



**รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม  
จังหวัดบุรีรัมย์**

**วิทยานิพนธ์**

**ของ**

**นางลักขณ์ ทองศรี**

**เสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ**

**เมษายน 2559**

**ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์**



**THE MANAGEMENT MODEL OF SMALL AND MICRO  
COMMUNITY ENTERPRISE OF SILKS PRODUCT GROUPS  
IN BURIRAM PROVINCE**

**Nongluck Thongsri**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement  
For the Degree of Doctor of Philosophy Program  
in Leadership for Professional Development**

**April 2016**

**Copyright of Buriram Rajabhat University**



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของ นางสาวนงลักษณ์ ทองศรี  
เรียบร้อยแล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต  
สาขาวิชาภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.มาลี ไชยเสนา)

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิ่งแก้ว ปะติตังโง)  
ที่ปรึกษาคณบดีนิพนธ์หลัก

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นลินทิพย์ ทิมพักัด)

ที่ปรึกษาคณบดีนิพนธ์ร่วม

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จรัส สว่างทัฬ)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล สมคุณา)

วันที่..... เดือน..... พ.ศ.....

ชื่อเรื่อง	รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จังหวัดบุรีรัมย์		
ผู้วิจัย	นางลัทษณ์ ทองศรี		
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กึ่งแก้ว ปะติตังโ	ที่ปรึกษาหลัก	
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นลินทิพย์ พิมพ์กัลด	ที่ปรึกษาร่วม	
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	สาขาวิชา	ภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ
สถานศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	ปีที่พิมพ์	2559

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ 2) ศึกษาความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ และ 3) พัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยแบบผสมวิธี ประชากรคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 144 กลุ่ม กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการสุ่มแบบชั้นภูมิในอัตราร้อยละ 50 ได้จำนวน 72 กลุ่ม การเก็บรวบรวมข้อมูลได้จากการศึกษาเอกสาร การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก การศึกษาพหุกรณี และแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นจึงนำผลการวิเคราะห์เนื้อหา มาพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และมีการตรวจสอบข้อมูลจากแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ ผลการศึกษาพบว่า

1. ปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการจัดการการผลิตอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการจัดการการตลาด ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี ด้านการจัดการระบบสารสนเทศ อยู่ในระดับปานกลาง และด้านการบริหารองค์การ ด้านการจัดการการวิจัยและพัฒนา อยู่ในระดับน้อย
2. ความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการจัดการการผลิตอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการจัดการการตลาด ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี ด้านการจัดการระบบสารสนเทศ อยู่ในระดับปานกลาง และด้านการบริหารองค์การ ด้านการจัดการการวิจัยและพัฒนาอยู่ในระดับน้อย

3. รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์  
คือ 1) รูปแบบการจัดการการผลิต ควรวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีเอกลักษณ์และ  
แตกต่าง ดำเนินการตามแผน และควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐาน โดยผ่านการรับรองมาตรฐาน  
ผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานภายนอก และรักษาสิ่งแวดล้อมทางการผลิต 2) รูปแบบการจัดการ  
การตลาด ควรรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์แตกต่างตามความต้องการของลูกค้า กำหนด  
ราคาขายที่เหมาะสม ขยายช่องทางการจำหน่ายและมีการส่งเสริมการตลาด 3) รูปแบบ  
การจัดการเงินและการบัญชี ควรวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยจัดหาและจัดสรรเงินทุน  
อย่างมีประสิทธิภาพ ติดตาม กำกับดูแลการเงินตามแผนการดำเนินงาน และสรุปผลการดำเนินงาน  
ด้วยระบบบัญชี

**THESIS TITLE** The Management Models of Small and Micro Community Enterprise of  
Silks Product Groups in Buriram Province

**RESEARCHER** Nongluck Thongsri

**THESIS ADVISORS** Asst. Prof. Dr. Kingkaew Patitungkho Major Advisor  
Asst. Prof. Dr. Nalinthip Pimklad Co-advisor

**DEGREE** Doctor of Philosopher **MAJOR** Leadership for Professional Development

**INSTITUTE** Buriram Rajabhat University **YEAR** 2016

### **ABSTRACT**

The purposes of this research were 1) to investigate the problems of management the Small and Micro Community Enterprise (SMCE) groups in Buriram had in silk production; 2) to study the needs for developing the management of the SMCE groups; and 3) to develop the management model of the SMCE groups in silk production. The mixed method was used in this study. The population was 144 groups of Small and Micro Community Enterprise which produced silks. The samples were selected through stratified random sampling for half of the population which was 72 groups. The data were collected by the use of documentary study, observation, in-depth interview, multiple case study, and questionnaire. The data collected were then analysed for frequency, percentage, mean, standard deviation. The result of the content analysis was applied to develop the models of SMCE groups. The information of proper implementation was evaluated. The findings were as follows :

1. The problems of the SMCE silk product groups in silk production management were at a high level, followed by marketing management, financial and accounting management, and information management were at a moderate level. The problems of organization administration, and the management of research and development were at a low level.
2. The needs for managing development of the SMCE silk product groups were at a high level, followed by marketing management, financial and accounting management, and information management were at a moderate level where as the organization administration and the management of research and development were at a low level.

3. The models of management of the SMCE groups in silk products were :

1) The production management model : the development for new products with identity and difference should be planned, followed the plan, the standard should be kept and certified by external agencies. Production environment should be protected. 2) The marketing management model : products with identity and difference should be collected to serve the customers' needs, reasonable price should be set appropriately more sales channels and marketing support should be provided. 3) The model of financial and accounting management should be planned for short term and long term by collecting and allocating the capital efficiently, controlling the financial management based on the operation plan, and concluded the operation with accounting system.

**Keywords:** Management Model, Small and Micro Community Enterprise, Silk Products

## ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้โดยดีจากความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายฝ่าย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.มาลี ไชยเสนา ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.จรัส สว่างทัฬห กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาเสียสละเวลาเป็นคณะกรรมการ สอบวิทยานิพนธ์และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นลินทิพย์ พิมพ์กัลด ประธานสาขาวิชา ภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิ่งแก้ว ปะติตั้งใจ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการดำเนินการวิจัยมาโดยตลอดทุกขั้นตอน และขอขอบคุณบัณฑิตวิทยาลัยที่ได้อำนวยความสะดวกในการประสานงานจัดทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา วีรกุลเทวัญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จตุรงค์ ควงมณี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรามาศ ชรินทร์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อนุ ยอดพรหมมินทร์ ที่ให้คำปรึกษาด้านวิธีดำเนินการวิจัย และด้านภาษาอังกฤษ ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ และ ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย เพื่อการปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่อง และให้คำแนะนำในการสร้างเครื่องมือให้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งบุคคลที่ผู้วิจัย ได้อ้างอิงทางวิชาการตามที่ปรากฏในบรรณานุกรม

ขอขอบพระคุณกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ทุกกลุ่ม ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ และให้ความสะดวกในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย นอกจากนี้ ยังมีผู้ให้ความร่วมมือช่วยเหลืออีกหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามในที่นี้ได้หมด จึงขอขอบพระคุณทุกท่านเหล่านั้นไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณ บิดามารดา ที่ให้ความรัก ความเมตตาแก่ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ ผู้บริหารที่กรุณาสนับสนุนทุนการศึกษา ตลอดจนญาติพี่น้อง เพื่อน น้องๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ได้ให้ความช่วยเหลือทั้งกำลังกาย กำลังปัญญาและเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยด้วยดีตลอดมา

นงลักษณ์ ทองศรี



# สารบัญ

	หน้า
หน้าอำนวยการ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
ประกาศนุญปลการ	ง
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพประกอบ	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
คำถามการวิจัย .....	4
ความมุ่งหมายของการวิจัย .....	4
ความสำคัญของการวิจัย .....	4
ขอบเขตของการวิจัย .....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	7
แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ .....	7
แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ .....	14
แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน.....	23
บริบทผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ .....	43
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	78
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	93

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	วิธีการดำเนินการวิจัย .....	94
	การดำเนินการวิจัย .....	94
	ระยะที่ 1 การศึกษาปัญหาการจัดการและความต้องการในการ พัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัด บุรีรัมย์ .....	96
	ระยะที่ 2 การพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ .....	111
	ระยะที่ 3 การตรวจสอบรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ .....	111
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	114
	ผลการศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ .....	114
	ผลการศึกษาความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์.....	145
	ผลการพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ .....	168
	ผลการตรวจสอบรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ .....	188
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	203
	ความมุ่งหมายของการวิจัย .....	203
	วิธีดำเนินการวิจัย .....	203
	สรุปผลการวิจัย .....	205
	อภิปรายผล .....	211
	ข้อเสนอแนะ.....	222

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>222</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>232</b>
ก หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือ.....	233
ข รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิการสนทนากลุ่ม .....	237
ค แบบสอบถาม.....	239
ง แบบสัมภาษณ์ .....	248
จ แบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ .....	253
ฉ ภาพการลงพื้นที่.....	259
ช ภาพกิจกรรมการสนทนากลุ่ม .....	263
ซ ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC) .....	268
ฌ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม .....	272
<b>ประวัติย่อของผู้วิจัย .....</b>	<b>278</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	เปรียบเทียบลักษณะความแตกต่างระหว่างวิสาหกิจชุมชนและธุรกิจชุมชน....	27
2.2	รายละเอียดผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่มวิสาหกิจชุมชน.....	53
2.3	สังเคราะห์งานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ.....	90
3.1	จำนวนประชากรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์.....	98
3.2	สัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากประชากรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม..	99
3.3	รายชื่อกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์.....	101
4.1	จำนวนและร้อยละจากข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	115
4.2	จำนวนและร้อยละจากข้อมูลการดำเนินงานของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	117
4.3	จำนวนและร้อยละจากข้อมูลการดำเนินงานของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	119
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพรวมปัญหาการจัดการตามระดับ ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน .....	122
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านปัญหาบริหารองค์การ .....	124
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปัญหาการจัดการการเงินและการบัญชี .....	127
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปัญหาการจัดการการผลิต .....	130
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปัญหาการจัดการการตลาด .....	133
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปัญหาด้านการจัดการระบบสารสนเทศ .....	136
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ปัญหาการจัดการการวิจัยและพัฒนา .....	139
4.11	ผลการศึกษาพหุกรณีตามศักยภาพภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ ผ้าไหม.....	145

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมตามความคิดเห็นของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนด้านความต้องการ ในการพัฒนาการจัดการ.....	146
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมตามความคิดเห็นของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนด้านความต้องการ ในการพัฒนาการบริหารองค์การ.....	148
4.14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมตามความคิดเห็นของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนด้านความต้องการ ในการพัฒนาการจัดการการเงิน และการบัญชี.....	151
4.15	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมตามความคิดเห็นของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนด้านความต้องการ ในการพัฒนาการจัดการการผลิต.....	154
4.16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมตามความคิดเห็นของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนด้านความต้องการ ในการพัฒนาการจัดการการตลาด.....	157
4.17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมตามความคิดเห็นของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนด้านความต้องการ ในการพัฒนาการจัดการระบบสารสนเทศ..	160
4.18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมตามความคิดเห็นของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนด้านความต้องการ ในการพัฒนาการวิจัยและการพัฒนา.....	163
4.19	พัฒนารูปแบบการจัดการการผลิต .....	169
4.20	พัฒนารูปแบบการจัดการการตลาด .....	174
4.21	พัฒนารูปแบบการจัดการการเงินและการบัญชี .....	182
4.22	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบประเมิน .....	195
4.23	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมของแบบประเมินความ เหมาะสมในการนำไปใช้ตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ .....	196
4.24	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมของแบบประเมินความ เหมาะสมในการนำไปใช้ตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการจัดการผลิต .....	197

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.25	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมของแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการจัดการการตลาด .....	198
4.26	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมของแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการจัดการการเงินและบัญชี .....	199
4.27	เปรียบเทียบผลการศึกษาโดยรวมในแบบสอบถาม พฤกษณ์ และผลการประเมิน.....	201

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
2.1 แสดงระบบการผลิต .....	18
2.2 ทรายกองพระราชทานสีทอง.....	50
2.3 ทรายกองพระราชทานสีเงิน .....	51
2.4 ทรายกองพระราชทานสีน้ำเงิน .....	51
2.5 ทรายกองพระราชทานสีเขียว .....	52
2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	93
3.1 สรุปขั้นตอนการวิจัย .....	95
5.1 การพัฒนารูปแบบการจัดการการผลิตวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบุรีรัมย์	216
5.2 การพัฒนารูปแบบการจัดการการตลาดวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบุรีรัมย์	218
5.3 การพัฒนารูปแบบการจัดการการเงินและบัญชีวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบุรีรัมย์.....	220

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิสาหกิจชุมชน เป็นองค์กรภาคประชาชนที่คนในชุมชนนำความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีที่แตกต่างกันมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อการดำรงชีวิตที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ปัจจุบันภาครัฐให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน อย่างเป็นระบบและมีเอกภาพตามพระราชบัญญัติการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ซึ่งได้ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการ โดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้ และการพึ่งพาตนเองในระดับครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน โดยนำทุนของชุมชนที่ประกอบด้วย ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี และทรัพยากรท้องถิ่น ผสมกับการบริหารจัดการสมัยใหม่ที่เหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน โดยมีหลักการไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. 2558 : 9) ; (ดรณั สมิตะเกษตริน. 2552 : 1-7) ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนระดับฐานราก ให้มีรายได้จากการสร้างอาชีพเสริม เช่น การปลูกผักปลอดสารพิษ การทำน้ายาล้างจาน การทำยาสระผม การทอผ้าฝ้าย และผ้าไหม เป็นต้น เพื่อพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางต่อไป

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เป็นอีกหนึ่งวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องจากสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงโปรดเกล้าฯ จัดตั้งศูนย์ศิลปาชีพบางไทรพิเศษเพื่อฟื้นฟูและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ตั้งแต่วิธีการทอผ้าไหม การกำหนดสี การพัฒนารูปแบบผ้าไหม การรับซื้อ การตลาดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ จังหวัดบุรีรัมย์ มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหลายกลุ่มที่มีโอกาสได้รับการสนับสนุนจากศูนย์ศิลปาชีพบางไทรอย่างต่อเนื่อง จนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นดินแดงให้มีชื่อเสียงทั้งระดับประเทศและต่างประเทศได้ (ฉัฐปกรณั จันทะปิตดา. 2551 : 2) และได้รับการส่งเสริมให้ขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication : GI) จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ จากภูมิปัญญาการทอผ้าไหมที่กระจายอยู่ทุกอำเภอในเขตจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นแรงผลักดันให้หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าไหมอย่างต่อเนื่องตามคำขวัญของจังหวัดบุรีรัมย์ “เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม” “เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม”



ถึงปี พ.ศ. 2558 (อาหาร เครื่องดื่ม สมุนไพร เครื่องประดับตกแต่ง ผ้าและเครื่องแต่งกาย) พบว่า ประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย มีรายได้สูงกว่าประเภทอื่น ซึ่งพบว่า ปี พ.ศ. 2555 มีรายได้ 328 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2556 มีรายได้ 322 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2557 มีรายได้ 397 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2558 มีรายได้สูงขึ้นจำนวนมากถึง 462 ล้านบาท (กรมพัฒนาชุมชน. 2558)

อย่างไรก็ตาม การจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ถึงแม้ว่าจะได้รับการยอมรับและสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่มีข้อสังเกตว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มย่อมพบปัญหาและอุปสรรคที่แตกต่างกัน จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถแบ่งกลุ่มปัญหาการจัดการได้เป็น 6 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 ด้านบริหารองค์การ (นพเกลา ดวงหิรัญภักดี. 2551 : 79 ) พบว่า สมาชิกมีส่วนร่วมในการบริหารองค์การน้อย ขาดแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจน ไม่มี การวางกฎระเบียบข้อบังคับ การจัดโครงสร้างไม่เอื้ออำนวยต่อการสร้างความมั่นคง การประชุม ไม่ต่อเนื่อง การบริหารองค์การยังต้องอาศัยความสามารถของประธานกลุ่มเป็นหลัก กลุ่มที่ 2 ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี (พัศราณี ทนุจันทร์. 2553 : 27) พบว่า ขาดเงินทุนหมุนเวียน การขอกู้ยืมทำได้ยากเนื่องจากไม่มีหลักประกันในการขอกู้ยืม อัตราดอกเบี้ยสูง สมาชิกขาดความรู้ ความสามารถในการบันทึกบัญชีให้เป็นระบบ กลุ่มที่ 3 ด้านการจัดการการผลิต (พนารัตน์ บุญธรรม. 2552 : 99) พบว่า ขาดการวางแผนการผลิต วัตถุดิบในชุมชนมีไม่เพียงพอต่อการผลิต ต้องจัดหาวัตถุดิบจากภายนอกทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ขาดแคลนแรงงานช่วงฤดูทำนา เทคโนโลยีการผลิตยังคงใช้รูปแบบเดิมไม่ทันสมัย ส่งผลต่อผลผลิตได้ปริมาณไม่เพียงพอ ต่อความต้องการของตลาด ขาดทักษะการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ กลุ่มที่ 4 ด้านการจัดการการตลาด (สุพรรณิ ขอดเฝือ. 2551 : 12) พบว่า ตลาดรองรับและช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ดำเนินการไม่ต่อเนื่อง กลุ่มที่ 5 ด้านการจัดการระบบสารสนเทศ พบว่า ขาดการเก็บ รวบรวมข้อมูล การตรวจสอบ การวิเคราะห์ และการนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจ กลุ่มที่ 6 ด้านการจัดการการวิจัยและการพัฒนา (จิตรลดา พิศาลสุพงศ์และคณะ. 2557 : 5) พบว่า สมาชิก ไม่เห็นความสำคัญในการทำวิจัยและพัฒนา ส่วนใหญ่ได้รับมาตรการจากนโยบายของภาครัฐ ซึ่งมีการสนับสนุนงบประมาณน้อยและไม่ทั่วถึง ขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการวิจัย และพัฒนา ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และขาดการเข้าถึงเครือข่ายความร่วมมือด้านการวิจัย และพัฒนาของภาครัฐ

ความต้องการในการพัฒนาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นแนวทางการแก้ปัญหาการจัดการ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดังกล่าว จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการพบว่า แนวทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถค้นหาวิธีการดำเนินการใหม่ ๆ มาพัฒนารูปแบบ

การจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ 6 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 ด้านการบริหารองค์การ (สุกัญญา อธิปอนันต์ และคณะ. 2550 : 25) กล่าวว่าการบริหารองค์การ ควรมีผู้นำและสมาชิก เข้าร่วมกิจกรรมในการกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับ การจัดโครงสร้างให้เหมาะสม กลุ่มที่ 2 ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี (กฤษติญา มูลศรี. 2552 : 1) คณะกรรมการควรใช้ความสามารถเพื่อการเข้าถึงแหล่งทุนจากภาครัฐ ควรมีการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี กลุ่มที่ 3 ด้านการจัดการการผลิต ควรมีการแสวงหาวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำ จัดหาอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย แสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพ ควรมีการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาการผลิตผ้าไหมสู่คนรุ่นหลัง (สุกัญญา อธิปอนันต์และคณะ. 2550 : 52) กลุ่มที่ 4 ด้านการจัดการการตลาด (กฤษติญา มูลศรี. 2552 : 2) ควรใช้ความสามารถเพื่อการเข้าถึงเครือข่ายการตลาดของภาครัฐ เครือข่ายผู้ขายส่งในตลาดทุกระดับ กลุ่มที่ 5 ด้านการจัดการระบบสารสนเทศ (พรณทิพา เลาะห์ทองทิพย์. 2548 : 256) ควรส่งเสริมบุคลากรด้านความรู้และทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศ การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดระบบสารสนเทศอย่างถูกต้องและแม่นยำ การนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนางาน และสรุปข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญเผยแพร่และบริการ กลุ่มที่ 6 ด้านการจัดการการวิจัยและพัฒนา (จิตรลดา พิศาลสุพงษ์. 2557 : 8-9) ควรมีการผลักดันงานวิจัยและพัฒนาสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ผลักดันเทคโนโลยี และนวัตกรรมต่าง ๆ มาพัฒนาให้เกิดประโยชน์ในวงกว้าง ส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างภาคการศึกษาและอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและปรับแนวทางการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ศึกษาความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของจังหวัดบุรีรัมย์ ว่าปัญหาการจัดการมีความสอดคล้องกับความต้องการในการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านใด และควรพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไปในทิศทางใด จากแนวความคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ของ เฟรด อาร์ เดวิด (Fred R. David. 2011 : 6) ซึ่งการพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในครั้งนี้ได้จากผลการศึกษาปัญหาและความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรกมาเป็นแนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในองค์กร สามารถรักษาลูกค้าและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้ตามวิธีการดำเนินงานแบบใหม่ที่เหมาะสมและมีความเป็นไปได้ของสภาพการแข่งขันในยุคปัจจุบัน รวมทั้งสามารถพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างยั่งยืน

### คำถามของการวิจัย

1. ปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์เป็นอย่างไร
2. ความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์เป็นอย่างไร
3. การพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์เป็นอย่างไร

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

### ความสำคัญของการวิจัย

1. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อนำมาวางแผนการพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด
2. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาการจัดการของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อนำมาวางแผนการจัดสรรทรัพยากรในด้านต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม
3. ทราบรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ และสามารถนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

### ขอบเขตของการวิจัย

#### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นวิธีการดำเนินงานตามปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยพิจารณาจากผลการศึกษาของค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก ตามแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ของเฟรด อาร์ เดวิด (Fred R. David, 2011 : 6) ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้

- 1) ด้านการบริหารองค์การ
- 2) ด้านการจัดการการเงิน
- 3) ด้านการจัดการการผลิต
- 4) ด้านการจัดการการตลาด
- 5) ด้านการจัดการระบบสารสนเทศ และ
- 6) ด้านการจัดการการวิจัยและพัฒนา

## 2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากร** ในการศึกษาครั้งนี้คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่ได้จดทะเบียน ในปี พ.ศ. 2557 (สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์. 2558 : 1 – 50) จำนวน 144 กลุ่ม จากทั้งหมด 23 อำเภอ โดยผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่ม ประกอบด้วย ประธาน 1 คน กรรมการ 2 คน สมาชิก 2 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 720 คน

**กลุ่มตัวอย่าง** ในการศึกษาครั้งนี้ได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยใช้วิธีการกำหนดสัดส่วนจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในแต่ละอำเภอ จำนวน 144 กลุ่ม ในอัตราร้อยละ 50 เป็นจำนวน 72 กลุ่ม โดยมีผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่มประกอบด้วย ประธาน 1 คน กรรมการ 2 คน สมาชิก 2 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 360 คน

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **รูปแบบการจัดการ** หมายถึง วิธีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่พบจากผลการศึกษาของค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรกของแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ของ เฟรด อาร์ เดวิด (Fred R. David, 2011 : 6) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปร 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารองค์การ การจัดการการเงินและการบัญชี การจัดการการผลิต การจัดการการตลาด การจัดการระบบสารสนเทศ และการจัดการการวิจัยและพัฒนา
2. **วิธีการดำเนินงาน** หมายถึง แบบแผนการปฏิบัติงานที่มีขั้นตอนการดำเนินงานกิจกรรม เป้าหมาย ข้อจำกัด และปัจจัยความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
3. **ด้านการบริหารองค์การ** หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการบริหาร อันเกี่ยวข้องกับการวางแผน การจัดองค์การ การนำ/การสั่งการ และการควบคุมเพื่อให้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์
3. **การจัดการการเงินและบัญชี** หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการเงินและบัญชี อันเกี่ยวข้องกับการวางแผนการเงิน เพื่อการคาดคะเนความต้องการใช้เงินทุน การจัดหาเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ การจัดสรรเงินทุนไปใช้ในธุรกิจ และการควบคุมการเงินและบัญชี
4. **การจัดการการผลิต** หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการผลิต อันเกี่ยวข้องกับการวางแผนการผลิตเพื่อออกแบบระบบการผลิต การดำเนินงานการผลิต และการควบคุมการผลิต เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
5. **การจัดการการตลาด** หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการตลาด อันเกี่ยวข้องกับการผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้า

6. การจัดการระบบสารสนเทศ หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางระบบสารสนเทศ อันเกี่ยวข้องกับ การรวบรวมข้อมูล การเผยแพร่ข้อมูล จัดเก็บข้อมูล และการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์

7. การจัดการการวิจัยและพัฒนา หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการวิจัยและพัฒนา อันเกี่ยวข้องกับ การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันเพื่อรวบรวมปัญหา การมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา กระบวนการเรียนรู้ การสนับสนุนงบประมาณในการทำงานวิจัย การอบรมเพิ่มทักษะการพัฒนางานผ้าไหม ทดลองการพัฒนางานวิจัยที่จากผลิตภัณฑ์ผ้าไหม พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภายนอก

8. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบุรีรัมย์ หมายถึง กิจการของชุมชน เกี่ยวกับการผลิตและจำหน่ายผ้าไหมที่ได้รับการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนเฉพาะพื้นที่ จังหวัดบุรีรัมย์เท่านั้น ที่ดำเนินการ โดยคณะบุคคลที่มีอยู่ในชุมชนที่มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการ เพื่อสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

## 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 สืบกระแสน (2552 : 108-109) ได้กล่าวถึงลักษณะของรูปแบบมีสองลักษณะได้แก่ 1) รูปแบบจำลองของสิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น ระบบปฏิบัติงาน เป็นต้น และ 2) รูปแบบที่เป็นแบบจำลองของสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น รูปแบบอาจแสดงความสัมพันธ์ด้วยเส้นโยงแสดงในรูปแผนภาพหรือเขียนในรูปสมการคณิตศาสตร์ หรือสมการพยากรณ์หรือเขียนเป็นข้อความ จำนวน หรือภาพ หรือแผนภูมิหรือรูปสามมิติ

รัตน์ บัณฑิต (2552 : 124 ; อ่างในนิสยาภรณ์ ชนะคำ, 2557 : 18) ได้แบ่งความหมายของรูปแบบออกเป็น 3 ความหมาย ดังนี้ 1) แผนภาพหรือภาพร่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ยังไม่สมบูรณ์เหมือนของจริงรูปแบบในความหมายนี้ มักจะเรียกทับศัพท์ในภาษาไทยว่า “รูปแบบ” ได้แก่ รูปแบบบ้าน รูปแบบรถยนต์ รูปแบบเสื้อ เป็นต้น 2) แบบแผนความสัมพันธ์ของตัวแปรหรือสมการทางคณิตศาสตร์ที่รู้จักกันในชื่อที่เรียกว่า “Mathematical Model” 3) แผนภาพที่แสดงถึงองค์ประกอบการทำงานของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รูปแบบในความหมายนี้บางที่เรียกกันว่า 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 วิธีการดำเนินงานตามแบบแผนโครงสร้างทางความคิด องค์ประกอบการทำงานหรือภาพย่อส่วนของวิธีการที่เป็นต้นแบบของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นคำอธิบาย แผนผัง ไคอะแกรม หรือแผนภาพตามความเหมาะสม เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ 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 และโปรแกรมเชิงเส้น เป็นต้น

สแตเนอร์ และเวคิล (Stoner & Wanek, 1986 : 12) ได้ให้ความหมายของรูปแบบว่าเป็นการจำลองความจริงของปรากฏการณ์เพื่อให้เข้าใจความสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อนของความสัมพันธ์นั้น ๆ ได้ง่ายขึ้น เป็นการสร้างมโนทัศน์ (Conceptualization) เกี่ยวกับปรากฏการณ์โดยอาศัยหลักการ (Rational) ของรูปแบบรูปนัย (Formal System) และมีจุดมุ่งหมายเพื่อทำให้เกิดความกระจ่างชัดของนิยาม ความสัมพันธ์ และประพจน์ที่เกี่ยวข้อง

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

1. รูปแบบเชิงเปรียบเทียบ (Analogue Model) เป็นความคิดที่แสดงออกในลักษณะของการเปรียบเทียบสิ่งต่างๆ อย่างน้อย 2 สิ่งขึ้นไปเป็นรูปแบบที่ใช้การอุปมาอุปมัยเทียบเคียงปรากฏการณ์ซึ่งเป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรม เช่น รูปแบบในการทำนายจำนวนนักเรียนที่จะเข้าสู่ระบบโรงเรียน ซึ่งอนุมานแนวคิดมาจากการเปิดน้ำเข้าและปล่อยน้ำออกจากถังนักเรียนที่จะเข้าสู่ระบบเปรียบเทียบได้กับน้ำที่เปิดออกจากถัง ดังนั้นนักเรียนที่คงอยู่ในระบบจึงเท่ากับนักเรียนที่เข้าสู่ระบบลบด้วยนักเรียนที่ออกจากระบบ 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) เป็นความคิดที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต่างๆ ของสภาพการณ์/ปัญหา แนวคิดสำคัญของรูปแบบนี้คือ ต้องสร้างขึ้นจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหรืองานวิจัยที่มีมาแล้ว รูปแบบจะเขียนในลักษณะสมการเส้นตรง แต่ละสมการแสดงความสัมพันธ์เชิงเหตุเชิงผลระหว่างตัวแปร จากนั้นมีการเก็บรวบรวมข้อมูลในสภาพการณ์ที่เป็นจริงเพื่อทดสอบรูปแบบเชิงสาเหตุนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

4.1 รูปแบบระบบเส้นเดียว (Recursive Model) เป็นรูปแบบที่แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรด้วยเส้นโยงที่มีทิศทางของการเป็นสาเหตุในทิศทางเดียว โดยไม่มี ความสัมพันธ์ย้อนกลับ

4.2 รูปแบบระบบเส้นคู่ (Non-recursive Model) เป็นระบบที่แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร โดยทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรภายในตัวแปรหนึ่ง อาจเป็นทั้งตัวแปรเชิงสาเหตุและเชิงผลพร้อมกัน จึงมีทิศทางความสัมพันธ์ย้อนกลับได้

สรุปได้ว่า ประเภทของรูปแบบ ผู้วิจัยได้นำประเภทของรูปแบบเชิงแนวความคิดของสิ่งใดสิ่งหนึ่งของสเตเนอร์ มาเป็นแนวทางการร่างรูปแบบตามแนวคิด ทฤษฎีที่มีอยู่ โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ที่สอดคล้องของปัญหาและความต้องการของการจัดการเป็นหลัก

### 3. องค์ประกอบของรูปแบบ

มีผู้ให้แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของรูปแบบ ดังนี้

บราวน์ และ โมเบอร์ก (Brown & Moberg. 1980 : 16-17) ได้สังเคราะห์รูปแบบขึ้นมาจากแนวคิดเชิงระบบ (System Approach) กับหลักการบริหารตามสถานการณ์ (Contingency Approach) ได้กล่าวว่าองค์ประกอบของรูปแบบ 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) เสนอรูปแบบระบบที่มีลักษณะบางประการของระบบเปิด (Open System) เป็นรูปแบบที่แสดงถึงองค์ประกอบย่อยของระบบ ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน คือ 1) ปัจจัยนำเข้า (Input) 2) กระบวนการ (Process) 3) ผลผลิต (Output) และ 4) ข้อมูลป้อนกลับจากสภาพแวดล้อม (Environment Feedback) การพิจารณารูปแบบในลักษณะนี้ถือว่าผลผลิตของระบบเกิดจากการที่มีปัจจัยนำเข้าส่งไปผ่านกระบวนการ ซึ่งจะจัดการทำให้เกิดผลผลิตขึ้น และให้ความสนใจกับข้อมูลป้อนกลับจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งแสดงถึงการเริ่มมีลักษณะของความเป็นระบบเปิด

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

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

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

#### 4. คุณลักษณะของรูปแบบที่ดี

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

1. รูปแบบควรประกอบด้วยความสัมพันธ์อย่างมีโครงสร้างมากกว่าความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกันแบบรวม ๆ
2. รูปแบบควรนำไปสู่การพยากรณ์ผลที่จะเกิดขึ้น ซึ่งสามารถถูกตรวจสอบได้ โดยการสังเกต ซึ่งเป็นไปได้ที่จะทดสอบรูปแบบพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ได้
3. รูปแบบควรจะต้องระบุหรือชี้ให้เห็นถึงกลไกเชิงเหตุผลของเรื่องที่ศึกษา ดังนั้น นอกจากรูปแบบจะเป็นเครื่องมือในการพยากรณ์ได้ควรใช้อภิปรายปรากฏการณ์ได้ด้วย
4. รูปแบบ ควรเป็นเครื่องมือในการสร้างมโนทัศน์ใหม่และสร้างความสัมพันธ์ของ ตัวแปรในลักษณะใหม่ ซึ่งเป็นการขยายในเรื่องที่กำลังศึกษา

วาโร เฟ็งสวัสต์ (2553 : 6) รูปแบบที่ดีที่ควรศึกษามีลักษณะ ดังนี้

1. รูปแบบควรประกอบด้วยความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรมากกว่าความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงธรรมดา อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงก็มีประโยชน์ในช่วงของการพัฒนารูปแบบ
2. รูปแบบควรนำไปสู่การทำนายผลที่ตามมา ซึ่งสามารถตรวจสอบได้ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเมื่อทดสอบรูปแบบ ซึ่งถ้าปรากฏว่าไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ รูปแบบนั้นต้องถูกยกเลิก
3. รูปแบบควรอธิบายโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องที่ศึกษาได้อย่างชัดเจน

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

5. รูปแบบในเรื่องใด จะเป็นเช่นไรขึ้นอยู่กับกรอบของทฤษฎีในเรื่องนั้นๆ

สรุปได้ว่า ลักษณะของรูปแบบที่ดี ควรมีการอธิบายโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุผลให้ชัดเจน สามารถตรวจสอบได้ด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ เป็นเครื่องมือในการสร้างความคิดรวบยอดใหม่ และการสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรใหม่ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มองค์ความรู้ตามกรอบของทฤษฎีในเรื่องนั้นๆ และนำไปสู่การทำนายผลที่ตามมาได้

### 5. การตรวจสอบรูปแบบ

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

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

1. การประเมินโดยแนวทางนี้ มิได้เน้นผลสัมฤทธิ์ของเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ตามรูปแบบการประเมินแบบอิงเป้าหมาย (Goal-based Model) การตอบสนองปัญหาและความต้องการของผู้เกี่ยวข้องตามรูปแบบการประเมินแบบสนองตอบ (Responsive Model) หรือกระบวนการ การวิเคราะห์วิจารณ์อย่างลึกซึ้งเฉพาะในประเด็นที่นำมาพิจารณา ซึ่งไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเสมอไป แต่อาจจะผสมผสาน บังคับในการพิจารณาต่างๆ เข้าด้วยกัน ตามวิจารณ์ของของผู้ทรงคุณวุฒิ 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 และวิเคราะห์ จากหลักฐานเชิงปริมาณ (Quantitative) การตรวจสอบโมเดลจากหลักฐานเชิงปริมาณ ใช้เทคนิคทางสถิติ

## 6. ปัญหาในการสร้างรูปแบบ

กระบวนการสร้างรูปแบบ เป็นวิธีการกำหนดภาพย่อของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง 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 อีกทั้งไม่สามารถนำรูปแบบไปใช้ได้อย่างเต็มที่อีกด้วย

6.5 ต้นเปลืองค่าใช้จ่าย (Cost) ต้องพยายามสร้างให้เกิดประโยชน์มากกว่าเสียค่าใช้จ่าย ในการคิดค่าใช้จ่ายนี้ควรคิดรวมไปถึงเรื่องของการเสียเวลาในการใช้รูปแบบ ค่าฝึกอบรมเวลา การฝึกอบรม ตลอดจนรวมถึงการเสียเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลสารสนเทศต่างๆ ด้วย

สรุปได้ว่า รูปแบบที่สร้างขึ้นควรหาวิธีการวิเคราะห์ที่มีความเหมาะสม ถูกต้อง สอดคล้อง กับวัตถุประสงค์ของการนำรูปแบบไปใช้ประโยชน์ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญทั้งเชิงวิชาการ และเชิงปฏิบัติการเป็นผู้ประเมิน เพื่อยืนยันรูปแบบที่เหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์

### แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นวิธีการดำเนินธุรกิจหรือการดำเนินงานตามยุทธวิธีที่ นอกเหนือจากคู่แข่ง ซึ่งผู้บริหารต้องวางแผนการดำเนินงานในส่วนต่างๆ รวมถึงการพยากรณ์ ผลตอบแทนจากการดำเนินงาน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแผนธุรกิจ และกรอบการดำเนินงาน การควบคุม การค้นหาแนวทางป้องกันปัญหาหรืออุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้น 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 ขององค์การจากการศึกษาคำจำกัดความของการบริหารจัดการ (Management) หมายถึง กระบวนการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม (Bartol & Martin, 1991 : 6-9) เป็นภารกิจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือหลายคนที่เข้ามาประสาน การทำงานเพื่อให้งานประสบความสำเร็จ (ธงชัย สันติวงษ์, 2546 : 1 ; อารี ลาภวงศ์ราษฎร์, 2551 : 11 ; ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550 : 1 ; จารุดา 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) ; (กัญญ์พัลวี กล่อมธงเจริญ. 2553 : 9-11) ดังนี้

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

- 1) การเตรียมการ เป็นการเตรียมการก่อนการสร้างแผน โดยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในภายนอก ศึกษา นโยบาย เป้าหมายเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผนงานให้ชัดเจนและสอดคล้องกับนโยบาย เป้าหมายขององค์การ
- 2) การกำหนดแผน เป็นการกำหนดแผนการดำเนินงานที่ต้องการให้ชัดเจน และรอบคอบมีกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติ ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานหรือคุณภาพงานที่ต้องปฏิบัติ เพื่อกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานตามแผน โดยพิจารณาทางเลือกและวิธีการแก้ไขปัญหา และอุปสรรคและตัดสินใจเลือกกิจกรรมที่คาดว่าจะดีที่สุด
- 3) การปฏิบัติตามแผน เป็นการนำแผนไปปฏิบัติ โดยมีกิจกรรมการประชุม เพื่อสร้างความเข้าใจกับผู้ที่เกี่ยวข้อง กำหนดผู้รับผิดชอบในแต่ละงาน จัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมกับงาน ประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง จูงใจให้เกิดความร่วมมือ กำหนดเวลาเริ่มต้น/สิ้นสุดของกิจกรรม และควบคุมงานในแต่ละส่วน
- 4) ประเมินผลตามแผนปฏิบัติงาน เป็นการประเมินผลของแผนปฏิบัติงาน ว่าได้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคในเรื่องใดบ้าง พิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานตามแผนว่ามีควรมีการปรับปรุงแผนหรือไม่อย่างไร

1.1.2 การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง ภาระหน้าที่ของผู้บริหารเกี่ยวกับการวางแผน ขอบข่ายในการทำงาน 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 เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีทิศทางที่สอดคล้องกัน ไม่ขัดต่อกฎระเบียบ และลดความขัดแย้ง

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

1) จูงใจด้วยเงิน เป็นวิธีจูงใจที่ได้ผลรวดเร็ว 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 และการปฏิบัติการแก้ไข

สรุปได้ว่า การบริหารองค์การ หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการบริหาร จากองค์ประกอบย่อย 4 ประการ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ/การสั่งการ และการควบคุม เพื่อให้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์ 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 เพื่อให้การพัฒนาองค์กรให้เจริญก้าวหน้า

## 2. ด้านการจัดการการเงินและบัญชี

การเงินเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินวิสาหกิจชุมชน และการขยายธุรกิจ ถ้าธุรกิจใดมีความมั่นคงทางการเงิน ย่อมสร้างความน่าเชื่อถือ และสามารถขอกู้ยืมจากหน่วยงานภายนอกได้ง่าย อีกทั้งสมาชิกก็มีความมั่นใจ และมั่นคงในอาชีพ จากการศึกษาจำกัดความหมายของการจัดการการเงิน 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

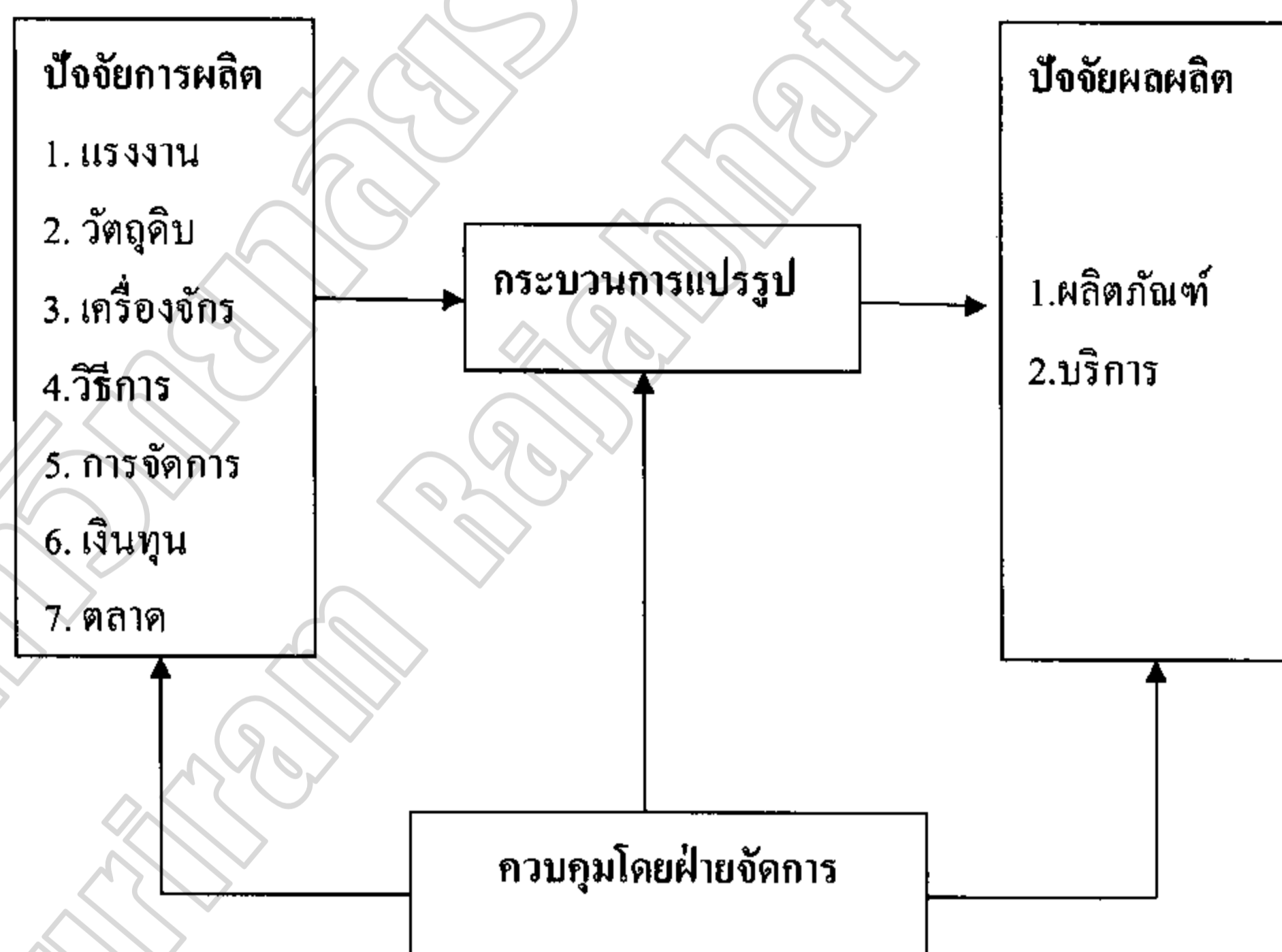
สรุปได้ว่า การจัดการการเงินและบัญชี หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการเงินและบัญชีอันเกี่ยวข้องกับ 1) การวางแผนการเงิน เพื่อการคาดคะเนความต้องการใช้เงินทุน 2) การจัดหาเงินทุนจากสมาชิก งบประมาณสนับสนุนของภาครัฐ เงินกู้ยืมของสถาบันการเงิน 3) การจัดสรรเงินทุนไปใช้ในธุรกิจด้านการจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ 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 สู่กระบวนการแปรรูปให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า จากการศึกษาจำกัดความของการผลิต หมายถึง การจัดการทรัพยากรทางการผลิต ซึ่งแปรรูปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์และบริการตามที่ตลาดต้องการอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล (สุมน 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 : สุมน มาลาสิทธิ์. (2552 : 6)

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

1. การวางแผนการผลิต เป็นกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจความต้องการสินค้าเพื่อการคาดคะเนปริมาณการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีเอกลักษณ์ 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 และการรักษาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากผลกระทบในกระบวนการผลิต

สรุปได้ว่า การจัดการการผลิต หมายถึง วิธีการดำเนินงานทางการผลิต อันเกี่ยวข้องกับด้านการวางแผนการผลิตตามการสำรวจความต้องการสินค้าเพื่อการคาดคะเนปริมาณการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีเอกลักษณ์ มีความแตกต่าง การวางแผนทรัพยากรการผลิต ทั้งในด้านการวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ และแรงงาน การดำเนินงานการผลิตตามแผนการผลิต และการควบคุมการผลิต ด้วยการตรวจสอบกระบวนการผลิต คุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนการจำหน่าย การได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชน เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต การตลาด การเงินและการบัญชี ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบุคคล ฝ่ายวิจัยและพัฒนา และรักษาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากผลกระทบในกระบวนการผลิต

#### 4. ด้านการจัดการการตลาด

การจัดการการตลาด เป็นวิธีการกระจายผลผลิตสู่ผู้บริโภค ซึ่งหากผู้ผลิตผ้าไหมไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า 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 บรรลุภัณฑ์ตามเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวัง สัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

4.2 ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา เป็นจำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และการบริการ กับผลประโยชน์ที่ได้รับ จากการใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการ วิธีการกำหนดราคาประกอบด้วย

4.2.1 ราคาตามภูมิศาสตร์เกี่ยวข้องกับระยะทางการขนส่ง

4.2.2 นโยบายการลดหรือส่วนยอมให้ เช่น ลดตามฤดูกาล ส่วนลดเงินสด สินค้าเก่ามาแลก เป็นต้น

4.2.3 กำหนดราคาเพื่อส่งเสริมการตลาด เช่น ขยายเชื่อ การคืนเงิน ลดราคา ช่วงเทศกาล เป็นต้น การตั้งราคาแตกต่าง เช่น ตามราคาตามเวลา ตามคู่แข่ง ตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ ตามภาพลักษณ์ เป็นต้น การตั้งราคาตามจิตวิทยา เช่น ตั้งตามชื่อเสียง ตั้งราคาเลขคู่หรือเลขคี่ ตั้งตามความเคยชิน การตั้งราคาสำหรับสินค้าใหม่ ซึ่งการกำหนดราคาส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการที่ลูกค้าจะได้รับ และอาจส่งผลกระทบต่อผู้จัดหาวัตถุดิบ

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

4.3.1 ช่องทางการจำหน่ายทางตรง หมายถึง การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยไม่ผ่านคนกลาง

4.3.2 ช่องทางการจำหน่ายทางอ้อม หมายถึง การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค 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 สิ่งที่น่าสนใจแก่ตลาด 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 มีข้อมูลระบบสารสนเทศของกลุ่มคู่แข่งหรือไม่
- 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 และบุคคลภายในองค์กรมารวมรวมข้อมูล เผยแพร่ข้อมูล จัดเก็บข้อมูล และนำข้อมูลมาใช้เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจดำเนินการในองค์กร

## 6. ด้านการจัดการการวิจัยและพัฒนา

ปัจจุบันการทำวิจัยและพัฒนา มีความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรม ที่แตกต่างกันเป็นอย่างมาก เพื่อการเป็นผู้นำของตลาด และด้านนวัตกรรม แต่บางองค์กรพอใจที่จะเป็นผู้ตามทางการตลาด และต้องการเพียงแต่ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิมเท่านั้น ดังนั้นการนำกลยุทธ์ด้านวิจัยและพัฒนาไปใช้จึงแตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่าองค์กรเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีหรือต้องการเป็นผู้ตามด้านเทคโนโลยี จากการศึกษาจำกัดความของการวิจัยและพัฒนา หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับการลดต้นทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ ให้เกิดการได้เปรียบทางการเงินและการแข่งขัน (Fred R. David, 2011 : 115) มีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ โดยการสำรวจจากสถานการณ์จริง เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (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 โดยแสวงหาการลงทุนร่วมกับบริษัทอื่นๆ ค้นหาจุดแข็ง (ความสามารถ) และจุดอ่อน (ข้อจำกัด) ของการวิจัยและพัฒนา เพื่อแสดงบทบาทที่สำคัญในการสร้างกลยุทธ์และการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ

### ประเด็นการตรวจสอบด้านการวิจัยและการพัฒนามี 7 ประเด็น

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

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

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

### แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนถือเป็นอีกหนึ่งมิติของการรวมกลุ่มในชุมชน โดยอาศัยทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เพิ่มมูลค่าจนเป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์สามารถสร้างรายได้และอาชีพให้กับชุมชน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการศึกษาเกี่ยวกับความหมายของวิสาหกิจชุมชน แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในวิสาหกิจชุมชน องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน ประเภท

ของวิสาหกิจชุมชน รูปแบบของวิสาหกิจชุมชน ทูบของวิสาหกิจชุมชน ตลาดของวิสาหกิจชุมชน  
กระบวนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

### 1. ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้กำหนดคำจำกัดความ  
ของ วิสาหกิจชุมชน (Small and Micro Community Enterprise : SMCE) หมายถึง กิจการ  
ของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคล  
ที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน โดยรวมตัวกันจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคลก็ได้  
เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน  
(ครุฑ์ สมิตะเกษตริน. 2552 : 1 -7) และจากการศึกษาความหมายของวิสาหกิจชุมชน  
ของนักวิชาการหลายท่าน กล่าวได้ว่าวิสาหกิจชุมชนมีความหมายครอบคลุมหลากหลายมิติ  
ทั้งมิติโครงสร้าง กระบวนการ วัตถุประสงค์ และผลประโยชน์ กล่าวคือ วิสาหกิจชุมชน  
หมายถึง การรวมกลุ่มของคนในชุมชนประกอบธุรกิจขนาดเล็กตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง  
โดยจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคล (สุพรรณิ ขอดเฟื้อ. 2551 : 5) เพื่อสร้างรายได้  
และการพึ่งพาตนเองในระดับครอบครัว 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) มาเข้ากระบวนการแปรรูปจากวัตถุดิบให้เป็นสินค้า  
และบริการต่าง ๆ 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 ; นงนุช อิมเรือง. 2553 : 12 ; นันนภัต พงศ์โกคินสถิต. 2552 : 20) การดำเนินกิจการ  
วิสาหกิจชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อความอยู่รอดและการพึ่งตนเอง ไม่มุ่งเน้นกำไรสูงสุด  
และไม่เอาเปรียบผู้บริโภค (เสรี พงศ์พิศ. 2548 : 37 ; มนูญ สฤณี. 2553 : 9) แต่มุ่งเน้นการลดรายจ่าย  
ระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชนสร้างกำไรทางสังคมที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง (ณรงค์  
เพชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล. 2545 : 38-39) สร้างเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีให้แก่สมาชิกชุมชน  
ทำให้สมาชิกชุมชนมีความรับผิดชอบต่อกัน และไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัว (เสรี พงศ์พิศ. 2548 :  
37 ; มนูญ สฤณี. 2553 : 9)

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้สรุปคำจำกัดความของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การรวมกลุ่ม  
ของคณะบุคคล เพื่อการดำเนินการผลิตสินค้าและบริการ บนพื้นฐานการจัดการทุนของชุมชน

เพื่อลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ และการพึ่งพาตนเองในระดับครอบครัว ชุมชน เครือข่ายและธุรกิจ ทั้งที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลหรือไม่ จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลก็ได้ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนมีขนาดเล็กกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยพิจารณาจากจำนวนสมาชิก ถ้าจำนวนสมาชิกมีจำนวนมากกว่า 15 คนถือเป็นขนาดเล็ก ถ้าจำนวนสมาชิกตั้งแต่ 5 คนถึง 15 คนถือเป็นขนาดจ้อย

## 2. แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในวิสาหกิจชุมชน

แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และเมื่อได้ศึกษาความหมายของแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงคล้ายกันคือ เศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง เศรษฐกิจที่สามารถอุ้มชูตัวเองด้วยความพอเพียง (Self Sufficiency) สามารถพึ่งพาตนเองได้ ไม่สร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่น มีความเจริญก้าวหน้าในอาชีพและมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น (สุเมธ ตันติเวชกุล. 2544 : 284) โดยยึดหลักการดำรงชีวิตแบบพอประมาณ มีเหตุผล มีระบบภูมิคุ้มกันต่อผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ทำให้คนในชุมชนต้องอาศัยความรู้ ความรอบคอบ ในการวางแผน การดำเนินการทุกขั้นตอน ขณะเดียวกันต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ (กรมพัฒนาชุมชน. 2550 : 1) กล่าวได้ว่าเป็นแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมีเป้าหมาย เพื่อให้การดำรงชีวิตมีความสุข มีจิตใจที่มีคุณธรรม ซื่อสัตย์สุจริต มีความรัก เมตตา เอื้ออาทร ต่อผู้อื่นมีความสำนึกรับผิดชอบต่อตัวเอง ครอบครัวและชุมชน และร่วมประสานความสามัคคี การประหยัด อุดหนุน ขยันหมั่นเพียร อดทน อดกลั้นและมีความเฉลียวฉลาดรอบรู้ และ ความมีเหตุผล มีวิสัยทัศน์ในทุกด้าน ทั้งในสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง การดำรงชีวิตแบบยึดหลักความพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน ภายใต้งานใจการนำความรู้ไปใช้ และพัฒนาสติปัญญาอย่างมีคุณธรรม ทำให้เศรษฐกิจตนเอง ครัวเรือน และชุมชนดีขึ้น สามารถพึ่งพาตนเองได้โดยไม่สร้างความเดือดร้อนแก่ผู้อื่น

การประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกิดจากการรวมกลุ่มอาชีพของคนในชุมชนประกอบกิจการผลิตเพื่อลดรายจ่ายในการบริโภคจากภายนอก และนำส่วนที่เหลือแลกเปลี่ยนกันภายในชุมชนโดยไม่มุ่งหวังเป็นกำไร แต่ต้องการเพียงแก้ปัญหาความยากจน และเรียนรู้ที่จะพึ่งพาตนเอง โดยการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนช่วงแรกไม่มีรูปแบบ ไม่เป็นนิติบุคคล ตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และไม่มีความต้องการแข่งขันทางการค้า แต่ต้องการผลิตเพื่อลดรายจ่ายในครัวเรือน และสามารถสร้างเศรษฐกิจชุมชนได้ ดังนั้นภาครัฐ จึงให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนมากขึ้น จากวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 ของประเทศไทย ธุรกิจส่งออกได้รับผลกระทบมีรายได้ลดลง สินค้าคงเหลือมากขึ้น กิจการต้องลดกำลังการผลิต



บางแห่งเกิดภาวะขาดทุน ถูกจ้างต้องออกจากงานเป็นจำนวนมาก แต่มีข้อสังเกตว่าปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้มีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจชุมชนน้อยมาก หรือบางแห่งไม่ได้รับผลกระทบเลย ชุมชนยังสามารถเติบโตต่อไปได้อย่างปกติ บนพื้นฐานทุนทางสังคม (ประไพ ศิวะลีราวิลาศ. 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 และสามารถสร้างรายได้จำนวนมาก (รัตติกรณ์ จงวิศาล. 2550 : 64 ; เพชรินทร์ นุชนารถ. 2551 : 13) ถึงแม้ว่าแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงกับวิสาหกิจชุมชนจะไม่เหมือนกันทั้งหมด แต่หากพิจารณาองค์ประกอบ หลักการ วิธีการเดียวกัน และสามารถหนุนเสริมให้เกิดการพึ่งพาตนเองได้

### 3. องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนไว้ 7 ประการ ดังนี้

(กมลมาศ บุญจันทร์. 2551 : 6 ; สุพรรณิณี ขอดเผื่อ. 2551 : 7-8 ; อุมาพร 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 ส่วนวิสาหกิจชุมชน มีความคิดสร้างสรรค์ ถ้าเปรียบเทียบธุรกิจชุมชนกับการทำการเกษตรก็คล้ายกับการปลูกพืชเชิงเดี่ยว ขณะที่วิสาหกิจชุมชนคล้ายกับการทำเกษตรผสมผสานหรือวนเกษตร คือ แทนที่จะทำ 2-3 อย่างก็ทำ 20-30 อย่าง (ครณ์ 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 ภู่อาราม. 2551 : 15 ; นันทน์ภัส พงศ์โกตินสถิต. 2550 : 22)

4.1 วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่มีการประกอบการ เพื่อให้เกิดผลผลิตมีเพียงพอที่จะนำไปกินไปใช้อย่างพออยู่พอกิน

4.2 วิสาหกิจชุมชนพัฒนา ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่มีการประกอบการเพื่อให้ผลผลิตมีพอกินพอใช้ สามารถลดรายจ่ายและนำส่วนเหลือมาแบ่งปัน แลกเปลี่ยนหรือจำหน่ายให้เกิดรายได้เพิ่มนำไปสู่การกินดีของครอบครัวและชุมชน

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

## 5. รูปแบบของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงสามารถพิจารณาารูปแบบวิสาหกิจชุมชนเป็น 2 แนวทาง ดังนี้ (ดร. สมิตะเกษศริน. 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 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองการพึ่งพาตนเองขององค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชน เช่น บัญชี อาหาร 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 การพึ่งพาตนเองขององค์กรชุมชนและเครือข่ายชุมชน และการพัฒนาระบบตลาด

## 6. ทูนของวิสาหกิจชุมชน

ทรัพยากรของชุมชนสามารถนำมาใช้เป็นทุนของวิสาหกิจชุมชนได้ ซึ่งประกอบด้วย ทุนทางการเงิน ทุนทางสังคมอันเกี่ยวข้องกับความรู้ ภูมิปัญญา ประเพณีสังคมวัฒนธรรม ความเป็นพี่เป็นน้องกัน ความไว้วางใจกัน รวมทั้งทุนทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นที่ดิน น้ำ ป่า การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนมิได้ใช้ทุนทางการเงินเป็นหลัก แต่ใช้ทุนของสังคมร่วมด้วย เพื่อช่วยเสริมสร้างให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเข้มแข็งขึ้น แต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนก็ไม่ปฏิเสธเงินทุนจากภายนอก ทุนชุมชนมี 2 ประเภท ดังนี้ (ประไพ ศิวะลีราวิลาศ. 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 การปฏิบัติตามขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบสานกันมาเป็นระยะเวลานาน 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 และจุดค้อยมาปรับปรุงแก้ไข โดยสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล การพัฒนาความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพิ่มประสบการณ์ เพื่อการเปลี่ยนแปลงจากบทเรียนที่ผ่านมา ทำให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในอนาคต

8.2 ศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อเปิดโลกทัศน์ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้เรียนรู้โลกภายนอก และกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะพัฒนาตนเองและวิสาหกิจชุมชนให้ดียิ่งขึ้น ตลอดจนเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเชื่อมโยงเครือข่าย เช่น การศึกษาดูงานแหล่งเรียนรู้/วิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จบริเวณใกล้เคียง ในด้านการบริหารจัดการ การผลิตและการตลาด การแลกเปลี่ยนและวิเคราะห์เปรียบเทียบ สักดองค์ความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ หรือมีการให้ศึกษาตัวอย่างที่ดีจากของจริง

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

8.4 บูรณาการแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนเกิดการเรียนรู้ในการเชื่อมประสานกับเครือข่าย ภาคี และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการเชิญมาร่วมเวทีรับฟังการนำเสนอแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน 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 (นพเกล้า 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 ธนาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 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 ภายหลังจากประเมินให้ทีมประเมิน ทำการสรุปผลการประเมินในแต่ละประเด็น ของแต่ละวิสาหกิจชุมชนโดยมีข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ ดังนี้ ข้อมูลจากการประเมินศักยภาพ ใส้ในตารางสรุปผลการประเมิน เพื่อให้ทราบว่ามีประเด็นใดบ้างที่วิสาหกิจชุมชนดำเนินการ

อยู่ในระดับดี ปานกลางและต้องปรับปรุงซึ่งควรแจ้งให้วิสาหกิจชุมชนทราบ ประชุมร่วมกับวิสาหกิจชุมชน เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาโดยนำข้อมูลจากการประเมินศักยภาพ และข้อมูลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนมาพิจารณา เพื่อให้ทราบว่าประเด็นใดบ้างที่ควรพัฒนา ร่วมกับวิสาหกิจชุมชนพิจารณาว่าแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาได้ด้วยตนเอง แนวทางใดต้องการการส่งเสริมและสนับสนุน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดแผนการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

9.1.4 การสรุปศักยภาพโดยรวมของวิสาหกิจชุมชน ในแบบประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนไม่มีการกำหนดคะแนนในแต่ละประเด็น เนื่องจากวัตถุประสงค์สำคัญของการประเมิน เพื่อทราบข้อมูลศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในประเด็นกระบวนการดำเนินงาน และผลลัพธ์เพื่อการพัฒนาตนเองและกำหนดแนวทางการพัฒนาของภาคีที่เกี่ยวข้อง 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

เมื่อทราบว่าวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ 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 และการนำปัญหา มาปรับปรุงแก้ไข

9.2.3 ด้านการบริหารตลาด พิจารณาจากองค์ประกอบ การกำหนดลูกค้า แหล่งจำหน่าย การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด

9.2.4 ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล พิจารณาจากองค์ประกอบ การแสวงหาความรู้ การจัดเก็บข้อมูล การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

9.2.5 ด้านการบริหารสมาชิก พิจารณาจากองค์ประกอบ การกำหนด เงื่อนไขการรับสมาชิก การพัฒนาสมาชิก การสร้างขวัญและกำลังใจ ความร่วมมือของสมาชิก ในกิจกรรมของกลุ่ม

9.2.6 ด้านจัดการสินค้าและบริการ พิจารณาจากองค์ประกอบ ขั้นตอน 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 การฟื้นฟูและพัฒนากระบวนการ เศรษฐกิจ ของวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็ง สร้างแบบแผนทางเศรษฐกิจและสังคมใหม่ในระดับฐานราก 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 วิกฤตการณ์ภายในประเทศได้ 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 ถูกใช้อย่างต่อเนื่องและมีปริมาณลดน้อยลงไม่เพียงพอต่อการผลิต ต้องพึ่งพาพลังงาน จากต่างประเทศ ส่งผลให้ต้นทุนสินค้ามีราคาสูงขึ้น ส่วนในด้านการพัฒนาคนก็ยังไม่สามารถ เสริมสร้างทรัพยากรคนทางปัญญาได้ จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสามารถสรุปได้ว่าประเทศไทย ยังประสบปัญหาหลายด้านทั้งปัญหาความยากจน ปัญหาสังคม และปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง (นพมาศ ชวชนุกูล. 2552 : 4) ทั้งนี้ที่มีการส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ไม่อาจพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งได้ทุกกลุ่ม บางกลุ่มมีความสามารถในการดำเนินงาน ได้เป็นอย่างดีและมีการบริหารงบประมาณ ได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย แต่บางกลุ่มจัดตั้งแล้วดำรงอยู่ได้ ไม่นานก็ต้องยกเลิกไป จึงเป็นประเด็นที่น่าคิดอย่างยิ่งว่าเหตุใด บางกลุ่มจึงไม่ยั่งยืน ทั้งที่ภาครัฐ ให้การช่วยเหลือและแก้ปัญหาในหลายด้าน เช่น งบประมาณ การส่งเสริมความรู้ การเสริมสร้าง ทักษะอาชีพ การจัดตั้งโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge Base OTOP : KBO) เป็นต้น ซึ่งกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนา วิสาหกิจชุมชน 5 ด้าน (วิทยา เขียวรอด. 2552 : 3-16) ดังนี้

#### 9.3.1 ด้านการบริหารจัดการองค์กร การบริหารองค์กรภายในองค์กร

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

และพัฒนาศักยภาพความสามารถของกลุ่มในกรณีที่ประธานไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้  
 เทร็ดญุก 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  
 กำกับถึงความต้องการของตลาด 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 วางแผนการผลิตสอดคล้องกับความ  
 ต้องการของตลาด พัฒนาการผลิตให้มีประสิทธิภาพ คุณภาพมาตรฐาน และรักษาสิ่งแวดล้อม  
 ด้านบรรจุภัณฑ์ เช่น รูปแบบความสวยงาม มีการคัดเกรด ด้านระบบควบคุมคุณภาพเพื่อรองรับ  
 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 การออกร้านจำหน่ายสินค้าตามงานต่าง 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 การพัฒนาด้านองค์ความรู้ ในการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน สมาชิกของกลุ่ม มีความรู้ที่ดีมาก โดยเฉพาะด้านการจัดการองค์กร ซึ่งมีมากกว่าด้านการจัดการตลาด การจัดการ ผลิต และการเงิน การบัญชี ส่วนความรู้ที่อยู่ในระดับน้อย คือ ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และด้านภาษี

แต่ขณะเดียวกันเมื่อสอบถามความชำนาญและประสบการณ์ของวิสาหกิจชุมชน OTOP สมาชิกส่วนใหญ่มีความชำนาญด้านการผลิตสูงกว่าด้านอื่นๆ สำหรับปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวข้องกับกรอบวิสาหกิจชุมชน การขาดเงินสนับสนุนด้านการฝึกอบรม และสมาชิกในกลุ่มไม่มีเวลาอบรม

#### 9.4 ปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินการให้ประสบความสำเร็จ (วิทยา เขียวรอด. 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 และลดความเสี่ยงในเรื่องราคา และการขาดแคลนในบางช่วง

9.4.7 มีการบูรณาการ โครงการ ช่วยเอื้ออำนวยความสะดวกในการทำงานในพื้นที่ ลดการซ้ำซ้อนในการทำงานและมีเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน มุ่งผลสัมฤทธิ์ และแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด

9.4.8 การทำวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ช่วยให้วิสาหกิจชุมชน รู้จักเรียนรู้ที่จะคิดวิเคราะห์ วางแผน ดำเนินงานได้ด้วยตนเอง รู้จักใช้ข้อมูลในการตัดสินใจอาศัย การมีส่วนร่วมและเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง

9.4.9 มีการประชาสัมพันธ์ ช่วยสร้างความรู้ความเข้าใจ ทักษะที่ดี 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 มีกระบวนการส่งเสริมให้ประชาชนระดับท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนและการพัฒนารูปแบบและกิจกรรม ร่วมคิด ร่วมแก้ปัญหา บนพื้นฐาน ความรัก ความเอื้ออาทรภายใต้ระบบการจัดการที่มีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย ซึ่งหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้

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

- 1) หน้าที่ส่งเสริมตามบทบาทภารกิจของสำนักงานเกษตรจังหวัด 2) เป็นสำนักเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ทำหน้าที่ จัดประชุมคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จังหวัด ให้ข้อมูลการจดทะเบียนของวิสาหกิจชุมชน วิเคราะห์และจำแนกประเภทวิสาหกิจชุมชน มีบทบาทหน้าที่ในการประสานงานเชื่อมโยงหน่วยงานและองค์กรต่างๆ เพื่อการส่งเสริมสนับสนุนเงินทุน การฝึกอบรมต่างๆ รวมถึงการแก้ไข กฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานหรือการส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชนภายในจังหวัด

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

### 9.5.2 กรมการพัฒนาชุมชน มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

(รณศ ศรีวิชัยลำพันธ์. 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 ตลอดจนสร้างคุณธรรมให้เกิดขึ้นในสมาชิกกลุ่มและหมู่บ้าน 2) การพัฒนาการผลิต เพื่อให้ประชาชนในชนบทสามารถพัฒนาคุณภาพการผลิต และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพ และมาตรฐานทั้งด้านวัตถุดิบ การแปรรูป และการบรรจุภัณฑ์ โดยส่งเสริมและสนับสนุนอาชีพแก่กลุ่มอาชีพและองค์กรชุมชน เพื่อยกระดับรายได้ และพัฒนาคุณภาพชีวิต เช่น กลุ่มอาชีพเยาวชน กลุ่มอาชีพสตรี กลุ่มอาชีพทั่วไป และมีการถ่ายทอดเทคโนโลยี และการพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาชีพ โดยการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ของกลุ่ม การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ 3) การพัฒนาการตลาด เพื่อให้ประชาชนในชนบทสามารถจำหน่ายสินค้าจากชุมชนได้มากขึ้น และซื้อสินค้าได้ในราคาถูกรวมทั้งสามารถประกอบการทางด้านธุรกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยส่งเสริมให้องค์กรชุมชนเป็นแกนหลักในการจัดกิจกรรมร้านค้าชุมชน ตลาดนัดชุมชน ร้านค้าริมทาง จัดเวทีชาวบ้าน ในบริเวณร้านค้าชุมชน/ตลาดนัดชุมชน เพื่อให้ความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านอาชีพซึ่งกันและกัน 4) การพัฒนาการบริหารจัดการ เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถจัดการโครงการ/กิจกรรมของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยส่งเสริมสนับสนุน การดำเนินงานจัดตั้ง และขยายการจัดตั้งเครือข่ายร้านค้าชุมชนในพื้นที่ 77 จังหวัด และมีลูกข่ายระดับจังหวัด มีการประชุมเครือข่ายร้านค้าชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ มีการรับซื้อผลผลิตของกลุ่มอาชีพ/ประชาชนกับภาคธุรกิจ 5) การจัดทำผังเครือข่ายองค์กรชุมชน มีการจัดทำผังเครือข่ายองค์กรชุมชนในพื้นที่ระดับจังหวัด อำเภอ และตำบล และเครือข่ายองค์กรชุมชนเพื่อเป็นข้อมูลและเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูล ผังเครือข่ายองค์กรชุมชนให้แพร่หลาย อีกทั้งได้จัดทำ ทำเนียบปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อใช้ประโยชน์ต่อไป

### 9.5.3 กรมส่งเสริมสหกรณ์ มีหน้าที่ในการสำรวจศักยภาพชุมชน แนะนำ

การจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชน ศึกษาวิเคราะห์โครงการ และเชื่อมโยงประสาน การเข้าหาแหล่งเงินทุน ส่งเสริมการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนระดับตำบล ช่วยเหลือแนะนำการบริหารจัดการ

วิสาหกิจชุมชน สนับสนุน ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายชุมชนและตลาด (สุมิตรา อภิษฐ์. 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 และหลักประกันเงินกู้ใช้สังหาริมทรัพย์จำนองเป็นการประกันเงินกู้ได้ไม่เกิน 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 โดยตำแหน่ง ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกสภาองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำ/ผู้แทนกลุ่มองค์กรในหมู่บ้าน 2. กรรมการหมู่บ้าน โดยการเลือก ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 2-10 คน

จากข้อมูลที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปความหมายของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การรวมกลุ่มของบุคคล 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) สรุปบทเรียนและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 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 ความรุ่งเรืองมาแต่อดีตหลักฐานทางวัฒนธรรมของเขมร โบราณ ซึ่งมีทั้งปราสาทอิฐ และปราสาทหิน เป็นจำนวนมากกว่า 60 แห่ง รวมทั้งได้พบแหล่งโบราณคดีที่สำคัญคือเตาเผา ภาชนะดินเผา และภาชนะดินเผาแบบที่เรียกว่าเครื่องถ้วยเขมร ซึ่งกำหนดอายุได้ประมาณพุทธศตวรรษที่ 15 ถึง 18 อยู่ทั่วไป หลังจากสมัยของวัฒนธรรมขอมหรือเขมร โบราณ 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 ลิบดาเหนือกับ 15 องศา 45 ลิบดาเหนือ เส้นแวงที่ 102 องศา 30 ลิบดา กับ 103 องศา 45 ลิบดา อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ฯ โดยทางรถยนต์ประมาณ 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 ราคาคงที่ ปี 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 ผ้าขึ้นดินแดง ลายลูกแก้ว  
ซึ่งการผลิตผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ มี 7 ประเภท (สมบัติ ประจักษ์สานต์, 2546 : 13 – 15) ดังนี้

5.1 ผ้าขาวม้า เป็นผ้าที่ทอด้วยไหมสีสลับกันเครือหูก (ไหมเส้นยืน)  
ย้อมสีสลับกันเหมือนไหมที่ทอ

5.2 ผ้าโสร่ง 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 โดยให้นาคใช้นุ่งและงานศพ โดยใช้คลุมโลงศพ

5.4 ผ้าพื้นเมือง มีทั้งทอด้วยไหมหลิบ และทอด้วยไหมน้อยย้อมสีต่าง ๆ ทั้งสีเคมีและสีธรรมชาติ

5.5 ผ้าลายลูกแก้ว ชาวบ้านเรียกว่า ผ้าเหยียม ส่วนใหญ่ทอเป็นสีขาวลายดอก เป็นผ้าสำหรับผู้หญิงใช้หน้ากว้างประมาณ 60 เซนติเมตร เป็นผ้าที่ใช้คาดอกไปทำบุญที่วัด

5.6 ผ้าซิ่นก่วย เป็นผ้าซิ่นสำหรับผู้สูงอายุ เครื่องทอใช้ไหมสีสลับลายแดงเหลือง เขียว ฟ้ายาว 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 ถือเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอนาโพธิ์ โดยหัวซิ่นและตีนซิ่นเป็นสีแดง ตรงกลางเป็นพื้นสีดำ

5.7.3 มัดหมี่ชั้นซ้อ ชาวบ้านเรียกว่าซิ่นชั้น เป็นการทอมัดหมี่ลายเล็ก ๆ สลับกับไหมสีหรือไหมควบ นิยมใช้ลายนกอ้อย ลายนาคน้อย ลายกีบปัก ลายโคมต่าง ๆ สำหรับการผลิตผ้าไหมในจังหวัดบุรีรัมย์มีทั้งการประกอบการแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียวและการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ศึกษาเฉพาะการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนเท่านั้น

## 6. ศักยภาพการผลิตผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

การผลิตผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ทำให้เกิดอาชีพที่เชื่อมโยงตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ 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) สภาพการปลูกอาศัยน้ำฝนร้อยละ 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 แต่สามารถผลิตกันได้จริงปีละ 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 53,660,800,000 บาท/ปี

### 6.3. การผลิตเส้นไหม

6.3.1 เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมส่วนใหญ่เลี้ยงไหมเพื่อผลิตเส้นไหมสาวมือ ตามมาตรฐาน มกษ 8000 -2555 เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการทอผ้าไหมคุณภาพ ตามมาตรฐาน ตราณกยงพระราชทาน 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 จำนวนกลุ่มทอผ้าไหมที่จดทะเบียนนิติบุคคลกับสำนักงานเกษตร จังหวัด จำนวน 144 กลุ่ม โดยผ่านการจดทะเบียนในปี พ.ศ. 2558

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

6.4.3 ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ มีเอกลักษณ์ มีความสวยงาม เป็นที่รู้จัก และยอมรับมีคุณภาพได้รับมาตรฐานตราณกยง และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเช่น ผ้าชั้นดินแดง ผ้าลายหางกระรอกคู่ ผ้าลายหางกระรอกคู่ดินแดง และผ้าพื้นถิ่นอื่นๆ

6.4.4 มีภูมิปัญญาการผลิตผ้าไหมที่มีความชำนาญจำนวนมาก เช่น นางประคอง ประภาสฐิติ นางสาวแสงเดือน ออมไธสง นายกฤตพงษ์ เศรษฐดาวิทย์ นางสาวเรียง โทติรัมย์ นางแอ็ด อนุธรรมย์ นางสมศรี อบอุ่น นางดอกไม้ พรไธสง นางจรรุภา เนียนไธสง นางวันทนา เพ็ญวงศ์ และนางสำรวย ศรีมะเรือง เป็นต้น

6.4.5 มีภูมิปัญญาการออกแบบลายผ้าไหม การเขียนลายทองบนผืนผ้าไหม เช่น นางวิไลกร พรไธสง นางวรรณานา 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 เพิ่มพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวใหม่เมื่อปี พ.ศ. 2554

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

3) ชุมชนสายยาว 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 การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาภูมิภาควิสาหกิจชุมชนผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

บุรีรัมย์

ดังนี้

### 6.6.1 โครงการส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในจังหวัดบุรีรัมย์ 6 โครงการ

- 1) โครงการศิลปาชีพอำเภอกะสัง 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 อำเภอกะสัง พื้นที่รับผิดชอบ 15 ไร่ (ด้านหม่อนไหม)
- 5) โครงการสายใยรักในพระองค์เจ้าศรีรัตน พระวรชายา พื้นที่รับผิดชอบ 1 หมู่บ้าน เกษตรกร 30 ราย



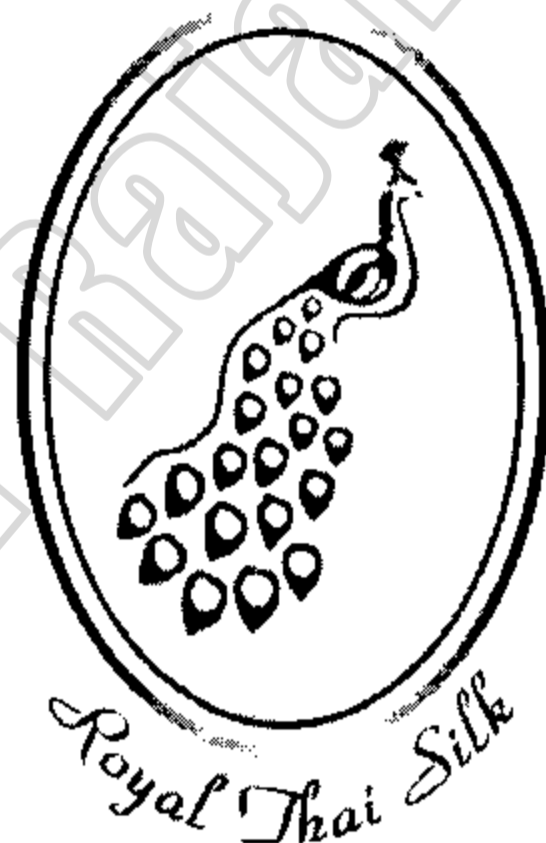
## 6) โครงการคลินิกเกษตร 4 ครั้ง/ปี

6.6.2 เครื่องข่ายกลุ่มทอผ้าไหมตามโครงการพระราชดำริจำนวน 1 เครื่องข่าย ประกอบด้วย กลุ่มทอผ้าไหมอำเภอนาโพธิ์ กลุ่มทอผ้าไหมพทุทโธสง กลุ่มทอผ้าไหมบ้านใหม่ไชยพจน์ กลุ่มทอผ้าไหมกระสัง กลุ่มทอผ้าไหมละหานทราย และกลุ่มทอผ้าไหมโนนดินแดง

6.6.3 เครื่องข่ายผ้าไทย ผ้าไหมบุรีรัมย์ จำนวน 24 เครื่องข่าย ได้แก่ เครื่องข่ายผ้าไทย ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1 เครื่องข่าย เครื่องข่ายผ้าไทย ผ้าไหมระดับอำเภอ อีกจำนวน 23 เครื่องข่าย การพัฒนาหม่อนไหมโครงการพระราชดำริ และโครงการพิเศษ

6.6.4 เครื่องหมายรับรองคุณภาพเป็นสัญลักษณ์นกยูงไทย ของพระบรมราชินีนาถทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ที่พระราชทานเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยซึ่งมี 4 ประเภท ได้แก่

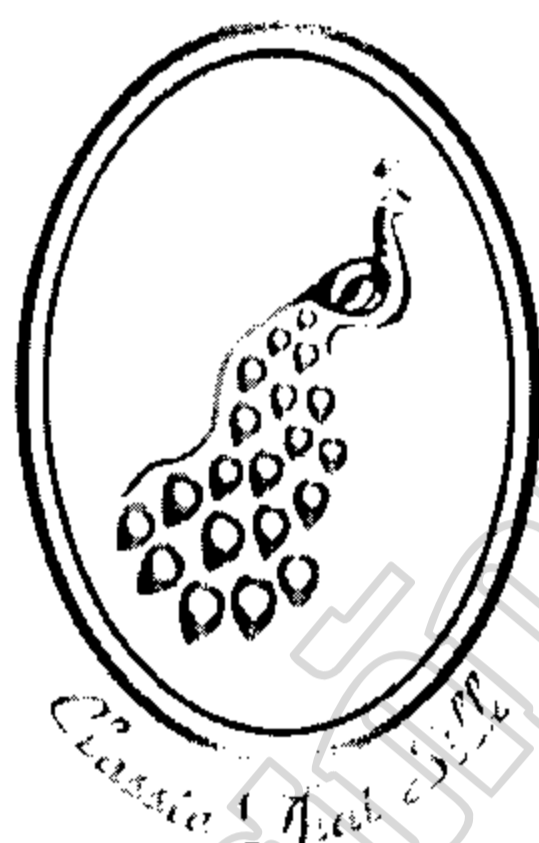
1) นกยูงสีทอง (Royal Thai Silk) เป็นผ้าไหมซึ่งผลิตจากวัตถุดิบเส้นไหม กระบวนการผลิตแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านดั้งเดิมของไทยอย่างแท้จริง และใช้เส้นไหมพันธุ์ไทยพื้นบ้านเป็นเส้นพุ่งและเส้นยืน เส้นไหมจะต้องสาวเส้นด้วยมือผ่านทวงสาวลงภาชนะ การทอด้วยกี่ทอมือแบบพื้นบ้านชนิดพุ่งกระสวยด้วยมือ ย้อมด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม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



ภาพประกอบ 2.2 ตรานกยูงพระราชทานสีทอง

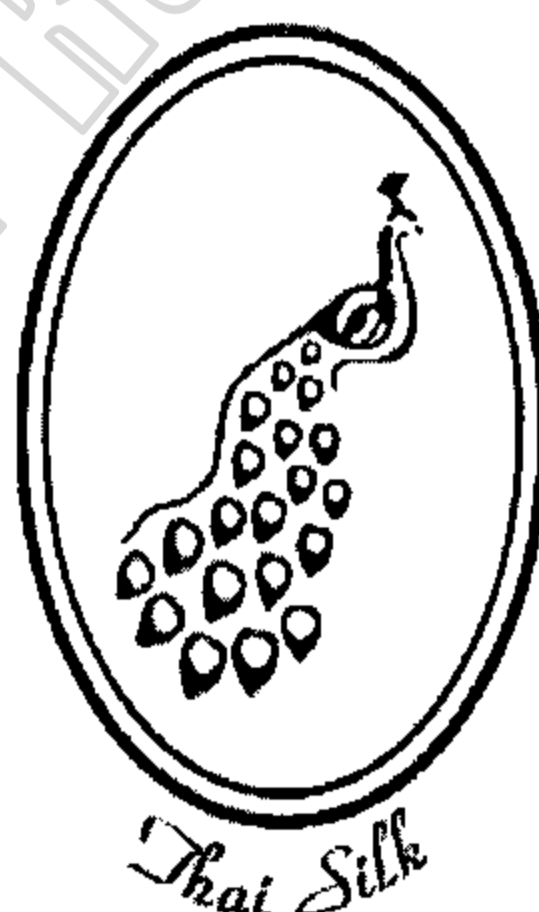
2) นกยูงสีเงิน (Classic Thai Silk) เป็นผ้าไหมซึ่งผลิตขึ้นแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านผสมผสานกับการประยุกต์ใช้เครื่องมือและกระบวนการผลิตในบางขั้นตอน ใช้เส้นไหมพันธุ์ไทยพื้นบ้านหรือที่ได้รับการปรับปรุงจากพันธุ์ไทยเป็นเส้นพุ่งหรือเส้นยืน เส้นไหม

ต้องผ่านการสาวด้วยมือ หรืออุปกรณ์ที่ใช้มอเตอร์ขับเคลื่อนขนาดไม่เกิน 5 แรงม้า มีการทอมือ ชนิดพุ่งกระสวยด้วยมือหรือกึ่งกระตุก และต้องทำการผลิตในประเทศไทย ดังภาพประกอบ 2.3



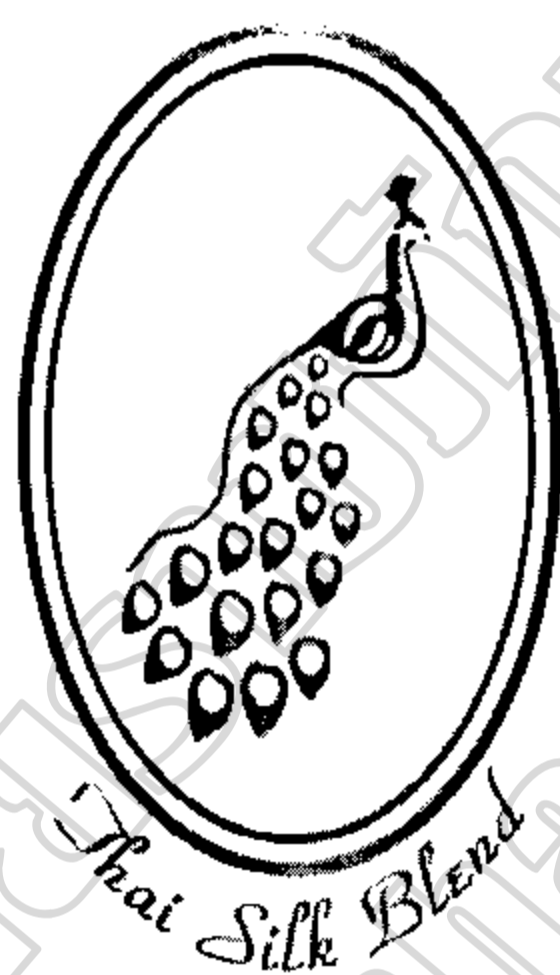
ภาพประกอบ 2.3 ตรานกยูงพระราชทานสีเงิน

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



ภาพประกอบ 2.4 ตรานกยูงพระราชทานสีน้ำเงิน

4) นกยูงสีเขียว (Thai Silk Blend) เป็นผ้าไหมซึ่งผ่านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ผสมผสานกับภูมิปัญญาไทย เช่น ลวดลาย สี สัน ใช้เส้นไหมแท้และเส้นไหมอื่นที่มาจากวัฒนธรรมชาติ หรือเส้นไหมสังเคราะห์ต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน หรือตามความต้องการของผู้บริโภค เส้นไหมแท้เป็นองค์ประกอบหลัก มีเส้นไหมอื่นเป็นองค์ประกอบรอง สักส่วนการใช้เส้นไหมชนิดอื่นประกอบต้องระบุให้ชัดเจน ทอด้วยกี่ชนิดใดก็ได้ ย้อมสีด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและต้องผลิตในประเทศไทย ดังภาพประกอบ 2.5



ภาพประกอบ 2.5 ตรา นกยูงพระราชทานสีเขียว

#### 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. วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรก้นทง 54 หมู่ 2 ตำบลก้นทง	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	4. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร หนองตราดน้อย 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. คูเมือง	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.ผ้าฝืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมทางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ปลุกหม่อนเลี้ยงไหม
	2.วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรสวายเจริญ หมู่ 10 ตำบล ห้วยราชา	1.ผ้าฝืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมทางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น 3. ปลุกหม่อนเลี้ยงไหม
	3. วิสาหกิจชุมชนบ้านโคกขม้น 57 หมู่ 8 ตำบล โคกเหล็ก	1.ผ้าฝืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมทางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น 3. ปลุกหม่อนเลี้ยงไหม
4. กระสัง	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกะนีบ หมู่ 2 ตำบล กันทรารมย์	1.ผ้าฝืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมทางกระรอก 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. กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองขอน 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 ตำบลทุ่งจั่น	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. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าจิดบ้านผักกาด หมู่ 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. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมนายว- 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 ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	3. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอผ้าไหม บ้านหนองกก 112 หมู่ 9 ตำบลเสาดิยว	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	11.หนองกี่	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม 38/1 หมู่ 1 ตำบลโคกสูง
	2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้า บ้านโคกสะอาด 14 หมู่ 15 ตำบลคอนอระวาง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
12. ละหานทราย	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหม่อนไหม ราษฎร์รักแดน 670 หมู่ 9 ตำบลหนองแวง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหม แท่นทัพไทย 4 หมู่ 10 ตำบลหนองแวง	1. ผ้าผืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
13.บ้านกรวด	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าหนองไม้งาม ใหม่ 2 เลขที่ 32 หมู่ 9	1. ผ้าผืน 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. 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. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมสิริธรรมชาติ 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 บ้านโคกสูง 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 ตำบล นาโพธิ์	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. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมบ้านโคกสะแทน หมู่ 10 81 หมู่ 10 ตำบล ดอนกอก	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	7. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมบ้านหนองโก 64/1 หมู่ 6 ตำบล ดอนกอก	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	8. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม 4 หมู่ 2 ตำบลบ้านคู้	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื่อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
	9. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมบ้านคอกแก้ว 28 หมู่ 5 ตำบลนาโพธิ์	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
	10. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม ชุมชนนาโพธิ์ หมู่ 1 270/1 ตำบลนาโพธิ์	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง 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 ผ้าถุง 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 ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	13. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมบ้านหนองหว้า หมู่ 10 219/1 หมู่ 10 ตำบล นาโพธิ์	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื้อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น

ตาราง 2.2 (ต่อ)

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



ตาราง 2.2 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์หลัก
	2. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม หมู่ 3 สัมปอຍ 97 หมู่ 3 ตำบลสัมปอຍ	1. ผ้าฝืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื้อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น
18. เฉลิม พระเกียรติ	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้า ไหม-ฝ้าย 78 หมู่ 14 ตำบลเจริญสุข	1. ผ้าฝืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	2. วิสาหกิจชุมชนถาวรเกษตรไหมไทย 13 หมู่ 1 ตำบล ถาวร	1. ผ้าฝืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
	3. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอผ้าไหม-ฝ้าย 35 หมู่ 1 ตำบลเจริญสุข	1. ผ้าฝืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
19. บ้านค่าน	1. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านโคกวัด 82/2 หมู่ 4 ตำบลบ้านค่าน	1. ผ้าฝืน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
20. บ้านใหม่ ไชยพนธ์	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกจิก 95 หมู่ 1 ตำบลหนองเขื่อง	1. ผ้าฝืน 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. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองเสม็ด 67 หมู่ 7 ตำบลไทยเจริญ	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง
22. แคนดง	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโนนเขวา 61 หมู่ 8 ตำบลหัวฝาย	1. ผ้าฝ้าย เช่น ผ้าซิ่น ผ้าถุง ผ้ามัดหมี่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าซิ่นตีนแดง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เสื้อ กระเป๋าสตรี หมอนอิง พวงกุญแจ เป็นต้น

### 8. การศึกษาพหุกรณี

จากศึกษาพหุกรณี ผู้วิจัยได้ศึกษาบริบทชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วยบริบททั่วไป และสภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจที่มีศักยภาพแตกต่างกัน 3 ระดับโดยเลือกเฉพาะเจาะจง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มระดับดี คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง อำเภอกระสัง กลุ่มระดับปานกลาง คือ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหัวสะพาน อำเภอพุทไธสง กลุ่มระดับปรับปรุง คือ กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองขอน อำเภอกระสัง สามารถสรุป ดังนี้

#### 8.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง

8.1.1 บริบททั่วไป ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 37/1 หมู่ 3 บ้านโคกสูง ตำบลศรีภูมิ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ คนในชุมชน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนามีรายได้น้อย 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 และศูนย์บ่มเพาะมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ให้การอบรมด้านการข้อมส การออกแบบผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- 4) สำนักงานการเกษตรและสหกรณ์ สนับสนุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์การทอผ้าประเภทที่เหล็ก จำนวน 2 หลัง
- 5) ศูนย์ศิลปาชีพ ตำบลลาดวน อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ให้การสนับสนุนที่กระดุกจำนวน 4 หลัง

จากการสนับสนุนในหลายด้านทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูงมีทักษะการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาดของพระราชทานได้ ซึ่งเป็นตราที่ประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการสนับสนุนของสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถฯ

- 6) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์เป็นหน่วยงานจัดกิจกรรมการตลาด เช่น อิมแพ็คเมืองทองธานี ตลาด OTOP ดิจิทัลระดับจังหวัด 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 นางสาวรัชชัง และนางลิน สุขสำราญ จำนวน 2 คนเป็นรองประธาน มีหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยในการบริหารจัดการกลุ่มแทนประธาน 3) ตำแหน่งเหรัญญิก ชื่อ นางประนอม กำลั้งรัมย์ มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการเงิน เกี่ยวกับการรับ - จ่ายงบประมาณของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4) ตำแหน่งเลขานุการ ชื่อ นางโสภิต เสียมราช มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการต่าง ๆ การจัดเอกสารหลักฐานการดำเนินงาน ตลอดจนการบันทึกบัญชีการรับ-จ่ายทางการเงิน และ 5) ตำแหน่งกรรมการซึ่งมีหน้าที่ช่วยเหลืองานต่างๆ ภายในกลุ่มที่ประธานกลุ่มมอบหมายให้ ด้านการนำ ประธานกลุ่มมีความสามารถในการจัดจำหน่ายเป็นอย่างดี และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้นำสตรีดีเด่นประจำจังหวัดบุรีรัมย์ (พ.ศ.2554) และสมาชิกทุกคนมีภูมิปัญญาการทอผ้ามาเป็นอย่างดี ความสำเร็จของการดำเนินงาน คือ ใบบรรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน เกียรติบัตร

และโล่รางวัล เช่น รางวัลชนะเลิศประเภทผ้าไหมพื้นเรียบระดับจังหวัด (พ.ศ. 2547) โล่ประกาศเกียรติคุณ ผู้อนุรักษ์ภูมิปัญญาแห่งแผ่นดิน (พ.ศ. 2552) รางวัลชนะเลิศประเภทผ้าไหมหางกระรอกคู่ระดับจังหวัด (พ.ศ. 2556) รางวัลชนะเลิศประเภทผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติ (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 การใช้ไปของเงินทุนส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อวัตถุดิบ เช่น เส้นไหม สี ด้าย เชือกฟาง เป็นต้น การดำเนินการกลุ่มมีการจดบันทึกรับ-จ่ายแต่ละวันเท่านั้น (นางประนอม กำลัรัมย์ ตำแหน่งการเงิน 18 เมษายน 2558)

3) การจัดการการผลิต ด้านการวางแผนการผลิต สมาชิกมีการวางแผนตามภูมิปัญญาการทอผ้าของสมาชิกในครัวเรือน และพัฒนาทักษะการผลิตด้วยการอบรมการฟอกย้อมผ้ามัดหมี่กับกระทรวงอุตสาหกรรม ในปี พ.ศ. 2537 เป็นระยะเวลา 1 เดือน การย้อมสีธรรมชาติ กับศูนย์บ่มเพาะมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์และศึกษาดูงานที่อำเภอนาโพธิ์ ทำให้สมาชิกมีทักษะการย้อมสีธรรมชาติเป็นอย่างดี สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าได้ ทั้งผ้าพื้น ผ้าลายขิด ผ้าหางกระรอกคู่ ผ้าชิ้นดินแดง ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ซึ่งผลิตภัณฑ์ ที่โดดเด่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง คือ ผ้าพื้นสีธรรมชาติ ผ้าหางกระรอกคู่ ผ้าหางกระรอกคู่ดินแดง ด้านการดำเนินการผลิต มีการผลิตวัตถุดิบด้วยการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม (เวลา 45-52 วัน) การสาวไหม การฟอก การมัดลาย การย้อม การกรอเส้นไหมขึ้น ด้านการจัดซื้อวัตถุดิบที่ไม่สามารถผลิตเองได้ กลุ่มฯ มีการจัดซื้อจากร้านเรือนไหมไบหม่อนจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งการซื้อเส้นไหมจากภายนอกเป็นผลดีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากลักษณะเส้นไหมเหนียวและคงทน สามารถพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ได้ ดังนั้นการทอผ้าในปัจจุบันจึงมักจะใช้เส้นไหมที่ผลิตเองบางส่วน และบางส่วนซื้อจากร้านค้า ด้านการควบคุมการผลิต โดยพิจารณาเส้นไหมจากลักษณะเส้นกลม เรียวและคงทน เทคนิค

การฟอกเส้นไหมให้ขาวและมัน การย้อมสีจะต้องให้ติดคงทนสีไม่ตก เทคนิคการย้อมสีเคมี ต้องใช้ 3 ของต่อผ้า 1 ผืน แต่ถ้าต้องการเข้มต้องใช้ 8 ของต่อผ้า 1 ผืน ส่วนการย้อมสีธรรมชาติ สามารถจัดหาวัตถุดิบภายในชุมชน เช่น สะเดา เปลือกมะขม เปลือกประดู่ ซึ่งจะได้น้ำตาลอ่อน เป็นต้น หลังจากทอผ้าไหมเสร็จ สมาชิกจะมีการตรวจสอบความเรียบร้อยก่อนนำมาส่งให้กลุ่ม เพื่อนำไปจำหน่าย และคณะกรรมการดำเนินงานจะมีการตรวจสอบอีกครั้งก่อนการนำไปจำหน่าย (นางตำรวจ รัชชง ตำแหน่งรองประธาน 18 เมษายน 2558)

4) การจัดการการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มดำเนินการรวบรวม ผลิตภัณฑ์จากสมาชิกและเครือข่ายกลุ่มทั้งผ้าถุง ผ้าชิ้นดินแดง ผ้าแพรวา ผ้าพื้น ผ้ามัดหมี่ ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า ผ้าคลุมไหล่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปต่างๆ ทั้งที่มีราคาสูงและราคาต่ำ โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เช่น ถ้าจำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานคร ความนิยมในผลิตภัณฑ์ผ้าไหม สีธรรมชาติจะมีมากกว่าสีเคมีโดยเฉพาะโทนสีน้ำตาล ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ชื่อเสียงของกลุ่ม และได้รับการยอมรับจากลูกค้า คือ ผ้าพื้นสีธรรมชาติ ผ้าหางกระรอก ผ้าหางกระรอกคู่ดินแดง ด้านราคา ผลิตภัณฑ์ พิจารณาจากต้นทุน คุณภาพ และความต้องการของตลาด โดยสมาชิกจะกำหนดราคาขายเบื้องต้น และให้อิสระแก่ผู้จัดจำหน่ายบวกราคาจำหน่ายเพิ่มความเหมาะสม เช่น ผ้าคลุมไหล่ 1,200 บาท ผ้าพื้นคอ ผืนละ 400-800 บาท ผ้าพื้น เมตรละ 700 บาท ผ้าพื้น เมตรละ 500-600 บาท ผ้าขาวม้ากษิด 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 โกดิรัมย์ หลานสาวของประธานกลุ่มฯ เป็นผู้ดูแลข้อมูล การจำหน่ายโดยพนักงาน ผู้จัดการจำหน่ายเป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความสามารถในการโน้มน้าวให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ มีมิตรไมตรีใจเย็นในการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย เป็นการลด แจก แถม เป็นต้น การกำหนดเงื่อนไขการซื้อ ราคาพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ ราคาขายส่งเพื่อการจำหน่ายต่อ เป็นต้น

5) การจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร ด้านการรวบรวมข้อมูล กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการบันทึกข้อมูลเบอร์โทรศัพท์ของเครือข่ายความร่วมมือ ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลหน่วยงาน สนับสนุนทางการเงิน เพื่อสะดวกในการประสานงานในด้านการตลาด การผลิต การเงิน

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

6) การจัดการการวิจัยและพัฒนา ด้านสำรวจปัญหาของการจัดการกลุ่ม จากข้อมูลทัศนคติของลูกค้า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้จัดจำหน่ายได้นำประเด็นปัญหามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น เดิมมีการย้อมสีเคมี เปลี่ยนเป็นการย้อมสีด้วยธรรมชาติ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นต้น ด้านประสานงานกับเครือข่ายภาครัฐ เพื่อขอคำแนะนำ และมีส่วนร่วมในพัฒนา แนวทางการแก้ปัญหา 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 มีการใช้เวลาว่างหลังฤดูการทำนาเป็นเวลาดำเนินการผลิต และเป็นอาชีพเสริมที่สามารถลดรายจ่าย และเพิ่มรายได้ให้แก่ครัวเรือนได้ กระบวนการผลิตผ้าไหม เริ่มจากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การสาวไหม การนำเส้นไหมไปตีเกลียวและฟอกย้อม การมัดลายแล้วนำมาทอเป็นผืนผ้าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ผ้าชิ้นดินแดง ผ้าฝืน ผ้าโสร่ง ผ้าสไบ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ กระเป๋าผ้าไหม เป็นต้น ซึ่งสมาชิก

บางคนมุ่งเน้นการจำหน่ายเส้นไหมมากกว่าการทอผ้าไหม การทอผ้าไหมกลุ่มทอผ้าไหมบ้านหัวสะพาน เป็นอาชีพหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้แน่นอนมากกว่าการทำนา โดยกลุ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีลักษณะโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ (ผ้าสีนิตินแดง) ปัจจุบันกลุ่มทอผ้าไหมบ้านหัวสะพานเปลี่ยนชื่อเป็น สหกรณ์ผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านหัวสะพานจำกัด ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหลายฝ่ายได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบล ศูนย์หม่อนไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนอุตสาหกรรมภาค 6 สำนักงานการเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานสหกรณ์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เป็นต้น อีกทั้งยังมีคนในชุมชนมีความสามารถในการออกแบบลายผ้าไหม คือ นายนิพนธ์ วงศ์อำมาตย์ เบอร์โทรศัพท์ 086-2640489 เป็นผู้ที่มีความสำคัญในการออกแบบลายผ้าไหมใหม่ ๆ โดยได้รับค่าจ้างออกแบบลายผ้าไหมลายละ 10 บาท

8.2.2 สภาพการดำเนินงาน กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหัวสะพาน พิจารณาจากขอบเขตงาน 6 ด้านได้แก่

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 มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการเงินเกี่ยวกับการรับ-จ่ายงบประมาณของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4) ตำแหน่งเลขานุการ มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับประสานการดำเนินการต่าง ๆ การจัดเอกสารหลักฐานการดำเนินงาน ตลอดจนการบันทึกบัญชี การรับ-จ่ายทางการเงิน 5) ตำแหน่งกรรมการ มีหน้าที่ช่วยเหลืองานต่างๆ ภายในกลุ่มต่างๆ 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  
ประกวดผ้าไหมนกยูงพระราชทานสีทองประเภทมัดหมี่ลายโบราณสี่ธรรมชาติ (พ.ศ. 2557)  
รางวัลชนะเลิศ เกษตรกรดีเด่น กรมหม่อนไหมกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (พ.ศ. 2557)  
ใบรับรองเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยชนิด Thai Silk เป็นตราเครื่องหมายนกยูงสีน้ำเงิน  
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 และพัฒนาทักษะการผลิตโดยเข้ารับการอบรมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม  
จากศูนย์หม่อนไหมจังหวัดบุรีรัมย์และสำนักงานอำเภอพุทไธสง มีการศึกษาดูงานกับกลุ่มวิสาหกิจ  
ชุมชนอำเภอนาโพธิ์ และพัฒนาเทคนิคการย้อมสี่ธรรมชาติจากศูนย์บ่มเพาะมหาวิทยาลัย  
ราชภัฏบุรีรัมย์ ส่วนในด้านการออกแบบลวดลายผ้าไหม สมาชิกสามารถเลือกลวดลายพื้นผ้า  
ทั้งลวดลายเดิม (ลายปลาชุกคอก) และลวดลายใหม่ (ลาย 7 อัด นกยูงรำแพน ดอกกำมปู)  
จากผู้ออกแบบลวดลาย นายนิพนธ์ วงศ์อามาตร ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบด้วยระบบ  
คอมพิวเตอร์ คิดค่าจ้างแผ่นละ 10 บาท ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าไหมบ้าน  
หัวสะพาน คือ ผ้ามัดหมี่สี่ธรรมชาติ และผ้าชิ้นดินแดง ด้านการดำเนินการผลิต สมาชิกส่วนใหญ่  
จะดำเนินการผลิตตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบจนถึงกระบวนการทอผ้าไหมในช่วงเวลาว่างจากการทำนา  
โดยดำเนินการปลูกหม่อน (เวลา 45-52 วัน) การเลี้ยงไหม การสาวไหม (ไหมใหญ่ ไหมน้อย และ  
ไหมดักแด้)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 เปลือกมะขาม เปลือกประคู้ 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 บวกราคาจำหน่ายเพิ่มตามความเหมาะสม กำหนดราคาขายตามการแข่งขัน และกำหนดราคาขาย ในราคาขายส่ง และขายปลีก ด้านช่องทางการจำหน่าย มีการจำหน่ายทางตรงโดยการขาย แบบใช้พนักงานในตลาดภายในประเทศ เช่น อิมแพ็คเมืองทองธานี OTOP ดิจิทัลเคลื่อน ที่ในแต่ละจังหวัด ตลาดภายนอกประเทศจากความสัมพันธ์แบบเครือข่าย เพื่อน เช่น เคนมาร์ก ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นต้นด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยการทำนามบัตร แผ่นพับ การใช้สื่อออนไลน์ในช่องทาง facebook การคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายที่มีมนุษยสัมพันธ์ มีมิตรไมตรีต่อลูกค้า และเป็นผู้สนใจลูกค้าได้ดี ในการจัดจำหน่ายผู้จำหน่ายจะต้องแต่งกาย ด้วยผ้าไหมและมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการจูงใจลูกค้า เช่น กระจก ผ้าถุง ห้องลอง หนังสือนัก แฟชั่นแต่งกายผ้าไหม เป็นต้น มีการส่งเสริมการขายด้วยการลด แจก แลก เพื่อกระตุ้น การตัดสินใจซื้อ ในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก กรณีการซื้อมาจำหน่ายต่อ กรณีลูกค้าประจำ เป็นต้น

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

ด้านการเผยแพร่ข้อมูล มีการแจกนามบัตร แผ่นพับเพื่อการ โฆษณาประชาสัมพันธ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ้าไหมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการจัดเก็บข้อมูล มีการจดบันทึกในสมุดบันทึก เกี่ยวข้องกับการเงิน/การบัญชี การตลาด การผลิต ด้านการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ มีการแจกนามบัตร ในขณะที่จำหน่าย และนำผลความสำเร็จจากการประกวด เพื่อการรับรองมาตรฐานคุณภาพ

6) การจัดการการวิจัยและพัฒนาด้านการสำรวจปัญหาของการจัดการ มีการศึกษาพฤติกรรม การซื้อ ทักษะคิด และค่านิยมของลูกค้าเพื่อนำข้อมูลมาสรุปประเด็นปัญหาของการจัดการ เช่น กลุ่มผู้ใช้ผ้าไหมในกรุงเทพมหานครชอบผ้าไหมสีธรรมชาติ เป็นต้น ด้านการประสานงานกับกับเครือข่ายภาครัฐ เพื่อขอคำแนะนำ และมีส่วนร่วมในค้นหาแนวทางการแก้ปัญหา เช่น การเพิ่มพูนความรู้โดยเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับ วิธีการย้อมสีธรรมชาติ จากวัตถุดิบที่ไม่นำมาใช้แล้ว เช่น เปลือกเงาะ เปลือกมังคุด เป็นต้น ด้านกระบวนการปฏิบัติการ นำแนวคิดทฤษฎีที่ผ่านการอบรม และจากคำแนะนำ ของหน่วยงานนำทดลองปฏิบัติจริงเพื่อค้นหาข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติ และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น และด้านการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกงานแสดงสินค้า เพื่อทดลองตลาด เมื่อได้รับการตอบรับที่ดีจึงมีการผลิตในปริมาณมาก

### 8.3. กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองขอน

8.3.1 บริบททั่วไป กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองขอน 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 ซึ่งงบประมาณดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาชุมชนให้เกิดมีรายได้และเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการทอผ้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เมื่อผลิตภัณฑ์จำหน่ายได้แล้วก็นำเงินต้นมาคืนกลุ่มฯ โดยไม่มีการคิดดอกเบี้ย ปัจจุบันสมาชิกมีรายได้ต่อเดือนประมาณละ 10,000 บาท/เดือน สำหรับหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนมีหลายฝ่าย ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลกันทรารมย์ องค์การบริหารส่วนตำบลศรีภูมิ ด้านงบประมาณแบบให้เปล่า จำนวนเงิน 100,000 บาท และสำนักงานพัฒนาชุมชนให้ความช่วยเหลือในด้านการตลาด

### 8.3.2 สภาพการดำเนินงาน ของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองขอน พิจารณา จากขอบเขตงาน 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 มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับประสาน การดำเนินการต่าง 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 ๆ มีการจดบันทึกจำนวนผลิตภัณฑ์ที่สมาชิคนำออกจำหน่าย 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 ผ้าตีนแดงผ้าพันคอ คลุมไหล่ เป็นต้น ด้านการควบคุม มีการตรวจสอบมาตรฐาน และควบคุมคุณภาพด้วยการ พัฒนาการย้อมสีให้สม่ำเสมอของการย้อมสี กระบวนการผลิตที่ตรวจสอบความเรียบของเนื้อผ้า และความประณีตของฝีมือ

4) การจัดการการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ สมาชิกมีการรวบรวมผลิตภัณฑ์ ผ้าไหม ผ้าฝ้ายในตลาดระดับชุมชนเมื่อมีแขกมาเยือน และมีคุณบุรณี ศรีชัย อาศัยอยู่บ้านปรีอ เป็นผู้รับไปจำหน่ายโดยสมาชิกเป็นคนกำหนดราคาเบื้องต้น ผู้จำหน่ายจะนำไปบวกเพิ่ม เป็นราคาขาย ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย คือ ผ้าฝ้าย ผ้าโสร่ง ผ้าซิ่นมัดหมี่ ผ้าถุง ผ้าสไบ ผ้ายกจิด และผ้าลูกแก้ว 8 ตะก้อ ด้านราคาผลิตภัณฑ์ พิจารณาจากต้นทุน คุณภาพ และ ความต้องการของตลาด โดยสมาชิกจะกำหนดราคาขายเองตามความเหมาะสม ด้านช่องทางการจำหน่าย ช่องทางการจำหน่ายส่วนใหญ่จำหน่ายภายในตลาดชุมชน และ ฝากจำหน่ายในตลาดระดับอำเภอ 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 ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการจัดการปและความต้องการ ในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ 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) ได้ทำการศึกษาศึกษาปัญหาของการประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านการผลิต ได้แก่ เครื่องจักรและอุปกรณ์ยังไม่เหมาะสมและล้าสมัย ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี และกระบวนการผลิตยังไม่เหมาะสม ต้นทุนการผลิตสูง บรรจุกัญหยังไม่มีดีพอ และขาดการควบคุมคุณภาพและการได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์ เป็นต้น 2) ด้านการตลาด ได้แก่ มีตลาดรองรับที่ไม่แน่นอน ไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าได้เอง การจำหน่ายสินค้าทำได้เฉพาะภายในชุมชน และขาดการโฆษณา เป็นต้น 3) ด้านการเงินและการบัญชี ได้แก่ ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการสร้างกำไร การจัดทำบัญชี และการกระจายรายได้และผลประโยชน์ เป็นต้น 4) ด้านองค์การและการจัดการ ได้แก่ ขาดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความรู้กับกลุ่มอื่นๆ ภายนอก การออกกฎระเบียบและโครงการองค์กรยังไม่เหมาะสม

รัตนาภรณ์ พันธุ์เลิศ (2553 : 73) ได้ทำการศึกษารูปแบบเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพทอผ้าขององค์การบริหารส่วนตำบลโนนค้อ อำเภอชุมพวง จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกขาดความรู้ความเข้าใจในการวางแผน ขาดการมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหาร่วมกัน การจัดองค์การเป็นแบบไม่เป็นทางการ กลุ่มไม่มีสวัสดิการ

ให้แก่สมาชิก ประธานกลุ่มขาดภาวะผู้นำ และขาดการรายงานผลการดำเนินงานแก่สมาชิก

พนารัตน์ บุญธรรม (2552 : 99) ได้ทำการศึกษารูปแบบการจัดการสินค้า OTOP ประเภทของใช้ของตกแต่ง และของที่ระลึกในเชิงธุรกิจ : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพทำเครื่องทองเหลือง 2 บ้านปะอว หมู่ที่ 5 ตำบลปะอว 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 ผ้าไหมทอผ้ามือขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองทอง อำเภอไทรงาม จังหวัดกำแพงเพชร. ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านการผลิต ไม่มีการวางแผนการผลิต 2) ด้านการตลาด ขาดการส่งเสริมการตลาดหรือการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน กลุ่มมีการจำหน่ายให้แก่ร้านสวนจิตรลดา และจำหน่ายตามงานประจำปีของจังหวัดเท่านั้น

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

ศิรินทร ชัยเวช (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 การทอผ้าใช้ระยะเวลาในการทอนาน 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 มีการจัดองค์การ โดยคัดเลือกคนตามความรู้ความสามารถ และกระจายงานให้แต่ละฝ่ายทำงานอย่างชัดเจน มีการมอบหมายและมีวิธีการกระตุ้นการทำงาน มีการควบคุมกำกับติดตามงาน 2) ด้านการผลิต มีการวางแผนการผลิต โดยกำหนดกำลังการผลิตตามความต้องการของตลาด การเลือกทำเลที่ตั้งและวางผังโรงงานที่เหมาะสม การขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว ดำเนินการผลิตให้เป็นไปตามแผน และควบคุมการผลิตด้านปริมาณ คุณภาพ และลดการผลิตพลาดในกระบวนการผลิต 3) ด้านการตลาด มีรูปแบบสินค้าให้ลูกค้าเลือกหลากหลาย กำหนดราคาเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ต้องการขยายช่องทางการจำหน่ายได้อย่างทั่วถึงทั้งภายในและต่างประเทศ ต้องการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักทางสื่อมากขึ้น 4) ด้านการเงิน ต้องการวางแผนความต้องการ ใช้เงินทุน จัดหาเงินทุนสำรองเพียงพอต่อการลงทุน ต้องการจัดสรรเงินทุนเพื่อใช้ในการลงทุนที่เพียงพอ

กฤษฎิญา มูลศรี (2552 : 68-72) ได้ทำการศึกษาการศึกษาแนวทางการปัญหาของการประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านการผลิต โดยการแสวงหาวัตถุดิบต้นทุนต่ำ การใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เหมาะสม และอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพแก่พนักงาน เป็นต้น 2) ด้านการตลาด โดยสมาชิกช่วยกันจัดหาตลาดรองรับสินค้า รัฐบาลช่วยส่งเสริมการตลาด มีการจัดแสดงจำหน่ายสินค้าภายนอกชุมชน เป็นต้น 3) ด้านการเงินและการบัญชี โดยการกู้ยืมเงินลงทุนจากรธนาคารและหน่วยงานกองทุนต่าง 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

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



พัศราณี ทนุจันทร์ (2553 : 51-53) ได้ทำการศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ  
 ผ้าไหมครามเทศบาลตำบลกุคบก อำเภอกุคบก จังหวัดสกลนคร ผลการศึกษาแนวทางการ  
 การปรับปรุงการบริหารจัดการ พบว่า 1) ด้านการตลาด สำนักงานเทศบาลตำบลกุคบก  
 ให้ความช่วยเหลือในการจัดหาตลาดรองรับสินค้าผ้าไหมคราม มีการประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลาย  
 2) ด้านการผลิต มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มทักษะ  
 ความชำนาญและสร้างมูลค่า พัฒนาเครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ให้ทันสมัย เพื่อการผลิต  
 สินค้าได้อย่างรวดเร็ว และได้มาตรฐาน มีการจัดกิจกรรมให้สมาชิกต้องมีส่วนร่วม และจิตสำนึก  
 ในการแสดงความเป็นเจ้าของ และขยายกิจการหรือปรับปรุงเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพทอผ้าไหมคราม  
 ให้เป็นธุรกิจชุมชน 3) ด้านการเงิน ได้รับเงินทุนสนับสนุนจากเทศบาลตำบลกุคบก ระดมทุน  
 จากสมาชิกและให้มีการออมทรัพย์ เพื่อให้มีทุนในการดำเนินงานและให้เกิดสภาพคล่องมากขึ้น

สุกัญญา 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 พัฒนาตลาดวิสาหกิจ  
 ชุมชน และมีแนวทางการสืบสานและต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่คนรุ่นใหม่

จุฑารัตน์ ศรีโยวงศ์ (2546 : 54-57) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาด  
 ของธุรกิจผ้าไหมในเขตอำเภอนบพิตำจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจผ้าไหม  
 มีการบริหารจัดการแต่ละด้าน คือ 1) ด้านการผลิต คาดคะเนความต้องการก่อนการวางแผนการผลิต  
 และคำสั่งซื้อของลูกค้า ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง และเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์  
 2) ด้านการตลาด มีการจำหน่ายทางตรงจำหน่ายหน้าร้านเป็นหลักและจำหน่ายในตลาด  
 ภายในประเทศทั้งหมด ควรติดต่อตัวแทนร้านค้าจำหน่ายในภูมิภาคอื่น เพื่อเพิ่มช่องทางการ  
 จัดจำหน่าย 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 อุปสรรคก็จะมีการปรับปรุงแก้ไขได้ทันทีส่งผลให้กลุ่มเกิดกระบวนการมีส่วนร่วมควบคู่กับการเรียนรู้ตลอดเวลาทำให้การบริหารจัดการกลุ่มอาชีพในเขตพื้นที่ตำบลแหลมทองที่ความเข้มแข็ง และพัฒนาสู่การเป็นวิสาหกิจที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

ศิรินทร ชัยเวทย์ (2550 : 55-57) ได้ทำการศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มชุมชนจังหวัดหนองคาย ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจชุมชน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริหารการตลาด เช่น การกำหนดราคาสินค้าเป็นมาตรฐานเดียวกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน มีการพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาด 2) ด้านการบริหารการเงินทุน เช่น มีการจัดทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใส มีระบบการแบ่งผลตอบแทนที่ชัดเจน เป็นต้น 3) ด้านการบริหารการผลิต เช่น มีการคัดเลือกอุปกรณ์เครื่องมือการผลิตให้เหมาะสมกับการทำงาน มีวัตถุดิบเพียงพอและทันกับความต้องการ เป็นต้น และ 4) ด้านบริหารจัดการ เช่น มีการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์การดำเนินงานของธุรกิจอย่างชัดเจน มีการกำหนดแผนงานต่างๆ ในการปฏิบัติงานของธุรกิจอย่างชัดเจน เป็นต้น ปัญหาอุปสรรคการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับน้อย 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 มะลาบ (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

นงนุช อิ่มเรือง (2553 : 94-97) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกรณีกลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลึม ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลึม เป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมประเพณีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับผ้ามาใช้ในการดำเนินชีวิตและกิจกรรมต่างๆ พร้อมกับได้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอผ้าฝ้ายมือประดิษฐ์ในรูปแบบของผ้าไหมมาเป็นรุ่นต่อรุ่น ปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลึม ได้แก่

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

### 3. งานวิจัยด้านรูปแบบการบริหารจัดการ

สุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 76) ผลการศึกษาด้านรูปแบบการบริหารจัดการ 4 ด้าน คือ 1) ด้านการจัดการ มีการวางแผนการดำเนินงาน โดยการประชุมกลุ่มทุกครั้ง มีการจัดองค์การโดยการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจน มีการกำหนดหน้าที่ของแต่ละคนได้อย่างเหมาะสม มีผู้นำในการดำเนินงาน สั่งการตามแผนงานที่กำหนดไว้ และมีการตรวจสอบงานอย่างต่อเนื่อง

2) ด้านการผลิต พยายามการผลิตให้สอดคล้องกับกำลังการผลิต และเหมาะสมกับความต้องการของตลาด ดำเนินการผลิตให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ใช้ภูมิปัญญาที่ได้รับการสืบทอด ประสพการณ์ของคนรุ่นก่อนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย มีการควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามปริมาณและคุณภาพที่ตอบสนองความต้องการของตลาดได้ตามกำหนดเวลา 3) ด้านการตลาด มีการรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภค กำหนดราคาที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า 4) ด้านการเงิน ควรวางแผนความต้องการการใช้เงินทุน จัดหาแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น งบประมาณของยุทธศาสตร์จังหวัด งบประมาณของอุตสาหกรรมจังหวัด เป็นต้น จัดสรรเงินทุนไปใช้ในธุรกิจในการจัดซื้อวัสดุ การจ้างคนงาน ทุนสำรอง และเงินทุนหมุนเวียน

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

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

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

พนารัตน์ บุญธรรม (2552 : 96-98) ได้ทำการศึกษารูปแบบการจัดการสินค้า OTOP ประเภทของใช้ของตกแต่ง และของที่ระลึกในเชิงธุรกิจ : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพ เครื่องทองเหลือง 2 บ้านปะอาว หมู่ที่ 5 ตำบลปะอาว อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษารูปแบบการจัดการพบว่า 1) รูปแบบการจัดการการผลิต ด้านการวางแผนการผลิต ไม่มีรูปแบบที่ตายตัว กลุ่มจะทำการผลิตตามคำสั่งซื้อและผลิตไว้ขายจำนวนหนึ่ง ระยะเวลาการผลิตขึ้นอยู่กับดินฟ้าอากาศ และความเร่งด่วนของงาน การวางแผนจัดเตรียมวัตถุดิบแสวงหาจากแหล่งภายในและภายนอกท้องถิ่น 2) รูปแบบการจัดการการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์และเป็นสัญลักษณ์ของเมืองอุบลซึ่งมีลวดลายหลากหลายให้เลือก เช่น ลายกลีบบัว ฟันปลา ต้นสน ไข่ปลา 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 เงินทุนหมุนเวียนสตรีอาเซียน กลุ่มออมทรัพย์เพื่อ การผลิตของสมาชิก การจัดสรรเงินนำไปใช้ ในการซื้อวัตถุดิบ ปันผลให้แก่สมาชิกร้อยละ 20 มีการจัดทำบัญชีด้วยการบันทึกบัญชีรับ-จ่าย และสรุปยอดคงเหลืออย่างต่อเนื่อง และสรุปผลการดำเนินงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการ และสมาชิกทุกเดือน 4) ด้านการจัดการกลุ่ม มีคณะกรรมการบริหาร 6 ฝ่าย คือ ฝ่ายอำนวยความสะดวก ฝ่ายการตลาด ฝ่ายตรวจสอบ ฝ่ายการผลิต ฝ่ายการเงินและบัญชี และฝ่ายที่ปรึกษา มีการมอบหมายงานตามความถนัดและความชำนาญ มีการควบคุมและการตรวจสอบการดำเนินการผลิต การเงิน การตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

ยุภา ประสงค์ทรัพย์ (2553 : 616-633) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการ วิสาหกิจชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 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

อุปปิง และเกสร (Upping & Kasorn. 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 วิสาหกิจขนาดเล็กและกลาง (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) และการสนับสนุนของรัฐบาล (Government Support)

อึ้ง และ คี (Ng & Kee. 2012) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ประเด็นและการพัฒนา องค์ประกอบความสำเร็จที่สำคัญด้านความสำเร็จของ SME ในประเทศกำลังพัฒนา การศึกษานี้ เป็นการสำรวจองค์ประกอบความสำเร็จ (CSFs) ของการประกอบการในวิสาหกิจขนาดเล็ก และขนาดกลาง 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 โดยมีผลกระทบทางบวกและที่มีนัยสำคัญต่อความสำเร็จทางธุรกิจ อีกทั้งยังพบว่าทรัพยากรการเงินเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของ SMEs เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีทรัพยากรทางการเงินน้อยกว่า ย่อมทำกิจกรรมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ได้ไม่มากเท่ากับภาคส่วนบริษัท ประการที่ 2 SMEs จะต้องเผชิญกับการแข่งขันระดับโลก มันได้ถูกพบเจอในการวิจัยซึ่งเทคโนโลยีแสดงบทบาทสำคัญในความสามารถในการผลิตของบริษัทต่าง ๆ

อันโฮลเซอร์ และ ซอบแซ็ค (Anholcer and Sobczak. 2012) ได้ทำการศึกษาเรื่ององค์ประกอบสำคัญของความสำเร็จใน SMEs ในโปแลนด์ ผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบสำคัญของความสำเร็จของ SMEs โปแลนด์ 1) คุณภาพของสินค้าและบริการ (Quality of Products and Services) การสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า (Building Lasting Relations With Customers) 2) ภาพลักษณ์บริษัท (Company Image) 3) บุคลากรที่มีคุณสมบัติ (Qualified Personnel) 4) การไหลเวียนของสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างพนักงานลูกจ้างกับเจ้าของ/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 (ความไว้วางใจและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ดี) (Atmosphere of the Contacts Within the Company Trust and Building Good Interpersonal Relationships) และ 11) ความซื่อสัตย์ต่อการเปลี่ยนแปลง (Openness to Changes)

นันโกลิ, ทูรินาว, คิทูยิ, คูเซเมอร์วา และ จาซา (Nangoli, Turinawe, Kituyi, Kusemererwa, & Jaaza. 2013) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสนับสนุนอัตราการอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจ ใน LDCs : การศึกษาเชิงสำรวจแรงผลักดันด้านความล้มเหลวของธุรกิจ ใน Kampala-Uganda สรุปได้ว่า แรงผลักดันด้านความล้มเหลวของธุรกิจ (เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด ไปต่ำสุดของผู้ตอบ) ได้แก่ การว่าจ้างญาติ ลูกจ้างขาดทักษะการจัดการธุรกิจและการประกอบการ การออมต่ำ การขาดทักษะการจัดการธุรกิจและการประกอบการ การแข่งขันที่มากขึ้น การขาดวินัยทางการเงิน ขาดเงินทุนหมุนเวียน ลูกจ้างไม่น่าไว้วางใจ ไม่มีการจัดการและใช้เงินกู้ยืม

จากธนาคารที่มีประสิทธิภาพ ขาดวิธีการจัดการของธุรกิจครอบครัว ขาดความรับผิดชอบต่อธุรกิจ มีค่าใช้จ่ายด้านภาษีและค่าเช่ามากเกินไป ผลกำไรน้อย การขาดวินัยทางการเงิน ขาดความคิดริเริ่ม ในการสร้างงาน การแข่งขันกันแบบพี่น้อง เกิดความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ การเล่นพวก ส่วนนโยบายสำคัญในการเอาชนะความล้มเหลวทางธุรกิจ (เรียงตามค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด ของผู้ตอบ) ดังนี้ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมที่ต่ำลง การฝึกอบรมด้านทักษะการประกอบการแก่ บุคลากร การจัดสรรเงินกู้ที่ผ่อนปรนจากรัฐบาลให้แก่ธุรกิจ กระแสไหลเข้าที่ถูกควบคุม ของสินค้าต่างชาติ การจัดสรรเงินสนับสนุนโดยรัฐบาล การสร้างศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ เพื่อ ปรับปรุงนวัตกรรม

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดการ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 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
สุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 56)		✓	✓	✓	✓	✓	
ภาควิชา รัตนาภิรมย์ (2554 : 164-165)		✓	✓		✓	✓	
เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร (2552 : 169-295)		✓		✓	✓		
รัตนาภรณ์ พันธุ์เลิศ (2553 : 73)		✓	✓		✓		
สุภิญญา อธิปอนันต์ และคณะ (2552 : 59-61)		✓	✓	✓	✓	✓	
กฤษฎิญา มูลศรี (2552 : 68-72)		✓	✓	✓	✓		
พัสราณี นุจันท์ (2553 : 51-53)		✓	✓	✓	✓		
จุฑารัตน์ ศรีโวงษ์ (2546 : 54-57)		✓	✓	✓	✓		
เดชา เนตรสว่าง (2555 : 31)		✓	✓	✓	✓		
บุภา ประสงค์ทรัพย์ (2553 : 616-633)		✓	✓	✓		✓	
ศิริธร ยันบัวบาน (2554 : 61-65)		✓	✓		✓		
ศิรินทร ชัยเวทย์ (2551 : 55-57)		✓	✓	✓	✓		
กนกกาญจน์ มະกลาง (2551 : 62-65)		✓	✓	✓			

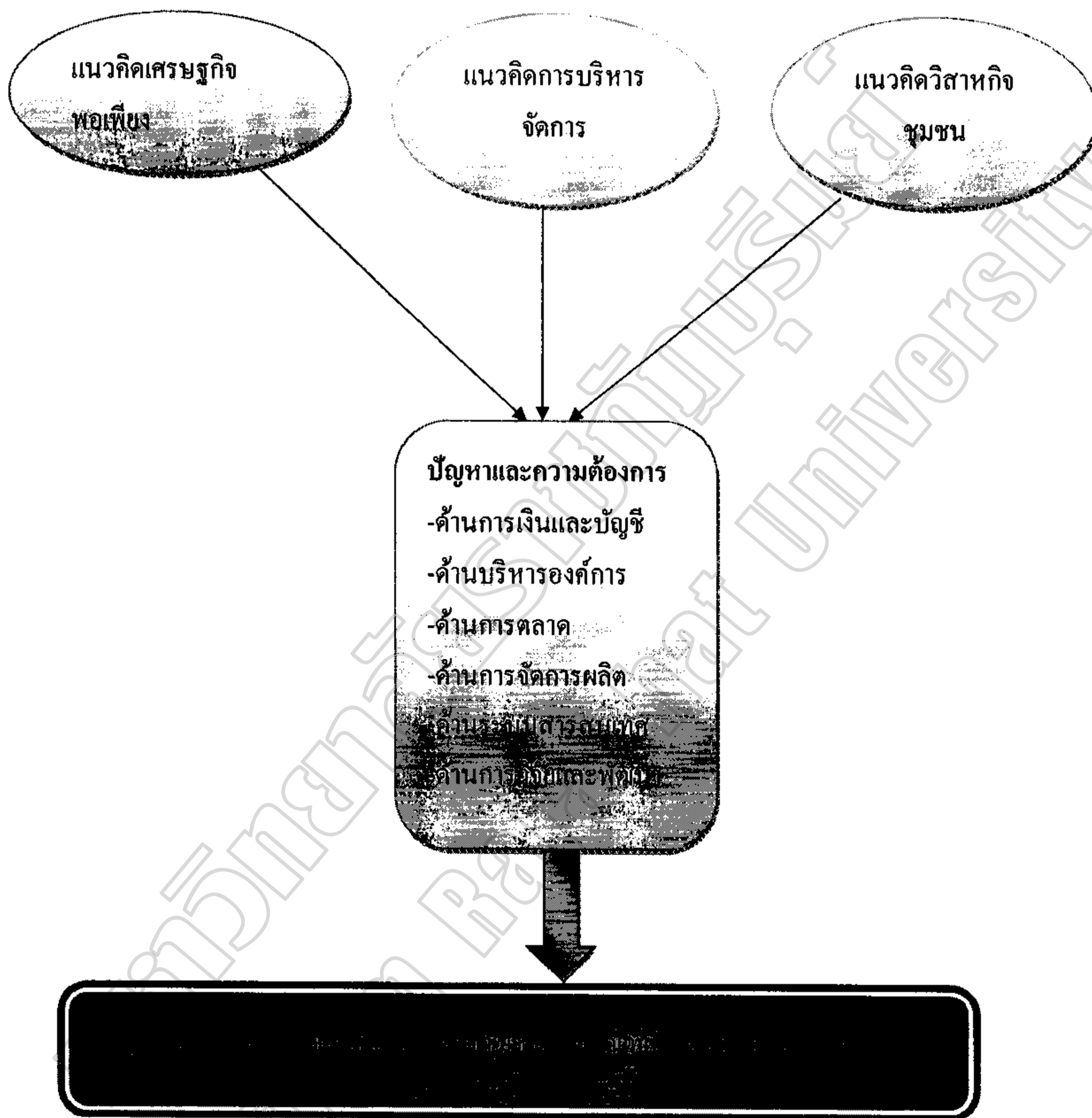
ตาราง 2.3 (ต่อ)

ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง	ด้านการบริหาร องค์กร	ด้านการ จัดการผลิต	ด้านการจัดการ การตลาด	ด้านการจัด การเงินและบัญชี	ด้านการ จัดการ สารสนเทศ	ด้านการ วิจัยและ พัฒนา
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง						
นงนุช อิมร็อง (2553 : 94-97)	✓	✓	✓	✓		
พนารัตน์ บุญธรรม (2552 : 96-100)	✓	✓	✓	✓		
อุปปีง และเคสร (Upping & Kasom. 2013)		✓	✓	✓	✓	✓
จิตติถาวร, อสตาม, แก้วชนะ และ ยูซุฟ (Chittithawom, Islam, Keawchana & Yusuf. 2011)		✓	✓	✓	✓	
อัคคิน และ โบส (Uddin & Bose. 2013)			✓			
อึ้ง และ คี (Ng & Kee. 2012)	✓					
จาซรา, ข่าน, ฮันจรา, เรห์มัน และอซาม (Jasra, Khan, Hunjra, Rehman, & Azam. 2011)			✓	✓		
อันโฮลเซอร์ และ ซอบแซ็ค (Anholcer and Sobczak. 2012)			✓	✓	✓	

ตาราง 2.3 (ต่อ)

ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง	ด้านการบริหารจัดการ	ด้านการจัดการผลิต	ด้านการจัดการการเงินและบัญชี	ด้านการจัดการสารสนเทศ	ด้านการวิจัยและพัฒนา
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มันโกลิ, ทูรินาว, คิทุยิ, คูเซเมอร์วา และ จาซา (Nangoli, Turinawe, Kituyi, Kusemererwa, & Jaaza. 2013)	✓		✓		
รวม	16	18	17	7	1

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบ 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ศึกษาความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ และเพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methodology) ซึ่งการดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้

#### การดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้

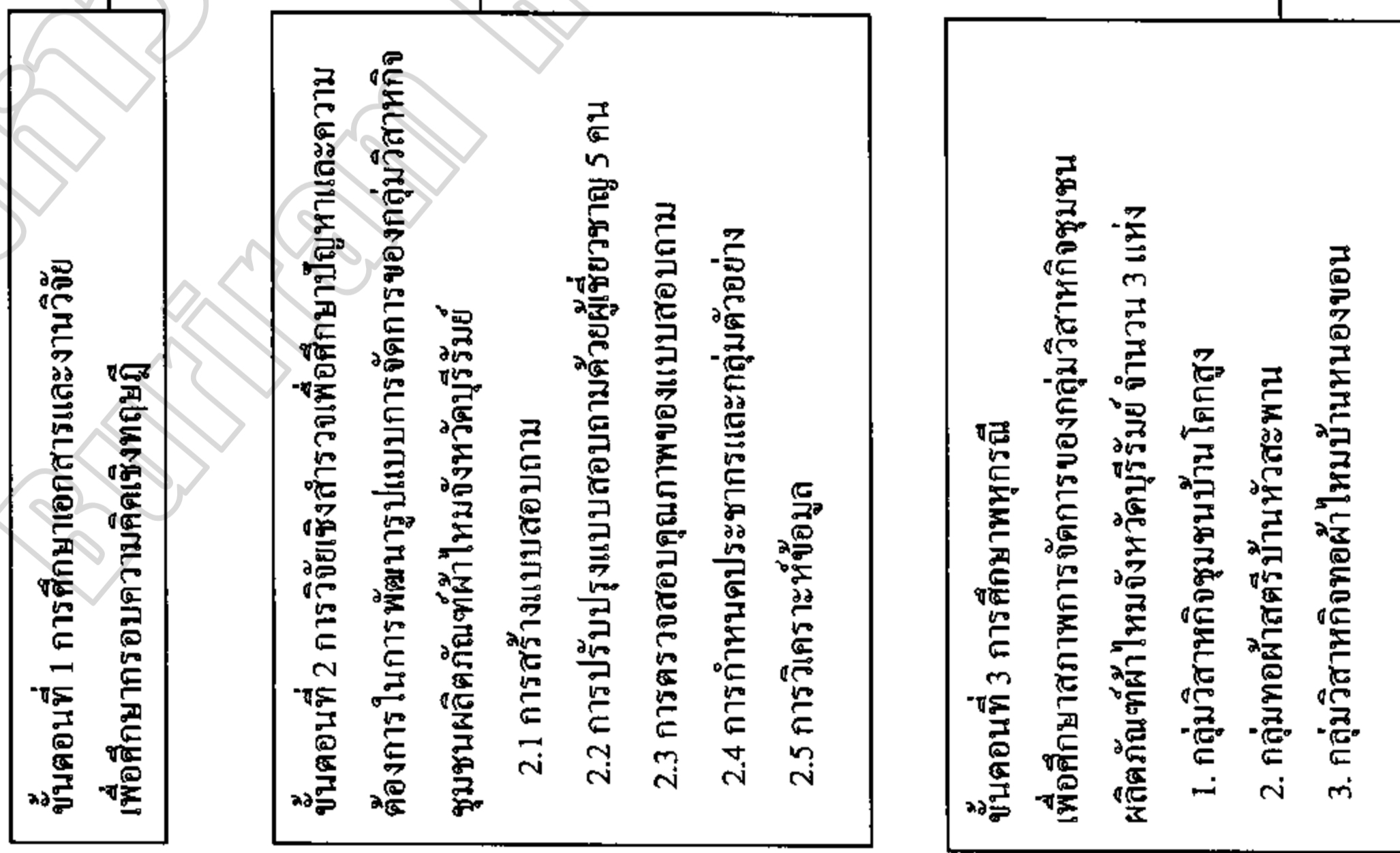
ระยะที่ 1 ศึกษาปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จากเอกสาร หลักการ แนวคิดวิสาหกิจชุมชน ทฤษฎีการจัดการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถาม และจากการศึกษาพหุกรณี

ระยะที่ 2 การพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์จากระยะที่ 1 มาร่างรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

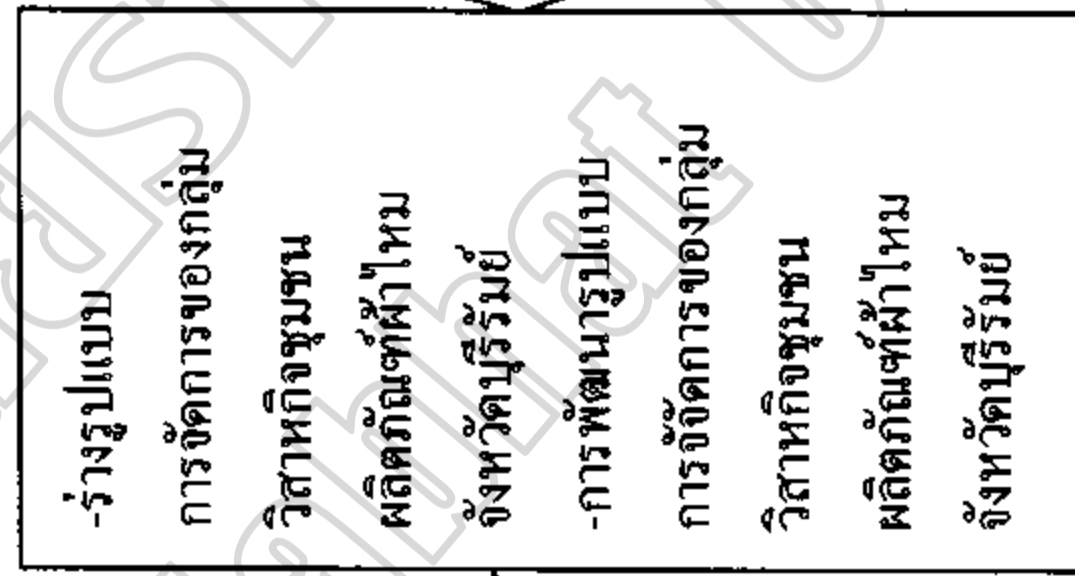
ระยะที่ 3 การตรวจสอบรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ โดยผู้วิจัยมีการตรวจสอบความเหมาะสมในการนำไปใช้ โดยใช้เครื่องมือตรวจสอบ 2 แบบ ได้แก่ แบบที่ 1 แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญเชิงวิชาการ จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญเชิงปฏิบัติการ จำนวน 5 คน ที่ให้ข้อคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะ แบบที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมระดับจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 6 กลุ่ม โดยมีผู้ให้ข้อมูลกลุ่มละ 5 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 30 คน เพื่อยืนยันรูปแบบการจัดการที่ได้พัฒนาจากกระบวนการวิจัยในแต่ละขั้นตอนได้อย่างเหมาะสมและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปเป็นภาพประกอบ 3.1 ดังนี้

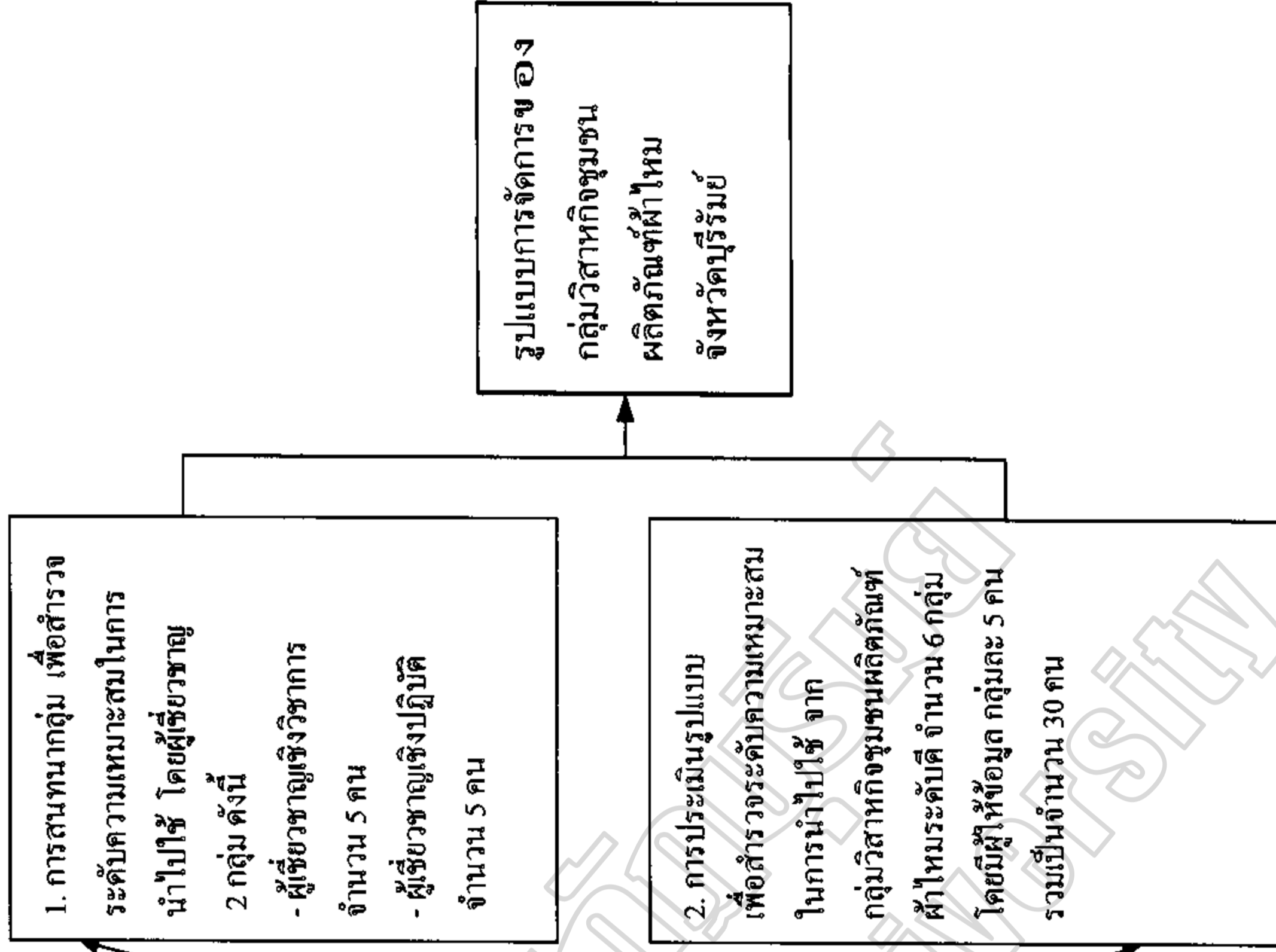
**ระยะที่ 1 การศึกษาปัญหาการจัดการและความต้องการ ฯ**



**ระยะที่ 2 การพัฒนารูปแบบ**



**ระยะที่ 3 การตรวจสอบรูปแบบ**



**ภาพประกอบ 3.1 สรุปขั้นตอนการวิจัย**

## ระยะที่ 1 การศึกษาปัญหาการจัดการ และความต้องการในการพัฒนาการจัดการของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

การศึกษาปัญหาการจัดการ และความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** การศึกษาเอกสาร ตำรา บทความ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อกำหนดกรอบแนวคิด

**ขั้นตอนที่ 2** การวิจัยเชิงสำรวจเรื่อง “ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์” โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

### 2.1 การสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

**ตอนที่หนึ่ง** ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก

**ตอนที่สอง** ข้อมูลสภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย ชื่อกลุ่ม จำนวนสมาชิก ตำแหน่ง ระยะเวลาการเข้าเป็นสมาชิก ระยะเวลาการดำเนินงาน รายได้ต่อเดือน ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แนวทางการสนับสนุน การยอมรับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จำหน่าย และความชำนาญหรือทักษะสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

**ตอนที่สาม** ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ประกอบด้วยวิธีการดำเนินงาน 6 ด้าน คือ ด้านการบริหารองค์กร ด้านการจัดการการเงิน ด้านการจัดการการผลิต ด้านการจัดการการตลาด ด้านการจัดการระบบสารสนเทศ และด้านการจัดการการวิจัยและพัฒนา

ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า มีความหมายดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ระดับมาก
ระดับ 3	หมายถึง	ระดับปาน
ระดับ 2	หมายถึง	ระดับน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

## 2.2 การปรับปรุงแบบสอบถามด้วยผู้เชี่ยวชาญ หลังจากร่างแบบสอบถาม

แล้วได้ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมและความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย จำนวน 5 ท่าน ได้แก่

1. รองศาสตราจารย์ดร. อัจฉรา ภาณุรัตน์ รักษาอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
2. รองศาสตราจารย์ดร. เนตรนภา พรหมมา รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
3. รองศาสตราจารย์สมบัติ ประจัญสานต์ อาจารย์ประจำ สาขาวิชาเทคโนโลยีสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. กุลวรา สุวรรณพิมล มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ผู้ทรงคุณวุฒิของสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ
5. นายวันชัย ทิพย์อักษร เกษตรจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้เชี่ยวชาญการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมและความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยผู้วิจัยกำหนดระดับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้น ถูกต้องเหมาะสม ใช้การได้

0 เมื่อไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามนั้น

-1 เมื่อแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นผิดพลาด ไม่เหมาะสม ใช้การไม่ได้

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดหมาย เนื้อหาที่ต้องการวัดโดยการแทนค่าในสูตร ดังนี้ (นพพร ณะชัยพันธ์. 2555 : 309 - 311)

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

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด

$\sum R$  แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิหรือ

ผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ

ผลปรากฏว่าค่า IOC ซึ่งพิจารณาจากข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.5

(วิลาลย์ มากุ่ม. 2549 : 195) ผู้วิจัยได้มีการตัดออกหรือการปรับปรุงข้อคำถามตามความเหมาะสม



**2.3 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม** ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ในหมู่บ้านท่าสว่างจังหวัดสุรินทร์ โดยวิธีการสุ่มอย่างง่ายจำนวน 30 ชุด แล้วคำนวณค่าความเที่ยงแบบค่าคงที่ภายใน (International Consistency) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่าความเที่ยงรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.987

#### 2.4 กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**2.4.1 ประชากร** ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จังหวัดบุรีรัมย์ที่ขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชนกับสำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์ ในปี พ.ศ. 2557 จำนวนทั้งสิ้น 144 กลุ่ม โดยกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ได้ประเมินศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็น 3 ระดับ คือ ระดับดี ระดับปานกลาง และระดับปรับปรุง ดังตาราง 3.1

ตาราง 3.1 จำนวนประชากรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

อำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์	กลุ่มระดับดี	กลุ่มระดับปานกลาง	กลุ่มระดับปรับปรุง	รวม (กลุ่ม)
1. อำเภอเมืองบุรีรัมย์	2	13	-	15
2. อำเภอคูเมือง	-	1	-	1
3. อำเภอห้วยราช	2	1	1	4
4. อำเภอกระสัง	5	12	7	24
5. อำเภอนางรอง	1	2	-	3
6. อำเภอโนนสุวรรณ	-	2	-	2
7. อำเภอประโคนชัย	4	2	1	7
8. อำเภอสตึก	1	1	-	2
9. อำเภอลำปลายมาศ	-	3	2	5
10. อำเภอหนองหงส์	2	2	3	7
11. อำเภอหนองกี่	2	1	-	3

ตาราง 3.1 (ต่อ)

อำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์	ระดับดี	ระดับปานกลาง	ระดับปรับปรุง	รวม (กลุ่ม)
12. อำเภอละหานทราย	1	2	-	3
13. อำเภอบ้านกรวด	4	3	1	8
14. อำเภอนาโพธิ์	9	17	4	30
15. อำเภอพุทไธสง	5	5	2	12
16. อำเภอพลับพลาชัย	1	1	-	2
17. อำเภอโนนดินแดง	1	1	2	4
18. อำเภอเฉลิมพระเกียรติ	1	5	1	7
19. อำเภอบ้านด่าน	-	-	1	1
20. อำเภอบ้านใหม่ไชยพจน์	2	-	-	2
21. อำเภอปะคำ	1	-	-	1
22. อำเภอแคนดง	1	-	-	1
รวม	45 กลุ่ม	74 กลุ่ม	25 กลุ่ม	144 กลุ่ม

2.4.2 กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้สัดส่วนเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์แต่ละอำเภอในอัตราร้อยละ 50 ได้จำนวนทั้งสิ้น 72 กลุ่ม ดังตาราง 3.2

ตาราง 3.2 สัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากประชากรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

อำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์	ระดับดี	ระดับปานกลาง	ระดับปรับปรุง	รวม (กลุ่ม)
1. อำเภอเมืองบุรีรัมย์	1	6	-	7
2. คูเมือง	-	1	-	1
3. ห้วยราช	1	1	1	3

ตาราง 3.2 (ต่อ)

อำเภอในจังหวัดบุรีรัมย์	ระดับดี	ระดับปานกลาง	ระดับปรับปรุง	รวม (กลุ่ม)
4. กระสัง	2	6	3	11
5. นางรอง	1	1	-	2
6. โนนสุวรรณ	-	1	-	1
7. ประโคนชัย	2	1	1	4
8. สตึก	1	-	-	1
9. ลำปลายมาศ	-	1	1	2
10. หนองหงส์	1	1	1	3
11. หนองกี่	1	1	-	2
12. ละหานทราย	1	1	-	2
13. บ้านกรวด	2	1	1	4
14. นาโพธิ์	3	8	2	13
15. พุทไธสง	2	2	1	5
16. พลับพลาชัย	1	1	-	2
17. โนนดินแดง	1	1	-	2
18. เฉลิมพระเกียรติ	1	2	-	3
19. บ้านด่าน	-	-	1	1
20. บ้านใหม่ไชยพจน์	1	-	-	1
21. ปะคำ	1	-	-	1
22. แคนดง	1	-	-	1
<b>รวม</b>	<b>24</b>	<b>36</b>	<b>12</b>	<b>72</b>

จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 72 กลุ่ม มีผู้ให้ข้อมูลแต่ละกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย ประธาน 1 คน กรรมการ 2 คน สมาชิก 2 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 360 คน

ดังตาราง 3.3

ตาราง 3.3 รายชื่อกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	จำนวนกลุ่ม	จำนวนคน
1. อำเภอเมือง	ระดับดี 1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านโนนศิลา 60 หมู่ 3 ตำบล ถลุงเหล็ก	7 กลุ่ม	35 คน
	ระดับปานกลาง 2. กลุ่มทอผ้าไหมบ้านเสม็ดราษฎร์ 54 หมู่ 8 ตำบลถลุงเหล็ก 3. วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรก้นทา 54 หมู่ 2 ตำบลก้นทา 4. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร หนองคราดน้อย 222 หมู่ 10 ตำบลชุมเห็ด 5. กลุ่มเกษตรกรหนองไทรงาม 198 หมู่ 21 ตำบลชุมเห็ด 6. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทอผ้า บ้านหนองเพชร 104 ตำบลบัวทอง 7. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองเหล็ก 119 หมู่ 9 ตำบล ถลุงเหล็ก		
2. คูเมือง	ระดับปานกลาง 1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม บ้านโนนสูง 2 หมู่ 1 ตำบล บ้านแพ	1 กลุ่ม	5 คน
3. ห้วยราช	ระดับดี 1. กลุ่มทอผ้าไหมพื้นเมือง 5 หมู่ 2 ตำบล สนวน		
	ระดับปานกลาง 2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรสวายเจริญ 20 หมู่ 10 ตำบล ห้วยราช		

ตาราง 3.3 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	จำนวนกลุ่ม	จำนวนคน
	<p style="text-align: center;"><b>ระดับปรับปรุง</b></p> <p>3. วิสาหกิจชุมชนบ้านโคกขมื่น 57 หมู่ 8 ตำบล โคกเหล็ก</p>	3 กลุ่ม	15 คน
4. กระสัง	<p style="text-align: center;"><b>ระดับดี</b></p> <p>1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกะน้อบ 12 หมู่ 2 ตำบล กันทรารมย์</p> <p>2. กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านกระโดน-ไม้แดง 14 หมู่ 9 ตำบล ชุมแสง</p> <p>3. กลุ่มทอผ้าบ้านชุมแสง 75 หมู่ 1 ตำบล ชุมแสง</p> <p>4. กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านไม้แดง 114/1 หมู่ 3 ตำบล ชุมเห็ด</p> <p>5. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านทับอ้อ 60 หมู่ 11 ตำบลชุมแสง</p> <p>6. กลุ่มทอผ้าบ้านหนองหัววัว 75 หมู่ 12 ตำบล ชุมแสง</p> <p>7. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านกะนัง 32 หมู่ 4 ตำบล บ้านปรือ</p> <p>8. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านหนองน้ำขุ่น 75/1 หมู่ 3 ตำบล ศรีภูมิ</p> <p style="text-align: center;"><b>ระดับปรับปรุง</b></p> <p>9. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านหนองม่วง ตำบลสูงเนิน</p>		

ตาราง 3.3 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	จำนวนกลุ่ม	จำนวนคน
	10. วิทยาสถิตยชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านคันธุ์ 14/1 หมู่ 6 ตำบลเมืองไผ่ 11. กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองซอน 62 หมู่ 7 ตำบลกันทรารมย์	11 กลุ่ม	55 คน
5. นางรอง	<b>ระดับดี</b> 1. กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองตาไถ่น้อย 99 หมู่ 4 ตำบล หนองกง <b>ระดับปานกลาง</b> 2. วิทยาสถิตยชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านหนองตาเข้ม 11 หมู่ 1 ตำบล นางรอง	2 กลุ่ม	10 คน
6. โนนสุวรรณ	<b>ระดับปานกลาง</b> 1. กลุ่มสตรีแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 51 หมู่ 14 ตำบลทุ่งจั่น	1 กลุ่ม	5 คน
7. ประโคนชัย	<b>ระดับดี</b> 1. วิทยาสถิตยชุมชนกลุ่มพัฒนาสตรีทอผ้าไหม บ้านโคกเมือง 65/1 หมู่ 15 ตำบลจรเข้มาก 2. วิทยาสถิตยชุมชนทอผ้าไหมบ้านฉันทพล 170 หมู่ 5 ตำบลโคกม้า <b>ระดับปานกลาง</b> 3. กลุ่มเลี้ยงไหม (กลุ่มทอผ้าไหมโพธิ์ไทร หมู่ 7 165 หมู่ 5 ตำบลละเวียง <b>ระดับปรับปรุง</b> 4. วิทยาสถิตยชุมชนผลิตผ้าไหม บ้านโนนสว่าง 73 หมู่ 5 ตำบลเขาคอก	4 กลุ่ม	20 คน

ตาราง 3.3 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	จำนวนกลุ่ม	จำนวนคน
8. สตึก	<b>ระดับดี</b> 1. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ามัดหมี่ บ้านหนองแม่เฒ่า 88/2 หมู่ 10 ตำบลร้อนทอง	1 กลุ่ม	5 คน
9. ลำปลายมาศ	<b>ระดับปานกลาง</b> 1. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าจิดบ้านผักกาดหญ้า 50 หมู่ 4 ตำบลลำปลายมาศ <b>ระดับปรับปรุง</b> 2. วิชาทกิจชุมชนพัฒนาใหม่ไทย บ้านยาง 147 หมู่ 1 ตำบลบ้านยาง	2 กลุ่ม	10 คน
10. หนองหงส์	<b>ระดับดี</b> 1. วิชาทกิจชุมชนทอผ้าไหมนายาว- นาอุดม 24 หมู่ 10 ตำบลเสาดิย <b>ระดับปานกลาง</b> 2. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอผ้าไหม บ้านหนองม่วง 99 หมู่ 7 ตำบลเมืองฝ้าย <b>ระดับปรับปรุง</b> 3. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอผ้าไหม บ้านหนองกก 112 หมู่ 9 ตำบลเสาดิย	3 กลุ่ม	15 คน
11. หนองกี่	<b>ระดับดี</b> 1. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม 38/1 หมู่ 1 ตำบลโคกสูง <b>ระดับปานกลาง</b> 2. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้า บ้านโคกสะอาด 14 หมู่ 15 ตำบลคอนมะราง	2 กลุ่ม	10 คน

ตาราง 3.3 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	จำนวนกลุ่ม	จำนวนคน
12. ละหานทราย	<p>ระดับดี</p> <p>1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหม่อนไหม ราษฎร์รักแดน 670 หมู่ 9 ตำบล หนองแวง</p> <p>ระดับปานกลาง</p> <p>2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหม แท่นทัพไทย 4 หมู่ 10 ตำบล หนองแวง</p>	2 กลุ่ม	10 คน
13. บ้านกรวด	<p>ระดับดี</p> <p>1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าหนองไม้งามใหม่ 2 เลขที่ 32 หมู่ 9</p> <p>2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่สายตะกู 19 หมู่ 3 ตำบล สายตะกู</p> <p>ระดับปานกลาง</p> <p>3. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม หมู่ 9 64 หมู่ 9 ตำบล โนนเจริญ</p> <p>ระดับปรับปรุง</p> <p>4. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมสี่ธรรมชาติ 238 หมู่ 15 ตำบล บ้านกรวด</p>	4 กลุ่ม	20 คน
14. นาโพธิ์	<p>ระดับดี</p> <p>1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้าน โนนตะคร้อ 19 หมู่ 12 ตำบลบ้านคู</p> <p>2. วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านโคกสูง หมู่ 2 32/2 หมู่ 7 ตำบล ดอนกอก</p> <p>3. วิสาหกิจชุมชนปลูกหม่อนเลี้ยงไหม บ้านโนนสะอาด 40 หมู่ 13 ตำบล บ้านคู</p>		



ตาราง 3.3 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	จำนวนกลุ่ม	จำนวนคน
	<p style="text-align: center;"><b>ระดับปานกลาง</b></p> <p>4. วิสาหกิจชุมชนผ้าคลุมไหล่มัดหมี่สี่ตะกอก หมู่ 6 หนองหว้าน้อย 48/1 หมู่ 6 ตำบล นาโพธิ์</p> <p>5. ทอผ้าไหมบ้านหนองหว้า หมู่ 10 1/3 หมู่ 11 ตำบล นาโพธิ์</p> <p>6. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมบ้าน โคนกสะแทน หมู่ 10 81 หมู่ 10 ตำบล ดอนกอก</p> <p>7. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมบ้านหนองโก 64/1 หมู่ 6 ตำบล ดอนกอก</p> <p>8. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม 4 หมู่ 2 ตำบลบ้านคู้</p> <p>9. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมบ้านคอกวัว 28 หมู่ 5 ตำบล นาโพธิ์</p> <p>10. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมชุมชนนาโพธิ์ หมู่ 1 270/1 หมู่ 1 ตำบล นาโพธิ์</p> <p>11. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม (ผ้าสไบลาย ประยุกต์) บ้านหนองโก หมู่ 12 158 หมู่ 12 ตำบล นาโพธิ์</p> <p style="text-align: center;"><b>ระดับปรับปรุง</b></p> <p>12. วิสาหกิจชุมชนผ้าไหมสวย หมู่ 4 บ้านขม้น 35 หมู่ 4 ตำบลนาโพธิ์</p> <p>13. วิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมบ้านหนองหว้า หมู่ 10 219/1 หมู่ 10 ตำบล นาโพธิ์</p>	13 กลุ่ม	65 คน

ตาราง 3.3 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	จำนวนกลุ่ม	จำนวนคน
15. พุทราไสย	<p><b>ระดับดี</b></p> <p>1. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม บ้านหายโศก 7 หมู่ 2 ตำบลหายโศก</p> <p>2. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านสระแก้ว 57 หมู่ 6 ตำบลบ้านเป้า</p> <p><b>ระดับปานกลาง</b></p> <p>3. กลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและทอผ้าไหม 61 หมู่ 3 ตำบล บ้านยาง.</p> <p>4. กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหัวสะพาน 4 หมู่ 13 ตำบล บ้านยาง</p> <p><b>ระดับปรับปรุง</b></p> <p>5. วิชาทกิจชุมชนหัตถกรรมทอผ้าไหม บ้านสัมภพ 72 หมู่ 7 ตำบลมะเฟือง</p>	5 กลุ่ม	25 คน
16. พลับพลาชัย	<p><b>ระดับดี</b></p> <p>1. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมตำบลจันดุม 301 หมู่ 13 ตำบล จันดุม</p> <p><b>ระดับปานกลาง</b></p> <p>2. วิชาทกิจชุมชนทอผ้าบ้านน้อย 148 หมู่ 10 ตำบล จันดุม</p>	2 กลุ่ม	10 คน
17. โนนดินแดง	<p><b>ระดับดี</b></p> <p>1. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม-ผ้าฝ้ายพื้นเมือง บ้านโนนดินแดง 569 หมู่ 4 ตำบล โนนดินแดง</p> <p><b>ระดับปานกลาง</b></p> <p>2. วิชาทกิจชุมชนทอผ้าไหม หมู่ 3 บ้านสัมปอ 97 หมู่ 3 ตำบลสัมปอ</p>	2 กลุ่ม	10 คน

ตาราง 3.3 (ต่อ)

ลำดับ/อำเภอ	ชื่อกลุ่ม	จำนวนกลุ่ม	จำนวนคน
18. เฉลิม พระเกียรติ	ระดับดี 1. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าไหม-ฝ้าย 78 หมู่ 14 ตำบล เจริญสุข  ระดับปานกลาง 2. วิชาทกิจชุมชนถาวรเกษตรไหมไทย 13 หมู่ 1 ตำบล ถาวร 3. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอผ้าไหม-ฝ้าย 35 หมู่ 1 ตำบลเจริญสุข	3 กลุ่ม	15 คน
19. บ้านค่าน	ระดับปรับปรุง 1. วิชาทกิจชุมชนทอผ้าบ้าน โศกวัต 82/2 หมู่ 4 ตำบลบ้านค่าน	1 กลุ่ม	5 คน
20. บ้านใหม่ ไชยพจน์	ระดับดี 1. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้าน โศกจิก 95 หมู่ 1 ตำบลหนองเชียง	1 กลุ่ม	5 คน
21. ปะคำ	ระดับดี 1. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม บ้านหนองเสม็ด 67 หมู่ 7 ตำบลไทยเจริญ	1 กลุ่ม	5 คน
22. แคนดง	ระดับดี 1. วิชาทกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอผ้าไหม บ้านโนนเขวา 61 หมู่ 8 ตำบลหัวฝาย	1 กลุ่ม	5 คน
รวม		72 กลุ่ม	360 คน

## 2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดย

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยเทียบกับเกณฑ์ ดังนี้ (Best. 1978 ; อ้างถึงในบุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 56)

มากที่สุด	4.51-5.00 หมายถึง มีปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาระดับมากที่สุด
	3.51-4.50 หมายถึง มีปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาระดับมาก
ปานกลาง	2.51-3.50 หมายถึง มีปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาระดับปานกลาง
	1.51-2.50 หมายถึง มีปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาระดับน้อย
น้อยที่สุด	0.51-1.50 หมายถึง มีปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาระดับน้อยที่สุด
เป็นความเรียง	แบบสอบถามปลายเปิด โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วสรุปผล

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาพหุกรณี (Multi-case Study) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ในประเด็นหลัก ดังนี้

- 3.1 บริบททั่วไปเกี่ยวกับสภาพการจัดการของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
- 3.2 ปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์เป็นอย่างไร
- 3.3 ความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์เป็นอย่างไร

ผู้วิจัยได้พิจารณาเหตุผลในการคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ในการศึกษาพหุกรณี จำนวน 3 กลุ่ม มีดังนี้

1. ระดับดี ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง 37/1 ตำบลศรีภูมิ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ เหตุผลในการพิจารณา มีดังนี้

- 1.1 ประธานกลุ่มมีความสามารถในการประสานงานทั้งภายในและหน่วยงานภายนอก มีความสามารถในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และได้รับการคัดเลือกเป็นผู้นำ

สตรีดีเด่นในปี พ.ศ. 2554

1.2 ผลิตภัณฑ์ผ่านการรับรองคุณภาพ มีเกียรติบัตร โล่รางวัล  
อย่างต่อเนื่อง และผลิตภัณฑ์ได้รับตราคุณภาพพระราชทาน

1.3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์โดดเด่น คือ ผ้าพื้นสีธรรมชาติ ผ้าหางกระรอก  
คู่ตีนแดง

2. ระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหัวสะพาน 4 หมู่ 13 ตำบลบ้านยาง  
อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์ เหตุผลในพิจารณา มีดังนี้

2.1 ประธานกลุ่มมีความสามารถในการประสานงานทั้งภายใน  
และหน่วยงานภายนอก มีความสามารถในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และได้รับการคัดเลือก  
เป็นเกษตรกรดีเด่นในปี พ.ศ. 2557

2.2 ผลิตภัณฑ์ผ่านการรับรองคุณภาพ มีเกียรติบัตร โล่รางวัล  
อย่างต่อเนื่อง และผลิตภัณฑ์ได้รับตราคุณภาพพระราชทาน

2.3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์โดดเด่น คือ ผ้ามัดหมี่ ผ้าชิ้นตีนแดง

2.4 หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์  
ผ้าไหมครบวงจร หมู่บ้านอนุรักษ์ไหมไทยพื้นบ้าน และโรงเรียนต้นแบบ

3. ระดับปรับปรุง ได้แก่ กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองขอน 62 หมู่ 7  
ตำบลกันทรารมย์ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ เหตุผลในพิจารณา มีดังนี้

3.1 ประธานกลุ่มมีความสามารถในการประสานงานทั้งภายใน  
และหน่วยงานภายนอก มีความสามารถในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

3.2 ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากองค์การบริหารส่วนตำบล  
กันทรารมย์ จำนวน 100,000 บาท

สรุปได้ว่า เหตุผลในการพิจารณาคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อศึกษาพหุกรณีทั้ง 3 แห่ง  
พิจารณาจาก 1) ความรู้ ความสามารถของประธานกลุ่มในด้านการจัดการ การจัดจำหน่าย  
และ การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2) ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ  
และภาคเอกชนทั้งในด้านงบประมาณ การอบรมเพิ่มพูนความรู้ด้านการผลิต การตลาด การบัญชี  
3) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์แตกต่าง และจำหน่ายได้ง่าย

## ระยะที่ 2 การพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จังหวัดบุรีรัมย์

ผู้วิจัยได้พัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม  
จังหวัดบุรีรัมย์จากระยะที่ 1 เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม  
จังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่ง ดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. การวิจัยเชิงสำรวจเรื่อง “ปัญหาและความต้องการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจ  
ชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์”
3. การศึกษาพฤติกรรมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่ได้รับ  
การประเมินศักยภาพในระดับดี ระดับปานกลาง และระดับปรับปรุง

## ระยะที่ 3 การตรวจสอบรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จังหวัดบุรีรัมย์

จากระยะที่ 2 ผู้วิจัยจึงได้นำรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม  
จังหวัดบุรีรัมย์ มาตรวจสอบความเหมาะสมในการนำไปใช้ โดยใช้เครื่องมือในการตรวจสอบ  
2 แบบ ได้แก่ 1) แบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และ 2) แบบการประเมินความเหมาะสม  
ในการนำไปใช้ ดังนี้

3.1 แบบการสนทนากลุ่ม จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 กลุ่ม คือ ผู้เชี่ยวชาญเชิงวิชาการ  
จำนวน 5 คน และผู้เชี่ยวชาญเชิงปฏิบัติ จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย

### 3.1.1 ผู้เชี่ยวชาญเชิงวิชาการ ได้แก่

- 1) รองศาสตราจารย์ดร.อนันตชัย พงศ์สุวรรณ ตำแหน่ง ผู้ทรงคุณวุฒิ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาวะผู้นำ
- 2) รองศาสตราจารย์สมบัติ ประจัญสานต์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำ  
สาขาวิชาเทคโนโลยีสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เป็นผู้เชี่ยวชาญการวิจัยด้าน  
ออกแบบลวดลายผ้า
- 3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริพร หงส์พันธ์ ตำแหน่ง ข้าราชการบำนาญ  
เป็นผู้เชี่ยวชาญการวิจัยด้านวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม
- 4) ดร.รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชา  
ทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ เป็นผู้เชี่ยวชาญการวิจัยด้านวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม

5) นางเสียงรัตน์ กิรติมาศ ตำแหน่ง ประธานหอการค้า จังหวัดบุรีรัมย์

### 3.1.2 ผู้เชี่ยวชาญเชิงปฏิบัติ ได้แก่

- 1) นางปราโมทย์ สิงห์จรงค์ดี ตำแหน่ง ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านโคกกง ตำบลคอนกอก อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์
- 2) นางมะลิ สีดี ตำแหน่ง กรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองตาไ้ น้อย ตำบลหนองตาไ้ น้อย อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์
- 3) นางกุลกนก เพชรเลิศ ตำแหน่ง รองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านสนวนนอก ตำบลสนวนนอก อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์
- 4) นายอริยพล กลองชัย ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่โครงการให้บริการและติดตาม ผลการใช้เครื่องหมายรับรองผ้าไหมไทยตรานกยูงพระราชทาน ศูนย์หม่อนไหมจังหวัดบุรีรัมย์ สาขาย่อย อำเภอพุทไธสง
- 5) นางธัญพร โนนสิงห์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่เคหะกิจ สำนักงานเกษตร อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

3.2 แบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมระดับดี จำนวน 6 กลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูล 5 คน คือ ประธาน 1 คน กรรมการ 2 คน และสมาชิก 2 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน โดยร่วมพิจารณาจากความคิดเห็นของ เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจผลิตภัณฑ์ผ้าไหม และเลือกกลุ่มที่ไม่ใช่ผู้ให้ ข้อมูลในการศึกษาพหุกรณีและการสนทนากลุ่ม ได้แก่

- 3.2.1 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้าน โนนศิลา 60 หมู่ 3 ตำบล ถลางเหล็ก
- 3.2.2 กลุ่มพัฒนาสตรีทอผ้าไหมบ้าน โลกเมือง 65/1 หมู่ 15 ตำบลกระแจะมาก
- 3.2.3 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้าน โนนตะคร้อ 19 หมู่ 12 ตำบล

บ้านคู

- 3.2.4 วิสาหกิจชุมชนปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้าน โนนสะอาด 40 หมู่ 13 ตำบลบ้านคู
- 3.2.5 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้าน หายโส 7 หมู่ 2 ตำบล

หายโส

- 3.2.6. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านสระแก้ว 57 หมู่ 6 ตำบลบ้านเป่า

ซึ่งแบบการประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้แบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง

ตอนที่ 2 รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม  
จังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วยรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม  
จังหวัดบุรีรัมย์ 3 ด้าน คือ ด้านการจัดการการผลิต ด้านการจัดการการตลาด ด้านการจัดการการเงิน  
และการบัญชี มีข้อคำถามจำนวน 33 ข้อ ซึ่งลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า  
มีความหมายดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ข้อความมีความเหมาะสมในการนำไปใช้มากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ข้อความมีความเหมาะสมในการนำไปใช้มาก

ระดับ 3 หมายถึง ข้อความมีความเหมาะสมในการนำไปใช้ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ข้อความมีความเหมาะสมในการนำไปใช้น้อย

ระดับ 1 หมายถึง ข้อความมีความเหมาะสมในการนำไปใช้น้อยที่สุด

การปรับปรุงแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ โดยผู้วิจัยได้ร่างแบบประเมิน  
ความเหมาะสม ฯ แล้วส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความเหมาะสมและ  
ความสอดคล้องของคำถามตามความมุ่งหมายของการวิจัยจำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. กิ่งแก้ว ปะติตั้งใจ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ประจำ  
สาขาวิชาภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. นลินทิพย์ พิมพ์กัลลัด อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์  
ประจำสาขาวิชาภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
3. รองศาสตราจารย์สมบัติ ประจัญสานต์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยี  
สถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิจัยครั้งนี้ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนา รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์จากปัญหาและความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่อยู่บนบริบทที่เป็นจริง ซึ่งผู้วิจัยมีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรียงลำดับดังนี้

1. การศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
2. การศึกษาความต้องการการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
3. การพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
4. การตรวจสอบรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

#### ผลการศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจาก 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามและ ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากพหุกรณี ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลการดำเนินงานของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

##### 1. ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานจากข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลจำนวน 72 กลุ่มๆละ 5 คน รวมเป็นจำนวน 360 คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม 1 คน กรรมการ 2 คน สมาชิก 2 คน โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ ดังตาราง 4.1

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลเบื้องต้น	จำนวน (n=360)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	1	0.3
หญิง	359	99.7
<b>อายุ</b>		
ไม่เกิน 30 ปี	2	0.6
31 – 40 ปี	30	8.3
41 – 50 ปี	127	35.3
51 – 60 ปี	103	28.6
61 ปีขึ้นไป	98	27.2
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	4	1.1
สมรส	331	91.9
หย่าร้าง	1	0.3
แยกกันอยู่	1	0.3
หม้าย	23	6.4
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ประถมศึกษา	235	65.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	61	16.9
มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า	60	16.7
ปริญญาตรี	3	0.8
ปริญญาโท	1	0.3
<b>อาชีพหลัก</b>		
เกษตรกร	347	96.4
รับจ้าง	9	2.5
ธุรกิจส่วนตัว	4	1.1

จากตาราง 4.1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

เพศ ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 99.7 เพศชาย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

อายุ ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมา อยู่ระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 อายุ 61ปีขึ้นไป จำนวน 98 คนคิดเป็น ร้อยละ 27.2 และอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

สถานภาพ ส่วนใหญ่สมรสจำนวน 331 คนคิดเป็นร้อยละ 91.1 รองลงมาเป็นหม้าย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 โสด จำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 1.1 และน้อยที่สุดคือ หย่าร้าง และแยกกันอยู่ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษามากที่สุด จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมา มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 และปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

อาชีพ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรมเป็นอาชีพหลักมากที่สุด จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 96.4 รองลงคือ รับจ้าง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และ น้อยที่สุดคือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

## 2. ข้อมูลการดำเนินงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานจากข้อมูลการดำเนินงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลจำนวน 72 กลุ่มๆละ 5 คน รวมเป็นจำนวน 360 คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม 1 คน กรรมการ 2 คน สมาชิก 2 คน โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ ดังตาราง 4.2

ตาราง 4.2 จำนวนและร้อยละจากข้อมูลการดำเนินงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลการดำเนินงาน	จำนวน(n=360)	ร้อยละ
<b>ตำแหน่งภายในกลุ่มของท่าน</b>		
ประธานกลุ่ม	72	20.0
กรรมการกลุ่ม	144	40.0
สมาชิกกลุ่ม	144	40.0
<b>ระดับศักยภาพกลุ่ม</b>		
ระดับดี	120	33.3
ระดับปานกลาง	180	50.0
ระดับปรับปรุง	60	16.7
<b>ระยะเวลาการเข้ามาเป็นสมาชิก</b>		
ต่ำกว่า 1 ปี	5	1.4
1 – 2 ปี	21	5.8
3 – 4 ปี	13	3.6
5 ปีขึ้นไป	321	89.2
<b>ระยะเวลาการดำเนินงานของกลุ่ม</b>		
ไม่เกิน 4 ปี	46	12.8
5 – 8 ปี	90	25.0
9 – 12 ปี	111	30.8
13-16 ปี	48	13.3
17-20 ปี	60	16.7
มากกว่า 20 ปี	5	1.4
<b>รายได้ต่อเดือนจากผ้าไหม</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	262	72.8
10,001–20,000 บาท	59	16.4
20,001–30,000 บาท	28	7.8
30,001–40,000 บาท	7	1.9
มากกว่า 40,000 บาท	4	1.1

จากตาราง 4.2 ข้อมูลการดำเนินงานเนินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลการศึกษพบว่า ตำแหน่งภายในกลุ่มฯ มีประธานกลุ่ม จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 20 กรรมการกลุ่ม จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และสมาชิกกลุ่ม 144 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ตามลำดับ

ระดับศักยภาพของกลุ่ม ส่วนใหญ่อยู่ระดับปานกลาง จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ระดับดี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และระดับปรับปรุง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการเข้ามาเป็นสมาชิก ส่วนใหญ่เข้ามาเป็นสมาชิกตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป จำนวน 321คน คิดเป็นร้อยละ 89.2 รองลงมา คือระยะเวลา 1-2 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และระยะเวลา 3-4 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ระยะเวลาการดำเนินงาน ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 9-12 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา คือ 5-8 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ระหว่าง 17-20 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ระหว่าง 13-16 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ไม่เกิน 4 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และมากกว่า 20 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

รายได้ต่อเดือนจากผ้าไหม ส่วนใหญ่ต่ำกว่า 10,000 บาทมากที่สุด จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมาคือ รายได้ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ระหว่างรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 และมากกว่า 40,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

ตาราง 4.3 จำนวนและร้อยละจากข้อมูลการดำเนินงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลการดำเนินงาน	จำนวน (n=360)	ร้อยละ
<b>หน่วยงานให้การสนับสนุน</b>		
สำนักงานพัฒนาชุมชน	103	28.7
สำนักงานพาณิชย์	10	2.5
สำนักงานสหกรณ์	31	8.6
สำนักงานอุตสาหกรรม	32	9.1
สำนักงานการเกษตร	66	18.3
รทส, ศูนย์หม่อนไหมและสถาบันการศึกษา	118	32.8
<b>การสนับสนุน</b>		
งบประมาณ	95	26.4
เครื่องมือ อุปกรณ์	90	25.0
สถานที่จำหน่าย	61	16.9
พัฒนาบุคลากร	98	27.2
หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหม	10	2.8
บรรจุภัณฑ์	6	1.7

ตาราง 4.3 (ต่อ)

ข้อมูลการดำเนินงาน	จำนวน(n=360)	ร้อยละ
<b>หน่วยงานภาครัฐยอมรับความสำเร็จของกลุ่มในด้าน</b>		
การจัดการเงิน/บัญชี	18	5.0
การจัดการการผลิต	293	81.0
การจัดการตลาด	27	8.0
การบริหารองค์การ	18	5.0
การจัดการระบบสารสนเทศ	1	0.3
การจัดการการวิจัยและพัฒนา	1	0.3
การเป็นผู้นำ	2	0.4
<b>แหล่งจำหน่ายผ้าไหม</b>		
ตลาดระดับหมู่บ้าน	103	28.6
ตลาดระดับอำเภอ	94	26.1
ตลาดระดับจังหวัด	86	23.9
ตลาดระดับประเทศ	74	20.6
ตลาดต่างประเทศ	3	0.8
<b>ประเภทผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย</b>		
ผ้าผืน	233	64.7
แปรรูป	106	29.4
เส้นไหม	21	5.9
<b>สมาชิกมีความชำนาญ/ทักษะใด</b>		
การจัดการผลิต	210	58.3
การจัดการการขาย	22	6.1
การจัดการการเงิน/บัญชี	52	14.5
การบริหารองค์การ	75	20.8
เทคโนโลยี	1	0.3

จากตาราง 4.3 ข้อมูลการดำเนินงานเนินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลการศึกษาพบว่า  
หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน ส่วนใหญ่เป็น ธกส. ศูนย์หม่อนไหมและ  
สถาบันการศึกษา จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาคือ สำนักงานพัฒนาชุมชน จำนวน  
103 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 สำนักงานเกษตร จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 สำนักงาน  
อุตสาหกรรม จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 ตามลำดับ

การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาบุคลากร จำนวน  
98 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมา คือ งบประมาณจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4  
เครื่องมือและอุปกรณ์ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 สถานที่จำหน่าย จำนวน 61 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 16.9 ตามลำดับ

หน่วยงานภาครัฐยอมรับความสำเร็จของกลุ่ม ส่วนใหญ่ด้านการจัดการการผลิต  
จำนวน 293คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมา คือ การจัดการการตลาด จำนวน 27 คน  
คิดเป็นร้อยละ 8.0 การจัดการเงิน/บัญชีและการบริหารจัดการ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0  
การเป็นผู้นำ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

แหล่งจำหน่ายผ้าไหม ส่วนใหญ่จำหน่ายในตลาดระดับหมู่บ้าน จำนวน 103 คน  
คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมา คือ ตลาดระดับอำเภอ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1  
ตลาดระดับจังหวัด จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 และตลาดระดับประเทศ จำนวน 74 คน  
คิดเป็นร้อยละ 20.6 ตามลำดับ

ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ส่วนใหญ่จำหน่ายผ้าฝ้ายจำนวน 233 คน  
คิดเป็นร้อยละ 64.7 การแปรรูป จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 และเส้นไหม จำนวน 21 คน  
คิดเป็นร้อยละ 5.9

สมาชิกมีความชำนาญ/ทักษะส่วนใหญ่จะมีความชำนาญการจัดการการผลิต  
จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือ การบริหารองค์การ จำนวน 75 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 20.8 การจัดการการเงิน/บัญชี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และการจัดการการขาย  
จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1

### 3. ปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ผลจากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาการจัดการ  
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์โดยจำแนกตามระดับศักยภาพของกลุ่ม  
วิสาหกิจชุมชน ดังตาราง 4.4



ตาราง 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านปัญหาการจัดการ

ปัญหาการจัดการ โดยรอบ	ความพึงพอใจของเกษตรกรวิสาหกิจชุมชนที่มีต่อกิจกรรม														
	กลุ่มระดับดี				กลุ่มระดับปานกลาง				กลุ่มระดับปรับปรุง				รวม		
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล		$\bar{X}$	S.D	แปลผล		$\bar{X}$	S.D	แปลผล		$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1. การบริหารองค์การ	1.83	1.156	น้อย	2.24	1.261	น้อย	2.53	1.132	น้อย	2.15	1.230	น้อย			
2. การจัดการ การเงินและการบัญชี	2.87	1.521	ปานกลาง	3.23	1.451	ปานกลาง	3.74	1.110	มาก	3.19	1.470	ปานกลาง			
3. การจัดการ การผลิต	3.53	1.408	มาก	3.53	1.408	มาก	3.31	1.304	ปานกลาง	3.60	1.412	มาก			
4. การจัดการ การตลาด	3.23	1.404	ปานกลาง	3.38	1.348	ปานกลาง	3.18	1.044	ปานกลาง	3.30	1.326	ปานกลาง			
5. การจัดการ ระบบสารสนเทศ	2.56	0.924	ปานกลาง	2.87	1.092	ปานกลาง	3.06	0.923	ปานกลาง	2.79	1.025	ปานกลาง			
6. การจัดการ การวิจัยและพัฒนา	1.83	0.865	น้อย	2.36	1.060	น้อย	2.72	1.034	ปานกลาง	2.24	1.038	น้อย			
รวม	2.68	1.330	ปานกลาง	2.84	1.327	ปานกลาง	2.69	1.089	ปานกลาง	2.88	1.251	ปานกลาง			

จากตาราง 4.4 พบว่า ปัญหาการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.88$ )  
เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การจัดการการผลิต ( $\bar{X} = 3.60$ )  
รองลงมาได้แก่ การจัดการการตลาด ( $\bar{X} = 3.30$ ) และการจัดการการเงินและบัญชี ( $\bar{X} = 3.19$ )  
ซึ่งเมื่อพิจารณาแบ่งตามศักยภาพของกลุ่ม พบว่า

กลุ่มระดับดี ปัญหาการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.68$ )  
แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การจัดการการผลิต ( $\bar{X} = 3.53$ )  
รองลงมาการจัดการการตลาด ( $\bar{X} = 3.23$ ) และการจัดการการเงินและบัญชี ( $\bar{X} = 2.87$ )

กลุ่มระดับปานกลาง ปัญหาการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.84$ )  
แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การจัดการการผลิต ( $\bar{X} = 3.53$ )  
รองลงมาการจัดการการตลาด ( $\bar{X} = 3.38$ ) และการจัดการการเงินและบัญชี ( $\bar{X} = 3.23$ )

กลุ่มระดับปรับปรุง ปัญหาการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.69$ )  
แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การจัดการการเงินและบัญชี  
( $\bar{X} = 3.74$ ) รองลงมา การจัดการการผลิต ( $\bar{X} = 3.31$ ) การจัดการการตลาด ( $\bar{X} = 3.18$ )

สรุปจากข้อมูลข้างต้น เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน  
ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์มีความสอดคล้องกับปัญหาการจัดการ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด  
3 อันดับแรก ได้แก่ 1) การจัดการการผลิต 2) การจัดการการตลาด และ 3) การจัดการการเงิน  
และบัญชี

ตาราง 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านปัญหาการบริหารองค์การ

	ปัจจัยสภาพจัดการองค์การ											
	ความถี่ของกิจกรรมที่พึงประสงค์ของวิสาหกิจชุมชน				ความถี่ของกิจกรรมที่ควรปรับปรุง				รวม			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	
1. การกำหนดนโยบายการทำงานในอนาคต	1.96	1.253	น้อย	2.39	1.368	น้อย	2.78	1.027	น้อย	2.31	1.300	น้อย
2. การจัดทำแผนดำเนินงานนโยบาย	1.99	1.185	น้อย	2.35	1.271	น้อย	2.70	0.997	น้อย	2.29	1.222	น้อย
3. การกำหนดผู้รับผิดชอบในการทำงาน	1.93	1.150	น้อย	2.42	1.410	น้อย	2.60	1.210	น้อย	2.28	1.315	น้อย
4. คณะกรรมการผ่านการคัดเลือกจากสมาชิก	1.77	1.369	น้อย	2.32	1.460	น้อย	2.25	1.297	น้อย	2.12	1.415	น้อย
5. ผู้นำมีความรู้ความสามารถในการดำเนินงาน	1.58	1.058	น้อย	1.97	1.116	น้อย	2.23	1.198	น้อย	1.89	1.132	น้อย

ตาราง 4.5 (ต่อ)

ปัญหาการบริบทของ...	ความคิดเห็นของครูผู้สอนที่มีต่อกลยุทธ์ใหม่											
	กลุ่มครู			กลุ่มครูชำนาญการ			กลุ่มครูชำนาญการพิเศษ			รวม		
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
6. สมาชิกได้รับการอบรม และพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง	1.68	1.021	น้อย	2.02	1.070	น้อย	2.50	1.242	น้อย	1.98	1.116	น้อย
7. การสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน เช่น เงินสวัสดิการ	1.77	1.090	น้อย	2.03	1.189	น้อย	2.48	1.066	น้อย	2.01	1.159	น้อย
8. การประเมินผลการทำงานมีระบบอย่างชัดเจน	1.77	1.090	น้อย	2.29	1.226	น้อย	2.60	1.045	น้อย	2.18	1.166	น้อย
9. การนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงานอย่างชัดเจน	1.83	1.032	น้อย	2.41	1.240	น้อย	2.62	1.106	น้อย	2.29	1.241	น้อย
รวม	1.83	1.156	น้อย	2.24	1.261	น้อย	2.53	1.132	น้อย	2.15	1.230	น้อย

จากตาราง 4.5 พบว่า ปัญหาการบริหารองค์การ โดยรวม อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.15$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การกำหนดนโยบายการทำงาน ในอนาคต ( $\bar{X} = 2.31$ ) รองลงมา การจัดทำแผนดำเนินการตามนโยบาย และ การนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงานอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 2.29$ ) และการกำหนดผู้รับผิดชอบในการทำงาน ( $\bar{X} = 2.28$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณาแบ่งตามศักยภาพของกลุ่ม พบว่า

กลุ่มระดับดี ปัญหาการบริหารองค์การ โดยรวม อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 1.83$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือปัญหาการจัดทำแผนดำเนินงานตามนโยบาย ( $\bar{X} = 1.99$ ) รองลงมา การกำหนดนโยบายการทำงานในอนาคต ( $\bar{X} = 1.96$ ) และการกำหนดผู้รับผิดชอบในการทำงาน ( $\bar{X} = 1.93$ )

กลุ่มระดับปานกลาง ปัญหาการบริหารองค์การ โดยรวม อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.24$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือการกำหนดผู้รับผิดชอบในการทำงาน ( $\bar{X} = 2.42$ ) รองลงมา ปัญหาการนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงานอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 2.41$ ) และกำหนดนโยบายการทำงานในอนาคต ( $\bar{X} = 2.39$ )

กลุ่มระดับปรับปรุง ปัญหาการบริหารองค์การ โดยรวม อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.53$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การกำหนดนโยบายการทำงานในอนาคต ( $\bar{X} = 2.78$ ) รองลงมา การจัดทำแผนดำเนินงานตามนโยบาย ( $\bar{X} = 2.70$ ) และการนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงานอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 2.62$ )

สรุปจากข้อมูลข้างต้น เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับศักยภาพของกลุ่ม วิทยาลัยชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความสอดคล้องกับปัญหาการบริหารองค์การ โดยรวม ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ 1) การกำหนดนโยบายการทำงานในอนาคต 2) การจัดทำแผนดำเนินงานตามนโยบายและการนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงานอย่างชัดเจน และ 3) การกำหนดผู้รับผิดชอบในการทำงาน

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของคู่สมาชิกชุมชนด้านปัญหาการจัดการการเงินและการบัญชี

ปัญหาการจัดการเงิน	ความคิดเห็นของคู่สมาชิกชุมชนด้านปัญหาการจัดการการเงินและการบัญชี											
	การระมัดระวัง			การระมัดระวัง			การระมัดระวัง			การระมัดระวัง		
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
10. การวางแผนการเงิน	3.09	1.202	ปานกลาง	3.58	1.320	มาก	4.05	1.126	มาก	3.49	1.288	ปานกลาง
11. สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการเงิน	2.76	1.523	ปานกลาง	3.29	1.393	ปานกลาง	3.37	1.008	ปานกลาง	3.12	1.397	ปานกลาง
12. การระดมทุนจากสมาชิกอย่างต่อเนื่อง	2.72	1.529	ปานกลาง	3.16	1.473	ปานกลาง	3.92	1.319	มาก	3.13	1.515	ปานกลาง
13. การแสวงหาเงินทุนจากภายนอก	3.03	1.558	ปานกลาง	3.30	1.394	ปานกลาง	3.60	1.028	มาก	3.26	1.409	ปานกลาง
14. ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ	3.08	1.583	ปานกลาง	3.22	1.473	ปานกลาง	3.90	1.231	มาก	3.28	1.495	ปานกลาง
15. การวางแผนเพื่อสะสมเงินทุนในอนาคต	2.78	1.399	ปานกลาง	3.27	1.417	ปานกลาง	3.68	1.112	มาก	3.17	1.403	ปานกลาง

ตาราง 4.6 (ต่อ)

ปัญหาการวิจัย	ภาพคิดเห็นของคณาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี						ภาพคิดเห็นของคณาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี					
	คณาจารย์			คณาจารย์			คณาจารย์			คณาจารย์		
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
16. การจรรยาบรรณ-รายจ่าย อย่างเป็นทางการ ถูกต้อง	2.74	1.411	ปานกลาง	3.19	1.379	ปานกลาง	3.46	1.103	ปานกลาง	3.11	1.377	ปานกลาง
17. กำหนดผู้รับผิดชอบ การบันทึกบัญชี	2.93	1.562	ปานกลาง	3.27	1.563	ปานกลาง	3.75	0.847	มาก	3.19	1.501	ปานกลาง
18. รายงานผลการ ดำเนินงานในแต่ละปี	2.78	1.558	ปานกลาง	3.19	1.441	ปานกลาง	3.83	1.274	มาก	3.15	1.496	ปานกลาง
19. สมาชิกได้รับ ผลประโยชน์ทางการเงิน	2.78	1.885	ปานกลาง	2.80	1.659	ปานกลาง	3.58	1.381	มาก	2.95	1.718	ปานกลาง
รวม	2.87	1.521	ปานกลาง	3.23	1.451	ปานกลาง	3.74	1.110	มาก	3.19	1.470	ปานกลาง

จากตาราง 4.6 ปัญหาการจัดการการเงินและการบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.19$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การวางแผนการเงินล่วงหน้า ( $\bar{X} = 3.49$ ) รองลงมา คือ ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ ( $\bar{X} = 3.28$ ) และการแสวงหาเงินทุนจากภายนอก ( $\bar{X} = 3.26$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณาแบ่งตามศักยภาพของกลุ่ม พบว่า

กลุ่มระดับดี ปัญหาการจัดการการเงินและการบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.87$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การวางแผนการเงินล่วงหน้า ( $\bar{X} = 3.09$ ) รองลงมา คือ ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ ( $\bar{X} = 3.08$ ) และการแสวงหาเงินทุนจากภายนอก ( $\bar{X} = 3.03$ )

กลุ่มระดับปานกลาง ปัญหาการจัดการการเงินและการบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.23$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือการวางแผนการเงินล่วงหน้า ( $\bar{X} = 3.58$ ) รองลงมา คือ การแสวงหาเงินทุนจากภายนอก ( $\bar{X} = 3.30$ ) และสมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการเงิน ( $\bar{X} = 3.29$ )

กลุ่มระดับปรับปรุง ปัญหาการจัดการการเงินและการบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.74$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การวางแผนการเงินล่วงหน้า ( $\bar{X} = 4.05$ ) รองลงมา คือ การระดมทุนจากสมาชิกอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 3.92$ ) และภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ ( $\bar{X} = 3.90$ )

สรุปจากข้อมูลข้างต้น เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความสอดคล้องกับปัญหาการจัดการการเงินและการบัญชีโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ 1) การวางแผนการเงินล่วงหน้า 2) ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ และ 3) การแสวงหาเงินทุนจากภายนอกและสมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการเงิน



ตาราง 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านปัญหาการจัดการการผลิต

ปัญหาการจัดการการผลิต	ความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านปัญหาการจัดการการผลิต						รวม		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{Y}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
20. การวางแผนการผลิตล่วงหน้า	4.06	1.292	มาก	3.90	1.163	มาก	3.78	1.043	มาก
21. ดำเนินการผลิตเป็นไปตามแผนที่วางไว้	4.00	1.501	มาก	3.67	1.320	มาก	3.57	1.184	มาก
22. วัตถุดิบแสวงหาจากภายนอก	3.83	1.480	มาก	3.29	1.523	ปานกลาง	3.07	1.539	ปานกลาง
23. สำรองวัตถุดิบการผลิตให้เพียงพอต่อการผลิต	3.54	1.396	มาก	3.26	1.529	ปานกลาง	3.02	1.557	ปานกลาง
24. เครื่องมืออุปกรณ์ที่ได้รับสนับสนุนจากภาครัฐ	3.91	1.378	มาก	3.42	1.445	ปานกลาง	3.25	1.284	ปานกลาง

ตาราง 4.7 (ต่อ)

ปัญหาการขอการผลัด	ความคืบหน้าของกิจกรรมขอผลัดก่อนที่ใหม่												
	การระดับดี				การไม่ระดับดี				การไม่ปรับ				รวม
	$\bar{Y}$	S.D	แปลผล	$\bar{Y}$	S.D	แปลผล	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
25. ผลิตรได้ทันต่อความ													
ต้องการของถูกค่า	3.64	1.466	มาก	3.61	1.404	มาก	3.28	1.367	ปานกลาง	3.56	1.421	มาก	
26. สมาชิกมีความรู้ และภูมิ													
ปัญญาขอผลการผลิต	3.65	1.453	มาก	3.42	1.521	ปานกลาง	3.03	1.365	ปานกลาง	3.43	1.484	ปานกลาง	
27. ความสามารถควบคุม													
ต้นทุนการผลิต	3.95	1.466	มาก	3.66	1.317	มาก	3.43	1.370	ปานกลาง	3.71	1.382	มาก	
28. การตรวจสอบคุณภาพ													
ผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่าย	3.85	1.436	มาก	3.70	1.370	มาก	3.30	1.154	ปานกลาง	3.68	1.370	มาก	
29. แรงงานมีเพียงพอต่อการ													
ผลิต	3.98	1.378	มาก	3.52	1.519	มาก	3.32	1.347	ปานกลาง	3.64	1.464	มาก	
30. การขอรับรองมาตรฐาน													
ผลิตภัณฑ์	4.02	1.420	มาก	3.38	1.379	ปานกลาง	3.40	1.138	ปานกลาง	3.60	1.385	มาก	
รวม	3.53	1.408	มาก	3.53	1.408	มาก	3.31	1.304	ปานกลาง	3.60	1.412	มาก	

จากตาราง 4.7 ปัญหาการจัดการการผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การวางแผนการผลิตล่วงหน้า ( $\bar{X} = 3.93$ ) รองลงมาคือ ดำเนินการผลิตเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ( $\bar{X} = 3.76$ ) และความสามารถควบคุมต้นทุนการผลิต ( $\bar{X} = 3.71$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณาแบ่งตามศักยภาพของกลุ่ม พบว่า

กลุ่มระดับดี ปัญหาการจัดการการผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.53$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การวางแผนการผลิตล่วงหน้า ( $\bar{X} = 4.06$ ) รองลงมา คือ การขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.02$ ) และแรงงานมีเพียงพอต่อการผลิต ( $\bar{X} = 3.98$ )

กลุ่มระดับปานกลาง ปัญหาการจัดการการผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.53$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การวางแผนการผลิตล่วงหน้า ( $\bar{X} = 3.90$ ) รองลงมา คือ การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.70$ ) และการดำเนินการผลิตเป็นไปตามแผน ( $\bar{X} = 3.67$ )

กลุ่มระดับปรับปรุง ปัญหาการจัดการการผลิต โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.31$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การวางแผนการผลิตล่วงหน้า ( $\bar{X} = 3.78$ ) รองลงมา คือ ดำเนินการผลิตเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ( $\bar{X} = 3.57$ ) และความสามารถควบคุมต้นทุนการผลิต ( $\bar{X} = 3.43$ )

สรุปจากข้อมูลข้างต้น เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความสอดคล้องกับปัญหาการจัดการการผลิต โดยรวม ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) การวางแผนการผลิตล่วงหน้า 2) ดำเนินการผลิตเป็นไปตามแผนที่วางไว้ และ 3) ความสามารถควบคุมต้นทุนการผลิต ในด้านแรงงานที่เพียงพอต่อการผลิต และการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านปัญหาการจัดการตลาด

ปัญหาที่กลุ่มเกษตรกร	กลุ่มเกษตรกรที่มีผลดี			กลุ่มเกษตรกรที่มีผลปานกลาง			กลุ่มเกษตรกรที่มีผลไม่ดี			รวม		
	$\bar{X}$	S.D	แปดผล	$\bar{X}$	S.D	แปดผล	$\bar{X}$	S.D	แปดผล	$\bar{X}$	S.D	แปดผล
31. ผลผลิตที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่ง	3.43	1.346	ปานกลาง	3.48	1.203	ปานกลาง	3.33	1.130	ปานกลาง	3.44	1.241	ปานกลาง
32. คุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของลูกค้า	2.92	1.498	ปานกลาง	3.10	1.308	ปานกลาง	2.88	1.236	ปานกลาง	3.01	1.367	ปานกลาง
33. บรรลุเกณฑ์ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า	2.80	1.548	ปานกลาง	3.22	1.598	ปานกลาง	2.60	1.238	ปานกลาง	2.98	1.541	ปานกลาง
34. ราคาผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของลูกค้า	3.00	1.426	ปานกลาง	3.08	1.439	ปานกลาง	3.25	1.188	ปานกลาง	3.09	1.395	ปานกลาง
35. ปริมาณลูกค้าประจำ และลูกค้าใหม่มากขึ้น	3.29	1.273	ปานกลาง	3.34	1.380	ปานกลาง	3.23	0.871	ปานกลาง	3.31	1.267	ปานกลาง

ตาราง 4.8 (ต่อ)

วัตถุประสงค์ของการตลาด	ความคิดเห็นของคณบดีเกี่ยวกับความพึงพอใจของคณาจารย์ใหม่														
	ดีเยี่ยม			ดี			ปานกลาง			ไม่ดี			รวม		
	X	S.D	แปลผล	X	S.D	แปลผล	X	S.D	แปลผล	X	S.D	แปลผล	X	S.D	แปลผล
36. จำนวนในหลายช่องทาง เช่น ไลน์ เว็บไซต์ ออกงานแสดง	3.33	1.317	ปานกลาง	3.39	1.221	ปานกลาง	3.28	0.976	ปานกลาง	3.35	1.212	ปานกลาง			
37. ความสามารถประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด	3.53	1.432	มาก	3.59	1.236	มาก	3.22	0.922	ปานกลาง	3.51	1.262	มาก			
38. การโฆษณาประชาสัมพันธ์หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้าย โฆษณา นามบัตรสื่อออนไลน์	3.66	1.332	มาก	3.63	1.251	มาก	3.55	0.928	มาก	3.63	1.231	มาก			
39. การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แจก แดม	3.17	1.331	ปานกลาง	3.59	1.433	มาก	3.32	1.000	ปานกลาง	3.41	1.349	ปานกลาง			
40. ความสามารถจัดหาตลาดด้วยตนเอง	3.12	1.535	ปานกลาง	3.38	1.407	ปานกลาง	3.10	0.951	ปานกลาง	3.25	1.391	ปานกลาง			
รวม	3.23	1.404	ปานกลาง	3.38	1.348	ปานกลาง	3.18	1.044	ปานกลาง	3.30	1.326	ปานกลาง			

จากตาราง 4.8 ปัญหาการจัดการการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.30$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์ ( $\bar{X} = 3.63$ ) รองลงมาคือ ความสามารถประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด ( $\bar{X} = 3.51$ ) และผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ และแตกต่างจากคู่แข่ง ( $\bar{X} = 3.44$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณาแบ่งตามศักยภาพของกลุ่ม พบว่า

กลุ่มระดับดี ปัญหาการจัดการการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.23$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์ ( $\bar{X} = 3.66$ ) รองลงมา คือ ความสามารถประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด ( $\bar{X} = 3.53$ ) และผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ และแตกต่างจากคู่แข่ง ( $\bar{X} = 3.43$ )

กลุ่มระดับปรับปรุง ปัญหาการจัดการการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.18$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.55$ ) รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่ง ( $\bar{X} = 3.33$ ) และการส่งเสริมการขาย เช่น ลดแลก แจก แถม เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.32$ )

สรุปจากข้อมูลข้างต้นเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความสอดคล้องกับปัญหาการจัดการการตลาด โดยรวม ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) การโฆษณาประชาสัมพันธ์หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์ 2) ความสามารถประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด และ การส่งเสริมการขาย เช่น ลดแลก แจก แถม เป็นต้น 3) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่ง

ตาราง 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของคณาจารย์ด้านปัญหาการจัดการระบบสารสนเทศ

ปัญหาการจัดการระบบสารสนเทศ	ความคิดเห็นของคณาจารย์		ความคิดเห็นของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์		ความคิดเห็นของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์		ความคิดเห็นของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์					
	S.D.	เฉลี่ย	S.D.	เฉลี่ย	S.D.	เฉลี่ย	S.D.	เฉลี่ย				
41. การรวบรวมข้อมูลเพื่อการวางแผนนโยบาย	1.96	0.902	น้อย	2.62	1.094	ปานกลาง	2.92	0.907	ปานกลาง	2.46	1.070	น้อย
42. รวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาหลักสูตรวิชาศึกษาศาสตร์	2.19	0.843	น้อย	2.65	1.022	ปานกลาง	2.92	0.907	ปานกลาง	2.54	0.984	ปานกลาง
43. สมาชิกได้รับการอบรมคอมพิวเตอร์เพื่อการจัดเก็บข้อมูลข่าวสาร	3.18	0.976	ปานกลาง	3.16	1.123	ปานกลาง	3.10	0.933	ปานกลาง	3.15	1.044	ปานกลาง
44. สมาชิกมีความรู้ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์	3.47	0.943	ปานกลาง	3.42	1.163	ปานกลาง	3.42	1.078	ปานกลาง	3.43	1.080	ปานกลาง
45. กลุ่มฯ มีการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์	3.47	0.943	ปานกลาง	3.45	1.115	ปานกลาง	3.43	1.031	ปานกลาง	3.45	1.052	ปานกลาง

ตาราง 4.9 (ต่อ)

ปัญหา/ข้อจำกัด	ข้อ 1 (ก่อนปรับปรุง)						ข้อ 2 (หลังปรับปรุง)					
	ก่อนปรับปรุง			หลังปรับปรุง			ก่อนปรับปรุง			หลังปรับปรุง		
	SD	น้อย	ปานกลาง	SD	น้อย	ปานกลาง	SD	น้อย	ปานกลาง	SD	น้อย	ปานกลาง
46. สมาชิกได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ อยู่เสมอ	2.43	0.857	น้อย	2.73	1.001	ปานกลาง	3.12	0.958	ปานกลาง	2.69	0.975	ปานกลาง
47. กำหนดผู้รับผิดชอบด้านระบบ ข้อมูลข่าวสาร	2.12	0.900	น้อย	2.59	1.077	ปานกลาง	3.00	0.921	ปานกลาง	2.49	1.042	น้อย
48. คณะกรรมการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการวางแผน การตัดสินใจ และปรับปรุงงาน	2.18	0.866	น้อย	2.59	1.082	ปานกลาง	2.90	0.796	ปานกลาง	2.50	1.004	ปานกลาง
49. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยผ่านระบบเว็บไซต์	2.21	0.952	น้อย	2.72	1.058	ปานกลาง	2.95	0.790	ปานกลาง	2.58	1.023	ปานกลาง
50. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก อย่างทั่วถึง	2.38	1.062	น้อย	2.81	1.182	ปานกลาง	2.88	0.904	ปานกลาง	2.67	1.116	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>2.56</b>	<b>0.924</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>2.87</b>	<b>1.092</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.06</b>	<b>0.923</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>2.79</b>	<b>1.025</b>	<b>ปานกลาง</b>



จากตาราง 4.9 ปัญหาการจัดการระบบสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.79$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.45$ ) รองลงมา คือ สมาชิกมีความรู้ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.43$ ) และสมาชิกได้รับการอบรมคอมพิวเตอร์เพื่อการจัดเก็บข้อมูลข่าวสาร ( $\bar{X} = 3.15$ ) เมื่อพิจารณาตามศักยภาพของกลุ่ม พบว่า

กลุ่มระดับดี ปัญหาการจัดการระบบสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.56$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สมาชิกมีความรู้ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์และ กลุ่ม ฯ มีการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.47$ ) รองลงมา คือ สมาชิกได้รับการอบรมคอมพิวเตอร์เพื่อการจัดเก็บข้อมูลข่าวสาร ( $\bar{X} = 3.18$ ) และสมาชิกได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ อยู่เสมอ ( $\bar{X} = 2.43$ )

กลุ่มระดับปานกลาง ปัญหาการจัดการระบบสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.87$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กลุ่ม ฯ มีการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.45$ ) รองลงมา คือ สมาชิกมีความรู้ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.42$ ) และสมาชิกได้รับการอบรมคอมพิวเตอร์เพื่อการจัดเก็บข้อมูลข่าวสาร ( $\bar{X} = 3.16$ )

กลุ่มระดับปรับปรุง ปัญหาการจัดการระบบสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.06$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กลุ่ม ฯ มีการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.43$ ) รองลงมา คือ สมาชิกมีความรู้ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.42$ ) และสมาชิกได้รับการข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ อยู่เสมอ ( $\bar{X} = 3.12$ )

สรุปจากข้อมูลข้างต้นเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความสอดคล้องกับปัญหาการจัดการจัดการระบบสารสนเทศโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) กลุ่ม ฯ มีการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์ 2) สมาชิกมีความรู้ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ 3) สมาชิกได้รับการอบรมคอมพิวเตอร์เพื่อนำข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ มาจัดเก็บข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

ตาราง 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของคณาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ในการจัดการวิจัยและพัฒนา

ประเภทการวิจัย/กิจกรรม	ทัศนคติของคณาจารย์ที่มีต่อการจัดการวิจัยและพัฒนา				ทัศนคติของคณาจารย์ที่มีต่อการจัดการวิจัยและพัฒนา				
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
51. สมาชิกมีส่วนร่วมศึกษาปัญหาการจัดการ	1.87	0.733	น้อย	2.43	0.975	น้อย	2.85	0.936	ปานกลาง
52. หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมกำหนดการแก้ไขปัญหา	1.69	0.754	น้อย	2.31	1.079	น้อย	2.73	1.039	ปานกลาง
53. สมาชิกได้รับการอบรมเกี่ยวกับวิจัย	1.67	0.822	น้อย	2.32	1.096	น้อย	2.45	1.126	น้อย
54. สมาชิกมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย	1.59	0.874	น้อย	2.33	1.056	น้อย	2.53	1.016	ปานกลาง
55. สมาชิกค้นพบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ	1.94	1.007	น้อย	2.38	1.026	น้อย	2.65	0.971	ปานกลาง

ตาราง 4.10 (ต่อ)

กิจกรรม/โครงการ	ก่อนการดำเนินงาน		ระหว่างการดำเนินงาน		หลังการดำเนินงาน		รวม				
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D			
56. การนำแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆมาทดลองดำเนินการผลิต	2.04	0.982	น้อย	1.115	น้อย	2.78	0.993	ปานกลาง	2.37	1.082	น้อย
57. สมาชิกนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆออกจำหน่าย	1.94	0.910	น้อย	1.040	น้อย	2.80	1.102	ปานกลาง	2.28	1.048	น้อย
58. กลุ่มฯ มีเครือข่ายความร่วมมือด้านการวิจัยและการพัฒนา	1.87	0.836	น้อย	1.095	น้อย	2.97	1.089	ปานกลาง	2.26	1.078	น้อย
<b>รวม</b>	<b>1.83</b>	<b>0.865</b>	<b>น้อย</b>	<b>1.060</b>	<b>น้อย</b>	<b>2.72</b>	<b>1.034</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>2.24</b>	<b>1.038</b>	<b>น้อย</b>

จากตาราง 4.10 ปัญหาการจัดการการวิจัยและการพัฒนาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย

( $\bar{X} = 2.24$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การนำแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มาทดลองดำเนินการผลิต ( $\bar{X} = 2.37$ ) รองลงมา คือ สมาชิกมีส่วนร่วมศึกษาปัญหาการจัดการ ( $\bar{X} = 2.30$ ) และสมาชิกค้นพบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และสมาชิกนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกจำหน่าย ( $\bar{X} = 2.28$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณาแบ่งตามศักยภาพของกลุ่ม พบว่า

กลุ่มระดับดี ปัญหาการจัดการการวิจัยและการพัฒนาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย

( $\bar{X} = 1.83$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ การนำแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มาทดลองดำเนินการผลิต ( $\bar{X} = 2.04$ ) รองลงมา คือ สมาชิกค้นพบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆและปัญหาสมาชิคนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกจำหน่าย ( $\bar{X} = 1.94$ ) สมาชิกมีส่วนร่วมศึกษาปัญหาการจัดการ และกลุ่มฯมีเครือข่ายความร่วมมือด้านการวิจัยและการพัฒนา ( $\bar{X} = 1.87$ )

กลุ่มระดับปานกลางปัญหาการจัดการการวิจัยและการพัฒนาโดยรวมอยู่ในระดับ

น้อย ( $\bar{X} = 2.36$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การนำแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มาทดลองดำเนินการผลิต ( $\bar{X} = 2.46$ ) รองลงมา คือ สมาชิกมีส่วนร่วมศึกษาปัญหาการจัดการ ( $\bar{X} = 2.43$ ) และสมาชิกค้นพบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ( $\bar{X} = 2.38$ )

กลุ่มระดับปรับปรุง ปัญหาการจัดการการวิจัยและพัฒนาโดยรวมอยู่ในระดับ

ปานกลาง ( $\bar{X} = 2.72$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กลุ่มฯมีเครือข่ายความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนา ( $\bar{X} = 2.97$ ) รองลงมา คือ สมาชิกมีส่วนร่วมศึกษาปัญหาการจัดการ ( $\bar{X} = 2.85$ ) และสมาชิคนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกจำหน่าย ( $\bar{X} = 2.80$ )

สรุปจากข้อมูลข้างต้นเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความสอดคล้องกับปัญหาการจัดการการวิจัยและการพัฒนาโดยรวม ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) การนำแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มาทดลองดำเนินการผลิต 2) สมาชิกมีส่วนร่วมศึกษาปัญหาการจัดการ 3) สมาชิกค้นพบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และกลุ่มควรมีเครือข่ายความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนา

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จังหวัดบุรีรัมย์จากการศึกษาพหุกรณี

ผู้วิจัยได้ศึกษาจากความคิดเห็นของประธาน กรรมการ และสมาชิก เพื่อทราบ  
ปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์  
จำนวน 3 กลุ่ม คือ ระดับดี ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง 37/1 หมู่ 3 บ้านโคกสูง ตำบล  
ศรีภูมิ อำเภอ กระสัง ระดับปานกลาง ได้แก่ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหัวสะพาน 4 หมู่ 13 ตำบลบ้านยาง  
อำเภอพุทไธสง และระดับปรับปรุง ได้แก่ กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองขอน 62 หมู่ 7  
ตำบลกันทรารมย์ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษา ดังนี้

กลุ่มระดับดี : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูงตำบลศรีภูมิ อำเภอกระสัง จังหวัด  
บุรีรัมย์โดยผู้วิจัยสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2558 มีผู้ให้ข้อมูลมีจำนวน 5 คน คือ 1) นางสงวน  
มีโชค ตำแหน่ง ประธานกลุ่ม เบอร์โทร 0854127841 2) นางสาว รักษ์รงค์ ตำแหน่งกรรมการ  
3) นางลิน สุขสำราญ ตำแหน่ง กรรมการ 4) นางทวนทอง โกศิรัมย์ ตำแหน่ง สมาชิก และ  
5) นางวีแตน เจริญยิ่ง ตำแหน่ง สมาชิก ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาปัญหาการจัดการ  
โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาการจัดการ ดังนี้

### 1. ด้านการจัดการการผลิต

1.1 ขาดเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยเนื่องจากมีราคาแพง และสมาชิกไม่มีเงินทุน  
ในการจัดซื้อ ซึ่งเครื่องมืออุปกรณ์เหล่านั้นสามารถตอบสนองความรวดเร็วของการผลิตได้

1.2 ขาดการสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าสู่คนรุ่นหลัง เนื่องจากสภาพสังคม  
ที่ส่งเสริมให้เยาวชนรุ่นใหม่มีโอกาสได้รับการศึกษามากขึ้น ทำให้เยาวชนไม่เห็นคุณค่า  
ในภูมิปัญญาการทอผ้าของบรรพบุรุษ ประกอบกับรายได้จากการทอผ้าไหมไม่มากนัก จึงไม่จูงใจ  
ให้เยาวชนรุ่นหลังยึดเป็นอาชีพหลัก

### 2. ด้านการจัดการการตลาด

2.1 ช่องทางการจำหน่ายน้อย เนื่องจากการจัดจำหน่ายผ้าไหมมุ่งเน้น  
การจำหน่ายทางตรงโดยใช้ประธานกลุ่มเป็นผู้จัดจำหน่าย ซึ่งมีมนุษยสัมพันธ์และเทคนิคการขาย  
เป็นอย่างดี มีความสามารถในการประสานงานกับเครือข่ายการตลาดของหน่วยงานภาครัฐ  
ทั้งในระดับจังหวัดจนถึงระดับต่างประเทศ เช่น งานแสดงสินค้าที่อิมแพ็คเมืองทองธานี  
ตลาด OTOP ภูมิภาค และตลาดคลองเวง ประเทศกัมพูชา เป็นต้น ส่วนช่องทางการจัดจำหน่าย  
ที่ผ่านพ่อค้าคนกลางมีน้อย

### 3. ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี

3.1 ขาดเงินทุนหมุนเวียนเนื่องจากสมาชิกมีรายได้น้อย ฐานะทางการเงินไม่แน่นอน จึงเป็นข้อจำกัดในการหารายได้และการขยายเงินทุนหมุนเวียน

3.2 การบันทึกบัญชีไม่เป็นระบบ เนื่องจากสมาชิกจบการศึกษาน้อย และไม่มีความรู้ในการบันทึกบัญชี ให้ไม่เห็นความสำคัญต่อการบันทึกบัญชีจึงดำเนินการไม่ต่อเนื่องและไม่เป็นระบบ การบันทึกบัญชีมีเพียงการรับ – จ่าย และรายงานดำเนินงานในแต่ละครั้งเท่านั้น ไม่มีการแสดงฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานในรูปแบบของงบดุลและงบกำไรขาดทุน

### 4. ด้านการบริหารองค์การ

4.1 ขาดการกำหนดทิศทางการทำงานในอนาคต เช่น วิสัยทัศน์ พันธกิจ และจุดมุ่งหมาย เป็นต้นปัจจุบันกลุ่มฯ มีการวางแผนการบริหารองค์การตามสถานการณ์เท่านั้น

4.2 สมาชิกมีส่วนร่วมในการบริหารองค์การน้อย สมาชิกมีบทบาทเข้าร่วมประชุม แต่การแสดงความคิดเห็น การร่วมคิด ร่วมแก้ปัญหา มีน้อยส่วนใหญ่สมาชิกให้อำนาจการตัดสินใจแก่คณะกรรมการดำเนินงานในทุกด้าน

### 5. ด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร

5.1 ขาดการบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหา อุปสรรค แนวทางในการพัฒนา กลุ่มอย่างเป็นระบบ เนื่องจากสมาชิกกลุ่มฯ มีอายุค่อนข้างมาก และมีระดับการศึกษาน้อย จึงไม่เห็นความสำคัญในการพัฒนาข้อมูลและการนำไปใช้ประโยชน์

กลุ่มระดับปานกลาง : กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหัวสะพาน ตำบลบ้านยาง อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยผู้วิจัยสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2558 ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 5 คน คือ 1) นางรุจภา เนียนไธสง ประธาน 2) นางคำมร การสวัสดิ์ไธสง กรรมการ 3) นางวารุณี สิทมาตร กรรมการ 4) นางบุญสง แก้วไธสง สมาชิก และ 5) นางเสถียร สนไธสง สมาชิก

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาปัญหาการจัดการ โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาการจัดการ ดังนี้

#### 1. ด้านการจัดการผลิต

1.1 ผลิตไม่ทันตามกำหนดของคำสั่งซื้อ เนื่องจากขาดแรงงานในฤดูทอผ้า ประกอบกับการทอผ้ามีระยะเวลาการทอานาน (7 วัน ต่อผ้าไหม 2 เมตร) ส่งผลต่อการได้ผลผลิตต่อเดือนโดยประมาณเพียง 4-5 ผืนต่อคน

#### 2. ด้านการจัดการตลาด

2.1 ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบเดิมไม่หลากหลาย เนื่องจากสมาชิกมีความชำนาญในการผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทำให้ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

2.2 การจัดจำหน่ายน้อย เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีการจำหน่ายในตลาดชุมชน เพื่อต้องการลดต้นทุนการขนส่ง และยังมีเวลาในการผลิตผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น แต่ถ้าหากสมาชิกต้องการขายในปริมาณมากก็จะใช้วิธีการฝากขายในตลาดอื่นๆ

2.3 ช่องทางการจำหน่ายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีน้อย เนื่องจากสมาชิกขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี และไม่มีทักษะในการเข้าถึงระบบการซื้อขายด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำเป็นต้องพึ่งพาหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง หรือเยาวชนรุ่นหลังที่มีความเชี่ยวชาญ ในการเข้าระบบการซื้อขายนดังกล่าว ทำให้การขยายช่องทางการจำหน่ายโดยวิธีนี้ทำได้ไม่ต่อเนื่อง

### 3. ด้านการจัดการเงินและการบัญชี

3.1 ขาดการบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบ เนื่องจากสมาชิกมีความรู้เกี่ยวกับการลงบัญชีน้อย การบันทึกบัญชีจึงเป็นเพียงจรรยาบรรณรับ-จ่าย เท่านั้น ยังไม่มีระบบบัญชีที่ชัดเจน

กลุ่มระดับปรับปรุง : กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองขอน 62 หมู่ 7 ตำบลกันทรารมย์ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2558 ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 5 คน ดังนี้  
1) นางจำเนียร ระคมบุญ ประธาน 2) นางสกลไส เนียมอ่อน กรรมการ 3) นางญาติ เกิดบุตร กรรมการ 4) นางชม บุษงา สมาชิก และ 5) นางศกาวรรณ มีชัยรัมย์ สมาชิก ผู้วิจัยขอสรุปผลการศึกษาปัญหาการจัดการ โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาการจัดการ ดังนี้

#### 1. ด้านการจัดการเงินและการบัญชี

1.1. เงินทุนหมุนเวียนมีน้อย เนื่องจากสมาชิกมีรายได้น้อย ประกอบกับกระบวนการผลิตมีต้นทุนค่อนข้างสูง จึงเป็นจุดอ่อนในการขยายการลงทุน

#### 2. ด้านการจัดการการผลิต

2.1 กระบวนการผลิตในการย้อมสีเส้นไหมทำให้มีน้ำเสียส่งกลิ่นเหม็นภายในชุมชน

2.2 ขาดเครื่องมืออุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัย ซึ่งส่งผลให้เกิดการผลิตที่รวดเร็ว

#### 3. ด้านการจัดการการตลาด

3.1 การจัดจำหน่ายน้อย เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีการจำหน่ายในตลาดชุมชน เพื่อต้องการลดต้นทุนการขนส่งและยังมีเวลาในการผลิตผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น แต่ถ้าหากสมาชิกต้องการขายในปริมาณมากก็จะใช้วิธีการฝากขายในตลาดอื่นๆ

จากข้อมูลการศึกษาพหุกรณี ผู้วิจัยสามารถสรุปปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ดังตาราง 4.11

ตาราง 4.11 ผลการศึกษาพหุกรณีตามศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

ระดับดี	ระดับปานกลาง	ระดับปรับปรุง
1. การจัดการการผลิต	1. การจัดการการผลิต	1. การจัดการการเงินและการบัญชี
2. การจัดการการตลาด	2. การจัดการการตลาด	2. การจัดการการผลิต
3. การจัดการการเงินและการบัญชี	3. การจัดการการเงินและการบัญชี	3. การจัดการการตลาด

จึงกล่าวได้ว่าผลการศึกษาพหุกรณีมีความสอดคล้องกับแบบสอบถามในค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ 1) ปัญหาการจัดการการผลิต 2) การจัดการการตลาด และการจัดการการเงิน และการบัญชี

### ผลการศึกษาความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และการศึกษาพหุกรณี ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามซึ่งเกี่ยวกับข้อมูลความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ข้อมูลความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากข้อมูลความต้องการการพัฒนาการจัดการ โดยรวมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ดังตาราง 4.12



ตาราง 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านความต้องการในการพัฒนาการจัดการ

ความต้องการของวิสาหกิจชุมชน	ความคิดเห็นของเกษตรกร						ความคิดเห็นของวิสาหกิจชุมชน					
	ค่าเฉลี่ย	SD	ประเภท	ค่าเฉลี่ย	SD	ประเภท	ค่าเฉลี่ย	SD	ประเภท	ค่าเฉลี่ย	SD	ประเภท
1. การบริหารจัดการ	1.82	1.102	น้อย	2.59	1.423	ปานกลาง	3.02	1.354	ปานกลาง	2.40	1.394	น้อย
2. การจัดการการเงินและการบัญชี	2.89	1.383	ปานกลาง	3.35	1.413	ปานกลาง	3.39	1.196	ปานกลาง	3.21	1.425	ปานกลาง
3. การจัดการการผลิต	3.81	1.390	มาก	3.87	1.266	มาก	3.85	1.131	มาก	3.85	1.291	มาก
4. การจัดการการตลาด	3.22	1.356	ปานกลาง	3.57	1.242	มาก	3.69	1.172	มาก	3.49	1.286	ปานกลาง
5. การจัดการระบบสารสนเทศ	2.59	0.880	ปานกลาง	3.16	1.182	ปานกลาง	3.39	1.196	ปานกลาง	2.98	1.101	ปานกลาง
6. การจัดการการวิจัยและพัฒนา	1.95	0.888	น้อย	2.75	1.307	ปานกลาง	2.89	1.163	ปานกลาง	2.12	1.230	น้อย
รวม	2.71	1.168	น้อย	3.22	1.310	ปานกลาง	3.37	1.202	ปานกลาง	3.02	1.288	ปานกลาง

#### จากตาราง 4.12 ความต้องการในการพัฒนาโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

( $\bar{X} = 3.02$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การจัดการการผลิต ( $\bar{X} = 3.85$ ) รองลงมา คือ การจัดการการตลาด ( $\bar{X} = 3.49$ ) และการจัดการการเงินและการบัญชี ( $\bar{X} = 3.21$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณาแบ่งตามศักยภาพของกลุ่ม พบว่า

กลุ่มระดับดี ความต้องการในการพัฒนาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.71$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การจัดการการผลิต ( $\bar{X} = 3.81$ ) รองลงมา คือ การจัดการการตลาด ( $\bar{X} = 3.22$ ) และการจัดการการเงินและการบัญชี ( $\bar{X} = 2.89$ )

กลุ่มระดับปานกลาง ความต้องการในการพัฒนาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.22$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การจัดการการผลิต ( $\bar{X} = 3.87$ ) รองลงมา คือ การจัดการการตลาด ( $\bar{X} = 3.57$ ) และการจัดการการเงินและการบัญชี ( $\bar{X} = 3.35$ )

กลุ่มระดับปรับปรุงความต้องการในการพัฒนาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การจัดการการผลิต ( $\bar{X} = 3.85$ ) รองลงมา คือ การจัดการการตลาด ( $\bar{X} = 3.69$ ) การจัดการการเงินและการบัญชี และการจัดการระบบสารสนเทศ ( $\bar{X} = 3.39$ )

สรุปจากข้อมูลข้างต้นเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาการจัดการโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) การจัดการการผลิต 2) การจัดการการตลาด 3) การจัดการการเงินและการบัญชี

ตาราง 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านความต้องการในการพัฒนาบริหารจัดการ

การพิจารณา	ความพึงพอใจ		ความไม่พึงพอใจ		ค่าเฉลี่ย		ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน					
	S.D	(เฉลี่ย)	S.D	(เฉลี่ย)	S.D	(เฉลี่ย)	S.D	(เฉลี่ย)				
1. การกำหนดนโยบายการทำงานในอนาคต	1.95	1.144	น้อย	2.72	1.473	ปานกลาง	3.32	1.214	ปานกลาง	2.55	1.407	ปานกลาง
2. การจัดทำแผนดำเนินงานตามนโยบาย	2.00	1.152	น้อย	2.71	1.459	ปานกลาง	3.20	1.176	ปานกลาง	2.55	1.384	ปานกลาง
3. การกำหนดผู้รับผิดชอบในการทำงาน	1.91	1.092	น้อย	2.56	1.450	ปานกลาง	3.05	1.383	ปานกลาง	2.42	1.380	น้อย
4. คณะกรรมการผ่านการคัดเลือกจากสมาชิก	1.78	1.247	น้อย	2.46	1.451	น้อย	2.67	1.457	ปานกลาง	2.27	1.428	น้อย
5. ผู้นำมีความรู้ความสามารถในการดำเนินงาน	1.52	1.045	น้อย	2.33	1.362	น้อย	2.80	1.603	ปานกลาง	2.15	1.398	น้อย

ตาราง 4.13 (ต่อ)

วัตถุประสงค์/กิจกรรม	ปีงบประมาณ 2561		ปีงบประมาณ 2562		ปีงบประมาณ 2563		ปีงบประมาณ 2564		รวม		
	S.D	ประเภท	S.D	ประเภท	S.D	ประเภท	S.D	ประเภท			
6. สมาชิกได้รับการอบรมและพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง	1.65	น้อย	2.54	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง	1.546	ปานกลาง	2.34	1.436	น้อย
7. การสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน เช่น เงินสวัสดิการ	1.76	น้อย	2.56	ปานกลาง	2.95	ปานกลาง	1.268	ปานกลาง	2.37	1.370	น้อย
8. การประเมินผลการทำงาน มีระบบอย่างชัดเจน	1.86	น้อย	2.68	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	1.308	ปานกลาง	2.49	1.343	น้อย
9. การนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงานอย่างชัดเจน	1.94	น้อย	2.71	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	1.235	ปานกลาง	2.51	1.360	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>1.82</b>	<b>น้อย</b>	<b>2.59</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.02</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>1.354</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>2.40</b>	<b>1.394</b>	<b>น้อย</b>

จากตาราง 4.13 ความต้องการในพัฒนาการบริหารองค์การ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.40$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การกำหนดนโยบายการทำงานในอนาคตและการจัดทำแผนดำเนินงานตามนโยบาย ( $\bar{X} = 2.55$ ) รองลงมา คือ การนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงานอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 2.51$ ) และการประเมินผลการทำงานมีระบบอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 2.49$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณาแบ่งตามศักยภาพของกลุ่ม พบว่า

กลุ่มระดับดี ความต้องการในพัฒนาการบริหารองค์การ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 1.82$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การจัดทำแผนดำเนินงานตามนโยบาย ( $\bar{X} = 2.00$ ) รองลงมา คือ การกำหนดนโยบายการทำงานในอนาคต ( $\bar{X} = 1.95$ ) และการนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงานอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 1.94$ )

กลุ่มระดับปานกลาง ความต้องการในพัฒนาการบริหารองค์การ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.59$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การกำหนดนโยบายการทำงานในอนาคต ( $\bar{X} = 2.72$ ) รองลงมา คือ การจัดทำแผนดำเนินงานตามนโยบาย และ การนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงานอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 2.71$ ) และการประเมินผลการทำงานมีระบบอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 2.68$ )

กลุ่มระดับปรับปรุง ความต้องการในพัฒนาการบริหารองค์การ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.02$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การกำหนดนโยบายการทำงานในอนาคต ( $\bar{X} = 3.32$ ) รองลงมา คือ การจัดทำแผนดำเนินงานตามนโยบาย ( $\bar{X} = 3.20$ ) และการประเมินผลการทำงานมีระบบอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 3.13$ )

สรุปจากข้อมูลข้างต้นเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาการบริหารองค์การ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) การกำหนดนโยบายการทำงานในอนาคตและการจัดทำแผนดำเนินงานตามนโยบาย 2) การนำผลการประเมินมาปรับปรุงการดำเนินงานอย่างชัดเจน และ 3) การประเมินผลการทำงานมีระบบอย่างชัดเจน

ตาราง 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการจัดการการเงินและบัญชี

การดำเนินงาน	มาก		ปานกลาง		น้อย		รวม					
	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย						
10. การวางแผนการเงิน ล่วงหน้า	2.92	1.131	ปานกลาง	3.75	1.303	มาก	3.63	1.073	มาก	3.46	1.268	ปานกลาง
11. สมาชิกมีส่วนร่วมในการ วางแผนการเงิน	2.67	1.434	ปานกลาง	3.41	1.369	ปานกลาง	3.20	1.190	ปานกลาง	3.13	1.402	ปานกลาง
12. การระดมทุนจากสมาชิก อย่างต่อเนื่อง	2.71	1.417	ปานกลาง	3.26	1.412	ปานกลาง	3.38	1.263	ปานกลาง	3.10	1.417	ปานกลาง
13. การแสวงหาเงินทุนจาก ภายนอก	3.22	1.589	ปานกลาง	3.41	1.319	ปานกลาง	3.52	1.186	มาก	3.36	1.398	ปานกลาง
14. ภาครัฐให้การสนับสนุน ด้านงบประมาณ	3.08	1.045	ปานกลาง	3.46	1.408	ปานกลาง	3.57	1.212	มาก	3.35	1.408	ปานกลาง
15. การวางแผนเพื่อสะสม เงินทุนในอนาคต	2.77	1.018	ปานกลาง	3.51	1.384	มาก	3.55	1.126	มาก	3.27	1.361	ปานกลาง

ตาราง 4.14 (ต่อ)

การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน		การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน		การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน		การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน		การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน		การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.
16. การจกรายรับ-รายจ่าย อย่างเป็นระบบ ถูกต้อง	2.75	1.343	ปานกลาง	3.30	1.390	ปานกลาง	3.37	1.178	ปานกลาง	3.13	1.368	ปานกลาง
17. กำหนดผู้รับผิดชอบการ บันทึกบัญชี	2.88	1.458	ปานกลาง	3.33	1.539	ปานกลาง	3.35	1.147	ปานกลาง	3.19	1.469	ปานกลาง
18. รายงานผลการดำเนินงาน ในแต่ละปี	2.91	1.556	ปานกลาง	3.24	1.421	ปานกลาง	3.20	1.176	ปานกลาง	3.13	1.438	ปานกลาง
19. สมาชิกได้รับ ผลประโยชน์ทางการเงิน	2.97	1.838	ปานกลาง	2.86	1.587	ปานกลาง	3.15	1.412	ปานกลาง	2.95	1.652	ปานกลาง
รวม	2.89	1.383	ปานกลาง	3.35	1.413	ปานกลาง	3.39	1.196	ปานกลาง	3.21	1.425	ปานกลาง

จากตาราง 4.14 ความต้องการในการพัฒนาการจัดการการเงินและการบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.21$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การวางแผนการเงินล่วงหน้า ( $\bar{X} = 3.46$ ) รองลงมา คือ การแสวงหาเงินทุนจากภายนอก ( $\bar{X} = 3.36$ ) และ ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ ( $\bar{X} = 3.35$ ) ซึ่งพิจารณาแบ่งตามศักยภาพของกลุ่ม พบว่า

กลุ่มระดับดีมีความต้องการในการพัฒนาการจัดการการเงินและการบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.89$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การแสวงหาเงินทุนจากภายนอก ( $\bar{X} = 3.22$ ) รองลงมา คือ ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ ( $\bar{X} = 3.08$ ) และ สมาชิกได้รับผลประโยชน์ทางการเงินอย่างยุติธรรม ( $\bar{X} = 2.97$ )

กลุ่มระดับปานกลาง ความต้องการในการพัฒนาการจัดการการเงินและการบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.35$ ) แต่เมื่อพิจารณาพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ต้องการการวางแผนการเงินล่วงหน้า ( $\bar{X} = 3.75$ ) รองลงมา คือ การวางแผนเพื่อระดมเงินทุนในอนาคต ( $\bar{X} = 3.51$ ) และภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ ( $\bar{X} = 3.46$ )

กลุ่มระดับปรับปรุง ความต้องการในการพัฒนาการจัดการการเงินและการบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.39$ ) แต่เมื่อพิจารณาพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การวางแผนการเงินล่วงหน้า ( $\bar{X} = 3.63$ ) รองลงมาคือ ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ ( $\bar{X} = 3.57$ ) และ การวางแผนเพื่อระดมเงินทุนในอนาคต ( $\bar{X} = 3.55$ )

สรุปจากข้อมูลข้างต้นเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาด้านการจัดการการเงินและบัญชีโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ 1) การวางแผนการเงินล่วงหน้าเพื่อวางแผนการระดมเงินทุนในอนาคต 2) การแสวงหาเงินทุนจากภายนอก และ 3) ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณและสมาชิกได้รับผลประโยชน์ทางการเงินอย่างยุติธรรม



ตาราง 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านความต้องการในการพัฒนาการจัดการการผลิต

ข้อควรปรับปรุง/ข้อเสนอแนะ	ก่อนปรับปรุง		หลังปรับปรุง		รวม							
	M	S.D	M	S.D								
20. การวางแผนการผลิต	3.88	1.258	มาก	4.13	1.090	มาก	4.18	0.873	มาก	4.06	1.123	มาก
21. ดำเนินการผลิตเป็นไป	3.92	1.332	มาก	3.98	1.268	มาก	3.98	1.017	มาก	3.96	1.249	มาก
22. วัตถุดิบแสวงหาจาก												
ภายในท้องถิ่นเป็นหลัก	3.78	1.427	มาก	3.77	1.304	มาก	3.70	1.225	มาก	3.76	1.330	มาก
23. สำรองวัตถุดิบการผลิต												
ให้เพียงพอต่อกำลังการผลิต	3.53	1.390	มาก	3.77	1.315	มาก	3.68	1.242	มาก	3.68	1.330	มาก
24. เครื่องมืออุปกรณ์ได้รับ												
การสนับสนุนจากภาครัฐ	3.97	1.353	มาก	3.79	1.249	มาก	3.90	1.085	มาก	3.87	1.259	มาก
25. ผลิตได้ทันต่อความ												
ต้องการของลูกค้า	3.52	1.402	มาก	3.78	1.331	มาก	3.78	1.151	มาก	3.69	1.330	มาก

ตาราง 4.15 (ต่อ)

ปัจจัยที่ต้องพิจารณา	การวัดตามกรอบแนวคิดการวัดคุณภาพการบริการที่มีแนวโน้ม						การวัดตามกรอบแนวคิดการวัดคุณภาพการบริการที่มีแนวโน้ม					
	$\bar{X}$	S.D	ประเภท	$\bar{X}$	S.D	ประเภท	$\bar{X}$	S.D	ประเภท	$\bar{X}$	S.D	ประเภท
26. สมาชิกมีความรู้ และภูมิปัญญาพอสำหรับการผลิต	3.46	1.377	ปานกลาง	3.83	1.373	มาก	3.73	1.388	มาก	3.91	1.283	มาก
27. ความสามารถควบคุมต้นทุนการผลิต	3.89	1.460	มาก	3.91	1.213	มาก	3.92	1.124	มาก	3.88	1.294	มาก
28. การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่าย	3.78	1.415	มาก	3.91	1.248	มาก	3.92	1.183	มาก	3.91	1.283	มาก
29. แรงงานมีเพียงพอต่อการผลิต	3.96	1.514	มาก	3.87	1.296	มาก	3.77	1.184	มาก	3.89	1.354	มาก
30. การขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์	4.21	1.363	มาก	3.82	1.242	มาก	3.75	0.968	มาก	3.92	1.251	มาก
รวม	3.81	1.390	มาก	3.87	1.266	มาก	3.85	1.131	มาก	3.85	1.291	มาก

จากตาราง 4.15 ความต้องการในการพัฒนาการจัดการการผลิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การวางแผนการผลิตล่วงหน้า ( $\bar{X} = 4.06$ ) รองลงมา คือ ดำเนินการผลิตเป็นไปตามแผนที่วางไว้ และ การขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.96$ ) และการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.92$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณาตามศักยภาพของกลุ่ม พบว่า

กลุ่มระดับดี ความต้องการในการพัฒนาการจัดการการผลิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.21$ ) รองลงมา คือ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ได้รับ การสนับสนุนจากภาครัฐ ( $\bar{X} = 3.97$ ) และแรงงานมีเพียงพอต่อการผลิต ( $\bar{X} = 3.96$ )

กลุ่มระดับปานกลาง ความต้องการในการพัฒนาการจัดการการผลิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การวางแผนการผลิตล่วงหน้า ( $\bar{X} = 4.13$ ) รองลงมา คือ ดำเนินการผลิตเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ( $\bar{X} = 3.98$ ) และความสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตและการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.91$ )

กลุ่มระดับปรับปรุง ความต้องการในการพัฒนาการจัดการการผลิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การวางแผนการผลิตล่วงหน้า ( $\bar{X} = 4.18$ ) รองลงมา คือ ดำเนินการผลิตเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ( $\bar{X} = 3.98$ ) และความสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตและการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.92$ )

สรุปจากข้อมูลข้างต้นเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาการจัดการการผลิตโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) การวางแผนการผลิตล่วงหน้า โดยวางแผนขอรับการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์จากภาครัฐและแรงงานที่มีเพียงพอต่อการผลิต 2) ดำเนินการผลิตเป็นไปตามแผนที่วางไว้ และ 3) ควบคุมต้นทุนการผลิตและการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่าย ด้วยการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

ตาราง 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านความต้องการในการพัฒนาการจัดการการตลาด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย	ทัศนคติของผู้ประกอบการ		ทัศนคติของสมาชิกในชุมชน		ทัศนคติของนักท่องเที่ยว		รวม	
	S.D.	ระดับ	S.D.	ระดับ	S.D.	ระดับ	S.D.	ระดับ
31. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ และแตกต่างจากคู่แข่ง	3.49	ปาน	3.62	มาก	3.88	มาก	3.63	มาก
32. คุณภาพและมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของ ลูกค้า	2.91	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง	3.57	มาก	3.18	ปานกลาง
33. บรรจุภัณฑ์สามารถ ดึงดูดใจลูกค้า	2.81	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	3.33	มาก	3.19	ปานกลาง
34. ราคาผลิตภัณฑ์เป็นที่ ยอมรับของลูกค้า	3.05	ปานกลาง	3.34	ปานกลาง	3.78	มาก	3.33	ปานกลาง
35. ปริมาณลูกค้าประจำ และ ลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น	3.22	ปานกลาง	3.63	ปานกลาง	3.67	มาก	3.52	มาก

ตาราง 4.16 (ต่อ)

ลักษณะข้อบกพร่อง	การบันทึกปริมาณข้อบกพร่องที่พบ						รวม				
	กึ่งกลาง	$\bar{X}$	S.D	เบี่ยง	$\bar{X}$	S.D	เบี่ยง	$\bar{X}$	S.D	เบี่ยง	
36. จำนวนในหลายช่องทาง เช่น ไปรษณีย์ เว็บไซต์ ออกงานแสดง	3.27	1.202	ปานกลาง	3.69	1.020	มาก	3.77	1.125	3.58	1.113	มาก
37. ความสามารถประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด	3.62	1.393	มาก	3.75	1.113	มาก	3.87	1.142	3.73	1.214	มาก
38. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ความหลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตรสื่อออนไลน์	3.77	1.245	มาก	3.83	1.077	มาก	3.75	0.932	3.81	1.112	มาก
39. การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แจก แคม	3.08	1.319	ปานกลาง	3.76	1.343	มาก	3.83	1.137	3.56	1.344	มาก
40. ความสามารถจัดหาตลาดด้วยตนเอง	2.95	1.561	ปานกลาง	3.53	1.364	มาก	3.42	1.169	3.33	1.425	ปานกลาง
รวม	3.22	1.356	ปานกลาง	3.57	1.242	มาก	3.69	1.172	3.49	1.286	ปานกลาง

จากตาราง 4.16 ความต้องการในการพัฒนาการจัดการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.49$ ) แต่เมื่อพิจารณาราย พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.81$ ) รองลงมาคือ ความสามารถประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด ( $\bar{X} = 3.73$ ) และผลิตภัณฑ์ มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่ง ( $\bar{X} = 3.63$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณาแบ่งตามศักยภาพของกลุ่ม พบว่า

กลุ่มระดับดี ความต้องการในการพัฒนาการจัดการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.22$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ โฆษณาประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตรสื่อออนไลน์ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.77$ ) รองลงมา คือ ความสามารถประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด ( $\bar{X} = 3.62$ ) และผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่ง ( $\bar{X} = 3.49$ )

กลุ่มระดับปานกลาง ความต้องการในการพัฒนาการจัดการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ต้องการการ โฆษณาประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตรสื่อ ออนไลน์ ( $\bar{X} = 3.83$ ) รองลงมา คือ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แจก แถม ( $\bar{X} = 3.76$ ) และความสามารถประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด ( $\bar{X} = 3.75$ )

กลุ่มระดับปรับปรุงความต้องการในการพัฒนาการจัดการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่ง ( $\bar{X} = 3.88$ ) รองลงมา คือ ความสามารถ ประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด ( $\bar{X} = 3.87$ ) และการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แจก แถม ( $\bar{X} = 3.83$ )

สรุปจากข้อมูลข้างต้นเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาการจัดการตลาด โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) การโฆษณาประชาสัมพันธ์หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์ เป็นต้น 2) ความสามารถประสานงานกับเครือข่าย ทางการตลาด 3) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่งและการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แจก แถม เป็นต้น

ตาราง 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านความต้องการในการพัฒนาการจัดการระบบสารสนเทศ

ความต้องการด้านต่างๆ	ความคิดเห็น/ความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านความต้องการในการพัฒนาการจัดการระบบสารสนเทศ				รวม							
	ค่าเฉลี่ย	SD	ปานกลาง	มาก	ค่าเฉลี่ย	SD	ปานกลาง	มาก				
41. การรวบรวมข้อมูลเพื่อการวางแผนนโยบาย	2.49	1.151	ปานกลาง	2.65	1.253	ปานกลาง	2.63	1.257	ปานกลาง	2.62	1.202	ปานกลาง
42. รวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	2.64	1.166	ปานกลาง	2.74	1.114	ปานกลาง	2.67	1.115	ปานกลาง	2.70	1.127	ปานกลาง
43. สมาชิกได้รับการอบรมคอมพิวเตอร์เพื่อการจัดเก็บข้อมูลข่าวสาร	3.35	1.177	ปานกลาง	3.39	1.104	ปานกลาง	3.40	0.948	ปานกลาง	3.38	1.067	ปานกลาง
44. สมาชิกมีความรู้ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์	3.48	0.830	ปานกลาง	3.68	1.075	มาก	3.52	1.186	มาก	3.59	1.014	มาก

ตาราง 4.17 (ต่อ)

การดำเนินงาน	การเข้าถึงข้อมูล		การเข้าถึงข้อมูล		การเข้าถึงข้อมูล		การเข้าถึงข้อมูล		การเข้าถึงข้อมูล		รวม	
	X	S.D	X	S.D	X	S.D	X	S.D	X	S.D	X	S.D
45. กลุ่ม ๆ มีการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์	3.51	0.830	3.78	1.065	3.57	1.212	3.66	1.006	3.66	1.006	3.66	1.006
46. สมาชิกได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ อยู่เสมอ	2.53	0.788	3.00	1.158	3.55	1.126	2.87	1.057	2.87	1.057	2.87	1.057
47. กำหนดผู้รับผิดชอบด้านระบบข้อมูลข่าวสาร	2.20	0.866	2.88	1.206	3.37	1.178	2.70	1.129	2.70	1.129	2.70	1.129
48. คณะกรรมการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการวางแผน การตัดสินใจ และปรับปรุงงาน	2.20	0.816	2.92	1.235	3.35	1.147	2.69	1.125	2.69	1.125	2.69	1.125
49. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยผ่านระบบเว็บไซต์	2.28	0.891	2.99	1.208	3.20	1.176	2.80	1.147	2.80	1.147	2.80	1.147
50. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกอย่างทั่วถึง	2.38	1.013	3.04	1.276	3.15	1.412	2.83	1.210	2.83	1.210	2.83	1.210
รวม	2.59	0.880	3.16	1.182	3.39	1.196	2.98	1.101	2.98	1.101	2.98	1.101



จากตาราง 4.17 ความต้องการในการพัฒนาการจัดการระบบสารสนเทศโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.98$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.66$ ) รองลงมา คือ สมาชิกมีความรู้ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.59$ ) และสมาชิกได้รับการอบรมคอมพิวเตอร์เพื่อการจัดเก็บข้อมูลข่าวสาร ( $\bar{X} = 3.38$ )

กลุ่มระดับดี ความต้องการในการพัฒนาการจัดการระบบสารสนเทศโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.59$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์อยู่ใน ( $\bar{X} = 3.51$ ) รองลงมาคือ สมาชิกมีความรู้ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.48$ ) และสมาชิกได้รับการอบรมคอมพิวเตอร์เพื่อการจัดเก็บข้อมูลข่าวสาร ( $\bar{X} = 3.35$ )

กลุ่มระดับปานกลาง ความต้องการในการพัฒนาการจัดการระบบสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.16$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.78$ ) รองลงมาคือ สมาชิกมีความรู้ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.68$ ) และสมาชิกได้รับการอบรมคอมพิวเตอร์เพื่อการจัดเก็บข้อมูลข่าวสาร ( $\bar{X} = 3.39$ )

กลุ่มระดับปรับปรุง ความต้องการในการพัฒนาการจัดการระบบสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.39$ ) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.57$ ) รองลงมา คือ สมาชิกได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ อยู่เสมอ ( $\bar{X} = 3.55$ ) และ สมาชิกมีความรู้ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.52$ )

สรุปจากข้อมูลข้างต้นเมื่อพิจารณาในแต่ละระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาการจัดการระบบสารสนเทศ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ( $\bar{X} = 3.66$ ) 2) สมาชิกมีความรู้ความสามารถในการจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ และ 3) สมาชิกได้รับการอบรมเพื่อการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

ตาราง 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านความต้องการในการพัฒนาการจัดการวิจัยและพัฒนา

ความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน	ความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนภาคเกษตรกรรม				ความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนภาคบริการ				รวม		
	X̄	SD	ระดับปัญหา	SD	X̄	SD	ระดับปัญหา	SD	X̄	SD	ระดับปัญหา
51. สมาชิกมีส่วนร่วมศึกษาปัญหาการจัดการ	2.04	0.760	น้อย	2.80	1.251	ปานกลาง	3.13	1.049	2.59	1.145	ปานกลาง
52. หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมกำหนดการแก้ไขปัญหา	1.81	0.843	น้อย	2.72	1.287	ปานกลาง	2.90	1.175	2.44	1.223	น้อย
53. สมาชิกได้รับการอบรมเกี่ยวกับวิจัย	1.77	0.847	น้อย	2.75	1.382	ปานกลาง	2.70	1.239	2.41	1.279	น้อย
54. สมาชิกมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย	1.68	0.871	น้อย	2.67	1.307	ปานกลาง	2.72	1.166	2.34	1.245	น้อย

ตาราง 4.18 (ต่อ)

เป้าหมายที่ต้องการพัฒนา	ตามขีดความสามารถของโครงการโดยแบ่งตามผลิตภัณฑ์ใหม่											
	ภาคธุรกิจ					ภาคบริการ					รวม	
	S/D	ไม่สอดคล้อง	S/D	ไม่สอดคล้อง	S/D	ไม่สอดคล้อง	$\bar{X}$	S/D	ไม่สอดคล้อง	$\bar{X}$	S/D	ไม่สอดคล้อง
55. สมาชิกค้นพบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ	2.06	0.998	น้อย	2.76	1.289	ปานกลาง	2.93	1.205	ปานกลาง	2.56	1.237	ปานกลาง
56. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ นำมาทดลองดำเนินการผลิต	2.17	1.015	น้อย	2.86	1.306	ปานกลาง	2.97	1.119	ปานกลาง	2.65	1.231	ปานกลาง
57. สมาชิกนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกจำหน่าย	2.03	0.888	น้อย	2.76	1.323	ปานกลาง	2.92	1.211	ปานกลาง	2.55	1.234	ปานกลาง
58. กลุ่มฯ มีเครือข่ายความร่วมมือด้านการวิจัยและการพัฒนา	2.03	0.879	น้อย	2.65	1.314	ปานกลาง	2.87	1.142	ปานกลาง	2.48	1.199	น้อย
<b>รวม</b>	<b>1.95</b>	<b>0.888</b>	<b>น้อย</b>	<b>2.75</b>	<b>1.307</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>2.89</b>	<b>1.163</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>2.12</b>	<b>1.230</b>	<b>น้อย</b>

จากตาราง 4.18 ความต้องการในการพัฒนาการจัดการการวิจัยและพัฒนาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.12$ ) แต่เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ นำมาทดลองดำเนินการผลิต ( $\bar{X} = 2.65$ ) รองลงมา คือ สมาชิกค้นพบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ( $\bar{X} = 2.56$ ) และสมาชิกนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกจำหน่าย ( $\bar{X} = 2.55$ )

กลุ่มระดับดี ความต้องการในการพัฒนาการจัดการการวิจัยและพัฒนาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 1.95$ ) แต่เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ นำมาทดลองดำเนินการผลิต ( $\bar{X} = 2.17$ ) รองลงมา คือ สมาชิกค้นพบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ( $\bar{X} = 2.06$ ) และสมาชิกมีส่วนร่วมศึกษาปัญหาการจัดการ ( $\bar{X} = 2.04$ )

กลุ่มระดับปานกลาง ความต้องการในการพัฒนาการจัดการการวิจัยและพัฒนาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.75$ ) แต่เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ นำมาทดลองดำเนินการผลิต ( $\bar{X} = 2.86$ ) รองลงมา คือ สมาชิกมีส่วนร่วมศึกษาปัญหาการจัดการ ( $\bar{X} = 2.80$ ) และ สมาชิกค้นพบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และ สมาชิกนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกจำหน่าย ( $\bar{X} = 2.76$ )

กลุ่มระดับปรับปรุง ความต้องการในการพัฒนาการจัดการการวิจัยและพัฒนาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.89$ ) แต่เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สมาชิกมีส่วนร่วมศึกษาปัญหาการจัดการ ( $\bar{X} = 3.13$ ) รองลงมา คือ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ นำมาทดลองดำเนินการผลิต ( $\bar{X} = 2.97$ ) และสมาชิกค้นพบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ( $\bar{X} = 2.93$ )

สรุปจากข้อมูลข้างต้น เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีความสอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาการจัดการการวิจัยและพัฒนา โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ นำมาทดลองดำเนินการผลิต 2) สมาชิกค้นพบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และมีส่วนร่วมศึกษาปัญหาการจัดการ 3) สมาชิกนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกจำหน่าย

## 2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาพหุกรณี

กลุ่มระดับดี : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง 37/1 หมู่ 3 บ้านโคกสูง ตำบลศรีภูมิ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ มีความต้องการในการพัฒนาการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

### 1. ด้านการบริหารองค์การ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการพัฒนาในการจัดการของกลุ่มในด้าน การบริหารองค์การ ดังนี้

1.1 ประสานงานกับเครือข่ายภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาดูงาน การอบรม เพิ่มความรู้ด้านการกำหนดทิศทางการทำงานเชิงปฏิบัติการ

1.2 กำหนดกิจกรรมการมีส่วนร่วมในการดำเนินการมากขึ้น เช่น กระตุ้น ให้มีการแสดงความคิดเห็นในการประชุม พัฒนาภาวะผู้นำแก่สมาชิก ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ร่วมกิจกรรมกีฬาสามัคคีของชุมชน เป็นต้น

### 2. ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการพัฒนาในการจัดการของกลุ่มในด้าน การเงินและการบัญชี ดังนี้

2.1 เพิ่มเงินทุนหมุนเวียน ขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงาน ภาครัฐแบบการให้กู้ยืม โดยไม่มีอัตราดอกเบี้ย

2.2 อบรมเชิงปฏิบัติการ เกี่ยวกับการบันทึกบัญชี เพื่อเป็นแนวทาง ในการบันทึกบัญชีอย่างเป็นระบบ และมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐให้คำปรึกษาและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

### 3. ด้านการจัดการการผลิต

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการพัฒนาในการจัดการของกลุ่มในด้าน การจัดการการผลิต ดังนี้

3.1 จัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย โดยขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงาน ภาครัฐเนื่องจากสมาชิกไม่มีเงินทุนในการจัดซื้อเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย

3.2 ต้องการสืบทอดภูมิปัญญาสู่คนรุ่นหลัง ด้วยการจัดกิจกรรมกระตุ้น ให้เยาวชนสนใจ เช่น มอบหมายความรับผิดชอบด้านการพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ร่วมเป็น ผู้จัดการนำผ้าไหม ร่วมเดินแบบผ้าไหมในงานกาชาด ร่วมกิจกรรมในกระบวนการทอผ้า ตลอดจนการมอบหมายให้เก็บรวบรวมข้อมูลกระบวนการผลิตให้เป็นลายลักษณ์อักษร เป็นต้น

#### 4. ด้านการจัดการการตลาด

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการขยายช่องทางการจำหน่ายให้หลากหลาย เช่น การซื้อขายทางไปรษณีย์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนตลาดต่างประเทศ เป็นต้น

#### 5. ด้านการจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร

สมาชิกกลุ่ม ฯ ต้องการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับระบบข้อมูลข่าวสาร เพื่อช่วยในการรวบรวมการจัดเก็บ การวิเคราะห์ เพื่อการตัดสินใจ

กลุ่มระดับปานกลาง : กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหัวสะพาน 4 หมู่ 13 ตำบล บ้านยาง อำเภอ พุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์ มีความต้องการในการพัฒนาของการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดังนี้

##### 1. ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี

1.1 ต้องการพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มให้ดีขึ้นโดยการอบรมความรู้เกี่ยวกับระบบบัญชีเชิงปฏิบัติการ และมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐเป็นที่ปรึกษาในการบันทึกบัญชีอย่างต่อเนื่อง

##### 2. ด้านการจัดการการผลิต

2.1 ต้องการพัฒนาเทคนิคใหม่ๆ ในการผลิต การออกแบบลวดลายผ้าไหม ทั้งลายโบราณ และลายประยุกต์

##### 3. ด้านการจัดการการตลาด

3.1 พัฒนาช่องทางการจำหน่าย โดยการอบรมระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการพาณิชย์ วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยมีเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษา แนะนำ และติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

กลุ่มระดับปรับปรุง : กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองขอน 62 หมู่ 7 ตำบลกันทรารมย์ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ การต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

##### 1. ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี

1.1 ต้องการงบประมาณแบบให้เปล่าหรือมีอัตราดอกเบี้ยต่ำ เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนจากภาครัฐ

##### 2. ด้านการจัดการการผลิต

2.1 ต้องการเครื่องมืออุปกรณ์การทอผ้าที่ทันสมัยจากการสนับสนุนของภาครัฐ

2.2 ต้องการอบรมเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติ การออกแบบลวดลายผ้าไหม ทั้งลายโบราณ และลายประยุกต์ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย

2.3 ต้องการจูงใจคนรุ่นใหม่ในการสืบสานภูมิปัญญาการทอผ้า โดยมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การรวบรวมข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ การออกแบบลวดลายผ้าด้วยระบบคอมพิวเตอร์ การเข้าร่วมกิจกรรมเดินแบบผ้าไหม เป็นต้น

### 3. ด้านการจัดการตลาด

3.1 ต้องการช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น โดยการอบรมความรู้เกี่ยวกับการเข้าระบบการซื้อขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์เชิงปฏิบัติการ และมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐคอยติดตามและช่วยเหลือให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง มีกิจกรรมโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการเยี่ยมชมหมู่บ้าน

### ผลการพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้กล่าวมาบูรณาการเพื่อนำมาร่างรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเรียงลำดับความสำคัญ 3 ลำดับแรก คือ 1) การจัดการการผลิต 2) การจัดการการตลาด และ 3) การจัดการการเงินและการบัญชี ดังนี้

1. ด้านการจัดการการผลิต

ตาราง 4.19 พัฒนารูปแบบการจัดการการผลิต

ขั้นตอนการดำเนินงาน	กิจกรรม	เป้าหมาย	ข้อจำกัด	ปัจจัยความสำเร็จ
1. การวางแผนการผลิต 1.1 สํารวจความต้องการของลูกค้า เพื่อการวางแผนการผลิต 1.1.1 กำหนดปริมาณการผลิต ตามค่าตั้งชื่อและความต้องการของ ตลาด 1.1.2 วางแผนระบบการผลิต เพื่อตอบสนองให้ทันเวลาส่งมอบ	1. ประชุมแบบมีส่วนร่วม เพื่อการวางแผนการผลิต 2. วางแผนระบบการผลิต 3. กำหนดเวลาแน่นอน เพื่อส่งมอบงานตามเวลา ที่กำหนด	1. ข้อมูลค่านิยม ทัศนคติ พฤติกรรม ในการตัดสินใจซื้อ ผ้าไหม 2. ข้อมูลแผนการ ผลิต 3. ปริมาณการผลิต	1. เงินทุนหมุนเวียน มีน้อย 2. แรงงานการผลิต มีไม่เพียงพอในการ ผลิตโดยเฉพาะ ในช่วงฤดูทำนา	1. การมีส่วนร่วมในการวางแผน และพัฒนาการผลิต 2. ยอมรับความคิดเห็นและ ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติ 3. มีแผนการส่งมอบที่ชัดเจน 4. มีแผนการเงินสอดคล้องกับ แผนการผลิต
1.2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มี เอกลักษณ์แตกต่าง	1. ออกแบบลวดลาย โบราณ และลายประยุกต์ ตามความต้องการของ ลูกค้า	1. ผลิตภัณฑ์มี เอกลักษณ์แตกต่าง 2. ยี่ห้อจดจำได้ง่าย และบรรจุภัณฑ์ที่ สวยงาม	1. ขาดทักษะฝีมือ ในการออกแบบ ลวดลายยี่ห้อ และบรรจุภัณฑ์ ปัจจุบันลวดลาย	1. มีลวดลายใหม่ๆ 2. มีผลิตภัณฑ์ใหม่ 3. มีตรา ยี่ห้อที่จดจำได้ง่าย 4. บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม สะดวก



ตาราง 4.19 (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	กิจกรรม	เป้าหมาย	ข้อจำกัด	ปัจจัยความเสี่ยง
	2. ออกแบบการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ เช่น การอบผ้าเขียนทอง ตกแต่งให้นุ่ม มีกลิ่นหอม การย้อมสีธรรมชาติ เป็นต้น 3. แปรรูปผลิตภัณฑ์ให้เกิดความหลากหลายเพื่อขยายช่องทางการตลาดและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 4. พัฒนาการยี่ห้อและบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจและดึงดูดความต้องการซื้อของผู้บริโภค	3. พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	ผลิตภัณฑ์กลุ่มจะซื้อแบบตลาดของนายนิพนธ์อำมาตย์ ซึ่งราคาขายเฉลี่ย 10 บาท	

ตาราง 4.19 (ต่อ)

ขั้นตอนหรือความเป็นงาน	กิจกรรมหลัก	สิ่งที่ทำอยู่	ข้อจำกัด	ปัจจัยความสำเร็จ
<p>1.3 วางแผนทรัพยากรการผลิต โดย</p> <p>1.3.1 จัดหาวัตถุดิบ</p> <p>1.3.2 จัดหาเครื่องมืออุปกรณ์</p> <p>1.3.3 แรงงาน</p>	<p>1. การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม</p> <p>2. การตีเกลียวเส้นไหมให้กลม เรียว และคงทน</p> <p>3. จัดซื้อวัตถุดิบที่ผลิตเองไม่ได้จากรีโอบไหม ไบหม่อน น่องหญิง จุลไหมไทย</p> <p>4. การซ่อมตีเส้นไหมจากตีเคมีและตีธรรมชาติ</p> <p>5. แรงงานมีการพัฒนาทักษะการผลิต การซ่อมเส้นไหม และการทอผ้า</p>	<p>1. คุณภาพของวัตถุดิบการผลิต</p> <p>2. มีเครื่องมืออุปกรณ์เพียงพอต่อการผลิต</p> <p>3. แรงงานมีทักษะฝีมือการผลิต</p>	<p>1. สภาพภูมิอากาศไม่เอื้อต่อการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม</p> <p>2. เส้นไหมที่ผลิตเองมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ</p> <p>3. ขาดทักษะการปรับปรุงอุปกรณ์การผลิตให้ทันสมัย</p> <p>4. เทคนิคการกรอถ้าไม่จัดเรียงจะทำให้เส้นผ้ามีตำหนิได้</p> <p>5. แรงงานไม่เพียงพอในฤดูทำนา</p>	<p>1. มาตรฐานคุณภาพของวัตถุดิบ</p> <p>2. เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยสามารถตอบสนองด้านความรวดเร็วได้</p> <p>3. แรงงานมีทักษะการผลิต เช่น การตีเกลียวเส้นไหม การซ่อมเส้นไหม การมัดไหม และการทอผ้า</p> <p>4. มีการศึกษาทอภูมิปัญญาการผลิตสู่คนรุ่นใหม่</p>

ตาราง 4.19 (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	กิจกรรม	เป้าหมาย	ข้อจำกัด	ปัจจัยความสำเร็จ
2. การดำเนินงานการผลิต 2.1 พัฒนาผลิตภัณฑ์ตามการ ออกแบบ	1. ดำเนินการผลิตตาม การออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยสมาชิกทำการผลิต ประมาณ 1-4 วันต่อ 2 เมตรของผืนผ้า 2. พัฒนาเทคนิคการย้อม สีให้สม่ำเสมอและคงทน 3. ดำเนินการปรับปรุงแบบ ผลิตภัณฑ์และนำวัสดุ เหลือใช้เป็นผลิตภัณฑ์อื่น เพื่อเพิ่มช่องทางการ จำหน่าย	1. เอกลักษณะ ผลิตภัณฑ์ที่มีความ แตกต่าง 2. ผลิตภัณฑ์แปรรูป	1. ขาดแรงงาน ในฤดูทำนา 2. สมาชิกมีอายุมาก ใช้เวลาในการผลิต นาน 3. สมาชิกฝ่ายผลิต น้อยในบางครั้งผลิต ไม่ทันตามคำสั่งซื้อ	1. ความรวดเร็วในการ ตอบสนองลูกค้า 2. มาตรฐานคุณภาพ 3. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ มีเอกลักษณ์ 4. สายผลิตภัณฑ์ที่มากขึ้น

ตาราง 4.19 (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	กิจกรรม	เป้าหมาย	ปัจจัยเกิด	ปัจจัยความสำเร็จ
3. การควบคุมการผลิต	1. ตรวจสอบทุกกระบวนการการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ	1. มาตรฐานของผลิตภัณฑ์	1. การควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ทำได้ยากเนื่องจากสมาชิกดำเนินการผลิตแต่ละครัวเรือน	ลูกค้ามีความพึงพอใจ ด้านคุณภาพ มาตรฐาน และการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จำนวนลูกค้าประจำมากขึ้น
3.1 การตรวจสอบ กำกับดูแล	2. ประสานงานกับเครือข่ายภาครัฐเพื่อการขอรับการรับรองผลิตภัณฑ์ชุมชน	2. ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน	2. สมาชิกมีความเคยชินกับการผลิตในรูปแบบเดิม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	
3.1.1 คุณภาพเส้นไหม	3. จัดทำท่อบำบัดน้ำเสีย	3. การบำบัดน้ำเสีย		
3.1.2 การย้อมสีไหม				
3.1.3 การมัดหมี่				
3.1.4 การทอผ้า				
3.1.5 ฝ้ายีน				
3.2 การขอรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP				
3.3 การรักษาสีสิ่งแวดล้อม กระบวนการผลิต				

## 2. ด้านการจัดการการตลาด

ตาราง 4.20 พัฒนารูปแบบการจัดการการตลาด

วัตถุประสงค์	กิจกรรม	เป้าหมาย	ข้อจำกัด	ปัจจัยความสำเร็จ
1. ผลลัพธ์ 1.1 สำนวนความต้องการของลูกค้าและวิเคราะห์ข้อมูลยอดขายในอดีตเกี่ยวกับการขายของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท	1. ศึกษาพฤติกรรมกรรมการดำเนินงาน พัฒนาคิดใหม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ 2. ศึกษาข้อมูลยอดขายในอดีตเพื่อวางแผนการตลาดใน 3 กรณี 2.1 ยอดขายเพิ่มขึ้น 2.2 ยอดขายคงที่ 2.3 ยอดขายลดลง	1. ข้อมูลลูกค้า 2. ข้อมูลยอดขายเพื่อใช้ในการพิจารณาวางแผนการตลาด	1. กลุ่มขาดการจดบันทึกข้อมูลการขายกับลูกค้าในอดีต 2. กลุ่มการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการให้บริการที่ดีกับลูกค้า

ตาราง 4.20 (ต่อ)

วัตถุประสงค์/ประโยชน์	กิจกรรม	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ข้อจำกัด	ปัจจัยความสำเร็จ
<p>1.2. วางแผนการรวบรวมผลิตภัณฑ์จากสมาชิกและกลุ่มอื่นพิจารณาจาก</p> <p>1.2.1 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ใช้สอย ความคงทน ความประณีต และความสวยงาม</p> <p>1.2.2 ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพมีชื่อเสียง และมีเอกลักษณ์แตกต่าง เช่น ผ้าไหมตีนแดง หางกระรอกคู่ตีนแดง</p>	<p>1. สร้างเครือข่ายผู้ผลิตเพื่อรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ หลากหลาย เพื่อการตอบสนองความต้องการของกลุ่มตลาดใหม่</p> <p>2. พัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การรับรองคุณภาพ</p> <p>3. ตรวจสอบคุณภาพ ราคา ปริมาณของสินค้าที่นำไปจำหน่าย</p>	<p>1. ประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ของคุณภาพ มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง</p>	<p>1. ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีต้นทุนการผลิตสูง ไม่สามารถลดราคาขายลงได้มาก</p> <p>2. เกิดการเลียนแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมซึ่งมีราคาถูกกว่ากันมาก</p>	<p>1. ต้องรวบรวมผลิตภัณฑ์ทั้งผ้าฝ้ายและผ้าไหมมาจำหน่ายเพื่อเป็นทางเลือกที่หลากหลายให้กับลูกค้า</p> <p>2. กลุ่มได้รับรางวัลยืนยันความสำเร็จในผลิตภัณฑ์มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น เช่น เอกอภิมประจําท้องถิ่น เช่น การได้รับตั้งบงชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ตรานกยูงพระราชทานและสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า</p>

ตาราง 4.20 (ต่อ)

ข้อกำหนดและเงื่อนไข	การประเมิน	ปริมาณ	ชนิด	ปัจจัยการเข้าถึง
<p>2. ราคากำหนดราคา โดย</p> <p>2.1 การบวกกำไรเพิ่มจากต้นทุน</p> <p>2.2 กำหนดราคาตามการแข่งขัน</p> <p>2.2.1 ราคาถูกกว่า กรณีต้องการเข้าสู่ตลาดใหม่</p> <p>2.2.2 ราคาเท่ากัน กรณีผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติใกล้เคียง</p> <p>2.2.3 สูงกว่าคู่แข่ง กรณีผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างของคุณภาพ</p>	<p>1. กำหนดราคาขายส่ง ขายปลีก ขายฝาก ซึ่งราคาขายฝากสมาชิกจะกำหนดเอง และผู้จัดจำหน่ายบวกเพิ่ม</p> <p>2. กำหนดราคาขาย เมื่อมีการจัดจำหน่ายเอง และยึดหยุ่นตามสถานการณ์</p>	<p>กำหนดราคาที่เหมาะสมตามราคาขายส่ง ขายปลีก และขายฝาก</p>	<p>1. ฝ่าใหม่มีราคาแพง</p>	<p>ยอดขาย</p>

ตาราง 4.20 (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ปัจจัยความสำเร็จ
<p>2.3 การให้เครดิต ส่วนลด การยอมให้</p> <p>2.3.1 การให้เครดิต ผ่อนจ่ายได้ โดยมีเงื่อนไขหรือไม่มีเงื่อนไข</p> <p>2.3.2 การให้ส่วนลด กระตุ้นให้จ่ายเงินเร็วขึ้น โดยให้ส่วนลดเงินสด</p> <p>2.3.3 ส่วนยอมให้ กรณีที่ซื้อในปริมาณมากและได้ส่วนลดพิเศษ</p>	<p>1. พิจารณาคุณสมบัติของผู้รับสินค้าไปจำหน่ายต่อจากฐานะทางการเงิน บุคลิกภาพ และความน่าเชื่อถือ</p> <p>2. กำหนดเงื่อนไขการจ่ายเงินของกับลูกค้าในหลายรูปแบบ เช่น เงินสด เงินเชื่อ เป็นต้น</p>	จำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น	ความเสียหายในกรณีที่เกิดกับลูกค้า	ยอดขาย



ตาราง 4.20 (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	กิจกรรม	เป้าหมาย	ข้อจำกัด	ปัจจัยความสำเร็จ
<p>3. ช่องทางการจำหน่าย</p> <p>3.1 ช่องทางการจำหน่ายทางตรง</p> <p>เป็นการจำหน่ายด้วยตนเอง เช่น การจำหน่ายภายในหมู่บ้าน การออกงานแสดงสินค้า จำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น</p>	<p>การจัดจำหน่าย</p> <p>ภายในประเทศ ได้แก่</p> <p>อิมพีคเม็องทอง</p> <p>ตลาด OTOP ระดับจังหวัด ตลาดชุมชน ตลาดเซราะกราว</p> <p>ภายนอกประเทศ ได้แก่</p> <p>สหรัฐ เกาหลี เดนมาร์ก ญี่ปุ่น</p>	<p>1. ยอดขาย</p> <p>2. เครือข่ายหน่วยงาน</p> <p>ภาคีภาคเอกชน</p> <p>ส่งเสริมการตลาด</p> <p>3. เครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม</p>	<p>1. ความสามารถของกลุ่ม ในการเข้าถึงเครือข่ายทางการตลาด</p> <p>2. สมาชิกมีความสามารถในการนำ</p> <p>จากเครือข่ายภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง</p> <p>3. มีแหล่งจำหน่ายที่หลากหลาย เช่นตลาดชุมชน ตลาดระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ตลอดจนระดับต่างประเทศ</p>	<p>1. ทักษะในการจัดจำหน่าย</p> <p>2. กลุ่มมีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งจำหน่ายจากเครือข่ายภาครัฐและภาคเอกชนอย่างต่อเนื่อง</p> <p>3. มีแหล่งจำหน่ายที่หลากหลาย เช่นตลาดชุมชน ตลาดระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ตลอดจนระดับต่างประเทศ</p>

ตาราง 4.20 (ต่อ)

งานขยายผลการดำเนินงาน	กิจกรรม	เป้าหมาย	ข้อจำกัด	ปัจจัยความสำเร็จ
3.2 ช่องทางการจำหน่ายทางอ้อม เป็นช่องทางที่ช่วยกระจายสินค้าไปยัง ผู้บริโภคได้มากขึ้นโดยผ่านคนกลาง เช่น มูลนิธิคิดปรีชา ร้านค้าจำหน่าย ตามสถานท่องเที่ยว โรงแรมและ รีสอร์ท เป็นต้น	ผู้รับผิดชอบเพื่อการค้า จำหน่ายต่อ ได้แก่ ร้าน ปลายทาง สวณจิตรลดา ร้านผู้ฟู้ดคิงส์เพาเวอร์ (ตุ้ม ทอง, บ้านโนนเขวา) สยามคิดส์ฟู้ดเวอรี่	1. ยอดขาย 2. เครือข่ายการตลาด ภายในและ ต่างประเทศ	1. อำนาจการต่อรอง กับพ่อค้าคนกลางมี น้อย	1. กระจายสินค้าคงเหลือมากขึ้น 2. สภาพทางการเงินคล่องตัว 3. ช่องทางการจำหน่ายมากขึ้น
4. การส่งเสริมการตลาด 4.1 การโฆษณา(Advertising)	1. การจัดกิจกรรม ได้แก่ การทำนามบัตรแผ่นพับ ใบปลิว สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อ อิเล็กทรอนิกส์	1. การกระจายข้อมูล ข่าวสารสู่ลูกค้า เป้าหมาย	1. งบประมาณมี น้อย 2. การจัดกิจกรรม ไม่ต่อเนื่อง	1. การเผยแพร่ข้อมูลอย่างทั่วถึง โดยมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ และรูปภาพที่น่าสนใจผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ตาราง 4.20 (ต่อ)

เป้าหมายการดำเนินงาน	กิจกรรม	เป้าหมาย	ผลจาก	ปัจจัยความสำเร็จ
4.2 การประชาสัมพันธ์	<p>การจัดกิจกรรม ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพื่อกระตุ้นความสนใจ</li> <li>2. วางแผนการกระตุ้นการตลาด โดย ออกสื่อทางโทรทัศน์ การ เชิญสื่อเข้าร่วมงานแสดง ผลิตภัณฑ์</li> </ol>	<p>กลุ่มเป้าหมาย</p> <p>รับรู้ข้อมูลข่าวสาร</p>	<p>ต้องพึ่งพาหน่วยงาน ภาครัฐในการ เชื่อมโยงกับสื่อวิทยุ โทรทัศน์</p>	<p>การให้ข้อมูล โดยเลือกสื่อที่ เหมาะสมและต่อเนื่อง</p>
4.3 การขายโดยพนักงานขาย	<p>พนักงานขายแต่งกายด้วยชุดผ้า ใหม่เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และมี นิติสารของแพชั่นผ้าไหม จัดเตรียมกระจก และห้องลอง ผลิตภัณฑ์</p>	<p>1. ยอดขาย</p> <p>2. การตัดสินใจซื้อ ของลูกค้า</p>	<p>1. ชาติทักษะในการ นำเสนอผลิตภัณฑ์</p> <p>2. ค่าใช้จ่ายในการ เดินทาง เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร</p>	<p>1. พนักงานมีความสามารถในการจำหน่าย</p> <p>2. ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมมีลูกค้า</p> <p>3. ผลิตภัณฑ์หลากหลาย</p> <p>4. ยอดขายที่เพิ่มขึ้น</p>

ตาราง 4.20 (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินการ	กิจกรรม	เป้าหมาย	ปัจจัย	ปัจจัยความสำเร็จ
4.4 การส่งเสริมการขาย	การจัดกิจกรรม ได้แก่ 1. มุ่งเน้นผู้บริโภครุ่น Gen Z แจกแอมป์ฟรี 2. มุ่งเน้นคนกลาง เช่น การให้ผลตอบแทนให้ตัวแทนจำหน่าย 3. มุ่งเน้นพนักงานขาย เช่น การให้ค่าตอบแทนเป็นร้อยละของยอดขาย และผลตอบแทนรายเดือน	1. ความพึงพอใจของลูกค้า คนกลาง พนักงาน 2. ยอดขายที่เพิ่มขึ้น	มีค่าใช้จ่ายเพิ่มในการจัดกิจกรรม การส่งเสริมการขาย ความสามารถในการดำเนินงานของผู้จำหน่าย	1. ยอดขาย 2. ลูกค้าประจำ

### 3. ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี

#### ตาราง 4.21 พัฒนารูปแบบการจัดการการเงินและการบัญชี

วัตถุประสงค์เฉพาะ	กิจกรรม	เป้าหมาย	เชิงกลไก	ปัจจัยความสำเร็จ
<b>1. การวางแผนการเงิน</b> 1.1 การคาดคะเนความต้องการของตลาดจากข้อมูลยอดขายในอดีต 1.2 วางแผนความต้องการใช้เงินทุน 1.2.1 วางแผนระยะสั้น 1.2.2 วางแผนระยะยาว	1. การประชุมสมาชิกแบบมีส่วนร่วม 2. แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการคาดคะเนตลาดจากยอดขายในอดีต	1. ข้อมูลยอดขาย	1. ขาดการรวบรวมข้อมูลยอดขายในอดีต 2. สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนน้อยส่วนใหญ่มุ่งหน้าทำประโยชน์แก่กลุ่มฯ	1. กำหนดแผนเงินทุนระยะสั้นและระยะยาวที่สมาชิกยอมรับเข้าใจและให้ความร่วมมือในการดำเนินการตามแผน

ตาราง 4.21 (ต่อ)

วัตถุประสงค์โครงการ	กิจกรรม	เป้าหมาย	ปัจจัย	ปัจจัยความสำเร็จ
<p>2. การจัดหาแหล่งที่มาของเงินลงทุน</p> <p>แสวงหาเงินทุนจาก 3 แหล่ง ได้แก่</p> <p>2.1 การระดมทุนจากสมาชิก</p> <p>2.2 การของบประมาณสนับสนุน</p> <p>จากภาครัฐในหลายรูปแบบ คือ การให้เปล่า การให้กู้แบบไม่มีอัตราดอกเบี้ย และการให้กู้แบบอัตราดอกเบี้ยต่ำ</p> <p>2.3 การกู้ยืมจากสถาบันการเงินที่ให้การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน</p>	<p>1. กลุ่มมีการระดมทุนโดยการออกหุ้นประมาณ 100 บาทต่อหุ้น และเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า 20 บาท</p> <p>2. ประสานงานกับภาครัฐเพื่อของบประมาณสนับสนุนเช่น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น พัฒนาชุมชน ศูนย์หม่อนไหม เป็นต้น</p> <p>3. กองทุนการเงินภายในชุมชน เช่น เงินออมสัจจะเงินกองทุนหมู่บ้าน</p>	<p>1. เงินทุนหมุนเวียน</p> <p>2. เครือข่ายหน่วยงานภาครัฐ ที่ให้การสนับสนุน</p> <p>3. สภาพคล่องทางการเงิน</p>	<p>1. การระดมทุนจากสมาชิกมีการระดมทุนในช่วงแรกของการก่อตั้งเท่านั้น ทำให้มีเงินลงทุนน้อย</p> <p>2. การงบประมาณของภาครัฐให้การสนับสนุนไม่ต่อเนื่อง</p> <p>3. ความรับผิดชอบที่ต้องชำระหนี้ตามกำหนดเวลา</p>	<p>1. มีแหล่งที่มาของเงินลงทุนเพื่อสร้างสภาพคล่องทางการเงิน</p> <p>2. ความสามารถเข้าถึงเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐเพื่อขอรับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง</p> <p>3. ความสามารถในการชำระหนี้เงินกู้ตามระยะเวลาที่กำหนด</p>

ตาราง 4.21 (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	กิจกรรม	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ปัจจัยความสำเร็จ
<p>3. การจัดการการใช้เงินทุน</p> <p>3.1 การจัดซื้อวัตถุดิบ และเครื่องมืออุปกรณ์</p> <p>3.2 ค่าจ้างการผลิต เช่น การสาวไหม การมัดหมี่ ฟอกย้อม และการทอ</p>	<p>กองทุนบาทสตรี</p> <p>กองทุนพึ่งพาตนเอง</p> <p>และสถาบันการเงิน</p> <p>ภายนอก เช่น ธนาคาร</p> <p>ออมสิน ธนาคารเพื่อ</p> <p>การเกษตรและสหกรณ์</p> <p>เป็นต้น</p>	<p>1. จำนวนเงินทุนที่ใช้ในการจัดซื้อวัตถุดิบเครื่องมืออุปกรณ์</p>	<p>1. วัตถุดิบแต่ละมีราคาแตกต่างกัน</p> <p>2. ต้นทุนต่ำกว่าความเป็นจริง</p> <p>เนื่องจากสมาชิกไม่คิดค่าแรงในการผลิต</p>	<p>1. การใช้เงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>2. การจัดซื้อวัตถุดิบโดยคำนึงถึงคุณภาพและต้นทุนต่ำ</p> <p>3. การกำหนดค่าจ้างการผลิตที่เหมาะสมกับความง่ายของงาน</p>

ตาราง 4.21 (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	กิจกรรม	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด	ปัจจัยความสำเร็จ
3.3 การชำระหนี้เงินกู้	2. การจ่ายค่าจ้างการผลิต 2.1 การจ้างเหมาจ่ายผ้าไหมเป็นพื้นประมาณ 600 บาทต่อเมตร 2.2 จ่ายค่าจ้างในแต่ละตอนการผลิต เช่นการมัดหมี่ 700 บาทต่อลูก การขึ้นตะกอก 50 บาทต่อลูก	1. ความสามารถชำระหนี้เงินกู้ตามกำหนดเวลา	สมาชิกรายได้ไม่แน่นอน	มีเครดิตน่าเชื่อถือ



ตาราง 4.21 (ต่อ)

วัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน	กิจกรรม	สิ่งที่ได้	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ปัจจัยความสำเร็จ
3.4 การพัฒนาบุคลากร โดยกรอบรมศึกษาดูงาน	1. การคัดเลือกบุคคลเข้าอบรมให้เหมาะสม 2. วางแผนการใช้เงินเพื่อสนับสนุนการอบรม โดยมีค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าเบี้ยเลี้ยง และค่าที่พัก	พัฒนาการรู้พัฒนาทักษะ และนำไปปฏิบัติจริง	1. ข้อจำกัดเงินทุนของกลุ่มมีน้อย	การจัดการเงินทุนให้สอดคล้องกับการพัฒนาบุคลากร
3.5 จัดสรรผลประโยชน์และสวัสดิการแก่สมาชิก	1. การวางแผนการจัดสรรเงินสวัสดิการแก่สมาชิก 2. ดำเนินการตามแผนการให้สวัสดิการ เช่น งานศพ งานแต่งงาน งานประเพณี	สร้างขวัญและกำลังใจให้แก่มหาชิก	เงินทุนมีน้อย จัดสรรสวัสดิการไม่มากนัก	พัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีความสามัคคี จัดสรรผลประโยชน์อย่างยุติธรรม

ตาราง 4.21 (ต่อ)

ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อโครงการ	ปัจจัยภายใน	ปัจจัยบุคคล	ปัจจัยเทคนิค	ปัจจัยกฎหมาย
<p><b>4. การควบคุม</b></p> <p>4.1 การจดบันทึกบัญชีรับ-จ่ายอย่าง ต่อเนื่อง</p> <p>4.2 สรุปผลการดำเนินงานตามระบบ บัญชี</p> <p>4.3 ตรวจสอบการเงินและปรับปรุง ระบบการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ</p>	<p>1. การอบรมเชิงปฏิบัติ เกี่ยวกับระบบบัญชี คร่าวเรือน</p> <p>2. การมอบหมาย ผู้รับผิดชอบ</p> <p>3. มีการตรวจสอบการ บันทึกบัญชีอย่างต่อเนื่อง</p> <p>4. ประชุมเพื่อรายงาน ผลการดำเนินงาน</p>	<p>ระบบบัญชีที่ดี มีผู้รับผิดชอบ</p>	<p>1. สมาชิกมีทักษะ ความรู้ทางบัญชีน้อย</p> <p>2. การบันทึกบัญชี ไม่เป็นระบบและ ไม่ต่อเนื่อง</p>	<p>การวางระบบบัญชีที่โปร่งใส ตรวจสอบได้</p>

## ผลการตรวจสอบรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

จากการพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการในขั้นตอนการตรวจสอบข้อมูลจากเครื่องมือการวิจัย 2 แบบ คือ 1) แบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และ 2) แบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ ดังนี้

1. **แบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group)** เป็นการตรวจสอบความเหมาะสมในการนำไปใช้ เพื่อการพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จากความคิดเห็นของนักวิชาการ จำนวน 5 คน ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร.อนันตชัย พงศ์สุวรรณ ผู้เชี่ยวชาญด้านภาวะผู้นำ ตำแหน่งผู้ทรงคุณวุฒิมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

2. รองศาสตราจารย์ สมบัติ ประจักษ์สานต์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ตำแหน่งอาจารย์ประจำสาขาวิชา เทคโนโลยีสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริพร หงส์พันธ์ ผู้เชี่ยวชาญการวิจัยด้านวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม ตำแหน่ง ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

4. อาจารย์ ดร.รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ ผู้เชี่ยวชาญการวิจัยด้านการจัดการ งานวิจัยเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

5. นางเสียงรัตน์ กิรติมาศ ผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบการ ตำแหน่ง ประธานหอการค้า จังหวัดบุรีรัมย์

### 1.1 สรุปผลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเชิงวิชาการ

ผลการตรวจสอบความเหมาะสมในการนำไปใช้ ของผู้เชี่ยวชาญเชิงวิชาการ ในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2558 เวลา 9.00 -12.00 น. ณ ห้องประชุมไกรรณภูมิ ตึก 13 ชั้น 2 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จำนวน 5 ท่าน มีความคิดเห็นตรงกันว่าการพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จากร่างที่ผู้วิจัยนำเสนอมีความเหมาะสมดีทั้งในด้านการจัดการการผลิต การจัดการการตลาด และการจัดการการเงินและการบัญชี และควรศึกษาเพิ่มเติมด้านการส่งเสริมการพัฒนาบุคคลเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ครบตามการจัดการทรัพยากร (4M) คือด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านบุคคล เพื่อการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ดังรายละเอียดดังนี้

### 1.1.1 ด้านการจัดการการผลิต

1) การสำรวจความต้องการของลูกค้าเพื่อกำหนดปริมาณการผลิตโดยวางแผนในแต่ละด้าน และรวบรวมข้อมูลปริมาณการผลิตเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ

2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรพัฒนานักออกแบบที่สามารถเขียนลวดลายได้หลากหลาย ควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ดูดีในการซื้อ ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีเอกลักษณ์แปลกใหม่และราคาถูกเพื่อเตรียมความพร้อมสู่การแข่งขัน โดยมุ่งเน้นวัฒนธรรมท้องถิ่น การสงวนสิทธิ์แหล่งกำเนิดหรือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ผ้ามัน ผ้าปูโต๊ะ เครื่องใช้ครัวเรือนเพื่อการตอบสนองกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ

3) ทรัพยากรการผลิต ควรมีการวางแผนทรัพยากรการผลิต 4 ด้าน ได้แก่

3.1) ด้านวัตถุดิบ ควรปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเพิ่มขึ้นเพื่อลดต้นทุนการผลิต กรณีวัตถุดิบที่ไม่สามารถผลิตเอง ควรจัดหาแหล่งซื้อวัตถุดิบที่ราคาถูก สะดวก รวดเร็ว จากแหล่งซื้อวัตถุดิบหลายๆ แห่ง เพื่อจัดหาวัตถุดิบการผลิตที่มีอำนาจต่อรองทำให้มีต้นทุนต่ำ และจัดซื้อได้อย่างรวดเร็วต่อการดำเนินการผลิตได้ทันตามความต้องการของลูกค้า

3.2) ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ ควรจัดหาหม้ออัดความดันลอกกาวจากเส้นไหม เพื่อควบคุมคุณภาพเส้นไหม และนำเทคโนโลยีนาโนเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการผลิต มีการพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์ให้ทันสมัย

3.3) ด้านแรงงาน ควรพัฒนาทักษะภูมิปัญญาการทอผ้าให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล และมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบตามความถนัด มีวิธีการจูงใจให้คนรุ่นใหม่ยอมรับและเห็นคุณค่าในการสืบทอดอาชีพทอผ้าเพื่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีลักษณะโดดเด่นเหนือกว่าประเทศเพื่อนบ้าน

3.4) ด้านเครือข่ายความร่วมมือทางการผลิต ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์) หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อการพัฒนาวัตถุดิบ จัดหาวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย

### 1.1.2 ด้านการจัดการการตลาด

1) ผลิตภัณฑ์ ควรรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีความหลากหลายแปลกใหม่และราคาถูก เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำไปใช้ประโยชน์หลายทาง และผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์แตกต่าง เช่น ผ้ามัน ผ้าปูโต๊ะ เครื่องใช้ครัวเรือน เพื่อการตอบสนองกลุ่มลูกค้าทั้งตลาดบนและตลาดล่าง

2) ราคาควรมีการกำหนดราคาตามกลุ่มผู้บริโภค โดยการประสานความร่วมมือกับเครือข่ายเพื่อการกำหนดราคารามาตรฐานร่วมกัน

3) ช่องทางการจำหน่ายควรจัดหาแหล่งจำหน่ายนอกเพิ่มมากขึ้น โดยประธานและกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องเป็นผู้มีความพร้อมในด้านเวลา พาหนะ ฐานะทางการเงิน และมีคุณลักษณะเป็นผู้จัดจำหน่าย อีกทั้งยังต้องมีความสามารถในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการตลาดมากขึ้นเพื่อการขยายช่องทางการจำหน่ายทั้งตลาดภายในภายนอกประเทศ

3.1) ด้านตลาดภายในประเทศ มีแหล่งจำหน่ายในตลาดระดับชุมชน ตลาดระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ระดับประเทศ โดยการออกงานแสดงสินค้า OTOP การประชุมสัมมนาวิชาการ แหล่งท่องเที่ยว ร้านค้าในสนามบิน (King Power) ห้างสรรพสินค้า และจำหน่ายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภท Facebook

3.2) ด้านตลาดภายนอกประเทศ การออกงานแสดงสินค้า OTOP ระหว่างประเทศ จัดโดยสำนักงานพัฒนาชุมชน มีการนำผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่ผ่านการได้รับรางวัลการรับรองคุณภาพไปจำหน่ายที่ตลาดคลองเวงประเทศกัมพูชา ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

3.3) เครือข่ายความร่วมมือทางการตลาด ควรพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ปัจจุบันหอการค้า พาณิชย์จังหวัด ร้านอาหาร เป็นเครือข่ายทางการตลาด โดยสร้างกิจกรรมเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยว เป็นเครือข่ายธุรกิจกีฬา โรงแรม ร้านอาหาร (โครงการหนูนิดชวนชิม) ซึ่งสามารถนำผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมาเชื่อมโยงได้เป็นผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกจากผ้าไหมเพื่อการขยายตลาดสู่ประเทศเพื่อนบ้าน

4) การส่งเสริมการตลาด ควรส่งเสริมการตลาดด้วยการจำหน่ายในระบบเงินสด จะดีกว่าการให้เครดิต เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีเงินทุนหมุนเวียนน้อย ย่อมมีความเสี่ยงต่อการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน ถ้ามีการให้เครดิตจะทำให้การได้รับเงินทุนล่าช้า

### 1.1.3 ด้านการจัดการเงินและการบัญชี

1) การวางแผนการเงินควรวิเคราะห์สถานการณ์ภายใน – ภายนอกวิสาหกิจชุมชนแบบมีส่วนร่วมโดยประธาน กรรมการ และสมาชิก เพื่อการวางแผนการเงินล่วงหน้า และควรมีการวางแผนระยะสั้นและระยะยาว

2) การจัดหาแหล่งเงินทุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องใช้ความสามารถในการเข้าถึงการสนับสนุนงบประมาณของภาครัฐ เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากงบประมาณของภาครัฐมีจำกัด และควรแสวงหาเงินทุนจากสถาบันการเงินที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำเพื่อการขยายเงินทุนหมุนเวียน เนื่องจากการระดมเงินทุนจากสมาชิกมีน้อย

3) ด้านการควบคุมเงินทุน ควรมีการควบคุมการเงินด้วยระบบการบันทึกบัญชี  
รับ - จ่ายทางการเงินอย่างต่อเนื่อง

### 1.2 สรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเชิงปฏิบัติการ

ผลการตรวจสอบความเหมาะสมในการนำไปใช้ โดยผู้เชี่ยวชาญเชิงปฏิบัติการ  
จำนวน 5 คน ได้แก่

1. นางปราโมทย์ สิงห์จรงค์ค์ ตำแหน่ง ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง  
ตำบลคอนกอก อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์
2. นางมะลิ สีดี ตำแหน่ง กรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองตาไถ่น้อย ตำบล  
หนองตาไถ่น้อย อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์
3. นางกุลกนก เพชรเลิศ ตำแหน่ง รองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน  
บ้านสนวนนอก ตำบลสนวนนอก อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์
4. นายอริยพล กลองชัย ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่โครงการให้บริการและติดตามผล  
การใช้เครื่องหมายรับรองผ้าไหมไทยตรานกยูงพระราชทาน ศูนย์หม่อนไหมจังหวัดบุรีรัมย์  
สาขาย่อยอำเภอพุทไธสง
5. นางธัญพร โนนสิงห์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่เคหะกิจ สำนักงานเกษตร อำเภอกะสัง  
จังหวัดบุรีรัมย์

จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเชิงปฏิบัติการ จำนวน 5 ท่าน มีความคิดเห็นตรงกัน  
ว่าการพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์  
มีความเหมาะสมดี ในด้านการจัดการการผลิต การจัดการการตลาด และการจัดการการเงินและ  
การบัญชี และมีความคิดเห็นเพิ่มเติมเพื่อการนำไปใช้ดังนี้

#### 1.2.1 ด้านการจัดการการผลิต

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูงมีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม โดยได้รับการส่งเสริม  
จากศูนย์หม่อนไหมจังหวัดบุรีรัมย์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งสีธรรมชาติและสีเคมี  
ซึ่งสมาชิกแต่ละครัวเรือนลงทุนการดำเนินการผลิตเองและมีสมาชิกบางคนรับจ้างทอผ้าได้รับ  
ค่าแรง 300 บาทต่อเมตร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสนวนนอก มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม  
มีเครื่องสืบไหมและกี่กระตุกจำนวน 4 เครื่อง มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งสีธรรมชาติและ  
สีเคมี เช่น ผ้าหางกระรอก ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้ายกซิด ผ้ายกดอกพิศุล ผ้ามัดหมี่ เป็นต้น  
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองตาไถ่น้อย มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และซื้อเส้นไหมจากเครือข่าย  
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาโพธิ์ มีการดำเนินการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ทอผ้า และจัดจำหน่าย  
มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งสีธรรมชาติและสีเคมีเช่น ผ้ามัดหมี่ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าโสร่ง

ผ้าพันคอจากไหม ผ้าเปลือกนอก เป็นต้น

ดังนั้น รูปแบบการจัดการการผลิต ควรส่งเสริมความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้มีเอกลักษณ์และได้มาตรฐานและพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การขอรับ ตรานกยูงพระราชทาน เพื่อสร้างมูลค่าและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ควรมีการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานพัฒนาบรรจุภัณฑ์สวยงาม และดึงดูดความสนใจและควรเพิ่มจำนวนผู้ผลิตให้มากขึ้นเพื่อสร้างความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ควรพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน พัฒนาบรรจุภัณฑ์สวยงามและดึงดูดความสนใจ รัฐบาลควรสนับสนุนเทคโนโลยีที่สามารถผลิตผ้าไหมได้รวดเร็ว ควรมีการสืบสานภูมิปัญญาการทอผ้าจากบรรพบุรุษ โดยพัฒนาความรู้ความสามารถแก่คนรุ่นใหม่ และควรมีการสร้างเครือข่ายความช่วยเหลือกับหน่วยงานภายนอก เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ให้การช่วยเหลือในด้านการออกแบบลวดลายใหม่ๆ และการทำงานแบบเครือข่ายกับ โรงเรียนวัดสระทอง อำเภอนาโพธิ์ โรงเรียนร่วมจิตร อำเภอละหานทราย โรงเรียนโคกสูง อำเภอกระสัง เป็นต้น เพื่อปลูกฝังความรักในอาชีพการทอผ้า เป็นต้น

#### 1.2.2 ด้านการจัดการการตลาด

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมผลิตภัณฑ์จากกลุ่ม ๆ อื่น โดยกลุ่ม ๆ มีหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพก่อนการนำส่งให้ร้านจิตรลดา ซึ่งเป็นตลาดคนกลางที่รับผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายและขยายตลาดสู่ตลาดต่างประเทศ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสนวนนอก ได้รับการส่งเสริมเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวไหม รัฐบาลสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีการพัฒนาธุรกิจที่พัก เช่น บ้านสนวนรีสอร์ทโฮมสเตย์ เป็นต้น และกลุ่ม ๆ มีการจัดจำหน่ายนอกสถานที่โดยการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่ส่งเสริมการตลาด โดยการออกงานแสดงสินค้า OTOP ทั้งระดับชุมชน อำเภอ จังหวัดและระดับประเทศ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองตาไก่น้อย ได้รับการส่งเสริมเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวไหม รัฐบาลสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมซึ่งตั้งอยู่ในเส้นทางระหว่างบุรีรัมย์-นางรอง มีการจัดจำหน่ายนอกสถานที่โดยการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่ส่งเสริมการตลาด โดยการออกงานแสดงสินค้า OTOP ทั้งระดับชุมชน อำเภอ จังหวัดและระดับประเทศ

ดังนั้น รูปแบบการจัดการการตลาด รัฐบาลควรส่งเสริมกลุ่ม ๆ ให้มีโอกาสขยายสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น (นางปราโมทย์ สิงห์จรงค์ศักดิ์) ควรเชื่อมโยงหมู่บ้านท่องเที่ยวไหมกับธุรกิจเครือข่าย (รีสอร์ทโฮมสเตย์ ศูนย์จำหน่ายผ้าไหม) เพื่อเป็นศูนย์การเรียนรู้ครบวงจร แหล่งศึกษาดูงาน แหล่งจำหน่ายสินค้าแก่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว (นางกุลกนก เพชรเลิศ) ส่วนใหญ่ประชาชนมีบทบาทเป็นผู้จัดจำหน่ายเนื่องจากมีความพร้อม

ด้านพาหนะ การเงิน และมีความสามารถในการประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาดได้ดีกว่า และควรขยายช่องทางการจำหน่ายด้วยระบบ Social Online

### 1.2.3 ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง มีจำนวนสมาชิก 90 คน กลุ่มฯ ไม่มีการระดมทุนจากสมาชิกแต่มีเงินทุนหมุนเวียนจากการสนับสนุนของภาครัฐจำนวน 100,000 บาท ถ้าสมาชิกต้องการขยายเงินทุนก็สามารถเงินกู้จากสถาบันการเงินโดยสมาชิกแต่ละคนเป็นผู้รับผิดชอบเอง สำหรับรายได้จากการลงทุนผลิตผ้าไหม และการรับจ้างผลิตผ้าไหม (ค่าจ้าง 300 บาทต่อเมตร) สมาชิกจะมีรายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาทต่อเดือนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสนวนนอก มีจำนวนสมาชิกจำนวน 40 คนและมีการระดมทุนจากสมาชิกโดยออกหุ้นๆ ละ 100 บาท ปัจจุบันมีเงินทุนหมุนเวียนจำนวน 300,000 บาท ค่าใช้จ่ายของกลุ่มเป็นรายจ่ายจากการจัดซื้อเครื่องมืออุปกรณ์ วัสดุดิบ (เส้นไหม สี) ค่าแรงการทอผ้าฝืน 35 บาท/เมตร ผ้าหางกระรอก 70 บาท/เมตรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองคาไถ่มีมีการระดมทุนจากสมาชิกโดยออกหุ้น ๆ ละ 100 บาท ปัจจุบันจำนวนสมาชิกจำนวน 74 คน และมีเงินทุนหมุนเวียน จำนวน 140,000 บาท มีการกู้ยืมในปี พ.ศ. 2554 จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ จำนวน 1,000,000 บาท

ดังนั้น รูปแบบการจัดการการเงินและการบัญชี กลุ่มฯ ควรแสวงหาแหล่งที่มาของเงินทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ เพื่อขยายกำลังการผลิต ซึ่งสามารถระดมทุนได้จากกองทุนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร องค์การบริหารส่วนตำบล กลุ่มออมสังจะ และกองทุนบทบาทสตรี

## 2. แบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้

ผู้วิจัยได้ทำแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ เพื่อยืนยันข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม การศึกษาพหุกรณี และการสนทนากลุ่ม โดยนำไปสำรวจกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมระดับดี จำนวน 6 กลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูล 5 คน คือ ประธาน 1 คน กรรมการ 2 คน สมาชิก 2 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน โดยพิจารณาตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจผลิตภัณฑ์ผ้าไหม และเลือกกลุ่มที่ไม่ใช่ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาพหุกรณีและการสนทนากลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านโนนศิลา 60 หมู่ 3 ตำบล ถลางเหล็ก
2. กลุ่มพัฒนาสตรีทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง 65/1 หมู่ 15 ตำบลจระเข้มาก
3. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านโนนตะคร้อ 19 หมู่ 12 ตำบลบ้านคู
4. วิสาหกิจชุมชนปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านโนนสะอาด 40 หมู่ 13 ตำบลบ้านคู



## 5. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านหายโศก 7 หมู่ 2

ตำบลหายโศก

### 6. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านสระแก้ว 57 หมู่ 6 ตำบลบ้านเป้า

แบบการประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง

ตอนที่ 2 รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วยรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ 3 ด้าน คือ ด้านการจัดการการผลิต ด้านการจัดการการตลาด ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี มีข้อคำถามจำนวน 33 ข้อ ซึ่งลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า มีความหมายดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ข้อความมีความเหมาะสมในการนำไปใช้มากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ข้อความมีความเหมาะสมในการนำไปใช้มาก

ระดับ 3 หมายถึง ข้อความมีความเหมาะสมในการนำไปใช้ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ข้อความมีความเหมาะสมในการนำไปใช้น้อย

ระดับ 1 หมายถึง ข้อความมีความเหมาะสมในการนำไปใช้น้อยที่สุด

การปรับปรุงแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ ผู้วิจัยได้ร่างแบบประเมินความเหมาะสม ฯ จากผลการศึกษาแล้วส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา

ความเหมาะสมและความสอดคล้องของคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัยจำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. กิ่งแก้ว ปะติตั้งใจ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. นลินทิพย์ พิมพ์กัลลัด อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม อาจารย์ประจำสาขาวิชาภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

3. รองศาสตราจารย์สมบัติ ประจัญสานต์ อาจารย์ประจำเทคโนโลยีสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

ผลการศึกษาแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 6 กลุ่มๆ ละ 5 คน รวมเป็น 30 คน สามารถสรุปข้อมูลดังตาราง 4.22

ตาราง 4.22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบประเมิน

รายการ	จำนวน (n=30 คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	1	3.3
หญิง	29	96.7
<b>อายุ</b>		
31-40 ปี	2	6.7
41-50 ปี	13	43.3
51-60 ปี	9	30.0
61 ปีขึ้นไป	6	20.0
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ประถมศึกษา	22	73.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	10.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ เทียบเท่า	5	16.7
<b>ตำแหน่งใดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน</b>		
ประธานกลุ่ม	6	20.0
กรรมการกลุ่ม	12	40.0
สมาชิกกลุ่ม	12	40.0
<b>ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง</b>		
1 ปี	5	16.7
2 ปี	10	33.3
3 ปี	1	3.3
4 ปี	9	30.0
5 ปี	5	16.7
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4.22 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบประเมิน 4 พบว่า

เพศ ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 29คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 เพศชาย  
จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

อายุ ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 13คนคิดเป็นร้อยละ 43.3  
รองลงมา อยู่ระหว่าง 51-60 ปีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน  
คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ อยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ประถมศึกษา จำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ  
73.3 รองลงมา เป็นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 มัธยมศึกษาตอนต้น  
จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตำแหน่ง ส่วนใหญ่เป็นกรรมการและสมาชิก จำนวน 12 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 40.0 และเป็นประธาน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการดำรง 2 ปี  
จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา มีระยะเวลา 4 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0  
มีระยะเวลา 5 ปี และระยะเวลา 1 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และระยะเวลา 3 ปี  
จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตาราง 4.23 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมของแบบประเมินความเหมาะสม  
ในการนำไปใช้ตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

รายการ	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ด้านการจัดการผลิต	4.08	0.637	มาก
ด้านการจัดการตลาด	4.22	0.653	มาก
ด้านการเงินและการบัญชี	4.30	0.606	มาก
รวม	4.20	0.632	มาก

จากตาราง 4.23 พบว่า ความเหมาะสมในการนำไปใช้ของรูปแบบการจัดการกลุ่มวิสาหกิจ  
ชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.20$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า  
ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ตามค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านการเงินและการบัญชี  
( $\bar{X} = 4.30$ ) ด้านการจัดการตลาด ( $\bar{X} = 4.22$ ) และด้านการจัดการผลิต ( $\bar{X} = 4.08$ )

ตาราง 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมของแบบประเมินความเหมาะสม  
ในการนำไปใช้ตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม  
จังหวัดบุรีรัมย์ด้านการจัดการการผลิต

รายการ	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1.ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าก่อนการวางแผนการผลิต	4.10	0.481	มาก
2. ควรวางแผนการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่ง	4.77	0.711	มากที่สุด
3.ควรวางแผนวัตถุดิบการผลิตให้เพียงพอต่อกำลังการผลิต	3.97	0.718	มาก
4. ควรจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีคุณภาพและทันสมัยเพื่อตอบสนองความรวดเร็ว	4.07	0.640	มาก
5.ควรจัดหาแรงงานที่มีฝีมือ มีเพียงพอต่อกำลังการผลิต โดยเฉพาะฤดูทอผ้า	3.90	0.845	มาก
6. ควรดำเนินการผลิตให้ทันเวลาของคำสั่งซื้อ	3.97	0.718	มาก
7. ควรควบคุมต้นทุนการผลิตอย่างต่อเนื่อง	3.90	0.662	มาก
8. ควรหาวิธีการสืบสานภูมิปัญญาสู่คนรุ่นหลัง	3.97	0.615	มาก
9.ควรควบคุมคุณภาพให้ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพจากหน่วยงานที่มีชื่อเสียง	3.93	0.583	มาก
10. ควรรักษาสีแวดล้อมจากผลกระทบของการดำเนินการผลิตผ้าไหม	4.10	0.607	มาก
11.ควรมีเครือข่ายทางการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์	4.17	0.648	มาก
12.ควรมีคุณธรรมจริยธรรมในการผลิต	4.07	0.691	มาก
รวม	4.08	0.637	มาก

จากตาราง 4.24 พบว่าความเหมาะสมในการนำไปใช้ของรูปแบบการจัดการผลิต  
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณา

เป็นรายชื่อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก ตามค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ควรวางแผนการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ และแตกต่างคู่แข่ง ( $\bar{X} = 4.77$ ) รองลงมา คือ ควรมีเครือข่ายทางการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.17$ ) ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าก่อนการวางแผนการผลิต และควรรักษาสิ่งแวดล้อมจากผลกระทบของการดำเนินการผลิตผ้าไหม ( $\bar{X} = 4.10$ )

ตาราง 4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมของแบบประเมินความเหมาะสมตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการจัดการการตลาด

รายการ	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
13. ควรสำรวจความต้องการของลูกค้าเพื่อการวางแผนการตลาด	4.20	0.664	มาก
14. รวบรวมผลิตภัณฑ์จากสมาชิกและเครือข่ายที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่งเพื่อการจำหน่าย	4.13	0.730	มาก
15. ความสามารถในการเข้าถึงความช่วยเหลือ ของเครือข่ายทางการตลาด	4.17	0.648	มาก
16. ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมตามคุณภาพและภาวการณ์แข่งขัน	4.20	0.664	มาก
17. จำหน่ายทางตรงผ่านตลาดชุมชนและงานแสดงที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดขึ้น	4.37	0.669	มาก
18. การจัดจำหน่ายทางอ้อมผ่านพ่อค้าคนกลาง	4.10	0.662	มาก
19. ควรมีคุณธรรมจริยธรรมทางการตลาด	4.10	0.662	
20. ขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบไปรษณีย์และสื่อออนไลน์	4.27	0.583	มาก
21. การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้าย โฆษณา การทำนามบัตร	4.30	0.651	มาก
22. ควรจัดจำหน่ายด้วยระบบเงินสด	4.13	0.629	มาก
23. บรรลุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจ	4.43	0.629	มาก
รวม	4.22	0.653	มาก

จากตาราง 4.25 พบว่า ความเหมาะสมของรูปแบบการจัดการการตลาดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.22$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก ตามค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บรรลุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจ ( $\bar{X} = 4.43$ ) รองลงมาคือ จำหน่ายทางตรงผ่านตลาดชุมชนและงานแสดงที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดขึ้น ( $\bar{X} = 4.37$ ) และการ โฆษณาประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้าย โฆษณาการทำนามบัตร ( $\bar{X} = 4.30$ )

ตาราง 4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมของแบบประเมินความเหมาะสมตามความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการจัดการการเงินและบัญชี

รายการ	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
24. ควรวางแผนคาดคะเนความต้องการของตลาดเพื่อวางแผนความต้องการใช้เงินทุน	4.27	0.740	มาก
25. ควรให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาว	4.30	0.535	มาก
26. ควรมีการระดมทุนจากสมาชิก การสนับสนุนของภาครัฐการเงินภายในชุมชนและสถาบันการเงิน	4.20	0.664	มาก
27. การจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ ใช้วิธีการรวบรวมยอดซื้อจากสมาชิกอื่นเพื่อต่อรองราคาต้นทุน	4.30	0.535	มาก
28. ค่าจ้างการผลิตมีการจ่ายเป็นรายวัน และเหมาะสมตามความยากง่ายของงาน	4.33	0.661	มาก
29. สมาชิกมีความสามารถในการหารายได้เพื่อการชำระหนี้	4.60	0.498	มาก
30. ควรจัดสรรเงินทุนเพื่อการอบรมทักษะความรู้แก่สมาชิก	4.13	0.571	มาก
31. ควรจัดสรรผลประโยชน์และสวัสดิการแก่สมาชิกอย่างยุติธรรม	4.20	0.664	มาก
32. ควรมีผู้รับผิดชอบการบัญชีอย่างต่อเนื่อง	4.30	0.535	มาก
33. ควรควบคุมการเงินด้วยการจดบันทึกบัญชีอย่างต่อเนื่องและมีระบบบัญชีที่โปร่งใสตรวจสอบได้	4.33	0.661	มาก
รวม	4.30	0.606	มาก

จากตาราง 4.26 พบว่า ความเหมาะสมในการนำไปใช้ของรูปแบบการจัดการการเงิน และบัญชีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.30$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากตามค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สมาชิกมีความสามารถในการหารายได้เพื่อการชำระหนี้ ( $\bar{X} = 4.60$ ) รองลงมาคือ ค่าจ้างการผลิตมีการจ่ายเป็นรายวัน และเหมาะสมตามความยากง่ายของงาน และควรควบคุมการเงินด้วยการจดบันทึกบัญชีอย่างต่อเนื่องและมีระบบบัญชีที่โปร่งใสตรวจสอบได้ ( $\bar{X} = 4.33$ ) และควรให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาว และ ควรการจัดซื้อวัตถุดิบเครื่องมืออุปกรณ์ ใช้วิธีการรวบรวมยอดซื้อจากสมาชิกอื่นเพื่อต่อรองราคาค่าต้นทุน ( $\bar{X} = 4.30$ )

ข้อเสนอแนะจากแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ของรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมมีดังนี้

**ด้านการจัดการการผลิต** ควรใช้เทคนิคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยการออกแบบตลาดใหม่ที่มีความหลากหลาย มีการอบรมการพัฒนาทักษะฝีมือให้มากขึ้น (กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านหายโศก); (กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านโคกสะอาด); (กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านสระแก้ว) และควรจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ (กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านโนนศิลา)

**ด้านการจัดการการตลาด** ควรเพิ่มช่องทางการตลาดให้หลากหลาย (กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านโคกสะอาด); (กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านสระแก้ว); (กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านโนนตะคร้อ) ทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ

**ด้านการจัดการเงินและการบัญชี** ควรจัดหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลายในอัตราดอกเบี้ยต่ำ และปรับปรุงระบบบัญชีให้เป็นระบบ

สรุปผลจากแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ของรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ดังนี้

โดยรวม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ของรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งทางด้านการจัดการการผลิต การจัดการการตลาด และการจัดการการเงินและบัญชี อยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาแต่ละรูปแบบ พบว่า รูปแบบการจัดการการผลิต มีความเหมาะสมในการนำไปใช้อยู่ในระดับมาก จากการพิจารณารายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1) การวางแผนออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ และแตกต่างคู่แข่ง 2) ควรมีเครือข่ายทางการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และ 3) ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าก่อนการวางแผนการผลิต และควรรักษาสิ่งแวดล้อมจากผลกระทบของการดำเนินการผลิตผ้าไหม

2. รูปแบบการจัดการการตลาดมีความเหมาะสมในการนำไปใช้ในระดับมาก จากการพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1) บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจ 2) จำหน่ายทางตรงผ่านตลาดชุมชนและงานแสดงที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดขึ้น 3) การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้าย โฆษณา การทำนามบัตร เป็นต้น

3. รูปแบบการจัดการการเงินและบัญชี มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ อยู่ในระดับมาก จากการพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่าตามค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1) สมาชิกมีความสามารถในการหารายได้เพื่อการชำระหนี้ 2) ค่าจ้างการผลิตมีการจ่ายเป็นรายวัน และเหมาะสมตามความยากง่ายของงาน และ ควรควบคุมการเงินด้วยการจดบันทึกบัญชีอย่างต่อเนื่อง และมีระบบบัญชีที่โปร่งใสตรวจสอบได้ 3) และควรให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการเงิน ทั้งระยะสั้นและระยะยาว และ ควรการจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ ใช้วิธีการรวบรวมยอดซื้อจากสมาชิกอื่นเพื่อต่อรองราคาค้นทุน

จากข้อมูลผู้วิจัยได้รวบรวมจากผลศึกษาในแบบสอบถาม พหุกรณี และผลการประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ พบว่ามีความสอดคล้องกับการพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ดังตาราง 4.27

ตาราง 4.27 เปรียบเทียบผลการศึกษาโดยรวมในแบบสอบถาม พหุกรณี และผลการประเมินฯ

ผลการศึกษาจากแบบสอบถาม	ผลการศึกษาจากพหุกรณี	ผลการประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้
<p><b>1. ด้านการจัดการการผลิต</b></p> <p>1.1 การวางแผนการผลิตล่วงหน้า โดยวางแผนการขอรับการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์จากภาครัฐและวางแผนแรงงานให้เพียงพอต่อการผลิต</p> <p>1.2 การดำเนินการผลิตให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้</p> <p>1.3 ควบคุมต้นทุนการผลิตและตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์</p>	<p><b>1. ด้านการจัดการการผลิต</b></p> <p>1.1 วางแผนการขอรับการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์จากภาครัฐและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบลวดลายใหม่ ๆ</p> <p>1.2 การดำเนินการผลิตด้วยการส่งเสริมการสืบทอดภูมิปัญญาการผลิตสู่คนรุ่นใหม่</p>	<p><b>1. ด้านการจัดการการผลิต</b></p> <p>1.1 ควรวางแผนการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง</p> <p>1.2 ควรมีเครือข่ายการผลิตเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์</p> <p>1.3 ควรวางแผนสำรวจความต้องการของลูกค้าก่อนวางแผนการผลิตและควรรักษาสิ่งแวดล้อมจากผลกระทบของการดำเนินการผลิตผ้าไหม</p>



ตาราง 4.27 (ต่อ)

ผลการศึกษาจากแบบสอบถาม	ผลการศึกษาจากพหุกรณี	ผลการประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้
<p><b>2. ด้านการจัดการการตลาด</b></p> <p>2.1 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์</p> <p>2.2 สามารถประสานงานกับ เครือข่ายทางการตลาด</p> <p>2.3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และ แตกต่างจากคู่แข่งขั้นและการส่งเสริม การขายเช่น ลด แลก แจก แถม</p> <p><b>3. ด้านการจัดการการเงินและการ บัญชี</b></p> <p>3.1 การวางแผนการเงินล่วงหน้าเพื่อ การวางแผนสะสมเงินทุนในอนาคต</p> <p>3.2 การแสวงหาเงินทุนจากภายนอก</p> <p>3.3 ภาครัฐให้การสนับสนุนด้าน งบประมาณและสมาชิกได้รับ ผลประโยชน์ทางการเงินอย่างยุติธรรม</p>	<p><b>2. ด้านการจัดการการตลาด</b></p> <p>2.1 ขยายช่องทางการจำหน่ายให้ หลากหลาย</p> <p>2.2 ขยายช่องทางการจำหน่าย ทางไปรษณีย์ สื่อออนไลน์</p> <p><b>3. ด้านการจัดการการเงินและการ การบัญชี</b></p> <p>3.1 เพิ่มเงินทุนหมุนเวียนด้วย การขอรับการสนับสนุนจาก ภาครัฐ แบบการให้กู้ยืมโดยไม่มี อัตราดอกเบี้ย งบประมาณ</p> <p>3.2 จัดทำระบบบัญชีที่ชัดเจน</p>	<p><b>2. ด้านการจัดการการตลาด</b></p> <p>2.1 บรรลุวัตถุประสงค์ดึงดูด ความสนใจ</p> <p>2.2 กลุ่มมีการจัดจำหน่ายในตลาด ระดับชุมชนและงานแสดงสินค้า ที่หน่วยงานภายนอกจัดขึ้น</p> <p>2.3 ควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์</p> <p><b>3. ด้านการจัดการการเงินและการ บัญชี</b></p> <p>3.1 สมาชิกมีความสามารถในการ หารายได้เพื่อการชำระหนี้</p> <p>3.2 การจ้างการผลิตมีการจ่าย เป็นรายวันหรือเหมาจ่ายตาม ความยากง่ายของงาน และควร ควบคุมการเงินด้วยการจดบันทึก บัญชีอย่างต่อเนื่อง โปร่งใส ตรวจสอบได้</p> <p>3.3 ควรให้สมาชิกมีส่วนร่วมใน การวางแผนการเงินทั้งระยะสั้น และระยะยาว ควรจัดวัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์โดยสมาชิก หลายคนร่วมกันซื้อเพื่อมีอำนาจ ต่อรอง</p>

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์  
ครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methodology) โดยสรุปผลการวิจัย  
เรียงลำดับ ซึ่งประกอบด้วย ความมุ่งหมายของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย  
อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์  
ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

#### วิธีดำเนินการวิจัย

##### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้คือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์  
ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 144 กลุ่ม โดยมีผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่มประกอบด้วย ประธาน 1 คน  
กรรมการ 2 คน สมาชิก 2 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 720 คน

กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ได้ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified  
Random Sampling) โดยใช้สัดส่วนเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์  
แต่ละอำเภอในอัตราร้อยละ 50 ได้จำนวนทั้งสิ้น 72 กลุ่มและผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่มประกอบด้วย  
ประธาน 1 คน กรรมการ 2 คน สมาชิก 2 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 360 คน

##### 2. ขั้นตอนการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินขั้นตอนของการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

- ระยะที่ 1 ศึกษาปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาการจัดการ  
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษา  
เอกสาร ตำรา บทความ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิด  
2) การวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง “ปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์” โดยใช้แบบสอบถาม 3) การศึกษาพหุกรณี (Multi- case Study) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ประเด็นเกี่ยวกับ บริบททั่วไป สภาพการดำเนินงาน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ในการศึกษาพหุกรณี 3 แห่ง คือ 1) ระดับดี ศึกษาจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง ตำบลศรีภูมิ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ 2) ระดับปานกลาง ศึกษาจากกลุ่มทอผ้าไหม บ้านหัวสะพาน ตำบลหัวสะพาน อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์ และ 3) ระดับปรับปรุง ศึกษาจากกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองขอน ตำบลกันทรารมย์ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

ระยะที่ 2 การพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จังหวัดบุรีรัมย์ โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในระยะที่ 1

ระยะที่ 3 การตรวจสอบรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จังหวัดบุรีรัมย์ โดยผู้วิจัยมีการตรวจสอบความเหมาะสมในการนำไปใช้ จากเครื่องมือตรวจสอบ 2 แบบ ได้แก่ แบบที่ 1 แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญเชิงวิชาการ จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญเชิงปฏิบัติการ จำนวน 5 คน ที่ให้ข้อคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะ แบบที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมระดับดีจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 6 กลุ่ม โดยมีผู้ให้ข้อมูลกลุ่มละ 5 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 30 คน เพื่อยืนยันรูปแบบการจัดการที่ได้พัฒนา จากกระบวนการวิจัยในแต่ละขั้นตอน ได้อย่างเหมาะสมและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ ในการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย มีจำนวน 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติของค่าร้อยละ ตอนที่ 2 ข้อมูล การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติของค่าร้อยละ ตอนที่ 3 ปัญหาและความต้องการการพัฒนาในการจัดการวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม เป็นวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้ศึกษาจากการศึกษา พหุกรณี โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา นอกจากนี้ยังมีแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ และเครื่องมืออุปกรณ์ช่วยในการเก็บข้อมูล ได้แก่ กล้องถ่ายรูป สมุดบันทึก เครื่องบันทึกเสียง และเครื่องบันทึกเทปวีดิทัศน์ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกต การสัมภาษณ์ และการตอบ แบบสอบถาม และนำผลของข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป

## สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ ดังนี้

### 1. ผลการศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จากแบบสอบถามและพหุกรณี พิจารณาในสามลำดับแรก ดังนี้

1.1 ด้านการจัดการผลิต มีปัญหาอยู่ในระดับมาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบปัญหาเกี่ยวกับการไม่มีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า ขาดการขอรับการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยจากภาครัฐ แรงงานมีไม่เพียงพอต่อการผลิต ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งอื่น การดำเนินการผลิตไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตและ ผลิตภัณฑ์ไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และขาดการสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าสู่คนรุ่นหลัง

1.2 ด้านการจัดการการตลาด มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบปัญหาเกี่ยวกับ ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์ เป็นต้น ขาดความสามารถในการประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด ช่องทางจำหน่ายน้อย สมาชิกจำหน่ายจำหน่ายในตลาดระดับหมู่บ้าน การบรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูดใจลูกค้า การจัดจำหน่ายโดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และตลาดต่างประเทศมีน้อย ขาดการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น

1.3 ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบปัญหาเกี่ยวกับ ขาดการวางแผนการเงินล่วงหน้า ภาครัฐให้การสนับสนุนงบประมาณน้อย การแสวงหาเงินทุนจากภายนอกโดยสมาชิกมีส่วนร่วมทางการเงิน เงินทุนหมุนเวียนมีน้อย สมาชิกได้รับผลประโยชน์ทางการเงินไม่ยุติธรรม การบันทึกบัญชีไม่เป็นระบบ เนื่องจากสมาชิกมีความรู้ด้านการบัญชีน้อย

### 2. ผลการศึกษาความต้องการในการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการศึกษาความต้องการในการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จากแบบสอบถามและพหุกรณี พิจารณาในสามลำดับแรก ดังนี้

2.1 ด้านการจัดการการผลิต มีความต้องการอยู่ในระดับมาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการเกี่ยวกับด้านการวางแผนการผลิตล่วงหน้า เพื่อขอรับการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์จากภาครัฐ และแรงงานที่มีเพียงพอต่อการผลิต ต้องการพัฒนาเทคนิคใหม่ๆ ในการผลิต

เพื่อการออกแบบลวดลายผ้าไหมทั้งลายโบราณ และลายประยุกต์และการย้อมสีธรรมชาติ  
ด้านการดำเนินการผลิตเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ด้านการควบคุมต้นทุนการผลิต และตรวจสอบ  
คุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่ายด้วยการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ต้องการสืบทอดภูมิปัญญา  
สู่คนรุ่นหลัง

2.2 ด้านการจัดการการตลาด มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจ  
ชุมชนมีความต้องการด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา  
นามบัตร สื่อออนไลน์ เป็นต้น และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลาย เช่น การซื้อขาย  
ทางไปรษณีย์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และผ่านคนกลาง เป็นต้น ด้านความสามารถประสานงาน  
กับเครือข่ายทางการตลาด โดยมีภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับ  
ระบบการซื้อขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ระบบการติดตามและการให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง  
และการเยี่ยมชมหมู่บ้าน ด้านผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่งชั้น และการส่งเสริม  
การขาย เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น และมีบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดใจลูกค้า

2.3 ด้านการเงินและการบัญชี มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจ  
ชุมชนมีความต้องการเกี่ยวกับ ด้านการวางแผนการเงินล่วงหน้า เพื่อการวางแผนการสะสมเงินทุน  
ในอนาคต ด้านการแสวงหาเงินทุนจากภายนอก เพื่อเพิ่มเงินทุนหมุนเวียน ด้านภาครัฐ  
ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านระบบบัญชี โดยมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐ  
ให้คำปรึกษาและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง และสมาชิกได้รับผลประโยชน์ทางการเงิน  
อย่างยุติธรรม

### 3. การพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการพัฒนารูปแบบจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์  
ที่ได้จากแนวคิด ทฤษฎี แบบสอบถาม การศึกษาพหุกรณี การสนทนากลุ่ม และแบบประเมิน  
ความเหมาะสมในการนำไปใช้ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

3.1. รูปแบบการจัดการการผลิต มีวิธีการดำเนินงานทางการผลิตที่เกี่ยวข้องกับ  
การวางแผนการผลิต การดำเนินการผลิต และการควบคุมการผลิต ดังนี้

3.1.1 การวางแผนการผลิต มีการวางแผนเกี่ยวกับ

1) สำรวจความต้องการของลูกค้าเพื่อวางแผนการผลิต จากการศึกษา  
พฤติกรรม ค่านิยมและทัศนคติ มากำหนดปริมาณการผลิตตามคำสั่งซื้อและความต้องการของตลาด  
เพื่อตอบสนองให้ทันต่อเวลาส่งมอบและการวางแผนการเงินล่วงหน้า

2) ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์แตกต่าง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิต  
ผ้าไหมการแปรรูปผ้าไหมเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่

ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีลวดลายโบราณ ลายประยุกต์ที่แปลกใหม่ และหลากหลาย เช่น ผ้ามัดหมี่ ผ้าโสร่ง ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ผ้าโสร่ง กระเป๋า เสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น มีความแตกต่างของแต่ละพื้นที่ เช่น ผ้าไหมเปลือยกนอกของอำเภอนางรอง (ราคาขาย 1,300-1,500 บาท) เป็นต้น มีเครือข่ายวัตถุดิบกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพดัง เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาโพธิ์ เป็นต้น

3) วางแผนทรัพยากรการผลิต ควรมีการจัดหาวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ ที่ทันสมัยมีคุณภาพ โดยพิจารณาจากคุณภาพของวัตถุดิบ ความสามารถในการผลิตของเครื่องมือ อุปกรณ์ ส่วนด้านแรงงานมุ่งเน้นการจัดการแรงงานในชุมชนเพื่อพัฒนาคนในชุมชนและสืบสานภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่ ด้วยการพัฒนาทักษะกระบวนการผลิต ด้านการสาวไหม การมัดหมี่ การข้อมสี การออกแบบผลิตภัณฑ์ การทอผ้า เป็นต้น เพื่อการสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าของบรรพบุรุษ โดยการจูงใจให้ร่วมกิจกรรม ร่วมเรียนรู้ และร่วมแก้ปัญหา ตั้งแต่ต้นน้ำ (การจัดหาวัตถุดิบ) กลางน้ำ (กระบวนการทอผ้าไหม) ปลายน้ำ (ผลผลิต การจัดจำหน่าย การให้บริการ) มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างบ้าน วัด โรงเรียน และคนในชุมชน เพื่อการพัฒนาฝีมือแรงงานให้มากขึ้น

3.1.2 การดำเนินการผลิต ควรมีการดำเนินงานตามแผนการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาการข้อมสีให้สม่ำเสมอทั้งสีธรรมชาติ และสีเคมี การเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น โดยเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ และการนำวัสดุเหลือมาแปรรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย โดยคำนึงถึงคุณภาพ และความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้า ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาครัฐภาคเอกชน เพื่อการสนับสนุนและการพึ่งพากันในด้านการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ เครื่องมือ อุปกรณ์ และการตลาด พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ที่มีชีวิต เพื่อเป็นฐานการผลิตครบวงจร และเป็นแหล่งศึกษาดูงานจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ และผู้สนใจ

3.1.3 การควบคุมการผลิต ควรมีการตรวจสอบและควบคุมกระบวนการผลิต ในด้านปริมาณ คุณภาพ การข้อมสี การมัดหมี่ การทอผ้า และผ้าผืน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพเพื่อขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต ที่เกี่ยวกับการข้อมสีเส้นไหม โดยกลุ่มมีการจัดทำบ่อน้ำเสียเพื่อขจัดกลิ่นเหม็น และไม่ทำให้น้ำเสีย

3.2. รูปแบบการจัดการการตลาด มีวิธีการดำเนินงานทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

3.2.1 ผลิตภัณฑ์ ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าและวิเคราะห์ข้อมูลยอดขายในอดีตเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคค่านิยม และทัศนคติ และวางแผนการรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่างเพื่อการจำหน่ายจากสมาชิก และเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชน เพื่อการตอบสนองความต้องการของตลาด และมีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ก่อนการจำหน่ายเสมอ

3.2.2 ราคา ควรมีการกำหนดราคาขายโดยบวกกำไรเพิ่มจากต้นทุน กำหนดราคาตามการแข่งขัน ซึ่งมีการตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่งในกรณีที่เข้าสู่ตลาดใหม่ การตั้งราคาเท่ากัน ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะที่ใกล้เคียงกัน การตั้งราคาสูงกว่าในกรณีที่ผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน และการการตั้งราคาขายเพื่อกระตุ้นการส่งเสริมการตลาด จะใช้วิธีการการให้เครดิต ส่วนลด การยอมให้

3.2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีช่องทางการจำหน่าย 2 ทาง คือ 1) การจำหน่ายทางตรง เป็นการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค โดยการจำหน่ายด้วยตนเองในตลาดระดับชุมชน ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด และระดับประเทศ ควรขยายตลาดต่างประเทศ จากโอกาสที่คนในชุมชนได้แต่งงานกับชาวต่างชาติ และสามารถดึงดูดชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวในท้องถิ่น ทำให้คนในชุมชนมีอาชีพและสร้างรายได้มากขึ้น โดยมีแหล่งจำหน่ายแน่นอน และการออกงานแสดงสินค้าของหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนทางการตลาด นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงผ่านระบบไปรษณีย์ ระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 2) การจำหน่ายทางอ้อม เป็นการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง เช่น ร้านขายไหม ร้านจิตรลดา ร้านภูฟ้า คิงส์เพาเวอร์ โครงการมูลนิธิศิลปาชีพบางไทร เป็นต้น ควรมีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในหมู่บ้านท่องเที่ยวใหม่ที่ภาครัฐให้การสนับสนุน เช่น บ้านสวนรีสอร์ท โฮมสเตย์ การแข่งขันฟุตบอล ศูนย์การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เป็นต้น

3.2.4 การส่งเสริมการตลาด ควรมีการดำเนินการ 4 ด้าน คือ ด้านการโฆษณา เป็นการแจ้งข้อมูลข่าวสารไปยังลูกค้าให้รับรู้เกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ โดยผ่านการทำนามบัตร แผ่นพับ สื่อวิทยุ โทรทัศน์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ การเชิญสื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานภาครัฐ ควรประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุชุมชน เพื่อการขยายตลาดภายในประเทศ ด้านการขาย โดยใช้พนักงาน มีการคัดเลือกพนักงานขายที่มีบุคลิกภาพด้านมนุษยสัมพันธ์ การสื่อสาร และมีเทคนิคการขายที่ดี โดยให้มีการแต่งกายด้วยชุดผ้าไหมในการจำหน่าย และจัดเตรียมเครื่องมือที่กระตุ้นการตัดสินใจซื้อ เช่น หนังสือนิตยสารแฟชั่นการแต่งกายด้วยผ้าไหม ห้องลองเสื้อผ้า และกระจก เป็นต้น ด้านการส่งเสริมการขาย มุ่งเน้น 3 ด้าน คือ ด้านมุ่งเน้นผู้บริโภค โดยการลด แจก แถม ชิงโชค ด้านมุ่งเน้นคนกลาง โดยการให้ส่วนลดและให้เครดิต และด้านมุ่งเน้นพนักงานขายโดยให้ค่าตอบแทน และคอมมิชชั่นกำหนดเงื่อนไขการซื้อ

### 3.3. รูปแบบการจัดการการเงินและการบัญชี มีวิธีการดำเนินงานทางการเงิน และบัญชี ดังนี้

3.3.1 การวางแผนการเงิน การคาดคะเนความต้องการของตลาดจากข้อมูล ยอดขายในอดีต เพื่อการวางแผนความต้องการใช้เงินทุน โดยสมาชิกมีส่วนร่วมในการเข้าประชุม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้สมาชิกเข้าใจ ยอมรับ และให้ความร่วมมือในการดำเนินการตามแผน การเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาว

3.3.2 การจัดหาแหล่งเงินทุน มีการจัดหาเงินทุนจาก 3 แหล่ง ได้แก่

- 1) เงินทุนจากสมาชิกที่ต้องการลงทุนในหุ้นซึ่งมีการกำหนดราคาแน่นอนมีการจ่ายค่าธรรมเนียมนำเข้า แต่มักจะมีการระดมทุนในช่วงก่อตั้งกลุ่มเท่านั้น
- 2) งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐในรูปแบบการให้เปล่า แบบไม่มีดอกเบี้ยหรือแบบมีดอกเบี้ยต่ำ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงาน การเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น
- 3) การกู้ยืมในกองทุนการเงินชุมชน และสถาบันการเงินที่ให้การ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เช่น เงินออมสัจจะ ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นต้น ทำให้เกิดสภาพคล่องทางการเงิน ควรเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการผลิต และในกรณีที่มีการกู้ยืม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรคำนึงถึงความสามารถในการหารายได้เพื่อการชำระหนี้ตามกำหนดเวลา

3.3.3 การจัดสรรการใช้เงินทุน มีการใช้เงินทุน 5 ด้าน

- 1) การจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ไม่สามารถผลิตเองได้ โดยใช้วิธีการรวบรวมขอซื้อจากสมาชิกอื่นเพื่อสร้างอำนาจต่อรองราคาค้นทุน
- 2) ค่าจ้างการผลิต กำหนดเป็นรายวันและแบบเหมาตามความยากง่าย ของงาน
- 3) การชำระหนี้เงินกู้ สมาชิกต้องใช้ความสามารถหารายได้ให้เพียงพอ ต่อการชำระหนี้ในแต่ละครั้งเพื่อสร้างสภาพคล่องทางการเงิน
- 4) การพัฒนาบุคลากร ควรมีการคัดเลือกบุคคลที่เข้าอบรมให้เหมาะสม กับหน้าที่ความรับผิดชอบเพื่อนำมาถ่ายทอดกระบวนการเรียนรู้ให้แก่สมาชิกที่ไม่ได้รับการอบรม และกลุ่มจะต้องการจัดสรรเงินทุนเพื่อเป็นค่าเดินทาง ค่าเบี้ยเลี้ยง การศึกษาดูงาน
- 5) การจัดสรรผลประโยชน์และสวัสดิการแก่สมาชิก เพื่อสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิก เช่น การจัดสรรเงินปันผล การให้สวัสดิการงานศพ งานแต่ง เป็นต้น ควรมีการจัดสรรค่าตอบแทนแก่ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมโดยดำเนินการ 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) การกำหนดอัตราส่วนที่แน่นอนจากยอดขาย เช่น อัตราร้อยละ 3 หักเข้ากลุ่มฯ ร้อยละ 7



ให้แก่ผู้จำหน่าย เป็นต้น 2) การกำหนดค่าตอบแทนจากผู้จำหน่าย โดยการบวกราคาเพิ่มจากที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากสมาชิก

3.3.4 การควบคุม เป็นการติดตาม กำกับดูแลการใช้เงินตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจดบันทึกรายรับ-รายจ่ายอย่างต่อเนื่อง มีการสรุปผลการดำเนินงานตามระบบบัญชี จัดทำงบดุล งบกำไรขาดทุน ตรวจสอบการเงินและปรับปรุงระบบเงินทุนในอนาคต ควรจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้วยระบบเงินสดมากกว่าการให้เครดิต เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีเงินทุนหมุนเวียนน้อย จึงมีความเสี่ยงต่อการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน ถ้าใช้ระบบเครดิตจะทำให้เกิดความล่าช้าในการได้รับเงินทุน

#### 4. สรุปผลจากแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ของรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ดังนี้

โดยรวม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ของรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งทางด้านการจัดการการผลิต การจัดการการตลาด และการจัดการการเงินและบัญชี อยู่ในระดับมาก จากการพิจารณาแต่ละรูปแบบ พบว่า

1. รูปแบบการจัดการผลิต มีความเหมาะสมในการนำไปใช้อยู่ในระดับมาก จากการพิจารณารายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1) การวางแผนออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ และแตกต่างคู่แข่งชั้น 2) ควรมีเครือข่ายทางการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ 3) ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าก่อนการวางแผนการผลิต และควรรักษาสิ่งแวดล้อมจากผลกระทบของการดำเนินการผลิตผ้าไหม

2. รูปแบบการจัดการการตลาด มีความเหมาะสมในการนำไปใช้อยู่ในระดับมาก จากการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1) บรรลุวัตถุประสงค์ดึงดูดความสนใจ 2) จำหน่ายทางตรงผ่านตลาดชุมชนและงานแสดงที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดขึ้น 3) การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้าย โฆษณา การทำนามบัตร เป็นต้น

3. รูปแบบการจัดการการเงินและบัญชี มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ อยู่ในระดับมาก จากการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ตามค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1) สมาชิกมีความสามารถในการหารายได้เพื่อการชำระหนี้ 2) ค่าจ้างการผลิตมีการจ่ายเป็นรายวัน และเหมาะสมตามความยากง่ายของงาน และ ควรควบคุมการเงินด้วยการจดบันทึกบัญชีอย่างต่อเนื่อง และมีระบบบัญชีที่โปร่งใสตรวจสอบได้ 3) และควรให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาว และควรการจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ ใช้วิธีการรวบรวมยอดซื้อจากสมาชิกอื่นเพื่อต่อรองราคาค้นทุน

## อภิปรายผล

ผลการศึกษาจากแบบสอบถาม พหุกรณี การสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการความต้องการในการพัฒนาการจัดการ และการพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถอภิปรายผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย ได้ดังนี้

### 1. ปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายตามความสำคัญของค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก ดังนี้

#### 1.1 ด้านการจัดการการผลิต มีปัญหาอยู่ในระดับมาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

พบปัญหาเกี่ยวกับ 1) ด้านการไม่มีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 73) งานวิจัยของกัญญาพัสดุ ก่อมงคลเจริญ (2553 : 93) ที่กล่าวถึงการวางแผนไม่เป็นระบบ เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่อายุค่อนข้างมาก ขาดความรู้และความเข้าใจในการวางแผน ไม่ได้มีการเป้าหมายในการสร้างรายได้จากอาชีพเสริม เป็นเพียงการใช้เวลาว่างในการนำภูมิปัญญาที่มีอยู่ดำเนินการผลิตเท่านั้นจึงไม่จำเป็นต้องมีการวางแผนการผลิต

2) ด้านการขาดเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎิยา มูลศรี (2552 : 68-72) เนื่องจากเครื่องมืออุปกรณ์การผลิตของสมาชิกเป็นแบบเดิมล้าสมัย และไม่มีเงินทุนเพียงพอในการจัดซื้อ จึงคาดหวังจะได้รับความช่วยเหลือในเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยจากรัฐ

3) ด้านแรงงานมีไม่เพียงพอต่อการผลิต โดยเฉพาะช่วงฤดูทำนา สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกกาญจน์ มะกลาง (2551 : 63) เนื่องจากสมาชิกมีอาชีพหลักในการทำนา ดังนั้นช่วงฤดูทำนาจึงมีเวลาการดำเนินการทอผ้าน้อยลง ประกอบกับผู้ผลิตมีอายุมากต้องใช้ระยะเวลาการผลิตนานถึง 7-10 วันต่อ 2 เมตร ทำให้ผลิตได้ปริมาณน้อยไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย 4) ด้านขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่าง สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกกาญจน์ มะกลาง (2551 : 62-65) และงานวิจัยของนพเกล้า ดวงหิรัญภักดี (2551 : 80) เนื่องจากผู้ผลิตมีภูมิปัญญาการผลิตที่คล้ายกัน ผลผลิตที่ได้จึงมีลักษณะเหมือนกัน ไม่มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง ไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้ ประกอบกับเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง ทำให้จำหน่ายได้ยาก 6) ด้านการดำเนินการผลิตไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินทร ชัยเวช (2550 : 55-57) และงานวิจัยของกนกกาญจน์ มะกลาง (2551 : 62-65) ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผน จึงไม่เห็นความสำคัญของการวางแผน ส่วนใหญ่ผู้ผลิตดำเนินการผลิตผ้าไหมตามความถนัด ไม่มีการสำรวจความต้องการของตลาดก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

7) ขาดการสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าสู่คนรุ่นหลัง เนื่องจากคนรุ่นใหม่ได้รับการส่งเสริม

ให้มีการศึกษามากขึ้น ทำให้มีค่านิยมในการทำงานนอกบ้านมากกว่ากลับมาสืบสานภูมิปัญญา การทอผ้าจากบรรพบุรุษ ประกอบกับรายได้ของผ้าไหมมีไม่มากพอที่จะยึดเป็นอาชีพหลัก

**1.2 ด้านการจัดการการตลาด** ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบปัญหาเกี่ยวกับ 1) ขาดการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์ เป็นต้น สอดคล้องงานวิจัยของสุกัญญา อธิปอนันต์ และคณะ (2552 : 107) ที่กล่าวถึงความสำคัญของการ โฆษณาประชาสัมพันธ์สามารถเพิ่มยอดขายได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง จำหน่ายได้ยาก จำเป็นต้องกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ ด้วยการ โฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง 2) ขาดความสามารถในการประสานงานกับเครือข่าย ทาง การตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎิยา มุลศรี (2552 : 57) ทั้งนี้เนื่องจากสมาชิก มีการศึกษาน้อย ไม่มีทักษะการสื่อสาร ขาดความมั่นใจในการเข้าสังคม บางกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จึงไม่สามารถเข้าถึงการประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด 3) ช่องทางจำหน่ายน้อย สอดคล้อง กับงานวิจัยจุฑารัตน์ ศรี โยวงศ์ (2546 : 54-57) ทั้งนี้เนื่องจากสมาชิกมีเงินทุนน้อย การจำหน่าย นอกสถานที่ต้องมีปริมาณของผลิตภัณฑ์มากเพียงพอที่จะดึงดูดความสนใจของลูกค้า และการเข้าร่วมการออกงานแสดงสินค้าถึงแม้ว่าจะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ แต่ก็ยังมีค่าใช้จ่าย การขนส่ง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ที่กลุ่มจะต้องรับผิดชอบ ดังนั้นสมาชิกที่มีเงินทุน หมุนเวียนน้อย ส่วนใหญ่จึงเลือกจำหน่ายในตลาดชุมชนเท่านั้น และส่วนของช่องทางการจำหน่าย ผ่านสื่อออนไลน์ และตลาดต่างประเทศยังมีน้อย เนื่องจากสมาชิกมีความรู้ ความสามารถ ในด้านการสื่อสารภาษา ต่างประเทศ การจัดการข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์น้อยไม่สามารถ ขยายช่องทางการจำหน่ายดังกล่าวได้ 4) ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่ง เป็นกิจกรรมที่สำคัญทางการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของอึ้ง และ คี (Ng & Kee. 2012 : 198-213) ทั้งนี้เนื่องจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจำเป็นต้องรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะไม่มีเอกลักษณ์แตกต่าง แต่กลุ่มจะต้องจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่น จากกลุ่มอื่นเพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายสามารถดึงดูดความสนใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ เพื่อ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของเฉชา เนตรสว่าง (2555 : 28) ที่กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นสามารถนำสู่การส่งเสริมการขายได้

**1.3 ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี** ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบปัญหาเกี่ยวกับ 1) ขาดการวางแผนการเงินล่วงหน้า และการคาดคะเน ความต้องการของเงินทุน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา มณีอินทร์ (2554 : 73-74) เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมาก ขาดความรู้และความเข้าใจในการวางแผน จึงไม่เห็นความสำคัญในการวางแผน 2) การแสวงหาเงินทุนจากภายนอก สอดคล้องกับงานวิจัย

ของสุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 73-74) งานวิจัยของกฤษฎิญา มูลศรี (2552 : 68-72) งานวิจัยของพัศราณี ทนุจันทร์ (2553 : 51-51) และงานวิจัยของศิรินทร ชัยเวทย์ (2550 : 55-57) และงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศรี โยวงศ์ (2546 : 54-57) เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีเงินทุนหมุนเวียนน้อยไม่เพียงพอต่อการพัฒนาเทคนิคการผลิต ดังนั้นสมาชิกจึงต้องแสวงหาเงินทุนภายนอก โดยขอรับเงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐสอดคล้องกับงานวิจัยของพัศราณี ทนุจันทร์ (2553 : 54) และกั๊ยมจากสถาบันการเงินสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 73-75) เพื่อการขยายกำลังการผลิต 3) การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจยังไม่เป็นระบบกลุ่มไม่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินทร ชัยเวทย์ (2550 : 55-57) 4) การจดบันทึกไม่เป็นไปตามระบบบัญชี และไม่ต่อเนื่อง เนื่องจากสมาชิกมีความรู้ด้านการบัญชีน้อย เงินทุนหมุนเวียนน้อย ไม่มีความจำเป็นต้องจดบันทึกมากนักสอดคล้องกับงานวิจัยของพนารัตน์ บุญธรรม (2552 : 99)

## 2. ความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการศึกษาความต้องการในการพัฒนาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จากแบบสอบถาม และพหุกรณี ผู้วิจัยสามารถอภิปรายตามลำดับความสำคัญของค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก ดังนี้

2.1 ด้านการจัดการการผลิต มีความต้องการอยู่ในระดับมาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบความต้องการเกี่ยวกับ 1) ด้านการวางแผนการผลิต สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 73) ที่ต้องการวางแผนการผลิต เพื่อช่วยให้ผู้ผลิตนำข้อมูลการวางแผนการผลิตมากำหนดกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้ โดยเตรียมการวางแผนวัตถุดิบให้เพียงพอต่อกำลังการผลิต จัดหาเครื่องมืออุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัยเพื่อสร้างความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้าโดยขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎิญา มูลศรี (2552 : 68-72) และวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีลวดลายแปลกใหม่ และมีความปราณีต สอดคล้องกับงานวิจัยของพนารัตน์ บุญธรรม (2552 : 99) โฮลเซอร์ และซอบแซ็ค (Anholcer and Sobczak. 2012 : 1-16) ต้องการพัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าจากคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่ และเพิ่มจำนวนแรงงานการผลิตจากสมาชิกกลุ่มอื่นๆ ออกแบบลวดลายใหม่ๆ พัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติและสีเคมี การพัฒนาเทคนิคการผลิตใหม่ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของพนารัตน์ บุญธรรม (2555 : 99) เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน 2) ด้านการดำเนินการผลิตเป็นไปตามแผนที่วางไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎิญา มูลศรี (2552 : 68-72) และงานวิจัยของพัศราณี ทนุจันทร์ (2553 : 51-53) ที่กล่าวถึงสมาชิกต้องการให้มีการอบรมเพิ่มความรู้ความเข้าใจ

เกี่ยวกับการวางแผนเพื่อพัฒนาแผนการผลิตตามความต้องการของตลาด 3) ด้านการควบคุมการผลิต สอดคล้องกับงานวิจัยของพนารัตน์ บุญธรรม (2555 : 99) ที่กล่าวถึงการตรวจสอบ กำกับดูแลเกี่ยวกับต้นทุน เวลา ปริมาณ และคุณภาพให้ได้มาตรฐาน เพื่อขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานของภาครัฐภาคเอกชน ซึ่งสามารถสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้ และมีผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึงการรักษาสีแวดล้อมด้วยการจัดทำท่อบำบัดน้ำเสียอันเกิดจากผลกระทบในกระบวนการผลิตผ้าไหม

**2.2 ด้านการจัดการการตลาด** มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบความต้องการเกี่ยวกับ 1) ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศรี โยวงศ์ (2546 : 61) ที่กล่าวถึง ผู้ประกอบการควรทำโฆษณาผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น วิทยุ และนิตยสาร เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากต้องการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสู่การซื้อผ่านระบบไปรษณีย์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และผ่านคนกลาง เพื่อการกระจายข้อมูลให้ลูกค้ามากขึ้น ซึ่งปัจจุบันนิยมใช้สื่อโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร แผ่นพับ นามบัตร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ 2) ด้านความสามารถประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศรี โยวงศ์ (2546 : 61) และงานวิจัยของเดชา เนตรสว่าง (2555 : 35) ที่กล่าวถึงความสามารถในการเข้าร่วมกับหน่วยงานสนับสนุนทางการตลาดที่มีส่วนช่วยทำให้มียอดขายเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงต้องใช้ความรู้ ความสามารถในการประสานกับหน่วยงานสนับสนุนหลายฝ่าย เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล สำนักงานพาณิชย์ สำนักงานพัฒนาชุมชน สถาบันการศึกษา เป็นต้น เพื่อ แสวงหาตลาดภายนอกจังหวัด และ 3) ด้านผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่ง และการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของเดชา เนตรสว่าง (2555 : 35) และงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศรี โยวงศ์ (2546 : 60) ที่กล่าวถึงการเพิ่มทางเลือกผลิตภัณฑ์ด้วยการแปรรูปให้หลากหลาย เช่น กระเป๋า ผ้าพันคอ เป็นต้น สามารถสร้างมูลค่าของสินค้าได้มากขึ้น ส่วนของการส่งเสริมการขายสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 75) ได้กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง จำหน่ายได้ยาก ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายจึงต้องมีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์แตกต่าง และสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้จากวิธีการส่งเสริมการขาย

### **2.3 ด้านการเงินและการบัญชี** มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบความต้องการเกี่ยวกับ 1) ด้านการวางแผนการเงินล่วงหน้า สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 74-75) ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบุรีรัมย์เป็นที่ยอมรับ

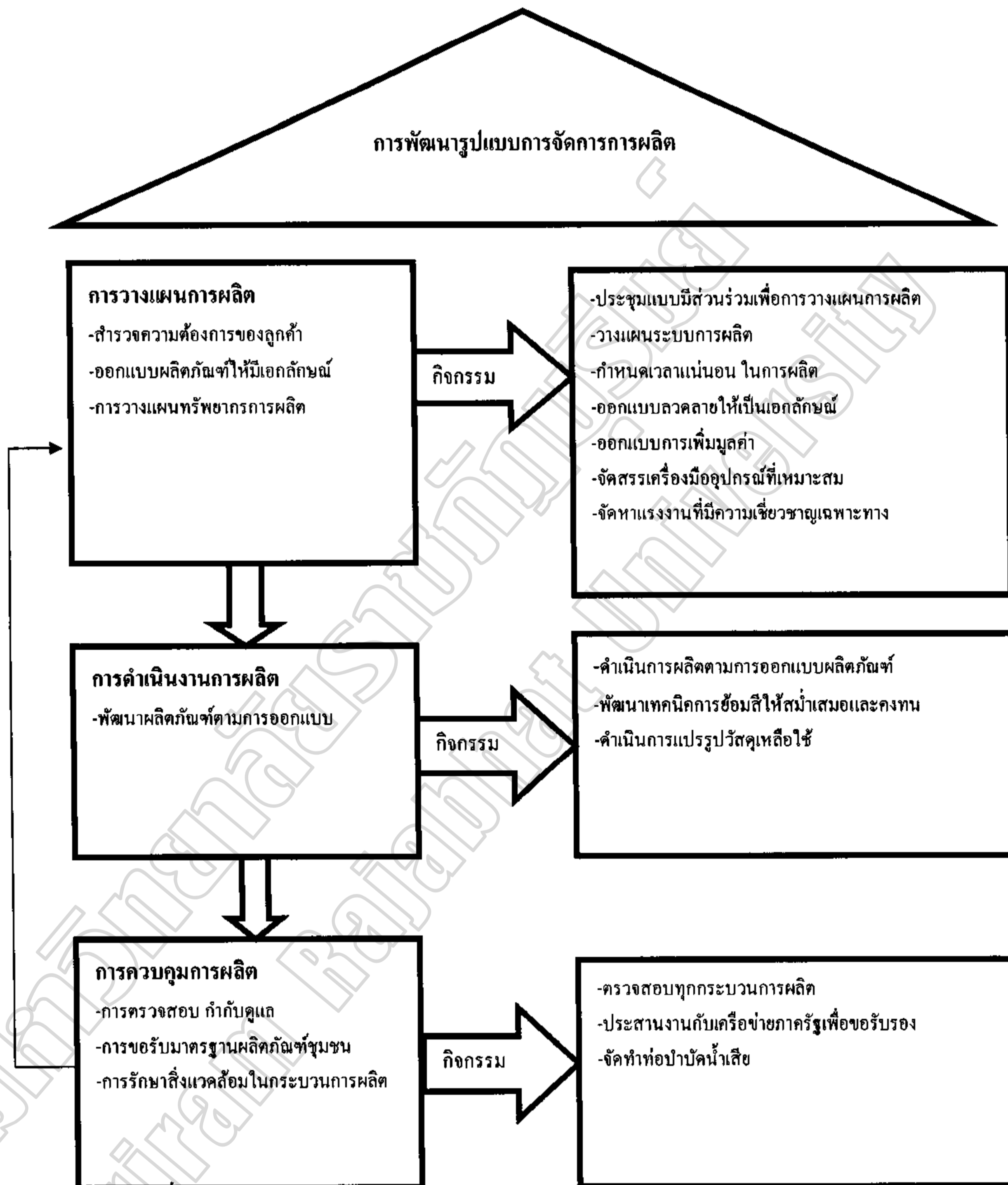
จากลูกค้าเป็นอย่างดี กลุ่มจึงต้องการวางแผนความต้องการใช้เงินเพื่อการขยายกำลังการผลิต ที่มีกำลังการผลิตให้ทันต่อคำสั่งซื้อ 2) การแสวงหาเงินทุนจากภายนอก สอดคล้องงานวิจัย ของสุกัญญาอริปอนันต์และคณะ (2551 : 59-61) เพื่อเพิ่มเงินทุนหมุนเวียน และสำรองเงินทุน ในอนาคต โดยขอรับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากภาครัฐ เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร ธ.ก.ส และ อ.บ.ค เป็นต้น ซึ่งทำให้สมาชิกได้รับผลประโยชน์ทางการเงินอย่างยุติธรรม 3) การควบคุม การเงินและการบัญชี สอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินทร ชัยเวทย์ (2550 : 55-57) กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนมีความต้องการจัดทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใส โดยมีการอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านระบบบัญชี รวมถึงมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐให้คำปรึกษาและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

### 3. การพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการศึกษาจากการร่างรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่ผู้วิจัยสรุปขึ้น และนำมาพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จากการสนทนากลุ่มของผู้เชี่ยวชาญเชิงทฤษฎี และผู้เชี่ยวชาญเชิงปฏิบัติ และแบบประเมิน ความเหมาะสมในการนำไปใช้ สามารถอภิปรายผล ดังนี้

#### 3.1 รูปแบบการจัดการการผลิต ด้านการวางแผนการผลิต ควรมีการสำรวจ

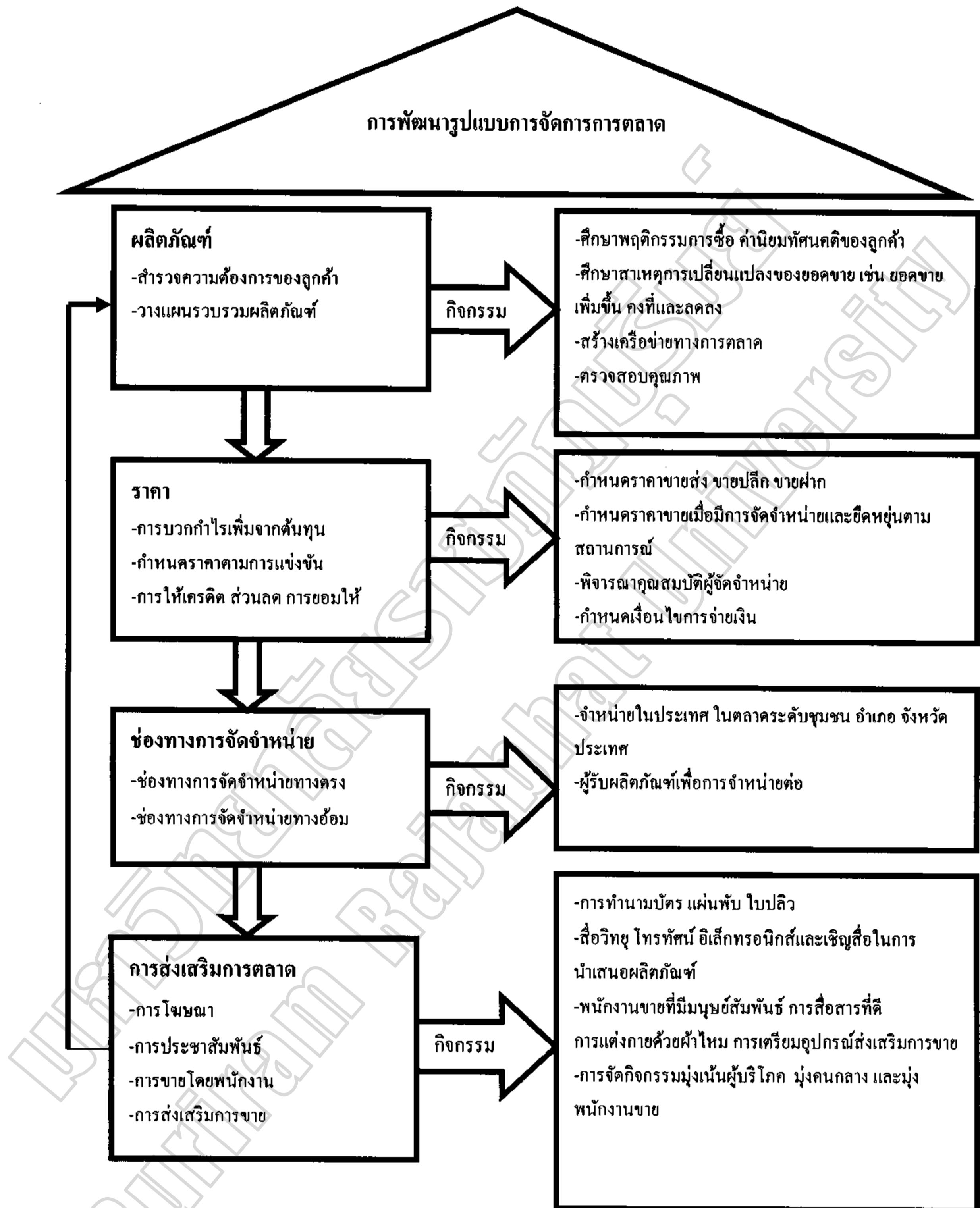
ความต้องการของลูกค้าเพื่อการวางแผนปริมาณการผลิต ระบบการผลิต และการเงินล่วงหน้า ควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์และมีความแตกต่าง ทั้งการพัฒนาลวดลาย การย้อมสี การเพิ่มมูลค่า การแปรรูป การพัฒนาตราหือ และบรรจุภัณฑ์ ใหม่ที่ดึงดูด ความสนใจ ควรมีการวางแผนทรัพยากรการผลิตเพื่อจัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอ ต่อกำลังการผลิต จัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยเพื่อการดำเนินการผลิตที่มีคุณภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลาของคำสั่งซื้อ มีการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ จากการแปรรูปวัสดุเหลือใช้และแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าฝืนให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง เช่น กระเป๋า ผ้าห่ม ผ้าปูโต๊ะ เป็นต้น มีการจัดหาแรงงานที่มีฝีมือในชุมชนและสืบสานภูมิปัญญาการทอผ้า ผู้คนรุ่นใหม่ ด้านการควบคุมการผลิตด้านต้นทุนการผลิต ปริมาณการผลิต คุณภาพการผลิต และการตอบสนองที่รวดเร็ว พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และเป็นที่ยอมรับของลูกค้า รวมถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต ดังภาพประกอบ 5.1



ภาพประกอบ 5.1 การพัฒนารูปแบบการจัดการการผลิตวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบุรีรัมย์

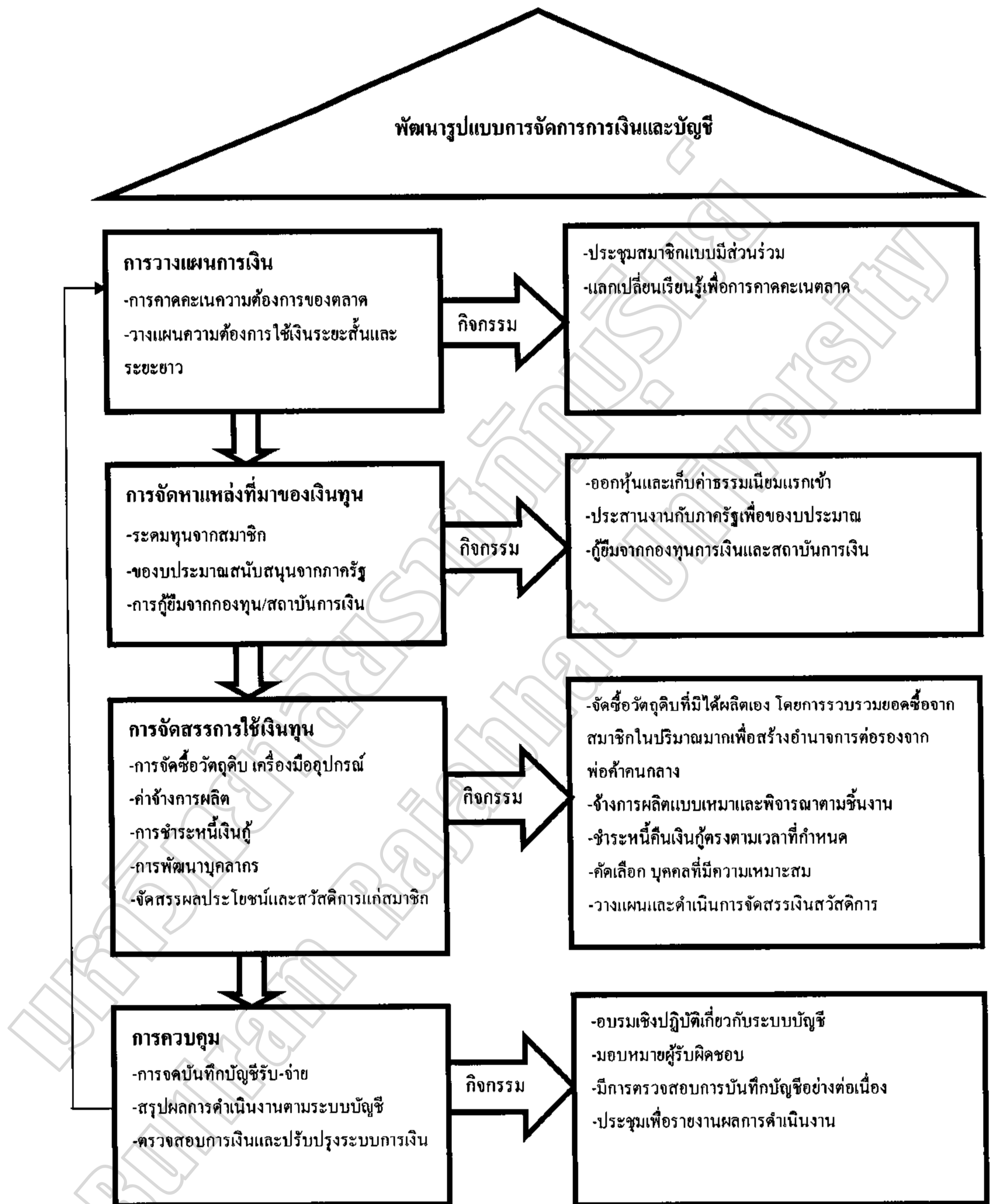
3.2 รูปแบบการจัดการการตลาด ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ ค่านิยม และทัศนคติ เพื่อการวางแผนการตลาด และรวบรวมผลิตภัณฑ์จากสมาชิกและเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตอื่นเพื่อการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง มาจำหน่าย มีการกำหนดราคาขายให้เหมาะสมและมีความยุติธรรมต่อลูกค้า ตามคุณภาพและสภาพการแข่งขัน โดยการจัดจำหน่ายทางตรงในตลาดระดับชุมชน ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ระดับประเทศ และระดับต่างประเทศ ด้วยการจำหน่ายเอง และการออกงานแสดงสินค้าของหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนทางการตลาด ส่วนการจัดจำหน่ายทางอ้อมเป็นการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภครวมทั้งผู้ค้าคนกลาง อีกทั้งยังมีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบไปรษณีย์ ระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีการส่งเสริมการตลาด ด้วยวิธีการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ในหลายช่องทางจากการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ และหน่วยงานของรัฐ มีการจำหน่ายโดยพนักงานที่มีบุคลิกภาพดีมีมนุษยสัมพันธ์ การสื่อสารและมีเทคนิคการขายที่ดี และในการจำหน่ายผู้จำหน่ายจะมีการแต่งกายด้วยชุดผ้าไหม และจัดเตรียมเครื่องมือที่กระตุ้นการตัดสินใจซื้อ เช่น หนังสือนิเทศสารแฟชั่นการแต่งกายด้วยผ้าไหม ห้องลองเสื้อผ้า และกระจก เป็นต้น มีการส่งเสริมการขาย โดยการลด แจก แถม ชิงโชคให้แก่ลูกค้า มีการให้ส่วนลดและให้เครดิตแก่คนกลาง มีการให้กำตอตอบแทนตามยอดขายแก่พนักงานเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ ดังภาพประกอบ 5.2





ภาพประกอบ 5.2 การพัฒนาารูปแบบการจัดการการตลาดวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณ์ท์ผ้าไหมบุรีรัมย์

3.3 รูปแบบการจัดการเงินและบัญชี ควรมีการวางแผนการเงินแบบมีส่วนร่วม ทั้งการวางแผนระยะสั้นและระยะยาว เพื่อดำเนินการจัดหาแหล่งเงินทุนจากสมาชิก ภาครัฐ แหล่งการเงินภายในชุมชน และสถาบันการเงิน โดยคำนึงถึงความสามารถในการหารายได้ ของสมาชิก สร้างสภาพคล่องทางการเงินเพื่อการชำระหนี้ตามกำหนดเวลา ดำเนินการจัดสรร เงินทุนให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อการจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ การพัฒนาบุคลากร และการให้ผลประโยชน์และสวัสดิการแก่สมาชิก ดำเนินการควบคุม ติดตาม กำกับดูแลการใช้เงิน ตามแผนที่วางไว้ ด้วยระบบเงินสดที่สอดคล้องกับระบบบัญชีที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีการบันทึก การรับ-จ่ายอย่างต่อเนื่อง จัดทำงบดุล งบกำไรขาดทุน เพื่อสรุปผลการดำเนินงานและรายงานผล การดำเนินงานแก่สมาชิก ดังภาพประกอบ 5.3



ภาพประกอบ 5.3 การพัฒนารูปแบบการจัดการการเงินและบัญชีวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบุรีรัมย์

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการศึกษา พบว่า การจัดการการผลิตในอาชีพการทอผ้าไหม ส่วนใหญ่ขาดการสืบทอดอาชีพการทอผ้าไหมไปสู่รุ่นใหม่ ดังนั้นกลุ่ม หรือหน่วยงานสนับสนุน ควรสร้างกิจกรรม การเรียนรู้ภายในครอบครัว โรงเรียน วัด เพื่อปลูกฝังเยาวชนคนรุ่นใหม่ ให้มีความสนใจและเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาการทอผ้าไหมเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมต่อไป

1.2 จากผลการศึกษา พบว่า การจัดการการเงินและการบัญชี ส่วนใหญ่ขาดเงินทุนหมุนเวียน ควรเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนจากแหล่งทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ และมีการบันทึกบัญชีให้เป็นระบบ โดยมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและคอยกำกับดูแลการบันทึกบัญชีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ ควรให้การสนับสนุนงบประมาณอย่างทั่วถึงในทุกกลุ่ม และมีการติดตามระบบบัญชีการเงินที่ให้สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

1.3 จากการศึกษา พบว่า การจัดการการตลาด ส่วนใหญ่มีช่องทางการตลาดน้อย ดังนั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ด้วยการพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันคนนิยมใช้ระบบการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น จึงเป็นโอกาสในการเชื่อมโยงธุรกิจการตลาดท่องเที่ยวสู่ตลาดต่างประเทศได้

1.4 ควรนำแนวทางของรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่วิจัยในครั้งนี้นำไปใช้ในปรับใช้ในการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม

### 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษารูปแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ของจังหวัดบุรีรัมย์

2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์กับรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของจังหวัดอื่น

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
Buriram Rajabhat University

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กมลมาศ บุญจันทร์. (2551). การวิเคราะห์ผลตอบแทนในการลงทุนวิสาหกิจชุมชนประเภท  
กะลามาพร้าววในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดหนองบัวลำภู. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต (สาขาวิชาบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กมลทิพย์ ปัญญาสิทธิ์. (2555). การประเมินปัจจัยความสำเร็จและล้มเหลวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน  
ใน จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชา  
เศรษฐศาสตร์การเกษตร) มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กนกกาญจน์ มะลาจ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพระบาทห้วยต้ม  
ต. นาทรายอำเภอลี้ จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
(สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2547). ร่างยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. เอกสาร  
การประชาสัมพันธ์ ณ ห้องประชุมพื้งบุญชั้น 8. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- \_\_\_\_\_. (2548). การดำเนินงานกองทุนเพื่อการเกษตร (เอกสารวิชาการ).  
สำนักพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร.
- \_\_\_\_\_. (2548). การฝึกอบรมที่วิทยากรหลักในการถ่ายทอดความรู้เรื่องวิสาหกิจ  
ชุมชน. เอกสารประกอบการสัมมนา. กรุงเทพมหานคร.
- กรมพัฒนาชุมชน. (2546). คู่มือการปฏิบัติงานวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร : เอกสารเผยแพร่.
- \_\_\_\_\_. (2550). คู่มือการปฏิบัติงานวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร : เอกสารเผยแพร่.
- กรมพัฒนาชุมชน. (2558). ผลิตภัณฑ์OTOP จังหวัดบุรีรัมย์. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม  
2558. ได้จาก <http://www.cdd.go.th>.
- กฤษติญา มุทศรี. (2552). การศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขการประกอบการวิสาหกิจชุมชน  
ในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์. โครงการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- กัญญาพัสดุ กล่อมรงเจริญ. (2553). รูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ที่เข้มแข็ง :  
กรณีศึกษากลุ่มผลิตปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพบ้านดอกแดง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่.  
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

- จารุดา ประทุมทอง. (2553). รูปแบบการบริหารจัดการศูนย์พัฒนาเด็กเล็กขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านคำจังหวัดนครพนม. การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จิตรลดา พิศาลสุพงษ์และคณะ. (2557). “ภาพรวมการพัฒนาด้านการวิจัยและพัฒนาของประเทศไทย,” วารสารเศรษฐกิจและสังคมของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 51 (1) : 25-27.
- จุฑารัตน์ ศรีโยวงค์. (2546). แนวทางการพัฒนาตลาดของธุรกิจผ้าไหมในเขตอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2548). แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน : ข้อเสนอทางทฤษฎีในบริบทต่างสังคม. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สร้างสรรค์.
- ณัฐปกรณ์ จันทะปิตดา. (2551). การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน : กรณีศึกษาผ้ามัดหมี่ที่ได้ใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดบุรีรัมย์. บุรีรัมย์ : โครงการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- ณรงค์ เพชรประเสริฐและพิทยา ว่องกุล. (2545). วิสาหกิจชุมชน : กลไกเศรษฐกิจฐานราก. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณรงค์ศักดิ์ กู่อรัมย์. (2551). วิสาหกิจชุมชนกับการพัฒนาแบบพึ่งตนเอง : กรณีศึกษาชุมชนบ้านศรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชารัฐประศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ดวงเดือน สมวัฒน์ศักดิ์. (2548). วิสาหกิจชุมชน. จังหวัดชัยนาท : สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขต 1.
- ดร. สมิตะเกษตริน. (2552). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน หน่วยที่ 1. เอกสารประกอบการชูดวิชา การจัดการการตลาดและวิสาหกิจชุมชน. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เดชา เนตรสว่าง. (2555). สภาพปัญหาและการส่งเสริมการตลาด ผ้าไหมทอผ้ามือขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองทอง อำเภอไทรงาม จังหวัดกำแพงเพชร. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น) วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). หลักการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์. (2554). การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน. เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นงนุช อิ่มเรือง. (2553). แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกรณีกลุ่มทอผ้าไหม บ้านห้วยหลิมหมู่ที่ 3 ตำบลมะบ้า อำเภอทุ่งเขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด. ปรินญา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น) วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นพมาศ ช่วยนุกูล. (2552). การค้นหาความจำเป็นเพื่อการจัดทำโครงการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร : กรณีศึกษาสำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2. สงขลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.
- นพพร ธนะชัยพันธ์. (2555). สถิติเบื้องต้นสำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์.
- นพเกล้า ดวงหิรัญภักดี. (2551). ศักยภาพการดำเนินกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอป่าฝาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. ปรินญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิสยาการณ์ ชนะคำ. (2557). รูปแบบการบริหารการจัดการทุนทางปัญญา วัฒนธรรมองค์การภาวะผู้นำของผู้บริหารและประสิทธิผลองค์กรของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ปรินญาดุขฎิบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- นันทน์ภัส พงศ์โกคินสถิต. (2552). การบริหารจัดการของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมืองลำปางจังหวัดลำปาง. ปรินญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร. สุวีระยาสาสน์.
- ประไพ ศิวะลีราวิลาศ. (2549). การพัฒนารูปแบบการศึกษาโดยใช้ชุมชนเป็นฐานเพื่อพัฒนาทุนทางสังคม. ปรินญาครุศาสตรดุขฎิบัณฑิต (สาขาวิชาพัฒนศึกษา) ภาควิชานโยบาย การจัดการ และความเป็นผู้นำทางการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประจักษ์ ผลเรือง. (2545). การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้าน. ปรินญา ดุขฎิบัณฑิต (สาขาวิชาศิลปศาสตร์) มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปิยะพงศ์ บุญส่ง. (2552). การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน หน่วยที่ 2. เอกสารประกอบการ ชุดวิชาการจัดการการตลาดและวิสาหกิจชุมชน. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.



- พนารัตน์ บุญธรรม. (2552). รูปแบบการจัดการสินค้า OTOP ประเภทของใช้ของตกแต่ง และของที่ระลึกในเชิงธุรกิจ : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพทำเครื่องทองเหลือง 2 บ้านปะดาว หมู่ที่ 5 ตำบลปะอว อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการทั่วไป) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- พรรณทิพา เลาหะทองทิพย์. (2548). รูปแบบการบริหารจัดการระบบสารสนเทศในองค์การบริหารส่วนตำบลท่าซุง อำเภอเมืองอุทัยธานี จังหวัดอุทัยธานี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- พัศราณี ทนุจันทร์. (2553). การบริหารจัดการกลุ่มอาชีพผ้าเย็บมกรรมเทศบาลตำบลกุดบาก อำเภอกุดบาก จังหวัดสกลนคร. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น) วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พิทักษ์พงษ์ กิตติโสภณ. (2550). การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548: ศึกษากรณี กลุ่มผู้ผลิตสินค้า “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชานโยบายสาธารณะ) มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เพชรินทร์ นุชนารถ. (2551). การวิเคราะห์ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกผักพื้นบ้านปลอดภัยจากสารพิษ ตำบลสิงหนาท อำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ภาคภูมิ รัตนโรจนากุล. (2554). รูปแบบการบริหารงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์การบริหาร : กรณีศึกษา ตำบลเกาะสำโรง อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ดุสิต (สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา) คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา.
- มัลลิกา ต้นสอน. (2544). การจัดการยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : เอ็กซ์เปอร์เน็ต.
- มบุญ สุกณี. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จต่อการบริหารงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกรณีศึกษา จังหวัดปราจีนบุรี. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- มาลี สืบกระแส. (2552). การพัฒนารูปแบบขององค์การแห่งการเรียนรู้ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา. ปรินญาคุณฎีบัณฑิต (สาขาวิชาการบริหารการศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- บุภา ประสงค์ทรัพย์. (2553). การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก : ประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. ปรินญาคุณฎีบัณฑิต (สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค) มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2550). “ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการไทย”, วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 32 (2) : 42- 45
- ธณีสถิตย์ พุ่มเจริญ. (2552). ยุทธศาสตร์และการกำหนดยุทธศาสตร์ หน่วยที่ 4. เอกสารประกอบการ ชูติวิชา การจัดการการตลาดและวิสาหกิจชุมชน. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รัตนภรณ์ พันธุ์เลิศ. (2553). รูปแบบเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพทอผ้าขององค์การบริหารส่วนตำบลโนนค้อ อำเภอภูผาทริก จังหวัดอุบลราชธานี. ปรินญา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น) วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รัตนะ บัวสนธ์. (2552). การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการศึกษา. กรุงเทพฯ: คำสมัย.
- วาโร เฟิงสวัสดิ์. (2553). สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น.
- วิชิต นันทสุวรรณ. (2547). วิสาหกิจชุมชน . กรุงเทพมหานคร : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมส่งเสริมการเกษตร.
- วิเชียร วิทญูคม. (2554). ทฤษฎีองค์การฉบับแนวใหม่. กรุงเทพมหานคร : ธนรัช การพิมพ์.
- วิทยา เขียวรอด. (2552). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและการผลิต หน่วยที่ 3. เอกสารประกอบการ ชูติวิชาการจัดการการตลาดและวิสาหกิจชุมชน. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ศิริธร ยันบัวบาน. (2554). ประสิทธิผลของการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพในเขตพื้นที่ตำบลแหลมทองอ.ภักดีชุมพล จังหวัดชัยภูมิ. ปรินญา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น) วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร.
- \_\_\_\_\_. 2550). หลักการจัดการสมัยใหม่. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร.

- ศิรินทร ชัยเวทย์. (2550). การบริหารจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มชุมชนจังหวัดหนองคาย.  
 ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์)  
 มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สมบัติ ประจัญสานต์. (2546). โครงการจัดทำฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์  
 ผ้าทอพื้นเมืองจำแนกตามกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดบุรีรัมย์. จังหวัดบุรีรัมย์ :  
 สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดบุรีรัมย์. (2557). วิสาหกิจชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์. อัดสำเนา.
- สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. (2558). ผลการปฏิบัติราชการของจังหวัดบุรีรัมย์. รายงานประจำปี  
 พ.ศ. 2558. จังหวัดบุรีรัมย์.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน. (2548). วิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร :  
 กรมส่งเสริมการเกษตร.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). แผนพัฒนา  
 เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2555). กรุงเทพมหานคร :  
 สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สุพรรณณี ขอดเผื่อ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน. เชียงใหม่ :  
 โครงการวิจัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุกัญญา อธิปอนันต์, สำราญ สารบรรณ, ปริญญารัตน์ ภูศิริ, พรพรรณ สุทธิเรืองวงศ์,  
 สุกฤต โภคิน, ภัคกัญญา ไสมภีร์, ศิริวรรณ หวังดี, วุฒิชัย ยวนานนท์, และ  
 กุลศิลา แก้วประพาพ. (2551). กลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองปี 2550.  
 กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท.
- สุจินดา โพธิ์ไพฑูรย์. (2553). การบริหารบริษัทข้ามชาติ : แนวคิด ทฤษฎีและแผนปฏิบัติการ  
 เชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: ธนาเพชร.
- สุเมธ ตันติเวชกุล. (2544). เศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริในใต้เบื้องพระยุคลบาท.  
 พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : มติชน.
- \_\_\_\_\_. (2544). ใต้เบื้องพระยุคลบาท. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์  
 มติชน.
- \_\_\_\_\_. (2552). เศรษฐกิจพอเพียง ทางเลือก... ทางรอด. ; ใน เปี่ยมศักดิ์ คุณากรประทีป.  
 (2549). ฝ่าอนาคตประเทศไทย 2552. บริษัท ฐานการพิมพ์ จำกัด. หน้า 55.

- สุมน มาลาสิทธิ์. (2552). การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน. กรุงเทพมหานคร : สามลดา.
- สุมิตรา อภิชัย. (2549). ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน จังหวัดเชียงใหม่. ปรินญา  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาบริหารการพัฒนา) มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สุภิญญา มณีอินทร์. (2554). รูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพประดิษฐ์เบญจรงค์ ตำบลบ้านแหลม  
อำเภอปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี. ปรินญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต  
(สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์) วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. (2552). การพัฒนารูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน  
ในจังหวัดมหาสารคาม. ปรินญาคุณวุฒิบัณฑิต (สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค)  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- เสรี พงศ์พิศ. (2548). ฐานคิดจากแผนแม่บทสู่วิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร.  
สำนักพิมพ์พลังปัญญา.
- \_\_\_\_\_. (2549). เศรษฐกิจพอเพียงการพัฒนาที่ยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: เจริญวิทย์การพิมพ์.
- \_\_\_\_\_. (2551). แนวคิดแนวปฏิบัติยุทธศาสตร์พัฒนาท้องถิ่น. กรุงเทพมหานคร : พลังปัญญา.
- เสรี พงศ์พิศ และ สุภาส จันทร์หงษ์. (2548). ข้อควรระวังเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 1  
กรุงเทพมหานคร: กรมส่งเสริมการเกษตร.
- อารี ลาภวงศ์ราษฎร์. (2551). การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์ภาษาของสถาบันอุดมศึกษา  
ไทย. ปรินญาคุณวุฒิบัณฑิต (สาขาการบริหารการศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- อารีย์ วิบูลย์ และทรงศักดิ์ ศรีบุญจิต. (2549). วิสาหกิจชุมชนกับกลยุทธ์เพื่อการพัฒนา.  
การประชุมสัมมนาวิชาการว่าด้วยเศรษฐกิจชุมชนแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 1. ยุทธศาสตร์  
การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนรากฐานความรู้.
- อุมาพร กาญจนตลอด. (2550). บทบาทหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช . ปรินญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต  
(สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Anholcer, M. & Sobczak, K. (2012). "Key Factors of Success in Polish SMEs." *International  
Journal of Business and Social Science*. 2 (2) : 1-9.
- Brown, W.B. & Moberg, D.J. (1980). *Organization Theory and Management : A Macro  
Approach*. New York : John Wiley and Sons.
- Bartol, K.T. M., & Martin D.C. (1991). *Management*. New York : McGraw-Hill, Inc.

- Chittithaworn, C. Islam, M. A. Keawchana, T. and Yusuf, H. M. (2011). "Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SMEs) in Thailand." *Asian Social Science*. 7(5) : 192-201.
- Draft. R. L. (2005). **Understanding the Theory and Design of Organizations**. Publisher : Cengage Learning Published : 27 August 2006 Format : Paperback 600 pages.
- Eisner, E. (1976). "Educational Connoisseurship and Criticism : Their form and Function Educational Evaluation," *Journal of Aesthetic Evaluation or Education*. 10 (1) : 135-150.
- Fred R. D. (2011). **Strategic Management: Concepts and Cases**. 13<sup>th</sup> ed. USA : Prentice Hall.
- Ivancevich, J.M., Donnelly, J.H. & Gibson, J.L. (1989). **Management : Principles and Functions**. 4<sup>th</sup> ed. Boston : Ricjard D. Irwin, Inc.
- Jasra, J. M. Khan, M. A. Hunjra, A. I. Rehman, & Azam, R.I . (2011). "Determinants of Business Success of Small and Medium Enterprises." *International Journal of Business and Social Science*. 2(2) : 274-280.
- Keeves, J.P. (1988). "Models and Models Building". in Keeves, John P. (editor) **Education Research, Methodology and Measurement : An international Handbook**. U.K. : Pergamon Press.
- Kotler, J.P. (1991). **Marketing Management**. 13<sup>th</sup> ed. The United States. Prentice-Hall.
- \_\_\_\_\_. (1994). **Marketing Management : Analysis Planning Implementation and Control**. 8<sup>th</sup> ed. Englewood Cliffs : Prentice-Hall, Inc.
- \_\_\_\_\_. (1996). **Leading Chang**. Boston : Harvard Business School Press.
- Nangoli, S. Turinawe, D. D. Kituyi, G. M. Kusemererwa, C. and M Jaaza, M. (2013). "Towards Enhancing Business Survival and Growth Rates in LDCs" : An Exploratory Study of the Drivers of Business Failure among SMES in Kampala-Uganda." *International Journal of Humanities and Social Science*. 3(8) : 284-291.
- Ng, H. S. & Kee, D.M. H. (2012). "Development of Intangible Factors for SME Success in Developing Country." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 2 (12) : 198-213.

- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2009). **Strategic management : ormulation, implementation and control 13<sup>th</sup> ed.** New York : McGraw-Hill.
- Smith, R.H. Nason, E.R. & Brown, K.G. (1980). **Measurement : Making Organization Perform.** New York : Macmillan.
- Stoner, A. F. & Wankel C.I. (1986). **Management.** 3<sup>th</sup> ed. New Delhi : hall.
- Upping, J. M. and Kasorn, T. (2013). **Factors Influencing the Success of Local Product (SMEs) in Northeast, Thailand.** Retrieved 25 April 2015, from <http://www.wbiworldconpro.com/uploads/melbourne-conference-2013-november/management/1384775502>.
- Uddin, M. R. & Bose, T. K. (2013). "Factors Affect the Success of SME in Bangladesh : Evidence from Khulna City." **Journal of Management and Sustainability.** 3(3) : 166-172.

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญ  
ในการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย





ที่ ศธ ๐๕๔๕.๑๑/ว๒๓๓

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
ถนนจรัส อำเภอเมือง  
จังหวัดบุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐

๒๕ พฤษภาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรนภา พรหมมา

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวนงลักษณ์ ทองศรี นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยาภรณ์ ศิริภานุมาศ เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ พิจารณาแล้วว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิจัยและศึกษาข้อมูลครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ทำวิจัยจะได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์และขอขอบคุณมาก ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นฤมล สมคุณา)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สำนักงานคณบดี

โทร ๐ ๔๔๖๑ ๑๒๒๑ ตย ๗๔๐๑ ๗๔๗๒

โทรศัพท์มือถือ ๐๘ ๖๔๖๘ ๑๖๕๖

โทรสาร ๐ ๔๔๖๑ ๒๘๕๘



ที่ ศธ. ๐๕๔๕.๑๑/ว๒๓๓

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
ถนนจิระ อำเภอเมือง  
จังหวัดบุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐

๒๕ พฤษภาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวรา สุวรรณพิมล

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวนงลักษณ์ ทองศรี นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปิยาภรณ์ ศิริภานุมาศ เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ พิจารณาแล้วว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิจัยและศึกษาข้อมูลครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ทำวิจัยจะได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์และขอขอบคุณมาก ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นฤมล สมकुณา)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สำนักงานคณบดี

โทร ๐ ๔๔๖๑ ๑๒๒๑ ต่อ ๗๔๐๑ ๗๔๗๒

โทรศัพท์มือถือ ๐๘ ๖๔๖๘ ๑๖๕๖

โทรสาร ๐ ๔๔๖๑ ๒๘๕๘



ที่ ศธ. ๐๕๔๕.๑๑/ว๒๓๓

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
ถนนจรัส อำเภอเมือง  
จังหวัดบุรีรัมย์ ๓๑๐๐๐

๒๕ พฤษภาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขออนุมัติคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา ภาณุรัตน์

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวนงลักษณ์ ทองศรี นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ กำลังศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปิยาภรณ์ ศิริภาณุมาศ เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ พิจารณาแล้วว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงขออนุมัติคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิจัยและศึกษาข้อมูลครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ทำวิจัยจะได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุมัติและขอขอบคุณมาก ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นฤมล สมคุณา)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

สำนักงานคณบดี

โทร ๐ ๔๔๖๑ ๑๒๒๑ ต่อ ๗๔๐๑ ๗๔๗๒

โทรศัพท์มือถือ ๐๘ ๖๔๖๘ ๑๖๕๖

โทรสาร ๐ ๔๔๖๑ ๒๘๕๘

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

## รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

### กลุ่มที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิชาการ

1. รองศาสตราจารย์ดร.อนันตชัย พงศ์สุวรรณ ตำแหน่ง ผู้ทรงคุณวุฒิมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์  
เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาวะผู้นำ
2. รองศาสตราจารย์สมบัติ ประจัญสานต์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยี  
สถาปัตยกรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
เป็นผู้เชี่ยวชาญการวิจัยด้านออกแบบลวดลายผ้า
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริพร หงส์พันธ์ ตำแหน่ง ข้าราชการบำนาญ  
เป็นผู้เชี่ยวชาญการวิจัยด้านวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม
4. ดร.รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชาทรัพยากรมนุษย์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
เป็นผู้เชี่ยวชาญการวิจัยด้านวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม
5. นางเสียงรัตน์ กิรติมาศ ตำแหน่ง ประธานหอการค้า จังหวัดบุรีรัมย์

### กลุ่มที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการปฏิบัติ

1. นางปราโมทย์ สิงห์จอร์จศักดิ์ตำแหน่ง ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง  
ตำบลคอนกอก อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์
2. นางมะลิ สีดี ตำแหน่ง กรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองตาไถ่น้อย  
ตำบลหนองตาไถ่น้อย อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์
3. นางกุลกนก เพชรเลิศ ตำแหน่งรองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสนวนนอก  
ตำบลสนวนนอก อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์
4. นายอริยพล กลองชัย ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่โครงการให้บริการและติดตามผลการใช้  
เครื่องหมายรับรองผ้าไหมไทยตรานกยูงพระราชทาน  
ศูนย์หม่อนไหมจังหวัดบุรีรัมย์สาขาย่อยอำเภอพุทไธสง
5. นางธัญพร โนนสิงห์ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่เคหะกิจ สำนักงานเกษตร อำเภอกระสัง  
จังหวัดบุรีรัมย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง

### รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

#### คำชี้แจง

- งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการจัดการและความต้องการของวิสาหกิจชุมชน และศึกษารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้ต้องการทราบระดับความคิดเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้น ข้อมูลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ระดับปัญหาการจัดการ ความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 6 ด้าน คือ ด้านการบริหารองค์การ การจัดการการเงินและการบัญชี การจัดการการผลิต การจัดการการตลาด การจัดการระบบสารสนเทศ และการจัดการการวิจัยและพัฒนา ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อทราบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่
- ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ประธาน กรรมการ และสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
- แบบสอบถาม มีองค์ประกอบ 3 ตอนดังนี้
  - ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ตอนที่ 2 ข้อมูลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
  - ตอนที่ 3 ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาการจัดการวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
 สำหรับการประเมินระดับความคิดเห็นของการจัดการในแต่ละข้อของตอนที่ 3 ท่านกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นใน 5 ระดับ ได้แก่ ระดับ 5 คือ ความคิดเห็นที่เห็นด้วยมากที่สุด ระดับ 4 คือ ความคิดเห็นที่เห็นด้วยมาก ระดับ 3 คือ ความคิดเห็นที่เห็นด้วยปานกลาง ระดับ 2 คือ ความคิดเห็นที่เห็นด้วยน้อย และระดับ 1 คือ ความคิดเห็นที่เห็นด้วยน้อยที่สุด
- การพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อในแบบสอบถามให้ท่านพิจารณาข้อคำถามว่ามีความคิดเห็นในแต่ละด้านมากน้อยในระดับใดตามความคิดเห็นที่เป็นจริงและมีความสำคัญต่อการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
- การตอบแบบสอบถามจะไม่ส่งผลกระทบต่อใคร ๆ ในทางลบ กรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความคิดเห็นที่เป็นจริงของท่าน คำตอบของท่านจะเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถาม

นางสาวนงลักษณ์ ทองศรี

นักศึกษาปริญญาเอก สาขาภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์





ตอนที่ 2 ข้อมูลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

1. ชื่อกลุ่ม.....หมู่ที่.....ตำบล.....อำเภอ.....
2. ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีสมาชิกจำนวน .....คน
3. ท่านอยู่ในตำแหน่งใดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
  1.  ประธานกลุ่ม
  2.  กรรมการกลุ่ม
  3.  สมาชิกกลุ่ม
4. ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านอยู่ในระดับใด
  1.  ระดับดี
  2.  ระดับปานกลาง
  3.  ระดับปรับปรุง
5. ระยะเวลาการเข้ามาเป็นสมาชิก
  1.  ต่ำกว่า 1 ปี
  2.  1 – 2 ปี
  3.  3 – 4 ปี
  4.  5 ปีขึ้นไป
6. ระยะเวลาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
  1.  ไม่เกิน 4 ปี
  2.  5-8 ปี
  3.  9-12 ปี
  4.  13-16 ปี
  5.  17-20 ปี
  6.  มากกว่า 20 ปี
7. รายได้ต่อเดือนจากผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นจำนวนเงินเท่าใด
  1.  ต่ำกว่า 10,000 บาท
  2.  10,001 – 20,000 บาท
  3.  20,001 – 30,000 บาท
  4.  30,001 – 40,000 บาท
  5.  มากกว่า 40,000 บาท โปรดระบุ.....
8. หน่วยงานใดให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  1.  สำนักงานพัฒนาชุมชน
  2.  สำนักงานพาณิชย์
  3.  สำนักงานสหกรณ์
  4.  สำนักงานอุตสาหกรรม
  5.  สำนักงานการเกษตร
  6.  อื่น ๆ โปรดระบุ.....
9. เรื่องที่ให้การสนับสนุน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  1.  งบประมาณ
  2.  เครื่องมือ อุปกรณ์
  3.  สถานที่จำหน่าย
  4.  พัฒนาบุคลากร
  5.  หมู่บ้านท่องเที่ยวผ้าไหม
  6.  อื่น ๆ โปรดระบุ.....
10. หน่วยงานภาครัฐยอมรับความสำเร็จของกลุ่ม ฯ ในด้านใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  1.  การจัดการการเงินและการบัญชี
  2.  การจัดการการผลิต
  3.  การจัดการการตลาด
  4.  การบริหารองค์การ
  5.  การจัดการระบบสารสนเทศ
  6.  การจัดการการวิจัยและการพัฒนา
  7.  อื่น ๆ .....

11. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ณ แหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |   |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ตลาดระดับหมู่บ้าน   | 2. <input type="checkbox"/> ตลาดระดับอำเภอ    |
| 3. <input type="checkbox"/> ตลาดระดับจังหวัด    | 4. <input type="checkbox"/> ตลาดระดับในประเทศ |
| 3. <input type="checkbox"/> ตลาดระดับต่างประเทศ |   |

12. ประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จำหน่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |   |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ผ้าฝ้าย/ผ้าดุง | 2. <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์แปรรูป โปรกระบุ..... |
| 3. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ .....   |   |

13. สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความชำนาญหรือทักษะด้านใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |  |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> ด้านการจัดการผลิต         | 2. <input type="checkbox"/> ด้านจัดการการขาย/การตลาด |
| 3. <input type="checkbox"/> ด้านจัดการการเงินและบัญชี | 4. <input type="checkbox"/> ด้านการบริหารองค์การ     |
| 5. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรกระบุ.....      |  |

ตอนที่ 3 ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

คำชี้แจง : แบบสอบถามปัญหาและความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนซึ่งข้อคำถามเกี่ยวข้องกับการบริหารองค์การ การจัดการการเงินและการบัญชี การจัดการการผลิต การจัดการการตลาด การจัดการระบบสารสนเทศ และการจัดการการวิจัยและพัฒนา โดยแต่ละข้อกำหนดเป็นมาตรฐานค่า 5 ระดับ ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ท่านปฏิบัติงาน







## ข้อเสนอแนะ

1. ปัญหาเร่งด่วนในการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีอะไรบ้างเพราะเหตุใด .....

.....

.....

.....

2. ความต้องการเร่งด่วนในการพัฒนาจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมควรเป็นอย่างไร .....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถาม

นางสาวนงลักษณ์ ทองศรี

นักศึกษาปริญญาเอก สาขาภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก ง  
แบบสัมภาษณ์

## แบบสัมภาษณ์

ปัญหาและความต้องการการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม  
จังหวัดบุรีรัมย์

## ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

วันที่/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์ : .....

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....นามสกุล..... อายุ..... ปี

ตำแหน่งการทำงานของท่าน  ประชาน  กรรมการ  สมาชิก

เบอร์โทร..... ประสบการณ์การทำงาน.....ปี

ระดับการศึกษาสูงสุด.....อาชีพหลัก..... อาชีพรอง.....

## ตอนที่ 2 บริบททั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

สภาพแวดล้อมภายนอก (สภาพเศรษฐกิจ นโยบายรัฐบาล สังคมและวัฒนธรรม  
เทคโนโลยี)

.....

.....

.....

.....

.....

## สภาพการดำเนินงานภายในกลุ่ม

1. การบริหารองค์การ (วางแผน การจัดโครงสร้าง ขอบเขตหน้าที่ความ  
รับผิดชอบ ทักษะการจัดการ วิธีการควบคุม)

.....

.....

.....

.....



ปัญหาการบริหารองค์การ

ไม่มี  มี

.....  
.....

ความต้องการพัฒนาการบริหารองค์การอย่างไร

ไม่มี  มี

.....  
.....

2. การจัดการการเงินและการบัญชี (การวางแผนการเงินล่วงหน้า แหล่งที่มาของ  
เงินทุนแหล่งใช้ไปของเงินทุนการควบคุม)

.....  
.....  
.....  
.....

ปัญหาการเงินและการบัญชี

ไม่มี  มี

.....  
.....

ความต้องการพัฒนาการเงินการบัญชี

ไม่มี  มี

.....  
.....

3. การจัดการการผลิต (การวางแผนระบบการผลิต การดำเนินการผลิต (มีการ  
ปลูกหม่อนเลี้ยงตัวไหม การเลี้ยงไหม เกี่ยวข้องกับ การสาวไหม การฟอกขาว การย้อมสี การมัดหมี่  
การทอผ้า ต่อเส้นด้ายขึ้นเข้ากับฟืม (พื้นหวี) เริ่มการทอ การกระทบพื้นหวี (ฟืม) การเก็บหรือม้วน  
ผ้า การควบคุมคุณภาพและมาตรฐาน

.....  
.....  
.....  
.....

ปัญหาการจัดการการผลิต

ไม่มี  มี

ความต้องการพัฒนาการจัดการการผลิต

ไม่มี  มี

4. การจัดการการตลาด (ประเภทของผลิตภัณฑ์ ราคาผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด)

ปัญหาการจัดการการตลาด

ไม่มี  มี

ความต้องการพัฒนาการจัดการการตลาด

ไม่มี  มี

5. การจัดการระบบข้อมูลข่าวสาร ( การรวบรวมข้อมูลการเผยแพร่ข้อมูลการ  
จัดเก็บข้อมูล และการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์)

ปัญหาการจัดการระบบสารสนเทศ

ไม่มี  มี

ความต้องการพัฒนาการจัดการระบบสารสนเทศ  ไม่มี  มี

.....  
 .....

6. การจัดการการวิจัยและพัฒนา (สำรวจปัญหาของการจัดการกลุ่มร่วมแก้ปัญหา โดยเครือข่ายภาครัฐกระบวนการปฏิบัติการการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ )

.....  
 .....

ปัญหาการจัดการการวิจัยและพัฒนา  ไม่มี  มี

.....  
 .....

ความต้องการพัฒนาการจัดการการวิจัยและพัฒนา  ไม่มี  มี

.....  
 .....

ท่านคิดว่าปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรแก้ไขก่อนหลังอย่างไร

(โปรดเรียงความสำคัญ 3 ลำดับแรก)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> การบริหารองค์การ      | <input type="checkbox"/> การจัดการการเงินและการบัญชี |
| <input type="checkbox"/> การจัดการการผลิต      | <input type="checkbox"/> การจัดการการตลาด            |
| <input type="checkbox"/> การจัดการระบบสารสนเทศ | <input type="checkbox"/> การจัดการการวิจัยและพัฒนา   |

ท่านคิดว่าความต้องการในการพัฒนาของการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรพัฒนาก่อน  
 หลังอย่างไร (โปรดเรียงความสำคัญ 3 ลำดับแรก)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> การบริหารองค์การ      | <input type="checkbox"/> การจัดการการเงินและการบัญชี |
| <input type="checkbox"/> การจัดการการผลิต      | <input type="checkbox"/> การจัดการการตลาด            |
| <input type="checkbox"/> การจัดการระบบสารสนเทศ | <input type="checkbox"/> การจัดการการวิจัยและพัฒนา   |

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก จ

แบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้

## แบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้

### เรื่อง

## รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

### คำชี้แจง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งรายการหรือข้อความต่อไปนี้ เป็นกิจกรรมย่อยที่ได้จากการศึกษาปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจากแบบสอบถาม และการศึกษาพหุกรณี ที่มีระดับความสำคัญสามลำดับแรก ผลจากการศึกษาผู้วิจัยได้นำมาพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นไปได้ว่าบางกิจกรรมอาจมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความคิดเห็นจากท่านให้ลงความคิดเห็นว่ารายการหรือข้อความใดมีความจำเป็นหรือมีความสำคัญต่อการพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์มากน้อยเพียงใด เพื่อยืนยันรูปแบบการจัดการ โดยแสดงความคิดเห็นตามระดับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ข้อความนั้นมีความเหมาะสมในการนำไปใช้มากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ข้อความนั้นมีความเหมาะสมในการนำไปใช้มาก

ระดับ 3 หมายถึง ข้อความนั้นมีความเหมาะสมในการนำไปใช้ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ข้อความนั้นมีความเหมาะสมในการนำไปใช้น้อย

ระดับ 1 หมายถึง ข้อความนั้นมีความเหมาะสมในการนำไปใช้น้อยที่สุด

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบประเมินในครั้ง นี้ จะนำไปพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อยืนยันความเหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต่อไป ดังนั้นผู้วิจัยขอความกรุณาท่านได้โปรดตอบให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด และขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถาม

นางสาวนงลักษณ์ ทองศรี

นักศึกษาปริญญาเอก สาขาภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

## แบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้

### เรื่อง

#### รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

\* ให้ท่านแสดงความคิดเห็นที่จำเป็นและคิดว่ามีความสำคัญต่อรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน\*

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ตามระดับความเหมาะสม

1. เพศ

1.  ชาย

2.  หญิง

2. อายุ

1.  ไม่เกิน 30 ปี

2.  31-40 ปี

3.  41-50 ปี

4.  51-60 ปี

5.  61 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1.  ประถมศึกษา

2.  มัธยมศึกษาตอนต้น

3.  มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

4.  อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

5.  ปริญญาตรี

6.  อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. ท่านอยู่ในตำแหน่งใดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

1.  ประธานกลุ่ม

2.  กรรมการกลุ่ม

3.  สมาชิกกลุ่ม

5. ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง.....ปี

## ตอนที่ 2 รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจง : แบบประเมินเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลด้านการจัดการการผลิต ด้านการจัดการการตลาด และด้านการจัดการการเงินและบัญชี โดย ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ท่านปฏิบัติงาน ซึ่งแต่ละข้อกำหนดเป็นมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 คือ ข้อความนั้นมีความเหมาะสมในการนำไปใช้มากที่สุด

ระดับ 4 คือ ข้อความนั้นมีความเหมาะสมในการนำไปใช้มาก

ระดับ 3 คือ ข้อความนั้นมีความเหมาะสมในการนำไปใช้ปานกลาง

ระดับ 2 คือ ข้อความนั้นมีความเหมาะสมในการนำไปใช้น้อย

ระดับ 1 คือ ข้อความนั้นมีความเหมาะสมในการนำไปใช้น้อยที่สุด

รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์	ระดับความเหมาะสมในการนำไปใช้				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านการจัดการการผลิต</b>					
1.ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าก่อนการวางแผนการผลิต					
2.ควรวางแผนการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ และแตกต่างจากคู่แข่ง					
3.ควรวางแผนวัตถุดิบการผลิตให้เพียงพอต่อการกำลังการผลิต					
4.ควรจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีคุณภาพและทันสมัยเพื่อตอบสนองความรวดเร็ว					
5.ควรจัดหาแรงงานที่มีฝีมือ มีเพียงพอต่อการกำลังการผลิต โดยเฉพาะฤดูทำนา					
6.ควรดำเนินการผลิตให้ทันเวลาของคำสั่งซื้อ					
7.มีความสามารถในการควบคุมต้นทุนการผลิต					
8.ควรมีวิธีการสืบสานภูมิปัญญาสู่คนรุ่นหลัง					
9.ควรควบคุมคุณภาพให้ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพจากหน่วยงานที่มีชื่อเสียง					

รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์	ระดับความเหมาะสมในการนำไปใช้				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
10.ควรหาวิธีรักษาลังแวดล้อมจากผลกระทบของการ ดำเนินการผลิตผ้าไหม					
11.ควรสร้างเครือข่ายทางการผลิต					
12.ควรมีคุณธรรมจริยธรรมของกลุ่ม					
<b>ด้านการจัดการการตลาด</b>					
13.ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าเพื่อการวางแผน การตลาด					
14.รวบรวมผลิตภัณฑ์จากสมาชิกและเครือข่ายที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่งเพื่อการจำหน่าย					
15.กลุ่มมีความสามารถในการเข้าถึงความช่วยเหลือของ เครือข่ายทางการตลาด					
16.ราคาผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมีความเหมาะสมตามคุณภาพ และภาวะการแข่งขัน					
17.จำหน่ายทางตรงโดยพนักงานในตลาดชุมชนและงาน แสดงที่หน่วยงานเกี่ยวข้องจัดขึ้น					
18. การจัดจำหน่ายทางอ้อมผ่านพ่อค้าคนกลาง					
19. ควรมีคุณธรรมจริยธรรมทางการตลาด					
20. ขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบไปรษณีย์ และสื่อ ออนไลน์					
21. การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา การทำนามบัตร					
22. ควรจัดจำหน่ายด้วยระบบเงินสด					
23. บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า					
<b>ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี</b>					
24. ควรวางแผนคาดคะเนความต้องการของตลาด เพื่อ วางแผนความต้องการใช้เงินทุน					
25. ควรให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการเงินทั้งระยะ สั้นและระยะยาว					



รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์	ระดับความเหมาะสมในการนำไปใช้				
	มากที่สุด (5)	มาก (5)	มาก (5)	มาก (5)	มากที่สุด (5)
26. ควรมีการระดมทุนจากสมาชิก การสนับสนุนของภาครัฐ การเงินภายในชุมชนและสถาบันการเงิน					
27. การจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ ใช้วิธีการรวบรวม ยอดซื้อจากสมาชิกอื่นเพื่อเกิดอำนาจต่อรองราคาต้นทุน					
28. ค่าจ้างการผลิตมีการจ่ายเป็นแบบรายวัน และเหมาะสมตาม ความยากง่ายของงาน					
29. สมาชิกมีความสามารถในการหารายได้เพื่อการชำระหนี้					
30. ควรจัดสรรเงินทุนเพื่อการอบรมทักษะความรู้แก่สมาชิก					
31. ควรจัดสรรผลประโยชน์และสวัสดิการแก่สมาชิกอย่าง ยุติธรรม					
32. ควรมีผู้รับผิดชอบการบัญชีอย่างต่อเนื่อง					
33. ควรควบคุมการเงินด้วยการจดบันทึกบัญชีอย่างต่อเนื่อง และมีระบบบัญชีที่โปร่งใส ตรวจสอบได้					

### ข้อเสนอแนะ

1. รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถาม

นางสาวนงลักษณ์ ทองศรี

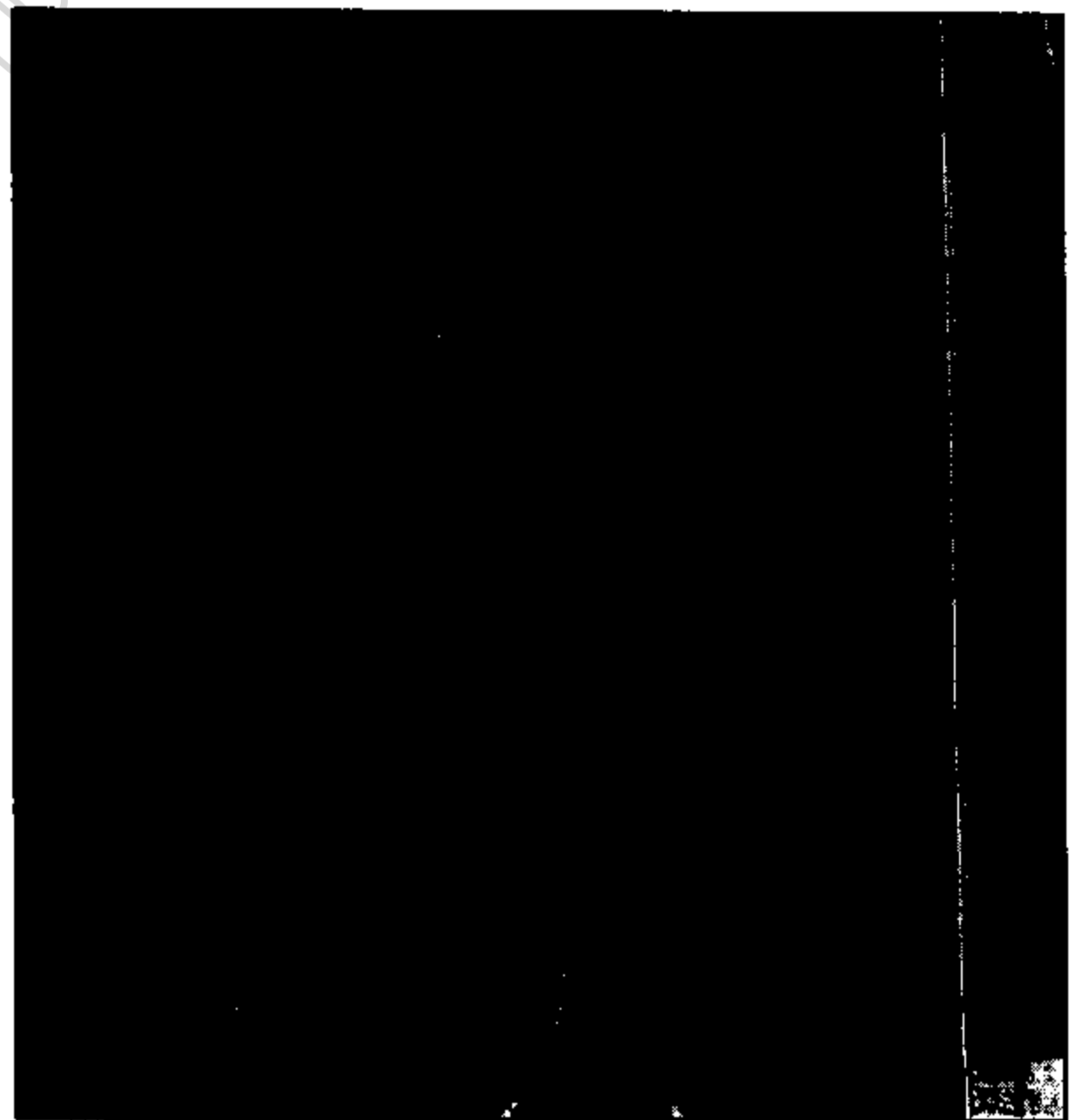
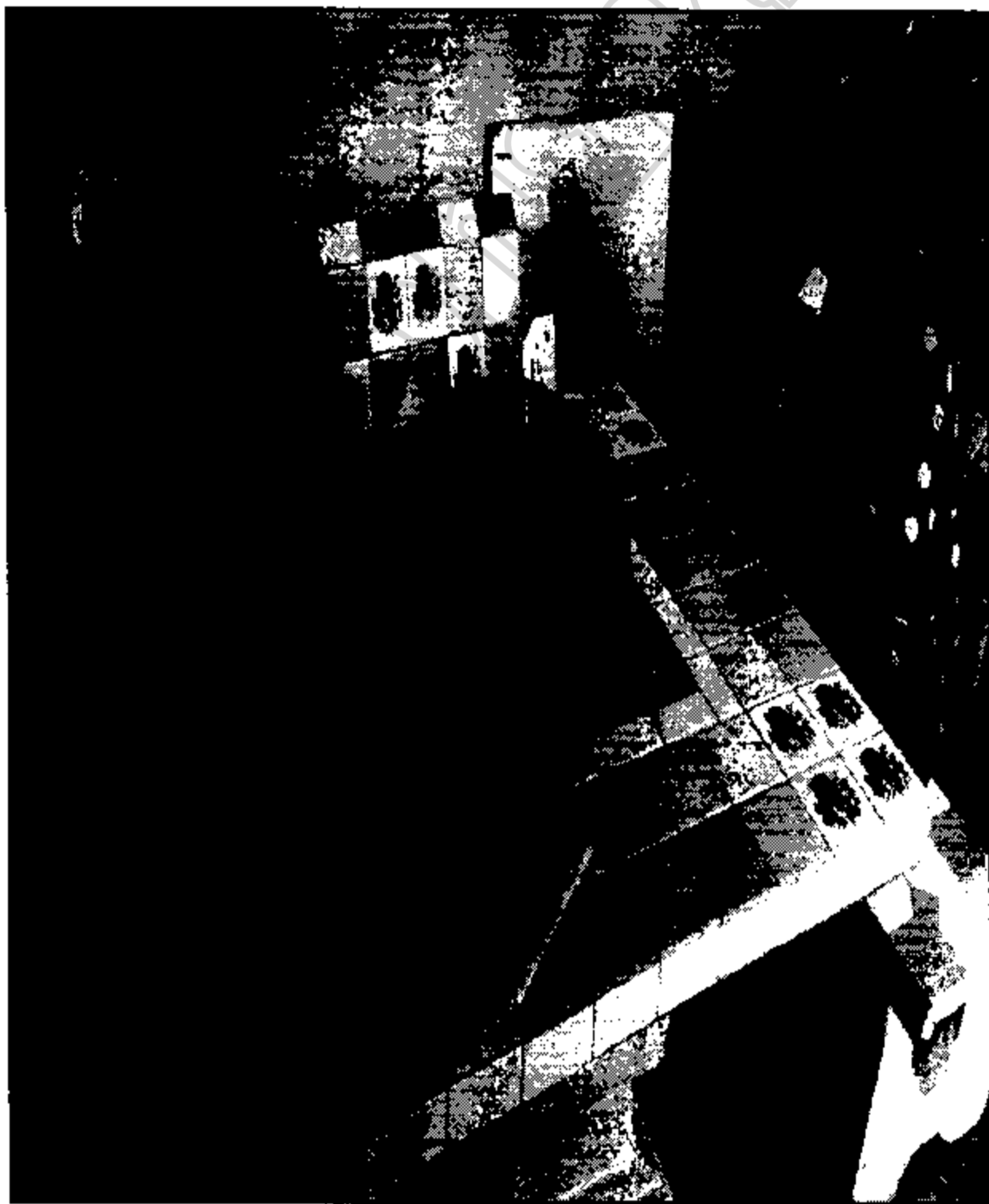
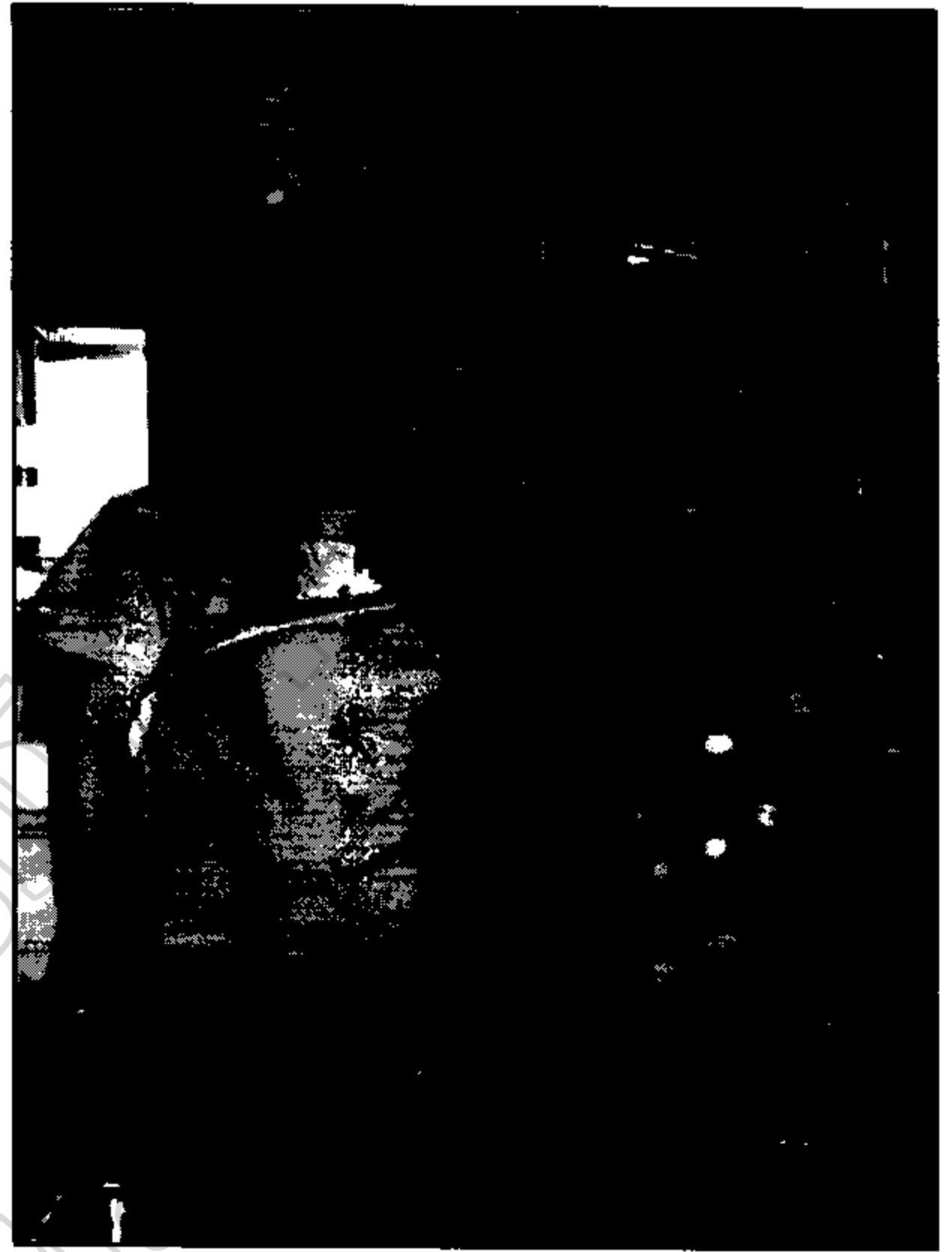
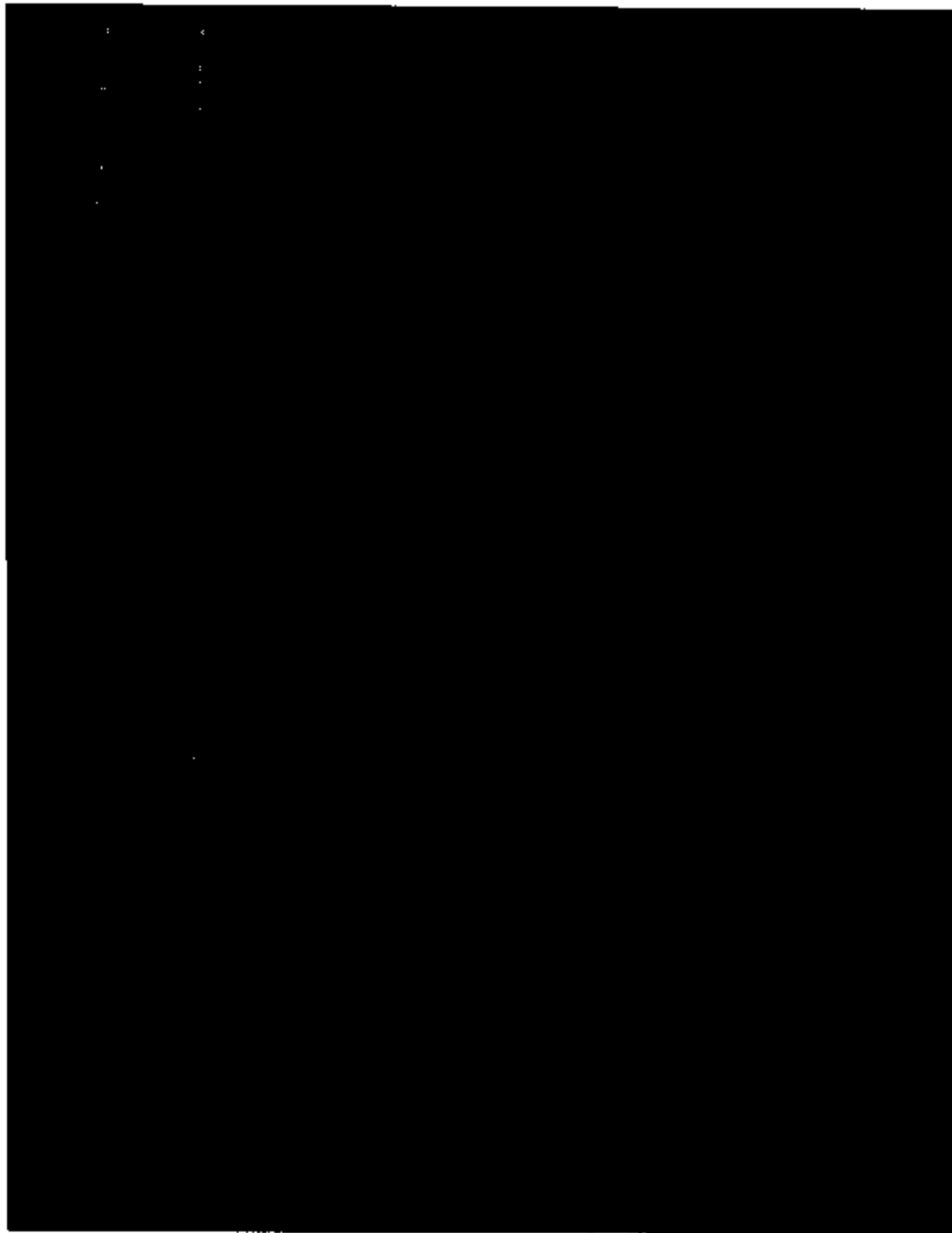
นักศึกษาปริญญาเอก สาขาภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

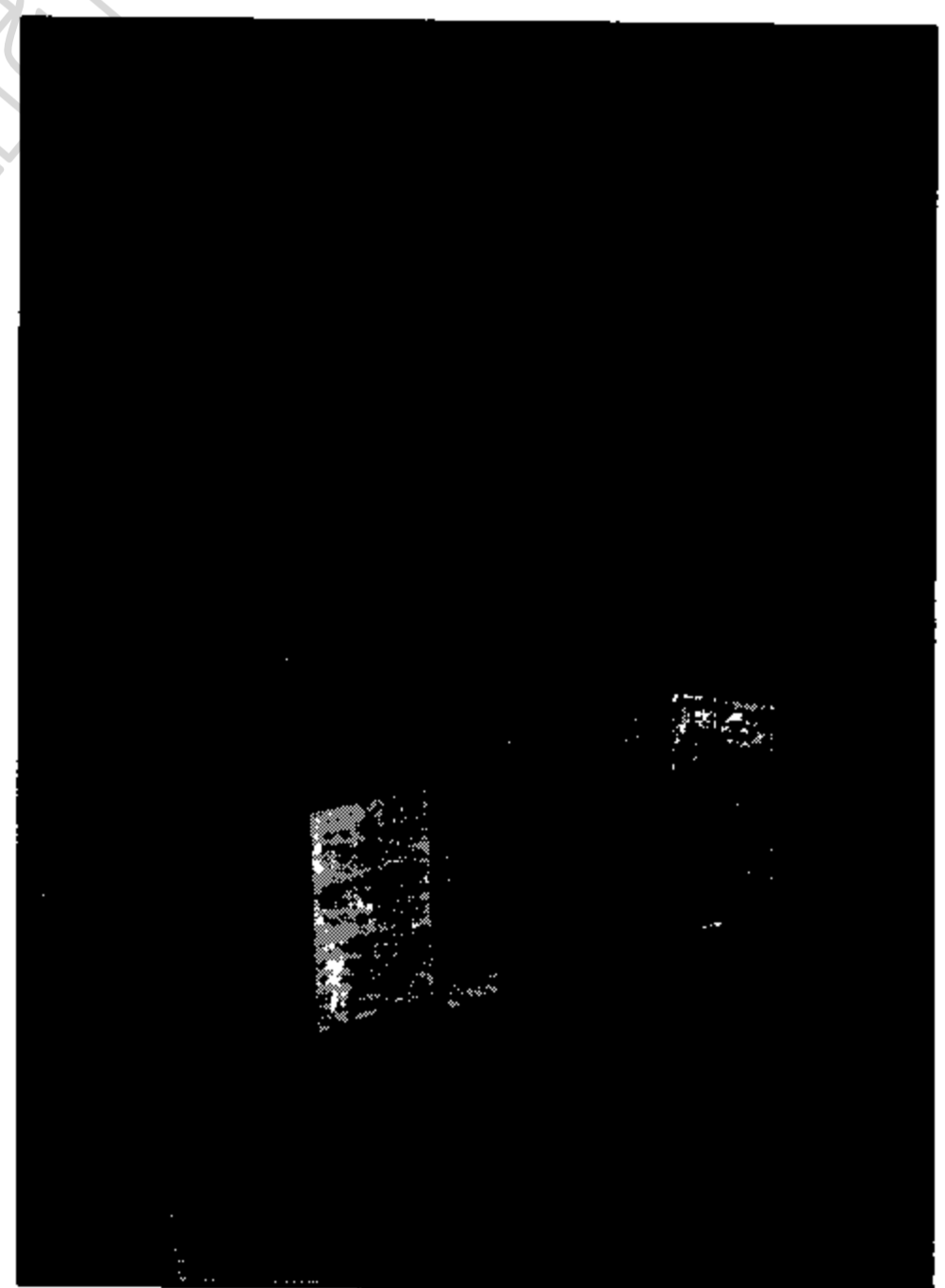
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก ฉ  
ภาพการลงพื้นที่

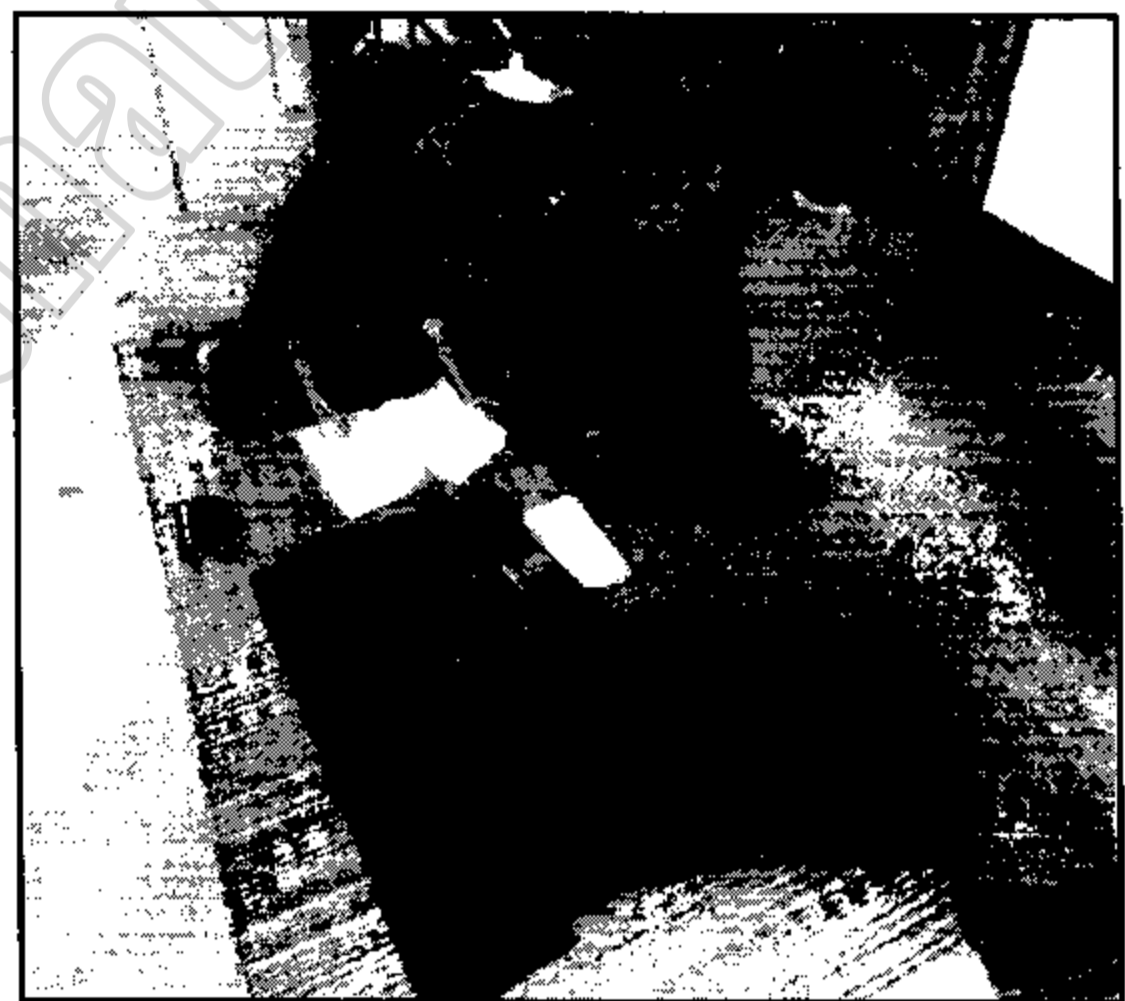
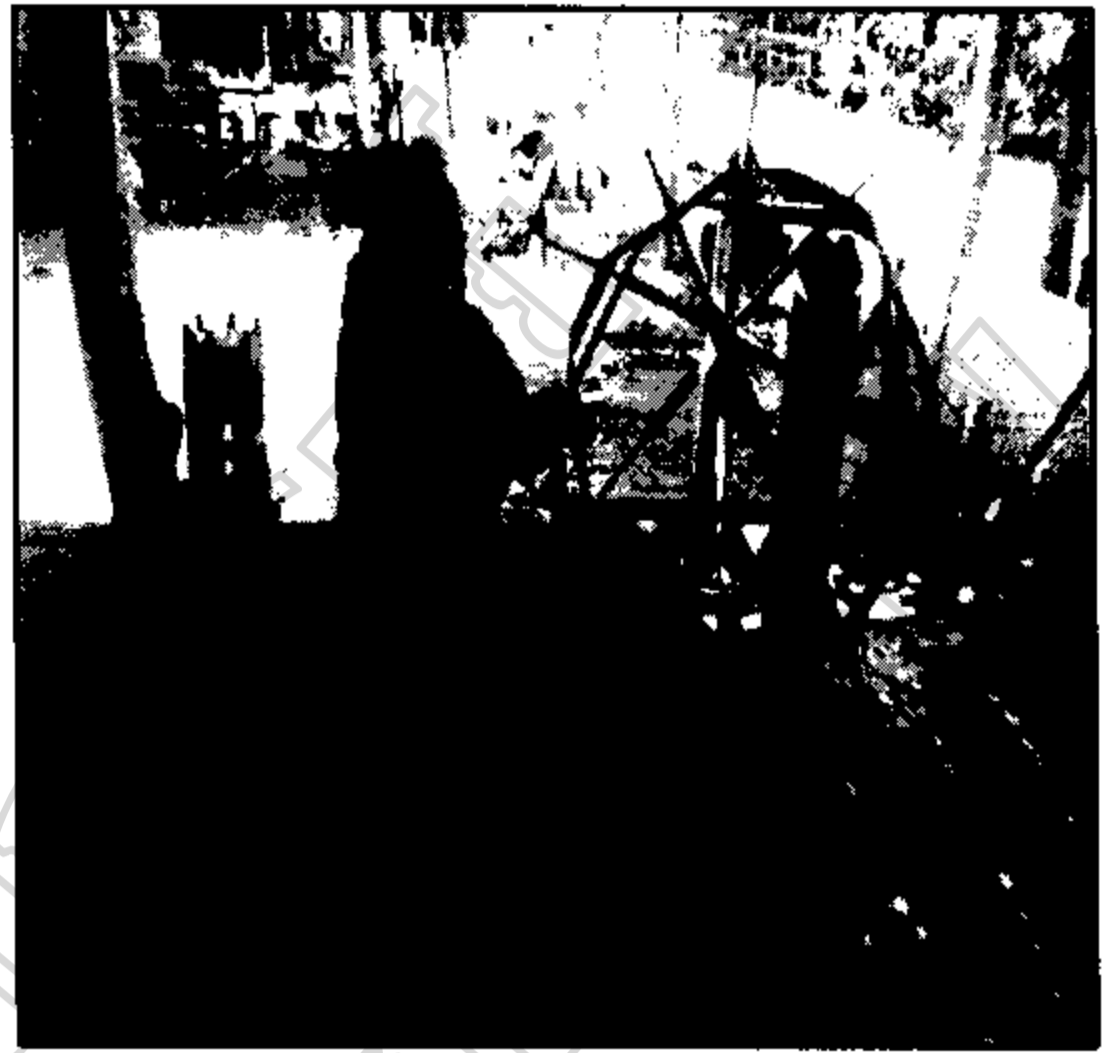
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโคกสูง ตำบลศรีภูมิ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์



กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหัวสะพาน ตำบลบ้านยาง อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์



กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองขอน ตำบลกันทรารมย์ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์



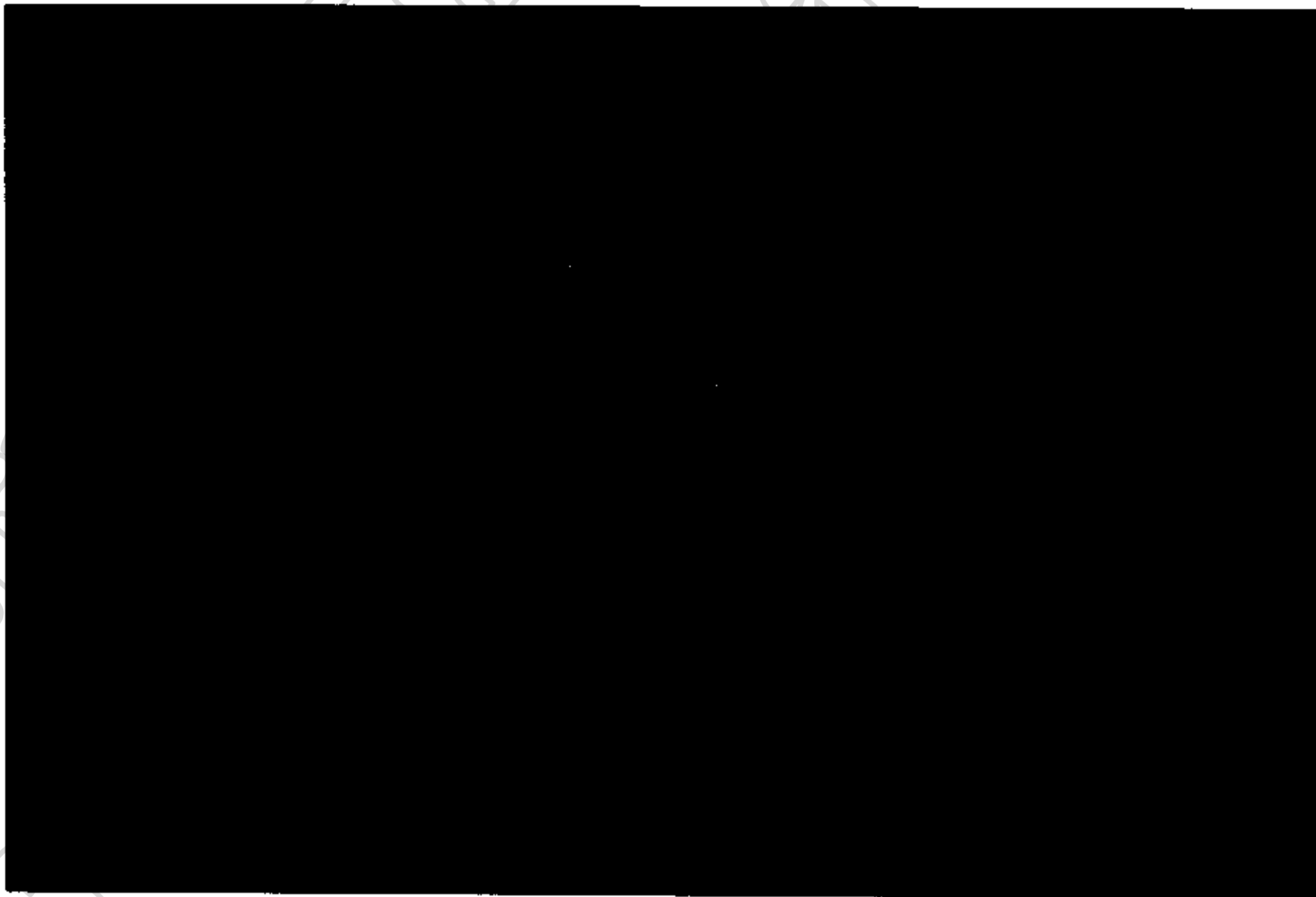
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก ข

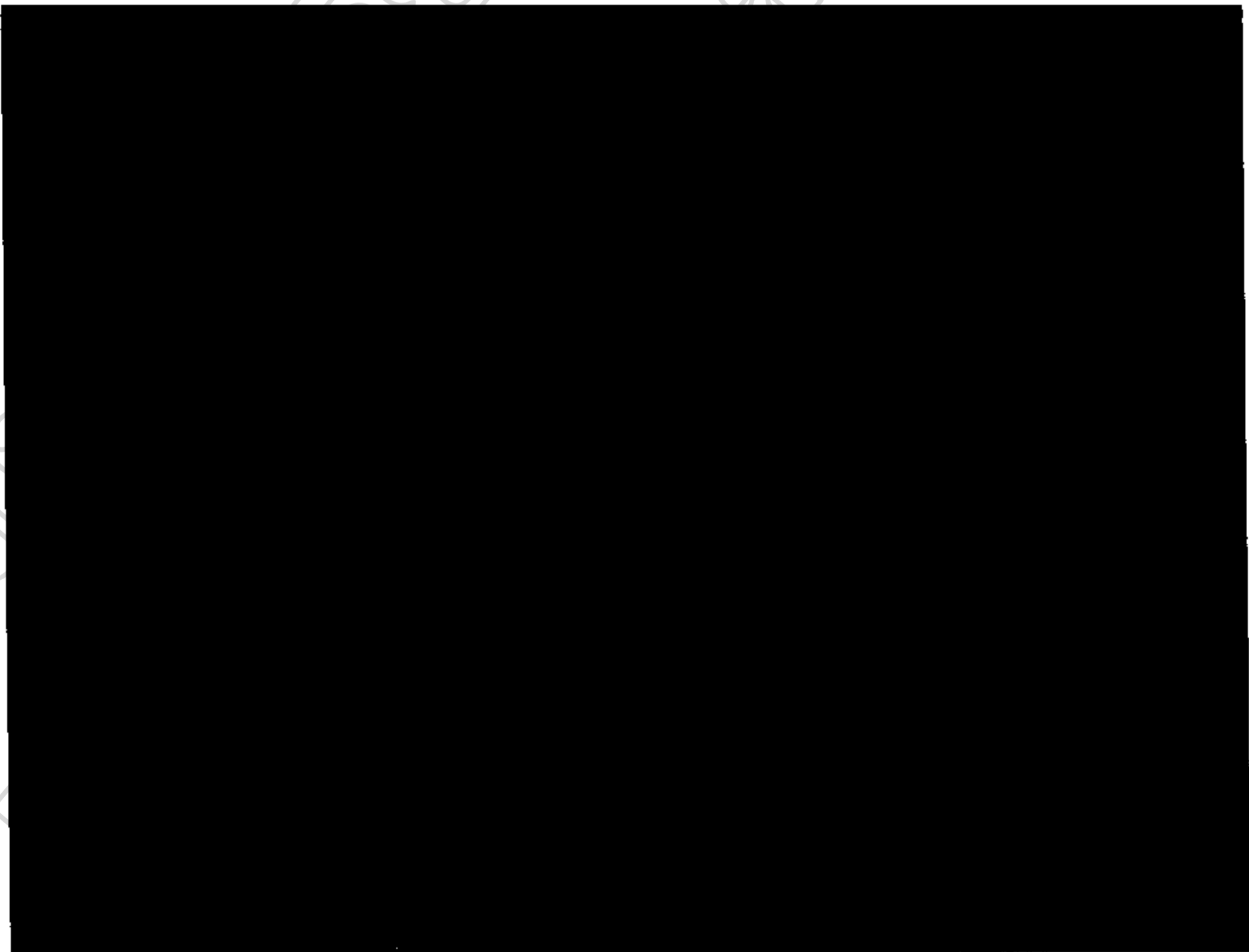
ภาพกิจกรรมการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

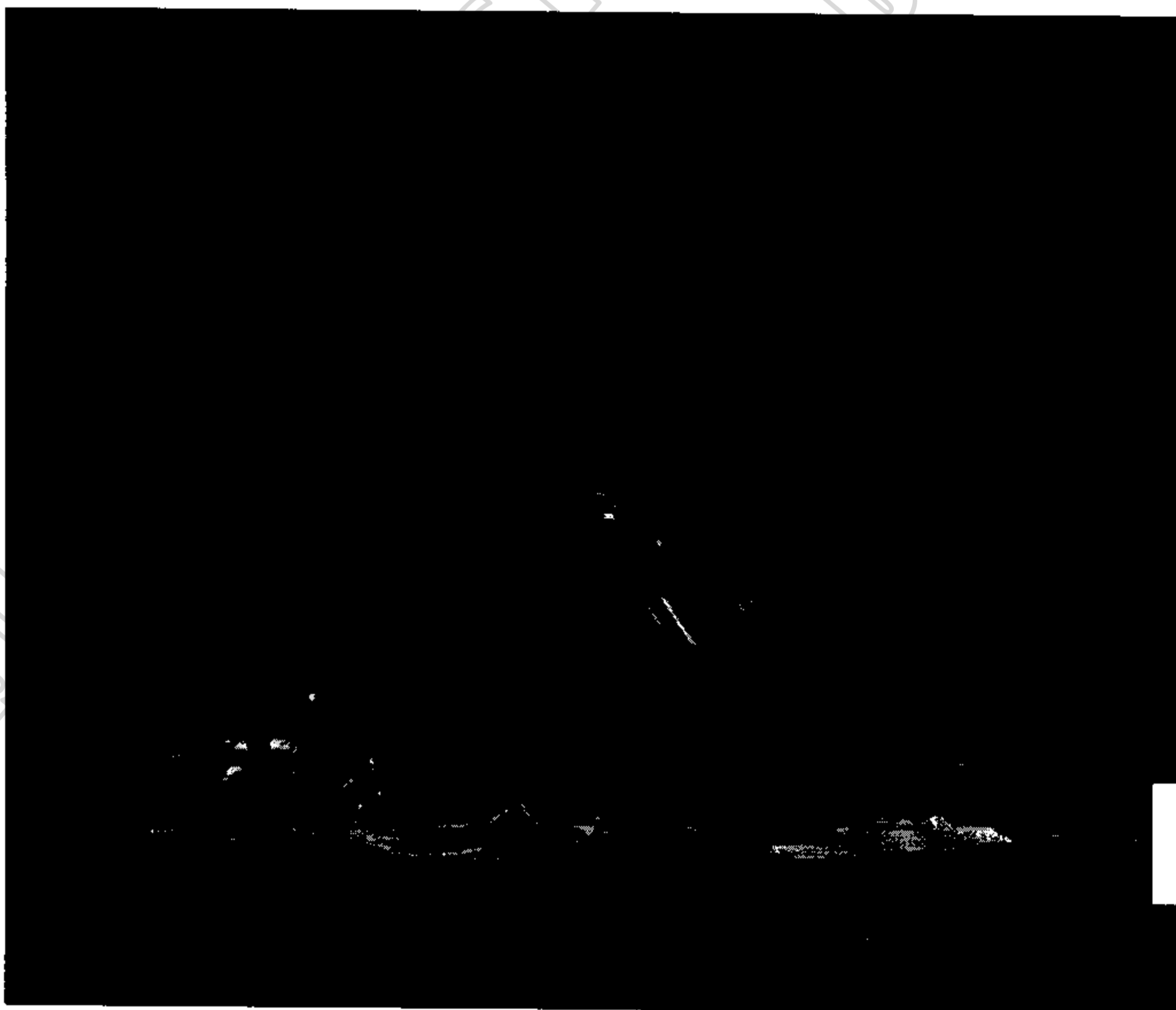
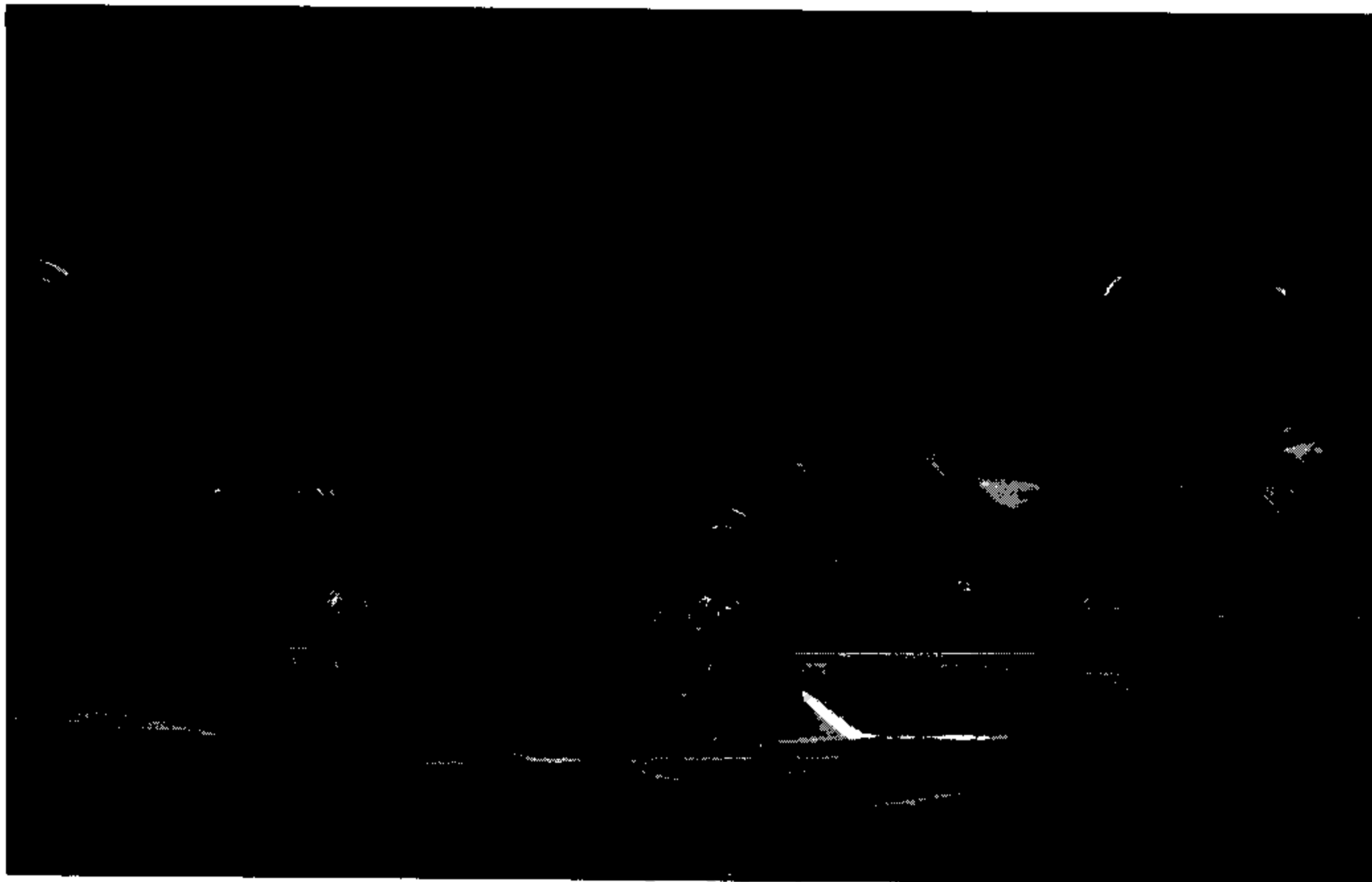
กิจกรรมการสนทนากลุ่ม  
วันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2558  
ณ ห้องประชุมไกรรณภูมิ อาคาร 13 ชั้น 2  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์











ภาคผนวก ข

ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC)

## ค่าดัชนีความสอดคล้อง

	N	Mean	Std. Deviation
A1	5	.6000	.89443
A2	5	1.0000	.00000
A3	5	.6000	.89443
A4	5	.8000	.44721
A5	5	.6000	.89443
A6	5	.2000	1.09545
A7	5	1.0000	.00000
A8	5	.8000	.44721
A9	5	1.0000	.00000
A10	5	.8000	.44721
B11	5	.8000	.44721
B12	5	1.0000	.00000
B13	5	.8000	.44721
B14	5	.6000	.89443
B15	5	.8000	.44721
B16	5	1.0000	.00000
B17	5	.6000	.89443
B18	5	1.0000	.00000
B19	5	1.0000	.00000
B20	5	.8000	.44721
C21	5	.8000	.44721
C22	5	1.0000	.00000
C23	5	.8000	.44721
C24	5	1.0000	.00000
C25	5	.6000	.54772
C26	5	1.0000	.00000
C27	5	.6000	.89443

	N	Mean	Std. Deviation
C28	5	.4000	.89443
C29	5	1.0000	.00000
C30	5	1.0000	.00000
D31	5	1.0000	.00000
D32	5	1.0000	.00000
D33	5	1.0000	.00000
D34	5	.6000	.89443
D35	5	.4000	.89443
D36	5	.6000	.89443
D37	5	1.0000	.00000
D38	5	.6000	.89443
D39	5	1.0000	.00000
D40	5	.6000	.89443
E41	5	1.0000	.00000
E42	5	1.0000	.00000
E43	5	.6000	.89443
E44	5	.6000	.89443
E45	5	.6000	.89443
E46	5	1.0000	.00000
E47	5	1.0000	.00000
E48	5	1.0000	.00000
E49	5	1.0000	.00000
E50	5	1.0000	.00000
F51	5	1.0000	.00000
F52	5	.2000	.83666
F53	5	.6000	.54772
F54	5	.8000	.44721
F55	5	.4000	.89443

	N	Mean	Std. Deviation
F56	5	.8000	.44721
F57	5	.8000	.44721
F58	5	.6000	.89443
F59	5	1.0000	.00000
F60	5	.6000	.89443
Valid N (listwise)	5		

มหาวิทยาลัยสุโขทัย  
Buriram Rajabhat University

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
Buriram Rajabhat University

ภาคผนวก ฅ

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

### ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

	Mean	Std. Deviation	N
a1	1.87	1.224	30
a2	1.87	1.252	30
a3	1.60	.855	30
a4	1.60	.968	30
a5	1.40	.621	30
a6	1.47	.681	30
a7	1.60	.894	30
a8	1.80	1.031	30
a9	1.83	1.020	30
a10	2.73	1.285	30
a11	2.33	1.470	30
a12	2.23	1.357	30
a13	2.20	1.400	30
a14	2.13	1.252	30
a15	2.23	1.305	30
a16	2.27	1.437	30
a17	2.37	1.732	30
a18	2.10	1.296	30
a19	1.80	1.215	30
a20	4.67	.479	30
a21	4.27	.640	30
a22	4.07	.583	30
a23	4.30	.596	30
a24	4.20	.714	30
a25	4.33	.547	30
a26	4.23	.679	30
a27	4.20	.664	30



	Mean	Std. Deviation	N
a28	4.33	.661	30
a29	4.60	.498	30
a30	4.07	.828	30
a31	3.03	1.066	30
a32	2.60	1.303	30
a33	2.70	1.601	30
a34	2.63	1.273	30
a35	2.93	1.230	30
a36	3.20	.961	30
a37	3.53	1.137	30
a38	3.87	1.042	30
a39	3.00	1.390	30
a40	2.83	1.510	30
a41	1.90	.923	30
a42	2.23	1.006	30
a43	3.23	.935	30
a44	3.50	.974	30
a45	3.50	.938	30
a46	2.17	.747	30
a47	2.13	.900	30
a48	2.13	.819	30
a49	2.30	.750	30
a50	2.50	1.042	30
a51	2.00	.743	30
a52	1.90	.712	30
a53	1.90	.803	30
a54	1.87	.730	30
a55	2.20	.925	30
a56	2.33	1.155	30

	Mean	Std. Deviation	N
a57	2.03	.928	30
a58	1.87	.900	30
b1	2.07	1.461	30
b2	2.03	1.426	30
b3	1.77	1.135	30
b4	1.80	1.243	30
b5	1.57	.858	30
b6	1.63	.890	30
b7	1.87	1.074	30
b8	2.00	1.232	30
b9	2.03	1.217	30
b10	2.73	1.285	30
b11	2.33	1.470	30
b12	2.23	1.357	30
b13	2.20	1.400	30
b14	2.13	1.252	30
b15	2.23	1.305	30
b16	2.27	1.437	30
b17	2.37	1.732	30
b18	2.10	1.296	30
b19	1.70	1.149	30
b20	4.63	.556	30
b21	4.27	.640	30
b22	4.07	.583	30
b23	4.30	.596	30
b24	4.20	.714	30
b25	4.33	.547	30
b26	4.23	.679	30
b27	4.20	.664	30

	Mean	Std. Deviation	N
b28	4.33	.661	30
b29	4.60	.498	30
b30	4.07	.828	30
b31	3.03	1.066	30
b32	2.60	1.303	30
b33	2.70	1.601	30
b34	2.63	1.273	30
b35	2.93	1.230	30
b36	3.20	.961	30
b37	3.53	1.137	30
b38	3.87	1.042	30
b39	3.00	1.390	30
b40	2.83	1.510	30
b41	2.13	1.279	30
b42	2.40	1.248	30
b43	3.40	1.037	30
b44	3.60	1.070	30
b45	3.60	1.037	30
b46	2.50	1.167	30
b47	2.37	1.273	30
b48	2.37	1.217	30
b49	2.53	1.137	30
b50	2.70	1.291	30
b51	2.17	1.053	30
b52	2.17	1.085	30
b53	2.23	1.251	30
b54	2.20	1.215	30
b55	2.43	1.305	30
b56	2.50	1.408	30

	Mean	Std. Deviation	N
b57	2.30	1.264	30
b58	2.07	1.230	30

Cronbach's Alpha	N of Items
0.987	116

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี  
Buriram Rajabhat University

## ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ	นงลักษณ์ ทองศรี
วันเดือนปีเกิด	6 มิถุนายน 2501
สถานที่เกิด	อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์
ที่อยู่ปัจจุบัน	22/18 ถนนสันติประชา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการ
สถานที่ทำงาน	คณะวิทยาการจัดการ การ อำเภอเมืองจังหวัดบุรีรัมย์ 31000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2523	เศรษฐศาสตร์บัณฑิต (การเงินการธนาคาร) จากวิทยาลัยการค้า
พ.ศ. 2533	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการ) จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
พ.ศ. 2539	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) จากมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
พ.ศ. 2559	ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต (ภาวะผู้นำเพื่อการพัฒนาวิชาชีพ) จากมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์