

แนวทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

A Guideline for the Development of the Community Enterprise in the Upper Northeastern Region of Thailand

วัชรชัย เวชชินินนาท¹, พิระนันท์ คำบอนพิทักษ์¹, กมนทิพย์ ชูประทีป¹,
คมกริช สนิทชน¹, อนุกัณฑ์ รัตนกนกกาญจน์¹, สิริขวัญ บุญจันทร์²

Watchirachai Wetchaninnart¹, Phiranan Khambonphitak¹, Kamonthip Choopratheep¹,
Kachakhit Sanitchon¹, Anusak Ratanakanokkan¹, Sirikwan Boonchan²

Received: 28 October 2020

Revised: 22 December 2020

Accepted: 17 March 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อประมวลผลข้อมูลการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2) เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบพรรณนา เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจ และสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน จาก 9 แห่ง จำนวน 18 คน และวิเคราะห์เชิงเนื้อหาพบว่า วิสาหกิจชุมชนและกลุ่มนักศึกษาได้ร่วมดำเนินการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการผลิต และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แนวทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาตามกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การสื่อสารการตลาด และการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อทำให้เกิดเครือข่ายที่จะพัฒนาให้วิสาหกิจชุมชนเกิดความยั่งยืน

คำสำคัญ: การพัฒนา, วิสาหกิจชุมชน, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

Abstract

This research aimed 1) to evaluate the implementation of community enterprises in the Upper Northeastern Region of Thailand, 2) to analyze the development guidelines of community enterprises in the Upper Northeastern Region of Thailand. The research used a descriptive qualitative method and collected data using in-depth interviews with 9 community enterprises, involving a total of 18 people. Content analysis of community enterprise implementation found

¹ อาจารย์ประจำ, สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

² นักศึกษา, สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

¹ Lecturer, Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

² Student, Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

that community enterprises and student groups cooperated to develop 4 areas of the community enterprise, namely; participation, product development, production and distribution channels. A guideline for the development of the community enterprise was determined using the marketing mix strategy including product, price, place, marketing communication and support from relevant organizations, in order to create a network for the development of sustainable community enterprises.

Keywords: development, community enterprise, Upper Northeastern Region

บทนำ

จากสถานการณ์ปัจจุบันในประเทศไทย สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมืองมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งยังเกิดภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจภายในประเทศอย่างเห็นได้ชัด ทำให้ระบบของเศรษฐกิจชุมชนได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน ซึ่งระบบเศรษฐกิจชุมชนถือว่าเป็นระบบเศรษฐกิจฐานรากที่มีความสำคัญ ควรได้รับการเสริมสร้างให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน วิสาหกิจชุมชนเป็นรูปแบบการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่เอื้อกับชาวบ้านดำรงชีวิตได้มั่นคงและเข้มแข็ง ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 โดยมีเจตนารมณ์ให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงให้มีความเข้มแข็ง มีความพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคต รวมไปถึงส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ด้วยการส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดรายได้ ช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยกันภายในชุมชน พัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการ (สัญญา เคนาภูมิ, 2558)

วิสาหกิจชุมชน คือ ธุรกิจหรือกิจการของชุมชน ที่ดำเนินกิจกรรมการผลิต การแปรรูป สินค้าและบริการ โดยวิธีการผลิตที่ไม่

ได้ซับซ้อน ใช้วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในชุมชน มีเอกลักษณ์ที่สอดคล้องกับสภาพสังคม วิถีความเป็นอยู่ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมของชุมชน และมุ่งตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนเป็นหลัก หากมีช่องทางและความเป็นไปได้ในทางธุรกิจ จึงค่อยขยายไปสู่ตลาดภายนอกชุมชน (อุทัย ปริญญาสุทธินันท์, 2560) จึงทำให้สินค้าและบริการของชุมชนขาดการพัฒนาวิธีการผลิตและนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รูปแบบสินค้าไม่มีความแตกต่างในสายตาของลูกค้า ระบบเครือข่ายการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ายังไม่กว้างขวางพอ ทำให้เฉพาะการออกร้านขายสินค้าตามงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้น และวิสาหกิจทั้งหลายขาดความรู้ ความเข้าใจการบริหารงานเชิงธุรกิจ ในปัจจุบันการแข่งขันทางด้านธุรกิจผู้ประกอบการจะต้องมีความพร้อมไม่ว่าผู้ประกอบการนั้นจะเป็นเพียงวิสาหกิจชุมชน ซึ่งวิสาหกิจชุมชนหลายรายยังคงต้องได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอีกมากจากหน่วยงานต่างๆ และรัฐบาล

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี เป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น โดยการบูรณาการศาสตร์สากลและศาสตร์ท้องถิ่น ตลอดจนใช้ทรัพยากรให้กลมกลืนสอดคล้องและเอื้ออำนวยกันและกัน จากปฏิญานนี้เอง สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ เล็งเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น จึงได้บูรณาการรายวิชาต่างๆ ของสาขา ให้นำความรู้

ทางด้านการตลาดไปร่วมพัฒนาชุมชนหรือท้องถิ่น หนึ่งในรายวิชาที่มีการบูรณาการ คือ การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ ซึ่งผู้สอนได้มอบหมายให้นักศึกษาลงพื้นที่ไปศึกษาวิสาหกิจชุมชนในภูมิลำเนาของตนเอง ที่นักศึกษาสามารถนำความรู้ด้านการตลาด การจัดการ ไปช่วยในวิสาหกิจชุมชนนั้นได้ ซึ่งอาจารย์ นักศึกษา ชุมชน และหน่วยงานภายนอก ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างบุคคล หน่วยงาน ในการพัฒนาสินค้าและบริการ ในปีการศึกษา 2563 นักศึกษาได้ลงพื้นที่ศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนรวมทั้งสิ้นจำนวน 9 โครงการ ได้แก่ 1) การศึกษาการแปรรูปพัฒนาผลิตภัณฑ์เส้นพาสต้าจากมันเทศ อำเภอเมืองจังหวัดอุดรธานี 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเทมเป้แปรรูปจากถั่วเหลือง วิสาหกิจชุมชนทำนาห้วยตาต่า ตำบลนาอ้อ อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลนิคมสงเคราะห์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 4) การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์นมจากมะพร้าวเพื่อให้เกิดความแปลกใหม่และเพิ่มมูลค่าทางวัตถุดิบ ตำบลสีกาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย 5) การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์บารบอมบี้จากน้ำผึ้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบัวใต้ อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู 6) การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปแผ่นแป้งเวียดนามจากเม็ดขนุนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบทางการเกษตรวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ทองเที่ยวภูผาเพ อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู 7) การศึกษาโครงการการแปรรูปปลานิล ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงปลานิล บ้านเมืองหมี่ใหญ่ ตำบลเมืองหมี่ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย 8) การพัฒนาแปรรูปข้าวฮางเพื่อเป็นนวัตกรรมอาหาร อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี และ 9) การดำเนินงานแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเปลือกกล้วย อำเภอสังขม

จังหวัดหนองคาย ซึ่งจากผลจากการดำเนินงานของทั้ง 9 โครงการใช้ทฤษฎีทางด้านการตลาด เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างการยอมรับและการรับรู้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (Jayachandran, Gimeno & Varadarajan, 1999) ตลอดจนทฤษฎีด้านบริหารธุรกิจ เช่น ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการผลิต และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT Analysis) เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการดำเนินงานของตนเพื่อใช้ในการวางแผนการดำเนินงานในอนาคต (Gürel & Tat, 2017). ซึ่งนำมาใช้ในการศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประมวลผลข้อมูลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพแบบพรรณนา มีซึ่งรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลระบบสารสนเทศของ กรมส่งเสริมการเกษตร (2563) จำนวนกลุ่มวิสาหกิจในเขตจังหวัดอุดรธานี หนองคาย และหนองบัวลำภู จำนวน 7,913 แห่ง ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งเป็นการ

คัดเลือกกลุ่มตัวการศึกษาเรื่องการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตามภูมิสำเนาของนักศึกษาสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ซึ่งนักศึกษาได้ลงพื้นที่ศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอุดรธานีรวมทั้งสิ้นจำนวน 9 โครงการ ได้แก่ 1) การศึกษาการแปรรูปพัฒนาผลิตภัณฑ์เส้นพาสต้าจากมันเทศ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเหมาแปรรูปจากถั่วเหลือง 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลนิคมสงเคราะห์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 4) การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์นมจากมะพร้าวเพื่อให้เกิดความแปลกใหม่และเพิ่มมูลค่าทางวัตถุดิบ 5) การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์บารบอมบี้จากน้ำผึ้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลหนองบัวได้อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู 6) การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปแผ่นแป้งเวียดนามจากเม็ดขนุนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบทางการเกษตร 7) การศึกษาโครงการการแปรรูปปลานิลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงปลานิล บ้านเมืองหมีใหญ่ ตำบลเมืองหมี อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย 8) การพัฒนาแปรรูปข้าวฮางเพื่อเป็นนวัตกรรมอาหาร และ 9) การดำเนินงานแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเปลือกกล้วย อำเภอสังคัม จังหวัดหนองคาย มีระยะเวลาดำเนินงานระหว่างเดือนกรกฎาคม 2563-เดือนตุลาคม 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบบันทึกการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบบันทึกจากการสนทนากลุ่ม

การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

ประกอบด้วย 1) การใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากกลุ่มนักศึกษาที่ลงพื้นที่พัฒนาวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด 9 โครงการ เอกสาร งานวิจัย และ

วารสารทางวิชาการต่างๆ เกี่ยวกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและการการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากลุ่มจากผู้นำวิสาหกิจชุมชน และตัวแทน แล้วนำมาตีความและแยกประเด็นตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่องการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนเกิดจากการรวมกลุ่มของประชาชนที่สนใจทำอาชีพเสริมรายได้ในการเลี้ยงครอบครัว สมาชิกส่วนใหญ่มีอาชีพหลัก คือ ทำนาและทำสวน จึงได้มีการตกลงกันในกลุ่มว่าจะร่วมกันตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน (ปิยะธิดา บุญนำ และคณะ, 2563) ด้วยความหลากหลายของพืชที่ปลูกในชุมชน ทำให้มีผลผลิตทางการเกษตรที่หลากหลายเช่น ข้าว มันสำปะหลัง อ้อย และพืชสวนอื่นๆ เช่น กล้วย มะม่วง ลำไย กระเทียม มะพร้าว ฯลฯ ซึ่งให้ผลผลิตตลอดทั้งปีและมีปริมาณค่อนข้างมาก ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีแนวคิดในการพัฒนาการแปรรูปเพื่อนำผลผลิตต่างๆ มาสร้างมูลค่าเพิ่มภายในชุมชน และยังเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชนอีกด้วย (นัชชา พวงแก้ว และคณะ, 2563)

ด้านการมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจเริ่มต้นจากกลุ่มวิสาหกิจกับหน่วยงานภาครัฐเช่น กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ สำนักงานเกษตรจังหวัดอุดรธานี กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวอุดรธานี เป็นต้น เพื่อให้คนในชุมชนมีอาชีพเสริม

และมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จึงได้มีการรวมตัวผู้ที่สนใจ คอยเป็นพี่เลี้ยงให้ความช่วยเหลือในหลายด้าน เพื่อให้กลุ่มดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จ (ชนพล ยอดแก้ว และคณะ, 2563 ; พิมลภัทร พาโฮม และคณะ, 2563) ยกตัวอย่างเช่น กรมประมงจังหวัดหนองคายส่งเสริมการเลี้ยงปลานิลให้ชาวบ้านในชุมชน สามารถเพาะพันธุ์ปลานิล และจำหน่ายปลานิลได้รายได้ที่ดี จึงได้ทำการส่งเสริมสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน บ้านเมืองหมีใหญ่ และได้จัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนซึ่งปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงปลานิลบ้านเมืองหมีใหญ่ มีกระชังเลี้ยงปลานิลทั้งหมด 184 กระชัง (ตรุณี พิลาดิษฐ์ และคณะ, 2563) ผลจากการสร้างการมีส่วนร่วมส่งผลให้สมาชิกกลุ่มสามารถเป็นวิทยากรแก่ผู้ที่สนใจเข้ามาศึกษาดูงาน เมื่อมีการจัดอบรม สัมมนา สมาชิกสามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรม มาเผยแพร่ให้แก่สมาชิกคนอื่นๆ ได้ (กนกพร อภิขิตวงศ์ชัย และคณะ, 2563)

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายยกตัวอย่างเช่น บ้านโสกดาว-โนนสูงมีผลิตภัณฑ์จากข้าวฮางทั้งหมด 4 รายการคือ คือ 1) ข้าวฮางหอมมะลิ 2) ข้าวฮางมันปู 3) ข้าวฮางหอมนิล และ 4) ข้าวฮางไรซ์เบอร์รี่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยตาก ได้แก่ 1) กล้วยตาก 2) กล้วยอบเนย และ 3) กล้วยอบแผ่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทำนาห้วยตาดชา มีดังนี้ 1) ปู๋ย 2) กล้วยหอมทองฉาบ 3) กระท่อนแฉ้อม 4) มะพร้าวแก้ว และ 5) ข้าวสารแพ็คก้อน 1 กก. (มาตรฐานข้าวปลอดภัย GAP) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปมะพร้าว มีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าว มี 4 แบบ คือ 1) สบู่สมุนไพรมะพร้าวสกัดเย็น 2) มะพร้าวแก้ว 3) โมเดลกะลา 4) กาแฟปั่นมะพร้าวนมสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงผึ้งหนองบัวใต้ มีผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก

น้ำผึ้ง มี 4 แบบ คือ 1) เชอร์รี่ 2) เยลลี่ 3) เกสรผึ้ง และ 4) นมสดน้ำผึ้ง เป็นต้น

ด้านการจัดจำหน่าย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีช่องทางจัดจำหน่าย ยกตัวอย่างเช่น 1) ตลาดจริงใจ ชั้น G ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าอุดรธานี 2) ร้านท็อปส์ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าอุดรธานี 3) ร้านธงฟ้าประชารัฐ 4) ร้านเซฟมาร์ท 5) จัดจำหน่ายตามงานสินค้า OTOP และ 6) จัดจำหน่ายตามร้านค้าภายในชุมชน

ด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชนใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ โดยสมาชิกกลุ่มปลูกและคัดเลือกนำมาใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ สามารถสร้างความแตกต่าง กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ (มานาพร โชปัญญา และคณะ, 2563; ศศิพร อิมสะอาด และคณะ, 2563) เช่น ข้าวฮาง เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของภาคอีสานมานาน นับร้อยปี เป็นข้าวที่เพาะงอกจากข้าวเปลือกมีไฟเบอร์ วิตามิน แร่ธาตุต่างๆ จากเปลือกมาเคลือบในเมล็ดข้าวเพิ่มขึ้น จึงทำให้มีสารอาหารมากกว่าข้าวกล้องงอก อีกทั้งยังมีคุณค่าทางโภชนาการสูงกว่าธัญพืชทั้งหลาย เนื่องจากอุดมด้วย วิตามินบี 1 บี 2 ธาตุเหล็ก แคลเซียม และกาบาให้โปรตีนแร่ธาตุสารอาหารต่างๆ ครบถ้วน (ภัทรพล ไชยหงษา และคณะ, 2563)

การวิเคราะห์ศักยภาพชุมชน (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strengths)

- 1) ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภคที่รักสุขภาพ
- 2) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความชำนาญในกระบวนการผลิต
- 3) ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และมีความคิดสร้างสรรค์

จุดอ่อน (Weaknesses)

- 1) มีเงินทุนจำกัด
- 2) ขาดความรู้ด้านการตลาด ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค
- 3) ขาดเครื่องมือที่ทันสมัยในการผลิต
- 4) กระบวนการการผลิตยังไม่ได้มาตรฐาน
- 5) ยังไม่มีการเพิ่มรายการสินค้าในสายผลิตภัณฑ์

โอกาส (Opportunities)

- 1) เทคโนโลยี ช่วยทำให้เพิ่มช่องทางการขายได้เช่น Facebook Instagram & Mobile application
- 2) ผู้บริโภคมีความใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น
- 3) ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

อุปสรรค (Threats)

- 1) เศรษฐกิจตกต่ำ
- 2) สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้คนชะลอการใช้จ่ายมากขึ้น
- 3) สินค้าถูกเลียนแบบได้ง่าย
- 4) ไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่

2. ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจในเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

- 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค
- 2) กลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น อาหารเพื่อคนรักสุขภาพ

3) ผลิตภัณฑ์ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพความปลอดภัย

4) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5) ใช้วัสดุท้องถิ่นเพื่อรักษาเอกลักษณ์ของชุมชนและสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์

ด้านราคา

- 1) ตั้งราคาผลิตภัณฑ์ตามฤดูกาล
- 2) การตั้งราคาแบบชุดรวม
- 3) ใช้ส่วนลดราคาสินค้าพิเศษในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- 1) ขยายและพัฒนาเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อส่งเสริมการกระจายสินค้า
- 2) สร้างพันธมิตรหรือคู่ค้าระหว่างวิสาหกิจชุมชน

ด้านการสื่อสารทางการตลาด

1) ใช้เครื่องมือการตลาดทางตรง เช่น Facebook, Instagram เพื่อสร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่อง

2) ทำการตลาดในรูปแบบ Online เน้น B2C เป็นหลัก โดยใช้ปัจจัยด้าน ภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ พฤติกรรม เพื่อหากกลุ่มผู้บริโภคที่ตรงกับผลิตภัณฑ์ที่สุด

3) จัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค

ด้านอื่นๆ

1) ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต

2) พัฒนาระบบผลิตให้ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต เช่น ผลิตภัณฑ์อาหาร ควรใช้ระบบการจัดการโปรแกรมพื้นฐานด้านสุขลักษณะ หรือ GMP

3) จัดการศึกษาดูงานจากหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้อง

4) ขอความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ครอบสนับสนุนแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ชุมชนสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายชนิดตามภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละชุมชน แต่ประสบปัญหาด้านการตลาด สาเหตุเนื่องจากความคล้ายคลึงกันของสินค้าชุมชนซึ่งเกิดจากการเลียนแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ประสบความสำเร็จ รูปแบบการก่อตั้งกลุ่มเริ่มต้นจากการผลิตเพื่อใช้ในครัวเรือน เมื่อมีผลผลิตมากขึ้นจึงนำออกมาจัดจำหน่ายแก่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวโดยเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น ที่มาจากการรู้จักใช้ประโยชน์จากความหลากหลายหรือทรัพยากรในท้องถิ่นและความคิดสร้างสรรค์ของคนในชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาของ รัชนิกร กุศลานนท์ และคณะ (2557) เรื่องการออกแบบศิลปหัตถกรรมผ้าพื้นถิ่นจังหวัดสกลนครเพื่อประยุกต์สู่แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ พบว่า แนวทางการออกแบบศิลปหัตถกรรมผ้าพื้นถิ่นจังหวัดสกลนคร ประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวทางการออกแบบศิลปหัตถกรรมผ้าพื้นถิ่นจังหวัดสกลนคร ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดสกลนครและตรงกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท โดยนำแนวทางการออกที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่สามารถเผยแพร่ศิลปหัตถกรรม

ท้องถิ่นให้แก่คนในชุมชนและสังคมได้รู้จักภูมิปัญญาการทำผ้าพื้นเมืองที่มีอยู่ในจังหวัดสกลนคร รูปแบบการจัดจำหน่ายของกลุ่มมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น มีเอกลักษณ์ของสินค้า ถ่ายทอดวิถีชีวิต วัฒนธรรมของพื้นที่ จะทำให้กลุ่มวิสาหกิจสามารถสร้างรายได้มากยิ่งขึ้น

2. แนวทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนมีการพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ มีการเรียนรู้ การจัดการความรู้ในวิสาหกิจของตน ทำให้วิสาหกิจชุมชนได้รับการเรียนรู้มาอย่างต่อเนื่อง จนทำให้เกิดความเข้มแข็ง วิสาหกิจชุมชนมีความคล่องตัวและสามารถปรับตัวตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว มีคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และองค์ความรู้ สามารถผลิตสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้สอดคล้องกับ โฆษกามาตพลศรี และคณะ (2563) ศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพเพื่อเพิ่มผลิตภาพให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอาหารแปรรูปกรณีศึกษากลุ่มผู้เลี้ยงปลาตะเพียนพบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มผู้เลี้ยงปลาตะเพียน ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์และออกแบบผลิตภัณฑ์ควบคู่กันไป โดยค้นหาสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หาวิธีแก้ไขหรือคำตอบใหม่สำหรับปัญหาต่างๆ และอาศัยกรรมวิธีการผลิตด้วยวิทยาการที่ก้าวหน้า ให้ความสนใจการวิเคราะห์ปัญหาสู่การคิดออกแบบสร้างสรรค์และการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ซึ่งการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ก็คือวิถีทางที่จะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ สิ่งสำคัญที่สุด หน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพราะวิสาหกิจชุมชนเกิดจากประชาชนผู้เป็น

ฐานรากทางสังคม อยู่ในชนบท การดำเนินงานของรัฐเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนในช่วงหลายปีที่ผ่านมา รัฐได้พัฒนานโยบายเพื่อการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้รัฐจะต้องสนับสนุนการฝึกอบรมให้วิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง และจะต้องพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่เหมาะสม ทั้งนี้ภาครัฐควรให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการตลาด โดยอาจให้ภาคเอกชนที่ต้องการผลผลิตเข้าช่วยให้คำแนะนำในการจัดการผลผลิตเพื่อนำออกสู่ตลาดการค้าระดับใหญ่ต่อไป สอดคล้องกับการศึกษาของ ปัทมา สารสุข (2561) เรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดนนทบุรี พบว่า หน่วยงานภาครัฐควรให้การส่งเสริมด้านการตลาดสนับสนุนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น ด้านเงินทุนควรสนับสนุนแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำเพื่อการจัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักรในการผลิตสมัยใหม่ ด้านการจัดการความรู้และข้อมูลที่ทันสมัย และสร้าง

ความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันทั่วประเทศให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการมีส่วนร่วมของการดำเนินงานระหว่างชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายหรือแนวทางในการพัฒนาชุมชนต่อไป
2. ควรสำรวจความต้องการของผู้บริโภคภายในจังหวัดอุดรธานีและจังหวัดใกล้เคียง นำผลมาเข้าร่วมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งจะช่วยให้อายุการผลิตมียาวนานและเป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
3. หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้การผลิตสามารถผลิตได้ในเชิงพาณิชย์
4. ควรพัฒนาช่องทางการขายเพื่อสร้างการรับรู้และจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภคให้มากที่สุด

บรรณานุกรม

- กนกพร อภิขิตวงศ์ชัย,ดวงตะวัน กิจจันทร์ทีก,ธนากร พรหมนิล,พัฒน์วดี สมภักดี,อนุชิตา แปลเพ็ง และภาณุวัฒน์ ศติมณฑลกันต์. (2563). การศึกษาการแปรรูปพัฒนาผลิตภัณฑ์เส้นพาสต้าจากมันเทศ. อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). *ส่งออกสังคมไทยหลัง'โควิด-19' เราเรียนรู้อะไรบ้าง*. สืบค้น 15 ตุลาคม 2563 จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news>
- กรมการส่งเสริมการเกษตร. (2563). *ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน*. กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. สืบค้น 27 ต.ค. 2563 จากhttp://smce.doae.go.th/smce1/report/select_report_smce.php?report_id=17
- โซชมกามาต พลศรี, ศุภกัญญา เกษมสุข และ รัตนภรณ์ แซ่ลี. (2563). การพัฒนาศักยภาพเพื่อเพิ่มผลผลิตภาพ ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอาหารแปรรูปกรณีศึกษากลุ่มผู้เลี้ยงปลาตะเพียนบ้านคำครดา อำเภอทรายมูล จังหวัดยโสธร. *Graduate School Journal Chiang Rai Rajabhat University*, 13(2), 98.

- ตรุณี พิลาดิษฐ์, ปุณณนุช ศิริเพชร, วีรศักดิ์ มะยุโรวาท, ภูมิรินทร์ จันทีก และชาคริต ธานีกุล. (2563). *การศึกษาโครงการการแปรรูปปลาเนื้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงปลาเนื้ บ้านเมืองหมี่ใหญ่ ตำบลเมืองหมี่ อำเภอมือเมือง จังหวัดหนองคาย*. อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ชนพล ยอดแก้ว, ศิริวรรณ ลุนลา, จุฬารัตน์ ครองสี,มาลินี ชันเหง้า,พลอยนภา คำหารพล, กวินนา แสนกอง และนายชนาวิรี แท่งทอง. (2563). *การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์บารบอมบ์จากน้ำผึ้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลหนองบัวใต้ อำเภอสว่างเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู*. อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- นัชชา พวงแก้ว, มัทนา สุขัน, อลิษา อุประ, สุทธิลักษณ์ อินทศรี, อนงค์นาถ ไชยนิลวรรณ และทรงธรรม ยำปัญดิษฐ์. (2563). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเทมเป้แปรรูปจากถั่วเหลือง*. อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ปัทมา สารสุข. (2561). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดนนทบุรี*. รายงานการประชุม Graduate School Conference. 1 (1), 590-599.
- ปิยะธิดา บุญนำ, สุพัตรา กุแก้ว, นพพล ปาริพันธ์,อาริสรา โลตุฤทธิ์, สุจารัตน์ คนดี, และThai Manh Choung. (2563). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลนิคมสงเคราะห์ อำเภอมือเมือง จังหวัดอุดรธานี*. อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- พิมลภัทร พาโฮม, รัชดา ถนอมพลาคิตย, ลักษณา กระสี, ธนากร คำวิเลศ, อนุชิตา สิทธิธรรม, แพรวนภา ศรีสร้อยพราว, เจษฎา สร้อยไว และ วราภรณ์ วงศ์สะอาด. (2563). *การดำเนินงานแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเปลือกกล้วย อำเภอสว่างเมือง จังหวัดหนองคาย*. อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ภัทรพล ไชยหงษา, วิชา ปัญญากุล, นลิน ชะนะบุญ, นริศรา พรหมหิตย์ และพรรณราย พิทักษ์กุล. (2563). *การพัฒนาแปรรูปข้าวฮางเพื่อเป็นนวัตกรรมอาหาร*. อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- มานาพร โชปัญญา, ลลิตา นิกรกุล, กิตติยา อินตะฟอง, สุภาภรณ์ ภูแดงงาม, ธิดารัตน์ ประสิทธิ์วิเส, นาดยา พรหมวงษ์, นันทพล รูปสม, มินตรา โสมัสสา. (2563). *การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์นมจากมะพร้าวเพื่อให้เกิดความแปลกใหม่และเพิ่มมูลค่าทางวัตถุดิบ*. อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- รัชนิกร กุศลานนท์, จตุรงค์ เลหาะเพ็ญแสง, & ทรงวุฒิ เอกวุฒิจวงศา. (2557). *การออกแบบศิลปหัตถกรรมผ้าพื้นถิ่นจังหวัดสกลนครเพื่อประยุกต์สู่แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์*. *Art and Architecture Journal Naresuan University*, 5(1), 87-114.
- ศศิพร อิ่มสะอาด, ธนาพร บัวดี, ธนัยชนก สุวรรณ, รัตนกร จัดตุ้ม, ทรงวุฒิ มะโนโปธาร, วรรณธิดา ทวีสิน, คีตภัทร แสงรัตน์, บุญญการ ทิพย์ปัญญา, นันทิกานต์ อุคำ และอนุศักดิ์ รัตนนกนกกาญจน์. (2563). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปแผ่นแป้งเวียดนามจากเม็ดขนุนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบทางการเกษตร*. อุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- สัญญา เคนาภูมิ. (2558). *แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม*. *วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 2(3), 68-85
- อุทัย ปริญาสุทธี. (2560). "วิสาหกิจชุมชน" ปฏิวัติชนในการแข่งขันทางธุรกิจ. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*, 37(2): 131-150.

- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: a theoretical review. *Journal of International Social Research*, 10(51). 994-1006
- Jayachandran, S., Gimeno, J., & Varadarajan, P. R. (1999). The theory of multimarket competition: A synthesis and implications for marketing strategy. *Journal of Marketing*, 63(3), 49-66.