบริหารจัดการ เช่น มีการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์การดำเนินงานของธุรกิจอย่างชัดเจน มีการกำหนดแผนงานต่างๆ ในการปฏิบัติงานของธุรกิจอย่างชัดเจน เป็นต้น ปัญหาอุปสรรคการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระบับน้อย จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ เช่น สมาชิกยังขาดการพัฒนาฝีมือในการผลิต เกิดความซ้ำซ้อนในหน้าที่ความรับผิดชอบ เป็นต้น ด้านการบริหารการเงินและทุน เช่น มีปัญหาเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน การไม่ควบคุมดูแลด้านค่าใช้จ่ายของกลุ่ม การจัดการเงินไม่เป็นระบบ เป็นต้น ด้านการบริหารด้านการผลิต เช่น สถานที่ผลิตห่างไกลแหล่งวัตถุดิบ วัตถุดิบไม่เพียงพอในการผลิต การดำเนินการผลิตไม่เป็นไปตามขั้นตอนที่วางไว้ เป็นต้น สำหรับระดับปานกลาง จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านการบริหารการตลาด เช่น ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีตราสินค้า เครื่องหมายมาตรฐานรับรองคุณภาพสินค้า เช่น OTOP เป็นต้น

กนกกาญจน์ มะกลาง (2551 : 62-65) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพระบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอสี จังหวัดลำพูน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาของวิสาหกิจชุมชนพระบาทห้วยต้ม คือ ปัจจัยภายในกลุ่มฯ ได้แก่ 1) ด้านผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้นำมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการและสมาชิก 2) ด้านการเงิน

ควรมีเงินทุนหมุนเวียนภายในวิสาหกิจชุมชนให้เพียงพอ 3) ด้านการผลิต ควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ 4) ด้านผู้นำชุมชน มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

นางนุช อิ่มเรือง (2553 : 94-97) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกรณีกลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลึม ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลึม เป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับผ้ามาใช้ในการดำเนินชีวิตและกิจกรรมต่างๆ พร้อมทั้งได้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอผ้าฝ้ายมีประณีตในรูปแบบของผ้าไหมมาเป็นรุ่นต่อรุ่น ปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลึม ได้แก่

- 1) ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม 2) ด้านการผลิต ผู้ผลิตมีการแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจน คณะกรรมการมีความเสียสละ สมาชิกมีทักษะในการดำเนินการผลิตเป็นอย่างดีผลิตภัณฑ์ที่ได้จึงมีคุณภาพได้มาตรฐาน พร้อมกันนั้นกลุ่มก็มีกระบวนการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ ของการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลา มีการเชื่อมโยงเครือข่ายในด้านการผลิต ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการบันทึกตลาดผ้าไหมมัดหมี่ลายต่าง ๆ ลงในสื่อ เพื่อเป็นหลักฐานและถ่ายทอดให้ลูกหลานได้ศึกษาเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาอันล้ำค่าของบรรพบุรุษ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้มีความหลากหลายแต่คงไว้ซึ่งคุณภาพและมาตรฐานประกอบกับการพัฒนาเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงในด้านการผลิต
- 3) ด้านการตลาด ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการแสวงหาแหล่งจำหน่าย

3. งานวิจัยด้านรูปแบบการบริหารจัดการ

สุกัญญา มณีอินทร์ (2554 : 76) ผลการศึกษาด้านรูปแบบการบริหารจัดการ 4 ด้าน คือ

- 1) ด้านการจัดการ มีการวางแผนการดำเนินงานโดยการประชุมกลุ่มทุกครั้ง มีการจัดองค์การโดยการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจน มีการกำหนดหน้าที่ของแต่ละคนได้อย่างเหมาะสม มีผู้นำในการดำเนินงาน สั่งการตามแผนงานที่กำหนดไว้ และมีการตรวจสอบงานอย่างต่อเนื่อง
- 2) ด้านการผลิต พยายามการผลิตให้สอดคล้องกับกำลังการผลิต และเหมาะสมกับความต้องการของตลาด ดำเนินการผลิตให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ใช้ภูมิปัญญาที่ได้รับการสืบทอดประสพการณ์ของคนรุ่นก่อนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย มีการควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามปริมาณและคุณภาพที่ตอบสนองความต้องการของตลาดได้ตามกำหนดเวลา
- 3) ด้านการตลาด มีการรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภค กำหนดราคาที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า
- 4) ด้านการเงิน ควรวางแผนความต้องการการใช้เงินทุน จัดหาแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น งบประมาณของยุทธศาสตร์จังหวัด งบประมาณของอุตสาหกรรมจังหวัด เป็นต้น จัดสรรเงินทุนไปใช้ในธุรกิจในการจัดซื้อวัสดุ การจ้างคนงาน ทุนสำรอง และเงินทุนหมุนเวียน

ภาคภูมิ รัตนโรจนกุล (2554 : 164-165) ได้ทำการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ด้านการวางแผน ควรกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ เพื่อนำสู่ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์กีฬาป็นหน้าผา ซึ่งประกอบด้วย 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนานุคคล 2) ยุทธศาสตร์พันธมิตรทางการเงินที่ดี 3) ยุทธศาสตร์การดูแลวัสดุอุปกรณ์และสถานที่อย่างยั่งยืน 4) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ 5) ยุทธศาสตร์การตระหนักองค์ความรู้ในกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย 6) ยุทธศาสตร์สารสนเทศ และนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ด้านการจัดองค์การ มี 3 หน่วยงานกลางที่รับผิดชอบ ได้แก่ ศูนย์ส่งเสริมกลยุทธ์ คณะกรรมการดำเนินงานการบริหารจัดการ และศูนย์ส่งเสริมมาตรฐานของผู้ประกอบการ ด้านการปฏิบัติการ ดำเนินการส่งเสริมมาตรฐานกีฬาป็นหน้าผา จัดกิจกรรมกีฬาป็นหน้าผาเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมไทย และจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวกีฬาป็นหน้าผาเพื่อการแข่งขัน และด้านการควบคุม มีการดำเนินการจัดการควบคุมติดตามและดูแลในด้าน มีการตรวจสอบ และติดตามการประเมินผลการทำงาน มีระบบวิธีการติดตามและแนวทางในการปรับปรุงอย่างมีประสิทธิภาพ สรุปวิเคราะห์การดำเนินงานในปัจจุบันเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการดำเนินการต่อไปและรายงานผลการปฏิบัติในสื่อต่างๆ

เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร (2552 : 165-295) ได้มีการศึกษาการพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบการพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าชุมชน โดยจัดกิจกรรมในการพัฒนาธุรกิจชุมชน 12 กิจกรรม คือ ด้านผู้นำ 1 กิจกรรม คือการฝึกอบรมพัฒนาคุณลักษณะภาวะผู้นำและปฏิบัติจริง ด้านการบริหารการตลาดมี 6 กิจกรรม ได้แก่การอบรมทางการตลาด การเขียนแผนการตลาด การให้คำปรึกษาการศึกษาดูงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้นอกฤดูทอผ้า และการจัดเวทีเชื่อมโยงเครือข่ายการตลาด ด้านการบริหารการเงินและทุนมี 5 กิจกรรม ได้แก่ การอบรม การฝึกปฏิบัติการบันทึกบัญชี การให้คำปรึกษา การเรียนรู้ในชุมชนนอกฤดูทอผ้าและการสร้างแรงจูงใจ

รัตนภรณ์ พันธุ์เลิศ (2553 : 75) ได้ทำการศึกษาแบบเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพทอผ้าขององค์การบริหารส่วนตำบลโนนค้อ อำเภอนูนนทริก จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า ด้านการวางแผน มีการกำหนดแผนงาน โครงการ กิจกรรม การส่งเสริมอาชีพของสมาชิก ควรให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการพัฒนานุคนากร มีการพัฒนาสมาชิกกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ เช่น การให้ความรู้ การอบรม การศึกษาดูงาน เป็นต้น การกำหนดค่าตอบแทนตามความสามารถและศักยภาพของแต่ละบุคคล มีการให้สวัสดิการอย่างทั่วถึง ด้านการผลิต มีการสำรวจและปัจจัยการผลิตภายในท้องถิ่น ด้านงบประมาณ ควรจัดทำงบประมาณล่วงหน้า

พนารัตน์ บุญธรรม (2552 : 96-98) ได้ทำการศึกษารูปแบบการจัดการสินค้า OTOP ประเภทของใช้ของตกแต่ง และของที่ระลึกในเชิงธุรกิจ : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพ เครื่องทองเหลือง 2 บ้านปะอ่าว หมู่ที่ 5 ตำบลปะอ่าว อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาในรูปแบบการจัดการพบว่า 1) รูปแบบการจัดการการผลิต ด้านการวางแผนการผลิต ไม่มีรูปแบบที่ตายตัว กลุ่มจะทำการผลิตตามคำสั่งซื้อและผลิตไว้ขายจำนวนหนึ่ง ระยะเวลาการผลิตขึ้นอยู่กับดินฟ้าอากาศ และความเร่งด่วนของงาน การวางแผนจัดเตรียมวัตถุดิบแสวงหาจากแหล่งภายในและภายนอกท้องถิ่น 2) รูปแบบการจัดการการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์และเป็นสัญลักษณ์ของเมืองอุบลซึ่งมีลวดลายหลากหลายให้เลือก เช่น ลายกลีบบัว ฟันปลา ต้นสน ไช้ปลา ลูกกลิ้ง และลายลูกหวาย เป็นต้น ส่วนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ยังไม่มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ ด้านราคา มีการกำหนดโดยบวกกำไรเพิ่มจากต้นทุน และกำหนดราคาตามระยะเวลาการผลิต และความยากง่ายของกระบวนการผลิต ด้านช่องทางการจำหน่าย มีการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ โดยการจำหน่ายในประเทศจำหน่ายในศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในหมู่บ้าน การส่งจำหน่ายในร้านค้าในตัวเมือง การจำหน่ายในงานเทศกาลต่างๆ และการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ และหน่วยงานภาครัฐ เช่นวารสารการท่องเที่ยวจังหวัด แผ่นพับ การส่งเสริมการขายโดยใช้ของแถมรวมทั้งการใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ในโอกาสต่างๆ 3) ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี จัดหาเงินทุนจากการสนับสนุนจากภาครัฐ สมาชิก เงินทุนหมุนเวียนสตรีอาเซีย กลุ่มออมทรัพย์เพื่อ การผลิตของสมาชิก การจัดสรรเงินนำไปใช้ในการซื้อวัตถุดิบ บันผลให้แก่สมาชิกร้อยละ 20 มีการจัดทำบัญชีด้วยการบันทึกบัญชีรับ-จ่าย และสรุปยอดคงเหลืออย่างต่อเนื่อง และสรุปผลการดำเนินงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการ และสมาชิกทุกเดือน 4) ด้านการจัดการกลุ่ม มีคณะกรรมการบริหาร 6 ฝ่าย คือ ฝ่ายอำนวยการ ฝ่ายการตลาด ฝ่ายตรวจสอบ ฝ่ายการผลิต ฝ่ายการเงินและบัญชี และฝ่ายที่ปรึกษา มีการมอบหมายงานตามความถนัดและความชำนาญ มีการควบคุมและการตรวจสอบการดำเนินการผลิต การเงิน การตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

ยุภา ประสงค์ทรัพย์ (2553 : 616-633) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการ วิสาหกิจชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว ผลการศึกษา พบว่า รูปแบบของวิสาหกิจชุมชน พบว่า 1) รูปแบบการพึ่งตนเอง ในระดับครัวเรือน เพื่อลดรายจ่ายให้กับครัวเรือน 2) รูปแบบการพัฒนาสู่การแลกเปลี่ยน ระหว่างชุมชน เกิดตลาดภายในชุมชนและระหว่างชุมชน มีการสร้างรายได้เพิ่ม 3) รูปแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การตอบสนองตลาดภายนอกเพื่อการแข่งขัน และมีสร้างกระบวนการเรียนรู้

ให้กับชุมชน และมีการปฏิบัติจริง โดยจัดทำแผน จัดทำโครงการ จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนตามความต้องการของชุมชนเป็นปัจจัยพื้นฐาน ตลอดจน กระบวนการแลกเปลี่ยนและจัดสรรผลผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการที่สอดคล้องและพอเพียง

4. งานวิจัยด้านปัจจัยความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อม

อุปปีง และเกสร (Upping & Kasom. 2013) ได้ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบ ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น(SMEs) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผลของการศึกษาพบว่า 1) นโยบายและเครือข่ายของรัฐบาล 2) การจัดการของกลุ่มครอบครัว (Family Group Management) 3) ภาวะผู้นำที่เข้มแข็ง (Strong Leadership) 4) ทักษะวิชาชีพ ของสมาชิก 5) การร่วมมือกันและการสร้างเครือข่ายของกลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

จิตติถาวร, อิสลาม, แก้วชนะ และ ยูซุฟ (Chittithaworn, Islam, Keawchana & Yusuf. 2011) ได้ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จทางธุรกิจของ วิสาหกิจขนาดเล็กลงและกลาง (SMEs) ในประเทศไทย มีองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ของธุรกิจ SMEs ดังนี้ 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ SMEs (SMEs Characteristic) 2) การจัดการ และเทคนิควิธี (Management and Know-how) 3) ผลิตภัณฑ์และบริการ (Products and Services) 4) ลูกค้าและตลาด (Customer and Market) 5) ทรัพยากรและเงินทุน (Resources and Finance) และ 6) สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)

อัลดิน และ โบส (Uddin & Bose. 2013) ได้ทำการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบ ที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของ SME ในบังกลาเทศ พบว่า เกี่ยวข้องกับแผนงานธุรกิจ (Business plan) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) ทักษะการจัดการ (Management Skills) และการสนับสนุนจากรัฐบาล (Government Support)

อึ้ง และ คี (Ng & Kee. 2012) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ประเด็นและการพัฒนา องค์ประกอบความสำเร็จที่สำคัญด้านความสำเร็จของ SME ในประเทศกำลังพัฒนา การศึกษานี้ เป็นการสำรวจองค์ประกอบความสำเร็จ (CSFs) ของการประกอบการในวิสาหกิจขนาดเล็กลงและขนาดกลาง ผลกระทบขององค์ประกอบความสำเร็จที่เกิดจากความสลับซับซ้อน ของสถานการณ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาวะผู้นำและการจัดการทุนทางปัญญา 2) นวัตกรรม ด้านองค์กร 3) ความสามารถด้านการประกอบการ 4) คุณลักษณะของการประกอบการ 5) ทรัพยากรมนุษย์ 6) แรงจูงใจ และ 7) ทิศทางตลาด ที่มีความจำเป็นต่อความสำเร็จ ในการประกอบการอย่างยั่งยืน เช่น รูปแบบภาวะผู้นำ ความสามารถด้านการประกอบการ นวัตกรรม ภาพลักษณ์และชื่อเสียง และวัฒนธรรมองค์กร

จาซรา, ข่าน, ฮันจรา, เรห์มัน และอซาม (Jasra, Khan, Hunjra, Rehman, & Azam. 2011) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ตัวกำหนดความสำเร็จทางธุรกิจของวิสาหกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง ผลการศึกษาพบว่ามี 5 ด้าน คือ 1) ด้านทรัพยากรทางการเงิน 2) ด้านทรัพยากรทางเทคโนโลยี 3) ด้านการสนับสนุนของรัฐบาล 4) ด้านกลยุทธ์การตลาด และ 5) ด้านทักษะของการประกอบการ โดยมีผลกระทบทางบวกและที่มียัยสำคัญต่อความสำเร็จทางธุรกิจ อีกทั้งยังพบว่าทรัพยากรการเงิน เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของ SMEs เนื่องจากผู้ประกอบการ ที่มีทรัพยากรทางการเงินน้อยกว่า ย่อมทำกิจกรรมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ได้ไม่มากเท่ากับ ภาคส่วนบริษัท ประการที่ 2 SMEs จะต้องเผชิญกับการแข่งขันระดับโลก มันได้ถูกพบเจอ ในการวิจัยซึ่งเทคโนโลยีแสดงบทบาทสำคัญในความสามารถในการผลิตของบริษัทต่าง ๆ

อันโฮลเซอร์ และ ซอบแซ็ค (Anholcer and Sobczak. 2012) ได้ทำการศึกษา เรื่ององค์ประกอบสำคัญของความสำเร็จใน SMEs ในโปแลนด์ ผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบ สำคัญของความสำเร็จของ SMEs โปแลนด์ 1) คุณภาพของสินค้าและบริการ (Quality of Products and Services) การสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า (Building Lasting Relations With Customers) 2) ภาพลักษณ์บริษัท (Company Image) 3) บุคลากรที่มีคุณสมบัติ (Qualified Personnel) 4) การไหลเวียนของสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างพนักงานลูกจ้างกับ เจ้าของ/ผู้จัดการ (Efficient Flow of Information Between Employees and the Owner/manager) 5) ประสิทธิภาพของพนักงานลูกจ้าง (Efficiency of Employees) 6) การได้หุ้นส่วน ลูกค้าใหม่ (Acquiring New Partners, Customers) 7) การปรับปรุงสินค้าและบริการ (Improving Products and Services) 8) ความสามารถด้านการจัดการของเจ้าของหรือผู้จัดการ (Managerial Abilities of the Owners or Managers) 9) ความจงรักภักดีของพนักงานลูกจ้าง (Loyalty of the Employees) 10) บรรยากาศของการติดต่อภายในบริษัท (ความไว้วางใจและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลที่ดี) (Atmosphere of the Contacts Within the Company Trust and Building Good Interpersonal Relationships) และ 11) ความซื่อสัตย์ต่อการเปลี่ยนแปลง (Openness to Changes)

นัน โกลิ, ทูรินาเว, คิทูยิ, คูเซเมอร์วา และ จาซา (Nangoli, Turinawe, Kituyi, Kusemererwa, & Jaaza. 2013) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสนับสนุนอัตราการอยู่รอดและการเติบโต ของธุรกิจ ใน LDCs : การศึกษาเชิงสำรวจแรงผลักดันด้านความล้มเหลวของธุรกิจ ใน Kampala-Uganda สรุปได้ว่า แรงผลักดันด้านความล้มเหลวของธุรกิจ (เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด ของผู้ตอบ) ได้แก่ การว่าจ้างญาติ ลูกจ้างขาดทักษะการจัดการธุรกิจและการประกอบการ การออม ต่ำ การขาดทักษะการจัดการธุรกิจและการประกอบการ การแข่งขันที่มากขึ้น การขาดวินัย ทางการเงิน ขาดเงินทุนหมุนเวียน ลูกจ้างไม่น่าไว้วางใจ ไม่มีการจัดการและใช้เงินกู้ยืม

จากธนาคารที่มีประสิทธิภาพ ขาดวิธีการจัดการของธุรกิจครอบครัว ขาดความรับผิดชอบต่อธุรกิจ มีค่าใช้จ่ายด้านภาษีและค่าเช่ามากเกินไป ผลกำไรน้อย การขาดวินัยทางการเงิน ขาดความคิดริเริ่ม ในการสร้างงาน การแข่งขันกันแบบพี่น้อง เกิดความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ การเล่นเกม ส่วนนโยบายสำคัญในการเอาชนะความล้มเหลวทางธุรกิจ (เรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด ของผู้ตอบ) ดังนี้ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่ต่ำลง การฝึกอบรมด้านทักษะการประกอบการแก่นุคตากร การจัดสรรเงินกู้ที่ผ่อนปรนจากรัฐบาลให้แก่ธุรกิจ กระแสไหลเข้าที่ถูกควบคุมของสินค้าต่างชาติ การจัดสรรเงินสนับสนุนโดยรัฐบาล การสร้างศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ เพื่อปรับปรุงนวัตกรรม

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จากการสังเคราะห์แนวคิดวิสาหกิจชุมชน วิจัยที่เกี่ยวข้อง และการศึกษา พหุกรณีตามตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

ตาราง 2.3 สังเคราะห์งานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง	ด้านการบริหาร องค์การ	ด้านการ จัดการผลิต	ด้านการจัดการ การตลาด	ด้านการจัด การเงินและบัญชี	ด้านการ จัดการ สารสนเทศ	ด้านการ วิจัยและ พัฒนา
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง							
สุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 56)		✓	✓	✓	✓	✓	
ภาคภูมิ รัตนาโรจนกุล (2554 : 164-165)		✓	✓		✓	✓	
เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร (2552 : 169-295)		✓	✓	✓	✓		
รัตนาภรณ์ พันธุ์เลิศ (2553 : 73)		✓	✓		✓		
สุภิญญา อธิปอนันต์ และคณะ (2552 : 59-61)		✓	✓	✓	✓	✓	
กฤษฎิญา มูลศรี (2552 : 68-72)		✓	✓	✓	✓		
พัสรานี นุจันท์ (2553 : 51-53)		✓	✓	✓	✓		
จุฑารัตน์ ศรี โยวงส์ (2546 : 54-57)		✓	✓	✓	✓		
เดชา เนตรสว่าง (2555 : 31)		✓	✓	✓	✓		
บุภา ประสงค์ทรัพย์ (2553 : 616-633)		✓	✓	✓	✓	✓	
ศิริพร ชันบัวบาน (2554 : 61-65)		✓	✓		✓		
ศิรินทร ฑัวยวर्थ (2551 : 55-57)		✓	✓	✓	✓		
กนกกาญจน์ มะละง (2551 : 62-65)		✓	✓	✓	✓		

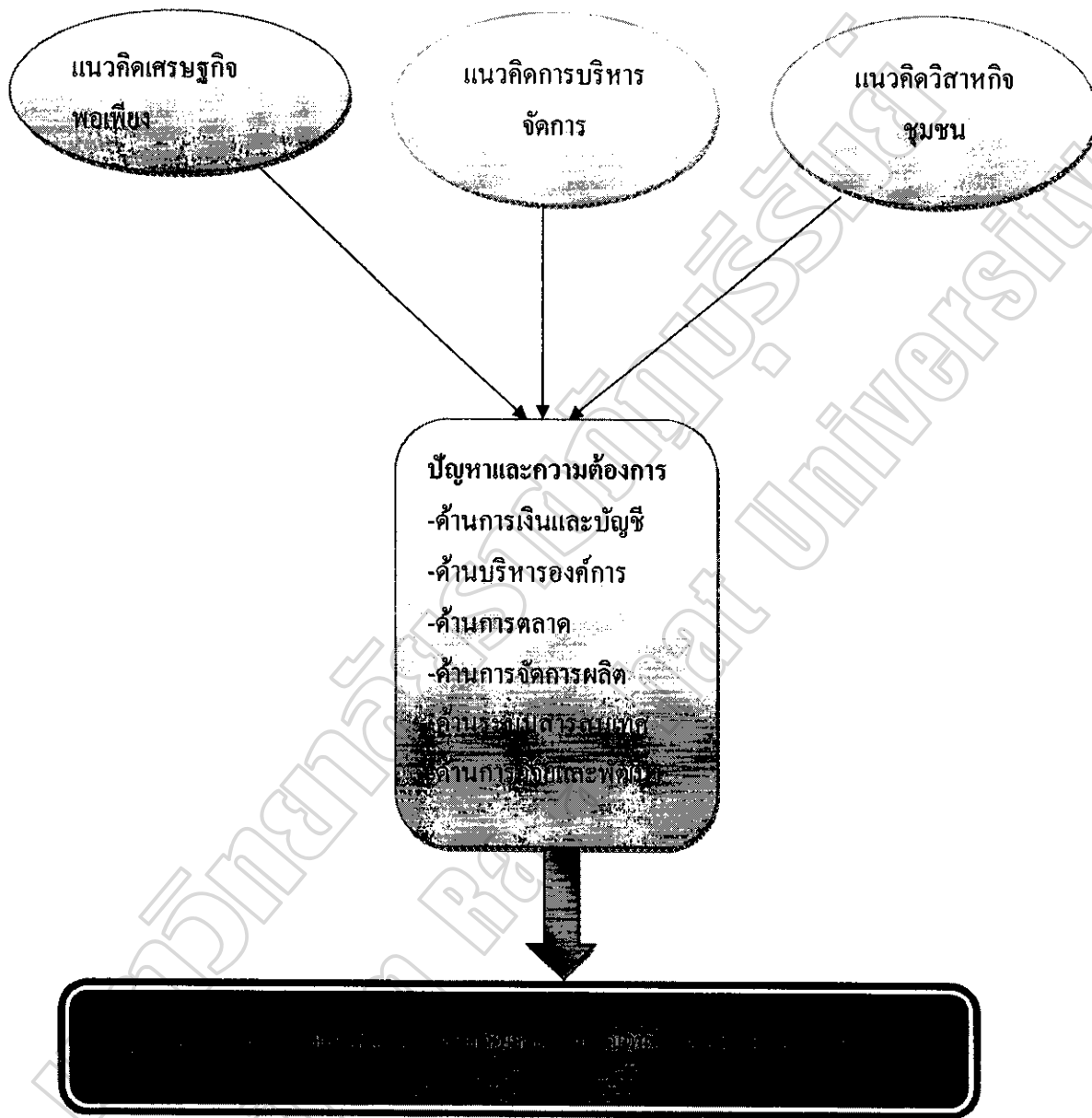
ตาราง 2.3 (ต่อ)

ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง	ด้านการบริหาร องค์การ	ด้านการ จัดการผลิต	ด้านการจัดการ การตลาด	ด้านการจัด การเงินและบัญชี	ด้านการ จัดการ สารสนเทศ	ด้านการ วิจัยและ พัฒนา
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง						
นงนุช อิมเรือง (2553 : 94-97)	✓	✓	✓	✓		
พนารัตน์ บุญธรรม (2552 : 96-100)	✓	✓	✓	✓		
อุปปิง และเกสร์ (Upping & Kasom. 2013)		✓	✓	✓	✓	✓
จิตติถาวร, อุตตาม, แก้วชนะ และ บุญฟู (Chittrithaworn, Islam, Keawchana & Yusuf. 2011)		✓	✓	✓	✓	
อัครดิน และ โปต (Uddin & Bose. 2013)			✓			
ฮึง และ คี (Ng & Kee. 2012)	✓					
จาซรา, ข่าน, ฮันจรา, เรห์มัน และอซาม (Jasra, Khan, Hunjra, Rehman, & Azam. 2011)			✓	✓		
อันโฮลเซอร์ และ ฮอปเช็ค (Anholcer and Sobczak. 2012)			✓	✓	✓	

ตาราง 2.3 (ต่อ)

ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง	ด้านการบริหารจัดการ	ด้านการจัดการการตลาด	ด้านการเงินและบัญชี	ด้านการจัดการ	ด้านการวิจัยและพัฒนา
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นั้น โกลิ, ทูรินาเว, คิทุยิ, กูเซเมอร์วา และ จาซา (Nangoli, Turinawe, Kituyi, Kusemererwa, & Jaaza. 2013)	✓		✓		
รวม	17	18	17	7	1

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบ 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย