

บุญข้าวย่านบ้านดินลาน : การจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อการยกระดับมูลค่าของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

Ban Din Lan Khao Yam Budu: Management Community Enterprise Upgrading the Value of a One Tambon One Product (OTOP) Products

กนกกาญจน์ เมืองแก้ว^{1*}, กษิต ม่วงจันทร์¹, อุทัย ปริญาสุทินันท์²

Kanokkarn Muangkaew^{1*}, Kasidit Mungjan¹, Utai Parinyasutinun²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยได้รับมาตรฐานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบุญข้าวย่านบ้านดินลาน จำนวน 10 คน และผู้ให้ข้อมูลรองคือ พัฒนาการอำเภอบางกล่ำ และเกษตรอำเภอบางกล่ำ จำนวน 4 คน ร่วมกับการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเริ่มต้นศึกษาและรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2557 - กุมภาพันธ์ 2559 จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและเขียนรายงานผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษา พบว่า วิสาหกิจชุมชนบุญข้าวย่านบ้านดินลาน เป็นกลุ่มที่สมาชิกรู้จักพึ่งพาตนเองซึ่งนำไปสู่การลดรายจ่ายและเพิ่มรายได้ภายในครัวเรือน ทั้งยังใช้การวิเคราะห์ SWOT เพื่อนำไปสู่การจัดการทั้งด้านการบริหารกลุ่ม ด้านการวางแผนการธุรกิจ ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเงิน และด้านการบัญชี โดยการใช้วิเคราะห์และการจัดการเหล่านี้ไปสู่การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าให้พร้อมกับการเข้ารับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 4-5 ดาว ต่อไป

คำสำคัญ : การจัดการ, วิสาหกิจชุมชน, การยกระดับมูลค่าสินค้า, บุญข้าวย่านบ้านดินลาน

Abstract

The purpose of this qualitative study was to explore the management and development of a community product to attain a One Tambon One Product (OTOP) standards certification. In-depth interviews, group discussions, and participant observations were employed as field data collecting

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาชุมชนศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

² อ.ดร., ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

¹ Bachelor degree Student, Community Studies, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University.

² Ph.D., Lecturer at Department of Educational Foundation, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University.

*Corresponding author: e-mail: kanokkarn325@hotmail.com Tel. 084-3254374

instruments. Ten primary key informants were chairman and members of Ban Din Lan Khao Yam Budu Community Enterprise, and four secondary key informants who were Bang Klam District Development Administrative Officers, and Bang Klam District Agriculture Extension Officers. The initial study and collect data from August . 2557- February 2559. Data were also collected from related documents and research reports. The data were analyzed using content analysis before a research report was written using analytical description.

The study found that Ban Din Lan Khao Yam Budu Community Enterprise members know how to be self-reliant which had led them to have less household expenses but more household income. They use SWOT analysis in the management of the group administration, business plan, production, product development, marketing, public relations, and finance and accounting. These analysis and management have led to development of the potential of the group to upgrade the value of the product as preparation for selection of top 4 to 5 star OTOP products.

Keywords : Management, Community Enterprise, Upgrading the value, Ban Din Lan Khao Yam Budu

บทนำ

“น้ำบูดู” เป็นอาหารพื้นเมืองของชาวทะเล ปักษ์ใต้และเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาแต่ดั้งเดิม และใช้เป็นวิธีการแปรรูปอาหารโดยการที่นำปลาทะเลที่เหลือจากการจำหน่ายหรือการบริโภคให้สามารถเก็บไว้บริโภคได้เป็นเวลานาน น้ำบูดูนั้นมีลักษณะคล้ายน้ำปลาแต่น้ำข้นกว่า คุณสมบัติที่แตกต่างจากน้ำปลานั้นคือ น้ำบูดูบางชนิดจะมีเนื้อของปลาที่ยังย่อยสลายไม่หมดผสมอยู่ด้วยแต่น้ำบูดูบางชนิดก็จะนำไปผ่านความร้อนและกรองส่วนที่เป็นเนื้อปลาลอก ทำให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นน้ำสีน้ำตาลเข้มและข้นเล็กน้อยทั้งนี้ น้ำบูดูจึงยังมีคุณค่าและสำคัญต่อการดำรงอยู่ของชาวปักษ์ใต้มาจวบจนปัจจุบัน น้ำบูดูมีคุณค่าทางอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ได้แก่ โปรตีน ไขมัน คาร์โบไฮเดรต และวิตามิน รวมทั้งแร่ธาตุอื่น ๆ เช่น แคลเซียมฟอสฟอรัส และเหล็ก น้ำบูดู เป็นผลิตภัณฑ์ปลาหมักของคนใต้คล้ายกับ “ปลาร้า” ของคนอีสานซึ่งต่างกันตรงวัตถุดิบที่ใช้แต่เหมือนกันที่คุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นจากอดีตถึงปัจจุบัน (ปิติ กาลธยานันท์, 2552) ซึ่งชาวบ้านในชุมชนชนบทยังคงบริโภคกันอย่าง

แพร่หลาย ถือได้ว่าเป็นการแปรรูปอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวปักษ์ใต้ประเภทหนึ่งจนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ประจำชุมชนที่ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนสามารถดึงดูดผู้ที่สนใจจากหลากหลายพื้นที่ จนกลายเป็นเศรษฐกิจของชุมชนโดยการพึ่งพาตนเอง

การพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจระดับชุมชนที่มุ่งแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจในระดับฐานรากทั้งระดับตำบลและหมู่บ้าน โดยส่งเสริมให้ชุมชนทำธุรกิจที่สอดคล้องกับเงื่อนไขของตนเองโดยพัฒนาความสามารถของชุมชนในการผลิตการแปรรูปบริการ รวมทั้งโอกาสและกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างครบวงจร การส่งเสริมให้เกษตรกรแปรรูปผลผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าซึ่งเป็นการแก้ปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำ อีกทั้งยังเป็นการสร้างงานให้เกิดขึ้นภายในชุมชนอีกด้วย ทำให้เกิดการพึ่งพาตนเองในชนบทได้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ที่เน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชนต่อเนื่องมาถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ซึ่งเน้นการพัฒนาคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน (สำนัก

คณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน (สำนักงานเลขานุการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2558) วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นที่หน่วยที่ทำให้เกิดความร่วมแรงร่วมใจไม่แตกแยก แบ่งพรรคแบ่งพวก และไม่ต่อสู้เพื่อผลประโยชน์ของตนเองและพวกพ้อง เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเป็นการทำงานที่เน้นการช่วยเหลือกัน (เสรี พงศ์พิศ, 2552) ทั้งนี้วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการที่เริ่มต้นจากชุมชน มีการดำเนินการโดยชุมชนเป็นส่วนใหญ่ในการผลิตสินค้าและบริการ โดยการรวมกลุ่มเพื่อนำไปสู่การแปรรูป การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาระบบตลาดด้วยผลผลิตและภูมิปัญญาของชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนและพึ่งพาตนเองของกลุ่มหรือองค์กรได้ โดยมีเป้าหมายสนับสนุนการเรียนรู้สร้างกระบวนการเรียนรู้ และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชน แนวคิดที่สำคัญประการหนึ่งของวิสาหกิจชุมชนนั้นคือ เน้นให้ชุมชนสามารถช่วยตนเองได้ ซึ่งลักษณะของวิสาหกิจชุมชนที่พึ่งตนเองได้นั้นชุมชนควรเป็นเจ้าของและดำเนินกิจกรรมด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ ผลผลิตที่ได้มาจากการบวนการในชุมชน โดยใช้ทุนวัฒนธรรมของชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล บูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมอย่างเป็นระบบ โดยการเรียนรู้เป็นหัวใจในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและสามารถพึ่งพาตนเองได้เช่นเดียวกับที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบุญดูข้าวย่ำบ้านดินลานได้มีการนำวัตถุดิบที่มีอยู่แล้วในชุมชนมาช่วยเหลือนตนเองจนเกิดเป็นวิสาหกิจชุมชนขึ้น

นอกจากนั้นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนนั้นคือ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด ภายในกลุ่มที่เรียกว่าการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งเป็นการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้านทั้งสภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเป็นการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนเพื่อให้รู้ตนเอง และวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร (เยาวลักษณ์ แก้วยอด, 2555)

วิสาหกิจชุมชนบุญดูข้าวย่ำบ้านดินลาน เป็นวิสาหกิจชุมชนของชุมชนบ้านดินลานที่มีชาวบ้านบ้านดินลานเป็นสมาชิก โดยรวมกลุ่มกันแปรรูปอาหารจากปลาจากคลองบางกล้าตามภูมิปัญญาของชุมชนเป็นบุญดูข้าวย่ำ ซึ่งส่วนผสมของบุญดูข้าวย่ำที่บ้านดินลานนี้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ก่อปรกับในปี พ.ศ. 2555 วิสาหกิจชุมชนบ้านดินลานได้รับรางวัลวิสาหกิจชุมชนดีเด่นประจำปี ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการจัดการวิสาหกิจชุมชนบุญดูข้าวย่ำบ้านดินลาน ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์และการแข่งขันกันในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยกันเอง พร้อมทั้งวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันโดยใช้การวิเคราะห์ SWOT ตลอดจนแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยได้รับมาตรฐานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้ข้อค้นพบที่ได้นั้นเป็นประโยชน์ต่อชาวบ้านชุมชนบ้านดินลานในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้สามารถจัดการตนเองได้อย่างยั่งยืน ตลอดจนเป็นแนวทางการพัฒนาการจัดการกลุ่มวิสาหกิจอื่นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการจัดการและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบุญดูข้าวย่ำบ้านดินลาน

วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ นางแจ้ว คำสุวรรณ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบุญข้าวบ้านดินลาน และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบุญข้าวบ้านดินลาน จำนวน 10 คน และผู้ให้ข้อมูลรอง คือ พัฒนาการอำเภอบางกล่ำ และเกษตรอำเภอบางกล่ำ จำนวน 4 คน ร่วมกับการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและเขียนรายงานผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ โดยเริ่มต้นศึกษาและรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2557 - กุมภาพันธ์ 2559

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความเข้าใจว่าด้วยการจัดการวิสาหกิจชุมชน ดังนี้ ด้านการวางแผน เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอนาคต ประกอบด้วยหลายขั้นตอน ด้านการบริหารกลุ่ม ในการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิก ด้านการตลาด การตลาดจะต้องมีการจัดการการผลิตให้เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชนและของตลาด ด้านการผลิต วิสาหกิจชุมชนต้องทราบว่าตนเองมีทักษะและความสามารถในการผลิตอะไร ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นด้านที่ช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ และด้านการเงินและบัญชี องค์การการเงินในชุมชน เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ชาวบ้านใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนา (เสรี พงศ์พิศ, 2552)

บทบทวนว่าด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT)

(SWOT analysis) เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ของวิสาหกิจชุมชนเอง เพื่อให้สามารถนำมาวิเคราะห์ศักยภาพการทำงานของวิสาหกิจชุมชนเองเพื่อการพัฒนาและแก้ไขปัญหาให้ตรงจุด

โดย จุดแข็ง คือ จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน โดยเป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในวิสาหกิจชุมชนเอง จุดอ่อน คือ จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายในซึ่งเป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชนเอง โอกาส คือ โอกาสซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550)

ความเข้าใจว่าด้วยหลัก POSDCORB

Planning การวางแผนเป็นการวางแผนโครงการซึ่งเป็นการเตรียมการก่อนลงมือปฏิบัติ Organizing การจัดองค์การเป็นการกำหนดโครงสร้างขององค์การ โดยพิจารณาให้เหมาะสมกับงาน Staffing การจัดบุคลากรปฏิบัติงานเป็นเรื่องเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์การนั่นเอง Directing การอำนวยการเป็นภาระกิจในการใช้ศิลปะในการบริหารงาน เช่น ภาวะผู้นำ Coordinating การประสานงานเป็นการประสานให้ส่วนต่างๆ ของกระบวนการทำงานมีความต่อเนื่องกัน Reporting การรายงานเป็นกระบวนการและเทคนิคของการแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาตามชั้น และ Budgeting การงบประมาณเป็นภารกิจที่เกี่ยวกับการวางแผนการดำเนินงานการควบคุมเกี่ยวกับการเงินและการคลัง (วรรณพรรณ รักษณ, 2555)

ผลการศึกษา

รู้จักวิสาหกิจชุมชนบุญข้าวบ้านดินลาน

วิสาหกิจชุมชนบุญข้าวบ้านดินลานตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 5 หมู่ที่ 15 ตำบลท่าช้าง อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา บุญข้าวบ้านดินลานเป็นสินค้าที่เกิดจากความร่วมมือร่วมใจกันของคนในชุมชน โดยมีนางแจ้วคำสุวรรณ ประธานกลุ่มชาวบ้าน ในนามวิสาหกิจชุมชนบุญข้าวบ้านดินลานจังหวัดสงขลา ได้รวบรวมสมาชิกในชุมชนมาสร้างรายได้เสริมจากการทำนา บุญข้าวบ้านดินลานซึ่งได้รับการสืบทอดภูมิปัญญาต่อเนื่อง

กว่าสิบปี ด้วยเหตุที่ชุมชนบ้านดินลานเป็นชุมชนที่อยู่ติดกับคลองบางกล้า โดยชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลักทำประมง ดังนั้นชาวบ้านเลยนำปลาซึ่งเป็นทรัพยากรของชุมชนที่เหลือจากการบริโภคและจำหน่ายมาแปรรูปเป็นปลาหมักเพื่อทำเป็นน้ำบูดูข้าวยา ทั้งยังเป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่สืบทอดกันมา นอกจากทำน้ำบูดูข้าวยาบริโภคกันในชีวิตประจำวันแล้วยังทำให้เกิดเป็นกลุ่มอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้ครอบครัวต่อมาหลังจากนั้นก็มีความหมายงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือในด้านของทุนทรัพย์และด้านวิชาการ ทำให้ทางกลุ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์บูดูข้าวยาให้มีความหลากหลาย

และเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนบูดูข้าวยาบ้านดินลานสามารถขยายช่องทางการตลาดและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

การจัดการวิสาหกิจชุมชนบูดูข้าวยาบ้านดินลาน

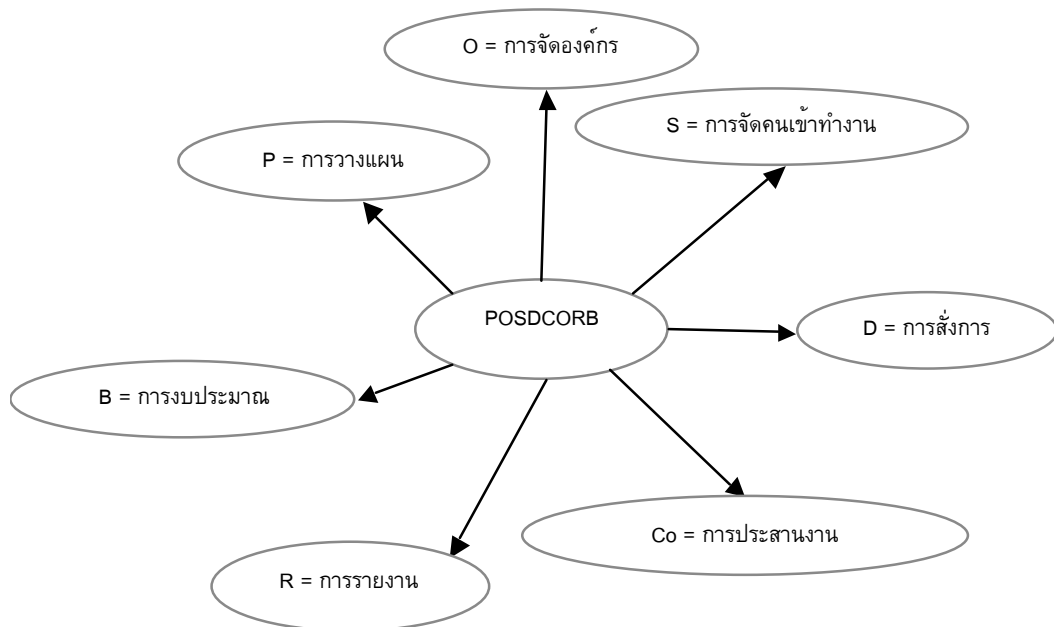
การจัดการวิสาหกิจชุมชนบูดูข้าวยาบ้านดินลาน ครอบคลุมเนื้อหาทั้งด้านการบริหารกลุ่ม ด้านการวางแผนงานธุรกิจ ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเงิน และด้านการบัญชี (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 การจัดการวิสาหกิจชุมชนบูดูข้าวยาบ้านดินลาน

ประเด็นการจัดการ	ผลการวิเคราะห์
ด้านการบริหารกลุ่ม	ไม่มีการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารกลุ่มเหมือนกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น แต่อาศัยความผูกพันของคนในชุมชน
ด้านการวางแผนงานธุรกิจ	มีแผนพัฒนาการผลิตให้ได้มาตรฐาน เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ระดับ 5 ดาว และแผนการตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า
ด้านการผลิต	ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นจึงไม่เสียค่าใช้จ่ายมากนัก
ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ได้รับงบประมาณจากหลายหน่วยงานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์และฉลากใหม่
ด้านการตลาด	วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่โดยกระจายสินค้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ในอำเภอหาดใหญ่และใกล้เคียง
ด้านการเงิน	แหล่งเงินทุนมาจากทุนส่วนตัวของสมาชิกกลุ่มและเงินสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยมีเงินปันผลให้กับสมาชิกอีกด้วย
ด้านการบัญชี	จัดทำบัญชีรายรับและรายจ่ายอย่างชัดเจนทำให้ทราบถึงผลการดำเนินงานฐานะทางการเงิน และความมั่นคงของกลุ่ม

ที่มา: วิเคราะห์ข้อมูลโดยผู้วิจัย (2559)

ทั้งนี้ยังใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้หลัก POSDCORB เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ (แผนภาพที่ 1)



แผนภาพที่ 1 POSDCORB เครื่องมือวิเคราะห์การจัดการ
ที่มา : วรณพรรณ รักษ์ชน (2555)

P = Planning การวางแผน มีการวางแผนงานในการปฏิบัติงานของกลุ่มทุกครั้ง โดยการวางแผนงานนี้เป็นการวางแผนร่วมกันของสมาชิกทุกคน

O = Organizing การจัดองค์กร มีการจัดโครงสร้างองค์กร โดยเลือกประธาน รองประธาน เลขานุการ ประชาสัมพันธ์ การตลาด และเหรัญญิกของกลุ่ม

S = Staffing การจัดคนเข้าทำงาน มีการคัดเลือกสมาชิกที่มีความถนัดในแต่ละด้านมาทำงาน โดยจะเลือกคนให้ตรงกับงานมากที่สุด

D = Directing การสั่งการ มีการตัดสินใจอยู่ตลอดเวลา โดยนำการตัดสินใจนั้นมาเปลี่ยนเป็นคำสั่งและคำแนะนำ ทั้งยังต้องเป็นผู้นำที่ดีด้วย

Co = Co-ordinating การประสานงาน มีการประสานงานของฝ่ายต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี โดยสื่อสารกันอย่างสม่ำเสมอ

R = Reporting การรายงาน มีการประชุมในทุกเดือน โดยเป็นการรายงานผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในแต่ละฝ่าย

B = Budgeting การงบประมาณ มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย อยู่เป็นประจำ

นอกจากจะใช้หลัก POSDCORB ในการวิเคราะห์แล้ว กลุ่มยังใช้การวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินสถานการณ์อีกด้วย (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 สถานการณ์ของกลุ่มโดยใช้การวิเคราะห์ SWOT

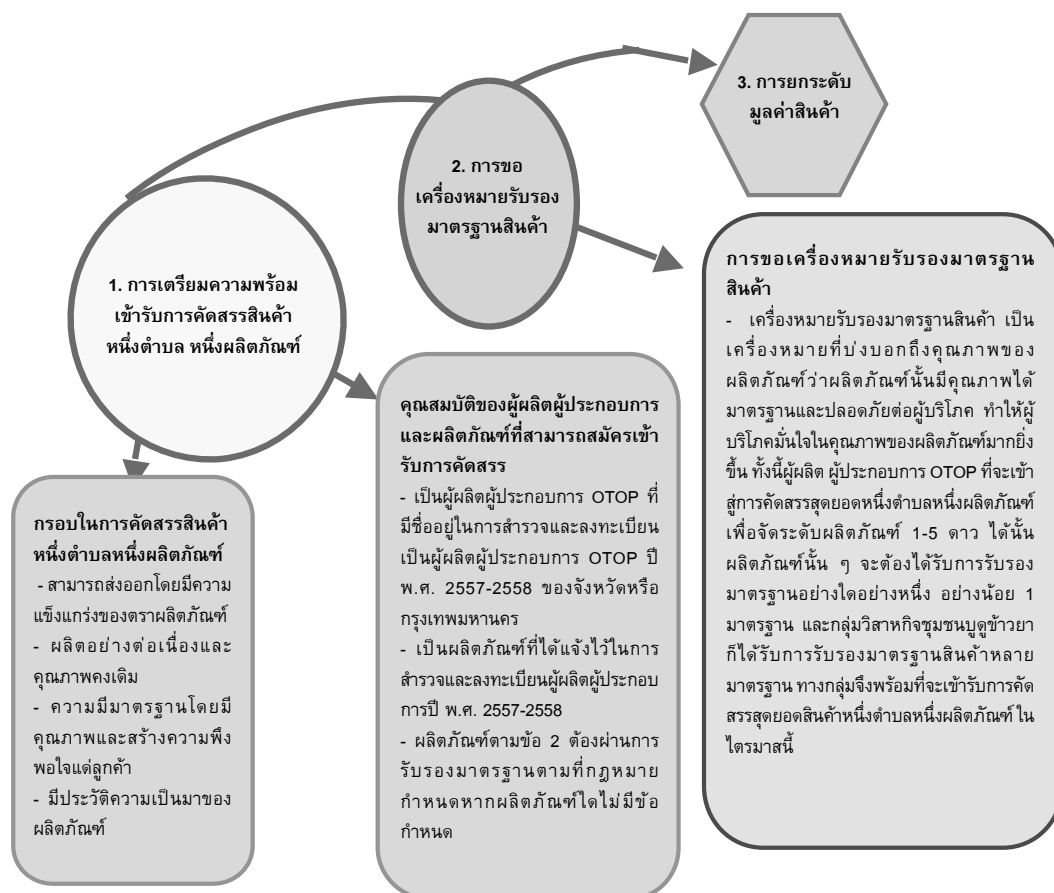
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
1. ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อย. มพข. และฮาลาล 2. ผลิตภัณฑ์เน้นใช้วัตถุดิบจากภายในท้องถิ่นที่ปลอดภัยและไม่ใส่วัตถุกันเสีย 3. ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บไว้ได้นาน	1. บรรจุภัณฑ์เป็นขวดแก้ว หากเกิดการกระแทกระหว่างการขนส่ง จะทำให้แตกเสียหายได้ง่าย 2. ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักเพียงภายในท้องถิ่น 3. เครื่องมือในการผลิตเป็นเพียงอุปกรณ์ภายในครัวเรือน 4. แรงงานที่ใช้ในการผลิตมีจำนวนไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับเวลาว่างของสมาชิกซึ่งมักไม่ตรงกัน
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
1. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้การสนับสนุนงบประมาณและให้คำปรึกษาในการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น 2. หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนในการหาตลาด	1. คู่แข่งขันมีจำนวนมาก 2. การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่สามารถทำได้ง่าย

ที่มา: วิเคราะห์ข้อมูลโดยผู้วิจัย (2559)

จะเห็นได้ว่าการวิเคราะห์สถานการณ์ของกลุ่มโดยใช้การวิเคราะห์ SWOT นั้นทำให้ทางกลุ่มได้ทราบถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่ม และการวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ยังส่งผลให้ทางกลุ่มพิจารณาแก้ไขจุดอ่อนและเพิ่มมาตรการป้องกันแก้ไขอุปสรรคภายในกลุ่มได้เป็นอย่างดี ดังนั้นทางกลุ่มจึงใช้หลักการวิเคราะห์ SWOT และ หลักการ POSDCORB ในการวิเคราะห์สถานการณ์ของกลุ่มอีกด้วย

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อยกระดับมูลค่าสินค้า

วิสาหกิจชุมชนบุญดูข้าวย่ำบ้านดินลานยังมีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าโดยได้รับมาตรฐานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มจากการเตรียมความพร้อมในการเข้ารับการคัดสรร และการขอเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การยกระดับมูลค่าของสินค้า (แผนภาพที่ 2)



แผนภาพที่ 2 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อยกระดับมูลค่าสินค้า
 ที่มา: วิเคราะห์ข้อมูลโดยผู้วิจัย (2559)

สรุปและอภิปรายผล

ในสมัยก่อนชาวบ้านได้มีการใช้ประโยชน์จากการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาแปรรูปเพื่อให้เกิดการสืบทอดภูมิปัญญาที่เป็นองค์ความรู้ของชาวบ้านและเกิดการพัฒาที่ทำให้เกิดความยั่งยืนอย่างต่อเนื่องของ “น้ำบุญข้าวย่ำ” เพื่อสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในท้องถิ่น และนำไปสู่การรวมตัวกันของชาวบ้านเพื่อจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับข้อค้นพบของ ศุภกฤษี เดิมสงวนวงศ์ (2556) ที่ศึกษาในประเด็นความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่ง

ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 4-5 ดาว พบว่า การที่ผลิตภัณฑ์แต่ละผลิตภัณฑ์จะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องมาจากความสามัคคี ร่วมมือ ร่วมใจกันของสมาชิกภายในกลุ่ม และการที่จะให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอยู่รอดได้นั้นนอกจากสินค้าดังกล่าวจะช่วยสร้างรายได้ ลดรายจ่ายของสมาชิกภายในกลุ่มแล้ว ยังเป็นตัวกลางในการที่จะเชื่อมโยงสมาชิกกลุ่มไว้ด้วยกันอีก จึงจะนำมาซึ่งความสำเร็จของกลุ่มได้ในอนาคต

นอกจากวิสาหกิจชุมชนจะช่วยสร้างรายได้ลดรายจ่ายให้กับสมาชิกกลุ่มแล้ว ในการก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนขึ้นมาถือเป็นธุรกิจชุมชนอย่างหนึ่ง

ที่มีชาวบ้านในชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของและวิสาหกิจชุมชนเหล่านี้คงหลีกเลี่ยงไม่พ้นธรรมชาติไปสู่การจัดการและการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับสุดเฉลิม ศัสตราฤกษ์ และไพศาล บรรจุสุวรรณ (2558) ซึ่งศึกษาวิสาหกิจชุมชนสนธิวัฒน์ โดยอธิบายว่า เป็นไปตามองค์ประกอบที่สำคัญของการเป็นวิสาหกิจชุมชนนั่นคือ ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชนหรือทรัพยากรหรือวัตถุดิบมาจากภายในชุมชนหรือภายนอกกรณีที่เป็น การริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานภูมิปัญญาสากล มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ มีการพึ่งตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็นเป้าหมายและเมื่อพิจารณาในกรอบหลักธรรมชาติในส่วนการบริหารจัดการ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการคน ด้านการจัดการผลิต ด้านการจัดการตลาด และด้านการเงิน เมื่อวิสาหกิจชุมชนต้องควบคู่ไปกับการจัดการก็ย่อมต้องควบคู่ไปกับธรรมชาติด้วยเช่นกัน

อีกทั้งในส่วนของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้สู่ความยั่งยืนโดยแต่ละกลุ่มสามารถพัฒนากลุ่มตนเองได้หลากหลายวิธีแต่วิธีการที่จะพัฒนาศักยภาพของกลุ่มได้อย่างเห็นชัดนั้นก็คือ การวิเคราะห์สถานการณ์ของกลุ่มโดยใช้ การวิเคราะห์ SWOT ซึ่งการวิเคราะห์นี้เป็นการวิเคราะห์ที่มีความสำคัญอย่างมากในการดำเนินกิจการภายในกลุ่ม เช่นเดียวกับ สุกัญญา ดวงอุปมา (2557) ที่ย้ำว่า วิสาหกิจชุมชนประสบผลสำเร็จและสามารถยืนหยัดต่อไปได้ จำเป็นจะต้องศึกษาบริบทและสถานการณ์ของวิสาหกิจชุมชน จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรคที่เกิดขึ้น ตลอดจนการศึกษาสภาพปัญหาและศักยภาพที่แท้จริงของวิสาหกิจชุมชน โดยให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครือข่ายอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความเข้มแข็งตลอดจนการพัฒนาภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของของใน

ชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และยังเชื่อมโยงกับ ชัดติยา ชัดยวรา (2558) ที่กล่าวว่า การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้จึงจำเป็นต้องศึกษาบริบทและสถานการณ์ของวิสาหกิจชุมชนในเรื่องจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่ม แลกเปลี่ยนเป็นเครือข่ายเพื่อเพิ่มศักยภาพด้วยการพัฒนาจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ทั้งนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับ สุกัญญา อธิปอนันต์ (2550) ที่ศึกษาบริบทและสถานการณ์ของวิสาหกิจชุมชน โดยการสังเกต การประชุม การจัดเวทีเรียนรู้ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพเพื่อที่จะไปสู่การวิเคราะห์ SWOT วิสาหกิจนั้นต่อไป ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนนุดข้าวบ้านดินลานก็เช่นกันนั่นคือ จะพัฒนาได้ต้องเริ่มจากการศึกษาบริบทภายในกลุ่มว่าสถานการณ์ปัจจุบันนั้นเป็นอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยก็ได้ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันดังกล่าว แล้วให้กลุ่มนำไปพัฒนาศักยภาพของตนต่อไป

นอกจากนี้ในส่วนของตัวผลิตภัณฑ์ต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับ จุฑามาศ นิวัฒน์ และคณะ (2558) ที่ศึกษาในประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์แยมผลไม้เพื่อสุขภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยน้ำกิน พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอนั้นเป็นจุดเด่นอย่างหนึ่งของกลุ่ม โดยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมักแปลกใหม่และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยน้ำกิน เป็นที่รู้จักในนามของแยมผลไม้เพื่อสุขภาพ ซึ่งปัจจุบันนี้สภาพตลาดมีการแข่งขันสูงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดจำนวนมาก ส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สั้นลง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะอยู่รอดได้ในตลาดจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความใหม่ แตกต่าง และเพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่

สอดคล้องตรงกับลักษณะความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ

เช่นเดียวกับ วลัย หุตะโกวิท และคณะ (2550) ที่ศึกษาในประเด็นของการพัฒนาผลิตภัณฑ์พริกแกงสำเร็จรูปเพื่อการส่งออก พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์พริกแกงโดยการทำให้รูปแบบผิวนั้นสามารถยืดอายุการเก็บไว้ได้นาน แต่ง่ายต่อการขนส่ง ทำให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ได้อย่างลงตัว จากที่กล่าวมาข้างต้นในส่วนของผู้บริโภคบ้านดินลานก็ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอทั้งนี้ก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคโดยจะมีเจ้าหน้าที่จากภาครัฐเป็นคนให้ความรู้และควบคุมดูแลตลอดการผลิต เพื่อให้การผลิตได้มาตรฐาน มีคุณภาพ และปลอดภัยต่อผู้บริโภค

ทั้งนี้วิสาหกิจชุมชนต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลายอย่าง หลายกระบวนการ หลายขั้นตอน นอกจากจะรู้จักวิสาหกิจชุมชนว่าก่อตั้งขึ้นมาได้อย่างไร จะอยู่รอดต่อไปในอนาคตได้อย่างไร โดยการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนนั้น ตัวผลิตภัณฑ์ต้องตอบสนองต่อผู้บริโภคสูงสุด ในลำดับต่อมาการเตรียมความพร้อมสำหรับกลุ่มเพื่อรับมือกับปัจจัยภายนอกที่อาจจะกระทบกับกลุ่มท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบุญข้าวย่ำบ้านดินลานได้มีการจัดการในด้านต่าง ๆ เป็นระบบมากขึ้น ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการใช้ทรัพยากรของกลุ่มเพื่อนำทรัพยากรไปใช้ให้เกิดประโยชน์ด้วยจุดมุ่งหมายสำคัญในการบรรลุเป้าหมายของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ดังที่ อนุรักษ อาทิตยภักวิน และขจรศักดิ์ วงศ์วิราช (2557) ได้กล่าวถึงการจัดการวิสาหกิจชุมชนไว้ว่าหมายถึงการจัดการสิ่งเหล่านี้ ด้านการบริหารกลุ่ม อาศัยความสัมพันธ์และความสนใจของคนในชุมชนโดยเน้นการพึ่งพาซึ่งกันและกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันในการสร้างอาชีพลดรายจ่ายเพิ่มรายได้ให้แก่สมาชิกกลุ่ม ด้านการวางแผนงานธุรกิจ มีการจัดทำแผนธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจในระยะยาวและเป็นตัวชี้วัดความ

สำเร็จของการดำเนินธุรกิจ ด้านการผลิต คำนึงถึงการใช้วัตถุดิบที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นโดยมุ่งเน้นคุณภาพและมาตรฐานในการผลิตเป็นส่วนสำคัญ อีกทั้งยังมีส่วนผสมซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวผลิตภัณฑ์ โดยเน้นความโดดเด่นทางด้านความคิดเชิงสร้างสรรค์. ด้านการตลาด มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด และคำนึงกลุ่มเป้าหมายในการขยายฐานผู้บริโภคเป็นหลัก ด้านการประชาสัมพันธ์ เน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Social media network และการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก และด้านการเงินและการบัญชี โดยแหล่งเงินทุนในการจัดตั้งกลุ่มมาจากสองแหล่งด้วยกันนั่นคือ ทุนส่วนตัวของสมาชิกภายในกลุ่มที่ลงหุ้นกัน และเงินสนับสนุนจากหน่วยงาน อีกทั้งยังมีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายของกลุ่มอย่างชัดเจน ซึ่งจะทำให้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนในการดำเนินธุรกิจในแต่ละปีของกลุ่มในอนาคตได้สอดคล้องกับข้อค้นพบของ พุทธิมน สุวรรณอาสน์ (2556) ที่ศึกษาในประเด็นการพัฒนาศักยภาพด้านบัญชี การเงินของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง อำเภอคลองสะแกต จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นได้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางบัญชีการเงิน เช่น ในการกำหนดราคาขายได้อย่างสมเหตุสมผล สามารถจัดทำผลการดำเนินงาน สามารถเป็นระบบโปร่งใส ตรวจสอบจากสมาชิกได้ และกลุ่มมีความเข้มแข็งทางด้านบัญชีการเงินโดยมีปัจจัยเสริมมาจากสมาชิกกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือน สมาชิกกลุ่มจึงสามารถประยุกต์ความรู้ของตนเองเข้าสู่ระบบบัญชีการเงินกลุ่มได้ซึ่งส่งผลทำให้ระบบบัญชีกลุ่มมีความแข็งแกร่งมากขึ้นจึงเป็นข้อดีอย่างหนึ่งในการทำบัญชีขึ้นภายในกลุ่ม

การจัดการวิสาหกิจชุมชนดังกล่าวข้างต้นดำเนินไปเพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าให้ได้รับมาตรฐานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้วิสาหกิจชุมชนบุญข้าวย่ำบ้านดินลานปัจจุบันได้รับ

มาตรฐานสินค้าอยู่ในระดับ 3 ดาว และกำลังจะเข้ารับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 4-5 ดาว กลุ่มจึงต้องเตรียมพร้อมต่อการเข้ารับการคัดสรร โดยการได้รับมาตรฐานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนแรก การเตรียมความพร้อมก่อนเข้ารับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และขั้นตอนที่สอง การขอเครื่องรับรองมาตรฐานสินค้า ซึ่งขั้นตอนนี้ถือว่าสำคัญอย่างยิ่งในการเข้ารับการคัดสรร เนื่องจากหากผลิตภัณฑ์ไม่มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าก็จะเข้ารับการคัดสรรไม่ได้ หรือถ้ามีแล้ว อย่างน้อยผลิตภัณฑ์ละหนึ่งมาตรฐาน เพียงเท่านี้ก็สามารถเข้ารับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้แล้ว สอดคล้องกับข้อค้นพบของ โชติกา ปงแปง และคณะ (2557) ที่อธิบายว่าการเข้าสู่มาตรฐานสินค้าจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์ว่ามีความปลอดภัย ได้รับการรับรองที่มีมาตรฐาน และได้การรับรองจากองค์กรต่าง ๆ ที่มีความน่าเชื่อถือ ทว่าหากผลิตภัณฑ์ใดไม่มีเครื่องหมายมาตรฐานสินค้าจะทำให้ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในการบริโภคจนถึงขั้นไม่เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์นั้นไปเลย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทุก ๆ กลุ่มจึงจำเป็นต้องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าอย่างน้อย 1 มาตรฐาน เพื่อการันตีถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กล่าวโดยสรุปได้ว่า ฆูดูข้าวยาเปรียบเสมือนมรดกทางภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าของท้องถิ่น จึงจำเป็นต้องยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้โดยผลักดัน

ให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฆูดูข้าวยาบ้านดินผ่านการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3 ดาว ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าเพื่อที่จะพัฒนาไปสู่การสร้างมูลค่าได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ฆูดูข้าวยาจะดำรงอยู่ต่อไปได้หรือไม่นั้นย่อมขึ้นอยู่กับคนรุ่นใหม่ หากคนรุ่นใหม่ร่วมคิดร่วมพัฒนา ฆูดูข้าวยา ก็จะยังคงอยู่คู่กับท้องถิ่น ในทางตรงข้ามหากไม่คิดจะสานต่อ ย่อมเป็นการทอดทิ้งอนาคตและภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษได้สั่งสมมาอย่างน่าเสียดาย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

โดยที่ระบบการตลาดของกลุ่มยังมีปัญหาและอุปสรรคอยู่บ้าง ดังนั้นกลุ่มจึงใช้การวิเคราะห์ SWOT และ POSDCORB ในการส่งเสริมการจัดการในด้านการขายและออกแบบการตลาดรูปแบบใหม่ ๆ รวมทั้งการวิเคราะห์การจัดการทั้ง 7 ด้าน โดยให้สมาชิกในกลุ่มได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการเพื่อที่จะสามารถพัฒนาต่อยอดการตลาดได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการทำงานของหน่วยงานภาครัฐจากการเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนการวิเคราะห์ปัจจัยด้านต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การประเมินผลและกำหนดนโยบายในการปฏิบัติงานของทางภาครัฐต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ขัตติยา ขัตติยวรา. (2558). การถ่ายทอดความรู้เรื่องแผนธุรกิจเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มอาชีพหัตถกรรมชุมชนปรางค์กู่ อำเภอห้วยฉัตร จังหวัดลำปาง. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 3(3), 261-269.
- จุฑามาศ นิวัฒน์ และคณะ. (2558). การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปไม้เพื่อสุขภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยน้ำเก็ม อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 3(2), 151-159.
- โชติกา ปงแปง และคณะ. (2557). กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์แคบหมูบ้านหมอ ตำบลปรางค์กู่ อำเภอห้วยฉัตร จังหวัดลำปาง. *วารสารการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 7(1), 106-116.
- ปิติ กาลธยานันท์. (2552). การพัฒนากระบวนการผลิตน้ำบูดูสู่ตลาดโลก. *วารสารกรมวิทยาศาสตร์บริการ*, 57(179), 18-20.
- พุทธรณ สุวรรณอาสน์. (2556). การพัฒนาศักยภาพด้านบัญชีการเงินของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 1(1), 43-52.
- เยาวลักษณ์ แก้วยอด. (2555). *การวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนโดย SWOT*. ใน รายงานการวิจัยการศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไม้ไผ่ในเขตปฏิรูปที่ดิน ตำบลถ้ำกลอง อำเภอเมืองจังหวัดอุตรดิตถ์. หน้า 21.
- วรรณพรรณ รักษชน. (2555). *ทฤษฎี POSDCORB*. สืบค้นจาก <http://applerakchon.blogspot.com>
- วลัย หุตะโกวิท และคณะ. (2550). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์พริกแกงสำเร็จรูปเพื่ออุตสาหกรรมส่งออก*. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร*, 1(1), 9-20.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์. (2556). ปัจจัยสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 1(1), 31-41.
- สุกัญญา ดวงอุปมา. (2557). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 2(2), 133-139.
- สุกัญญา อธิปอนันต์. (2550). รายงานการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง ปี 2550. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร.
- สุดเฉลิม ศัสตราพฤกษ์ และไพศาล บรรจุสุวรรณ. (2558). ธรรมชาติของการจัดการและการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 3(3), 271-281.
- เสรี พงศ์พิศ. (2552). *คู่มือการทำวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: พลังปัญญา.
- สำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10-11*. สืบค้นจาก <http://www.nesdb.go.th/>
- สำนักงานเลขาธิการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2558). *วิสาหกิจชุมชนน่ารู้*. สืบค้นจาก <http://www.sceb.doae.go.th>
- อนุรักษ์ อาทิตยภักวิน และจรศักดิ์ วงศ์วิราช. (2557). การจัดการสินค้า OTOP แบบมีส่วนร่วมเชิงบูรณาการให้เข้าสู่ระดับ 4 ถึง 5 ดาว: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กุนเชียงเล่าฮั่วเกี๋ย. *วารสารการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 7(2), 26-37.