

การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างรายได้เปรียบ ทางการแข่งขันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

Marketing Strategy Development for Competitive Advantage in Biological Liquid Wash of Community Enterprise in Tombon Nai Wiang of Nan Province

จิตรา ปันรูป¹, วรณิดา ชินบุตร², ฐาณินญา อีสสระ³ และเอกชัย ดวงใจ⁴
Jittra Punroob¹, Wannida Chinnaboot², Dhaniya Issara³
and Ekachai Duangjai⁴

บทคัดย่อ

การศึกษครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสถานการณ์ด้านการตลาด และ (2) ศึกษาแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน การศึกษครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยศึกษาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก แบบเจาะจง 2 กลุ่ม คือ บุคลากรทางการศึกษา จำนวน 5 ราย และสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำนวน 50 ราย เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์ การแสดงข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลมาสรุปผลและเสนอแนะ ผลการศึกษา พบว่า โครงการวิจัยครั้งนี้ได้บุคลากรทางการศึกษา จำนวน 5 ราย ซึ่งทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาแก่กลุ่มเป้าหมาย และผลการศึกษาด้านสถานการณ์การตลาดของกลุ่มเป้าหมาย พบจุดแข็งทั้งในด้านผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์สูง เพราะทางกลุ่ม

^{1,2,3} อาจารย์, คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน อำเภอเมือง จังหวัดน่าน 55000

⁴ อาจารย์, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน อำเภอเมือง จังหวัดน่าน 55000

^{1,2,3} Lecturer, Faculty of Business Administration and Liberal Arts Rajamangala University of Technology Lanna Nan Muang District Nan 55000, Thailand. E-mail: nayty_2521@hotmail.com

⁴ Lecturer, Faculty of Science and Agriculture Technology Rajamangala University of Technology Lanna, Nan Muang District Nan 55000, Thailand. E-mail: mr1fisheries@hotmail.com

ได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ รวมทั้งผลิตภัณฑ์มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
ด้านจุดอ่อนเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ ขาดการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน รวมทั้งขาดการรับรอง
คุณภาพผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

คำสำคัญ: กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์น้ำยาชีวภาพ จังหวัดน่าน

Abstracts

The purposes of this research were to (1) development of marketing strategy for competitive advantage in community enterprise and study the market situation in biological liquid wash of business community in Tombon Nai Wiang of Nan Province. Key informants were 2 members groups include five educational personnel and fifty product group members. The study utilized variety of qualitative methods to obtain research data such as depth interview and focus group. Then, data were analyzed through descriptive method and content analysis to find the conclusion and suggestion. The findings revealed as follows: The research group establishment of marketing strategy development in business community was successfully registered which act as a consultant of product group members. The results of the market study in this product revealed that the strengths in the products are very unique due to the local material were used as product component which as environmentally friendly green products. The weakness of this product include lack of public relations agency, lack of product quality certification.

Keywords: Community Enterprises, Biological Liquid Wash, Nan Province

บทนำ

ปัจจุบันการค้าของโลกกำลังเปลี่ยนแปลงแต่ละประเทศต่างได้มีการนำมาตรการต่างๆ มาเป็นข้อกำหนดหรือเงื่อนไข เพื่อการกีดกันการค้าเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะมาตรฐานสินค้าหรือสิ่งแวดล้อม การแข่งขันทางการตลาดการค้าโลกที่มีความเข้มข้นยิ่งขึ้นในส่วนของประเทศไทย ปัจจุบันได้เข้าร่วมในกลุ่มเศรษฐกิจการค้าที่มีผลประโยชน์สอดคล้องกัน รวมทั้งได้ผลักดัน ให้มีการพัฒนาอาเซียนเป็นเขตการค้าเสรีแล้วนั้น ผลจากการเปิดเขตเสรีทางการค้ากับสมาชิกเพื่อนบ้านข้างต้น (Romer, 1994: pp.5-38) ไม่เพียงส่งผลกระทบต่อธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดกลางของไทยเท่านั้น แม้กระทั่งธุรกิจขนาดเล็กและชุมชนที่เคยมีวิถีชีวิตแบบเรียบง่ายต่างก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน ทำให้ชุมชนเหล่านั้นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด เช่น การรวมกลุ่มเพื่อผลิตและจำหน่ายสินค้าให้ครบวงจร จากอดีตถึงปัจจุบันประเทศไทยได้พัฒนาแผน การพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องทางด้านเศรษฐกิจและการค้าของโลกให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อพัฒนาความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาค เอกชนและภาคการศึกษา ในการสร้างความตระหนักและความตื่นตัว (Awareness) จิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการสู่กระบวนการ การบ่มเพาะ และการพัฒนาผู้ประกอบการ ตลอดจนการการเร่งรัดธุรกิจสู่ตลาดสากลก่อให้เกิดการลงทุน ทั้งจากการลงทุนร่วมทุน นักลงทุนบุคคล และนักลงทุนบริษัทขนาดใหญ่ ในวิสาหกิจเริ่มต้น สนับสนุนการเร่ง พัฒนาประเทศไปสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรมและสังคมฐานความรู้โดยให้ความสำคัญแก่การเป็นพื้นที่เปิด 4 ประการได้แก่ 1) ผู้ที่มีทักษะสูงจากทั่วโลก 2) เร่งการเติบโตของวิสาหกิจเริ่มต้น 3) สนับสนุนการลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้น และ 4) การสร้างและพัฒนาระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของวิสาหกิจเริ่มต้น เช่นเดียวกับชุมชนในตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน ซึ่งส่วนใหญ่สมาชิกในชุมชนประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปเป็นอาชีพหลัก ปัจจุบันกลุ่มเกษตรกรได้มีการปรับตัวเพื่อรับภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป โดยชุมชนในตำบลในเวียง ได้ทำการรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชนจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนซื้อวิสาหกิจชุมชนผลิตน้ำยาชีวภาพ ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมดประมาณ 50 คน มีคุณวันทนา ไชยวงศ์ เป็นประธานกลุ่ม ได้ทำการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2558 รหัสทะเบียน 6-55-01-01/1-0026 ในชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตน้ำยาชีวภาพ ลักษณะของกลุ่มเป็นศูนย์เรียนรู้สู่เยาวชนและเป็นศูนย์รวมของผู้สูงอายุมีการผลิตและจัดจำหน่าย ได้แก่ น้ำยาเอนกประสงค์ น้ำยาซักผ้า สบู่เกลือภูเขา แรกเริ่มของการการก่อตั้งกลุ่ม สมาชิกในกลุ่ม

จะเน้นการผลิต เพื่อส่งจำหน่ายให้แก่บุคคลในชุมชนที่สนใจในพื้นที่จังหวัดน่าน ซึ่งจากความตั้งใจในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพของสมาชิกกลุ่มตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ปัจจุบันเริ่มเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปซึ่งมีไม่เพียงในชุมชนที่เป็นที่รู้จักเท่านั้นแต่ยังรวมถึงนักท่องเที่ยวอีกด้วย ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตน้ำยาชีวภาพ ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นหน่วยงานเกี่ยวกับประสานงานการบริหารจัดการการท่องเที่ยวระหว่างส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่หรือได้รับมอบหมายให้บริหารจัดการการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นในระดับชาติ ระดับภูมิภาค หรือระดับท้องถิ่น และส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนท้องถิ่นจัดให้มี การบำรุงรักษาศิลป จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่น ซึ่งให้การสนับสนุนทุนเริ่มแรกในเรื่องของวัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และได้รับการสนับสนุนทางด้านเทคนิคกรรมวิธีในการผลิตรวมถึงการติดตามผลการดำเนินงานจากหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐ เช่น การสอนกรรมวิธีการผลิตสบู่เกลือภูเขาให้ การสอนกรรมวิธีการผลิตน้ำยาเอนกประสงค์ให้ แม้ว่าทางกลุ่มจะไม่มีปัญหาทางด้านเงินทุนแต่ก็ยังคงพบเจอกับปัญหาด้านการบริหารการตลาดในตัวผลิตภัณฑ์ ปัญหาเหล่านี้ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของตนไม่สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนจากพื้นที่จังหวัดใกล้เคียง หรือผู้ผลิตรายใหญ่ๆ ได้

ดังนั้นจากสถานการณ์ข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ประชุมหารือกับผู้ร่วมวิจัยซึ่งเป็นคณาจารย์ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาทำการจัดตั้งกลุ่มวิจัยในการเข้าไปให้บริการด้านวิชาการและจัดทำกรวิจัยขึ้น ภายใต้ขอบเขตและข้อจำกัดของทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตน้ำยาชีวภาพ ให้สามารถบูรณาการเข้ากับองค์ความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่เพื่อร่วมกันหาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจชุมชน ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าผลจากการดำเนินงานจากการจัดตั้งกลุ่มนักวิจัยที่เกิดขึ้นครั้งนี้ จะช่วยให้สามารถแก้ไขปัญหาข้างต้นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ยังสามารถนำข้อมูลที่ได้ใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมร่วมกับชุมชน รวมทั้งบูรณาการร่วมกับ

การเรียนการสอนในรายวิชาการสื่อสารตลาดแบบบูรณาการและระบบสารสนเทศทางการตลาดเพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการคิดและวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาและแนวทางแก้ไขอันจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสถานการณ์ด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน
2. ศึกษาแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษครั้งนี้ ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการศึกษา คือ แนวทฤษฎีด้านวิสาหกิจชุมชนและกลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

วิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 ได้บัญญัติไว้ว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นรูปนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนประกาศกำหนด โดยวิสาหกิจชุมชนควรมีองค์ประกอบสำคัญ คือ ชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินการ ผลผลิตมาจากการสร้างสรรค์โดยนวัตกรรมของชุมชน มีความสอดคล้องกับภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นผสมผสานภูมิปัญญาสากล ดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นระบบ มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ และมีการพึ่งตนเองของครอบครัวและชุมชนเป้าหมาย (Noknoi et al., 2012) ในรายงานการศึกษาของ Promsaka Na Sakolnakorn (2011) ชี้ให้เห็นว่า การเกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชนจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของชุมชนนั้นๆ อย่างมาก เช่น ชุมชนมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น ส่วนด้านทางสังคม คือ

เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพแก่คนในชุมชน ลดปัญหาการเคลื่อนของแรงงานภาคเกษตรกรรม

แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน (2559) รายงานไว้ว่า มีแนวคิดหนึ่งที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดชุมชน คือ แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นแนวคิดการดำเนินงานของรัฐบาลประเทศญี่ปุ่น ภายใต้โครงการ OVOP One Village One Product เป็นโครงการที่รัฐบาลมีแนวคิดให้แต่ละชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ภายใต้ศักยภาพภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นๆ โดยภาครัฐเข้ามากำกับดูแลและให้ความช่วยเหลือในด้านความรู้ และเทคโนโลยี รวมทั้งการบริหารจัดการสมัยใหม่ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากตลาดชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ (Igusa & Kunio, 2012) ต่อมาแนวคิดดังกล่าวได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับโครงการพัฒนาชุมชนของประเทศไทย โดยเฉพาะ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยองค์ความรู้ที่มีอยู่ในแนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ถ้ามีการนำใช้อย่างจริงจังจะสามารถสร้างรายได้อันนำมาซึ่งความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยแนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีหลักการพื้นฐานที่สำคัญ 3 ด้าน ดังนี้ (1) พัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (2) ชุมชนมีการพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ และ (3) ชุมชนมีการสร้างทรัพยากรมนุษย์ (จรัสชัย กฤติยาภิชาติกุล, 2547: 71) ในขณะที่ปัญหาและอุปสรรคในการสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของผู้ประกอบการไทย อัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ (2558) รายงานว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานแต่ละด้านได้แก่ ด้านการตลาด การผลิต การจัดการ และการเงินและบัญชี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด การผลิต การจัดการ และการเงินและบัญชี ในภาพรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน ได้แก่ การจัดหาสถานที่สำหรับแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย รวมถึงการเพิ่มทักษะด้านการใช้ภาษาต่างประเทศที่จำเป็นให้สามารถสื่อสารได้ เป็นต้น

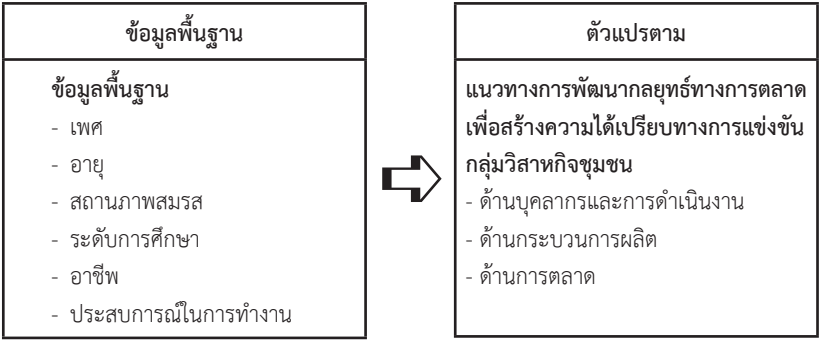
แนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาด

แนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) หมายถึง กระบวนการของการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังลูกค้า และความหมายยังครอบคลุมถึงศิลปะแห่งการขายสินค้า ส่งผลให้การตลาดถูกมองว่าเป็นหน้าที่ขององค์การและกลุ่มกระบวนการเพื่อการผลิต การส่งสินค้าและการสื่อสารคุณค่าไปยังลูกค้า และการจัดการความสัมพันธ์ต่อลูกค้า ในทางที่เป็นประโยชน์แก่องค์การและผู้ถือหุ้น การจัดการการตลาดเป็นศิลปะของการเลือกตลาดเป้าหมาย ตลอดจนการได้มาและการรักษาลูกค้า ผ่านทางการจัดหาคุณค่าของลูกค้าที่เหนือกว่า (Kotler & Keller, 2012) สอดคล้องกับการรายงานของ รัชนิกร วงศ์แสง (2553) รายงานว่า แนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาด เป็นการกำหนดหรือวางแผนใช้ทรัพยากร หรือยุทธวิธีต่างๆ ที่มีอยู่ขององค์กรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย สร้างสรรค์ และการคงไว้ในขณะเดียวกัน นักการตลาดก็ต้องมีความจำเป็นต้องเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาด ให้เหมาะสมและสอดคล้อง เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ Kotler (1997) รายงานว่า กลยุทธ์การตลาด เป็นหลักเกณฑ์ในการบริการการตลาดของธุรกิจ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่ตั้งไว้ ซึ่งมีกลยุทธ์ต่างๆ ได้แก่ การจัดสรร ทรัพยากรทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจค่าใช้จ่ายทางการตลาด เป็นต้น เช่นในรายงานการศึกษาของ Castaldo et al.(2009, pp.1-15) ได้เสนอแนะแนวทางในการสร้างความภักดีของผู้บริโภคในตราหือผลิตภัณฑ์ (Brand Loyalty) ผ่านยุทธศาสตร์ทางการตลาด คือ การสร้างความไว้วางใจในตัวสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ ด้วยการนำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (CSR in process) ใน 6 ด้าน กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ได้แก่ การกำกับดูแลองค์กร (Organization Governance) สิทธิมนุษยชน (Human Rights) การปฏิบัติด้านแรงงาน (Labor Practices) การดูแลสิ่งแวดล้อม (Environment) การดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม (Fair Operating Practices) การใส่ใจต่อผู้บริโภค (Consumer Issues) การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน (Contribution to the Community and Society) ซึ่งการนำยุทธศาสตร์การตลาดด้านความไว้วางใจในตัวสินค้าและบริการ จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีในตัวสินค้าและบริการ อันเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและความอยู่รอดขององค์กร

ซึ่งจะช่วยให้องค์กรมีความแตกต่างจากองค์กรอื่นในธุรกิจเดียวกัน ผู้บริโภคเชื่อมั่น
ในสินค้าและบริการ ส่งเสริมภาพลักษณ์และความร่วมมือทางธุรกิจ สร้างความได้เปรียบ
ในการแข่งขัน เกิดมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรพร้อมๆ กับเสริมประโยชน์ให้แก่สังคม

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์ปัจจัยต่างๆ
ที่เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ (องพล พรหมสาขา
ณ สกลนคร และ อุทิศ สังขรัตน์, 2556) ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มตัวอย่างได้ทราบถึงสถานการณ์ด้านการตลาดในผลิตภัณฑ์
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์
ทางการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในผลิตภัณฑ์ของตนและกลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนอื่นๆ ในโอกาสต่อไป และเกิดการบูรณาการร่วมกันระหว่างสถานศึกษาในท้องถิ่น
ร่วมกับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ภายใต้ขอบเขตและข้อจำกัดในด้านทรัพยากรและ
ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในปัจจุบัน

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหา: ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลโนเวียง อำเภอมือ จังหวัดน่าน ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง: ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ จังหวัดน่าน จำนวน 50 คน ขอบเขตพื้นที่: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลโนเวียง อำเภอมือ จังหวัดน่าน เท่านั้น ขอบเขตระยะเวลา: เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระหว่างเดือน กรกฎาคม ถึง กันยายน 2559

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาตลอดการศึกษา คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลโนเวียง อำเภอมือ จังหวัดน่าน จำนวน 50 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยทำการศึกษาเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) โดยทำการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ จำนวน 5 ราย ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือ ด้วยการเชิญกลุ่มนักวิจัยซึ่งได้จัดตั้งขึ้นในโครงการครั้งนี้ จำนวน 5 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ นักวิชาการเจ้าหน้าที่ของรัฐในพื้นที่ และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 50 คน เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลโนเวียง อำเภอมือ จังหวัดน่าน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิโดยเก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ เช่น ประวัติและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์น้ำยาชีวภาพ และแนวทางการดำเนินการตลาดของกลุ่มตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ส่วนแหล่งข้อมูลทุติยภูมิเก็บรวบรวมข้อมูลและสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตลอดจนการนำเสนอด้วยตารางประกอบ

การพรรณนาจุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) การวิเคราะห์เชิงบริบทของเนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์เชิงบรรยาย (Descriptive Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยได้ทำการสรุปตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ผลการศึกษาด้านการดำเนินการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย

ผลการศึกษาด้านการดำเนินการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยกลุ่มวิจัยที่จัดตั้ง ประกอบด้วย

1.1 ผลการศึกษาด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษา พบว่า วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลโนเวียง อำเภอมือง จังหวัดน่าน มีจุดแข็งในหลายด้าน เช่น ด้านบุคลากรที่มีความสามัคคีและเข้มแข็งในการทำงาน ด้านแหล่งวัตถุดิบเพื่อการผลิตสินค้าซึ่งสามารถหาได้ในท้องถิ่น ราคาต่ำ และมีความเป็นอัตลักษณ์เป็นของตนเอง ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนมีความสามารถในการแข่งขันสูง รวมทั้งมีความมั่นคงทางการเงิน ประกอบกับมีสถานที่ผลิตและร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นของตนเองใกล้แหล่งท่องเที่ยว จุดอ่อนที่สำคัญ คือ สมาชิกขาดประสบการณ์ และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยตามกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ ขาดความรู้และทักษะในการจัดการสินค้า การตลาด ระบบบัญชีและการเงิน และเป็นวิสาหกิจชุมชนที่พึ่งพิงเกิดใหม่และรู้จักของบุคคลไม่มากนัก รวมทั้งผลิตภัณฑ์ไม่มีมาตรฐานรับรองสากล ด้านโอกาส พบว่า ภาครัฐและหน่วยงานในท้องถิ่นให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น ช่องทางจำหน่ายสินค้าสื่อสังคมออนไลน์ จำนวนลูกค้าในชุมชนและทั่วไปเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดน่านเพิ่มมากขึ้นปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม อุปสรรคที่สำคัญ คือ มีสถานที่จำหน่ายสินค้ามีแห่งเดียว สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ไม่รายได้ที่แน่นอน และยังขาดทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ในขณะที่ด้านการผลิตปัจจุบันผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ผลิตจากเครื่องจักรและเทคโนโลยีล้าสมัยเป็นต้น ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
1. สมาชิกวิสาหกิจชุมชนน้ำยาชีวภาพมีความสามัคคีและเข้มแข็งในการทำงาน 2. วัดดุดิบเพื่อการผลิตหาได้ไม่ท้องถิ่นและมีความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สบู่ซึ่งมีองค์ประกอบของเกลือสินเธาว์ผลิตจากน้ำเค็มจากสายน้ำใต้ดินท่ามกลางธรรมชาติกลางหุบเขาในอำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน 3. มีความมั่นคงทางการเงิน กล่าวคือ มีเงินทุนสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง 4. มีสถานที่ผลิตและร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในจังหวัดน่าน อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว 5. ความได้เปรียบด้านวัตถุดิบที่มีราคาต่ำส่งผลให้ต้นทุนการผลิตต่ำ	1. สมาชิกวิสาหกิจชุมชนน้ำยาชีวภาพขาดประสบการณ์และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2. วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตมีความล้าสมัย 3. เป็นวิสาหกิจชุมชนที่เพิ่งเกิดใหม่และรู้จักของบุคคลไม่มากนัก 4. ขาดความรู้และทักษะในการจัดการระบบบัญชีและการเงิน ไม่มีความรู้ทางการตลาด 5. ผลิตภัณฑ์สร้างจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ไม่มีตลาดรองรับผลผลิต 6. ไม่มีมาตรฐานรับรองการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Treats)
1. จำนวนลูกค้าในชุมชนและทั่วไปเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดน่านเพิ่มมากขึ้นปัจจุบัน 2. มีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่นราคาถูกและสามารถซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง 3. ภาครัฐและหน่วยงานในท้องถิ่นให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4. กลุ่มผู้บริโภคปัจจุบันให้ความสนใจผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น 5. มีช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง เช่น สื่อสังคมออนไลน์	1. สถานที่จำหน่ายสินค้ามีแห่งเดียว สมาชิกขาดทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาจีน อังกฤษ 2. การดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนไม่ต่อเนื่องตลอดปี ส่วนใหญ่ไม่มีรายได้ที่แน่นอน 3. สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ 4. ขาดเครื่องจักรและเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตที่ทันสมัย 5. สินค้าไม่มีการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.2 ผลการศึกษาปัญหาจากดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย

ปัญหาและอุปสรรคเบื้องต้นในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนครั้งนี้ คณะผู้วิจัยสามารถสรุปปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจ ดังนี้

1.2.1 ด้านบุคลากร

เนื่องจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงวัย สมาชิกแต่ละท่านมาจากหลายสาขาอาชีพ โดยร้อยละ 92.0 เป็นเพศหญิง สมาชิกกลุ่มร้อยละ 60 มีช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป, ร้อยละ 73.3 และ 20.0 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรือ อนุปริญญาตามลำดับ, สมาชิกส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.3 มีรายได้ 15,001-20,000 บาทต่อปี ในขณะที่ทักษะทางด้านการผลิต ส่วนใหญ่สมาชิกกลุ่มขาด ได้แก่ ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ภาษาต่างชาติ ความรู้และทักษะในการจัดการ ระบบบัญชีและการเงิน และการตลาด เป็นต้น ทั้งนี้ เนื่องจากการก่อตั้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพนานนั้น แรกเริ่มจากกลุ่มแม่บ้านซึ่งผลิตน้ำยาชีวภาพ เช่น สบู่ น้ำยาล้างจาน และน้ำยาทำความสะอาดบ้าน เพื่อใช้เองในครัวเรือนต่อมาเมื่อเริ่มมีสมาชิกเพิ่มขึ้น ภาครัฐมีนโยบายที่จะส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพก็ได้รับคัดเลือกจากทางจังหวัดน่าน ให้จัดตั้งเป็นกลุ่มขึ้นมาเพื่อพัฒนาสินค้าของทางกลุ่มให้มีมาตรฐานและสามารถจำหน่ายสร้างรายได้แก่สมาชิกได้ การปรับเปลี่ยนดังกล่าว ประกอบกับวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ขาดการวางแผนทางด้านงบประมาณ รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับแนวทางของภาครัฐ จึงส่งผลให้ปัจจุบันการพัฒนาบุคลากรไม่คืบหน้าเท่าที่ควร

1.2.2 ด้านกระบวนการผลิต

ด้านกระบวนการผลิตสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน พบว่า วิสาหกิจชุมชนยังคงมีวิธีการผลิตสินค้าแบบดั้งเดิม โดยเน้นการใช้แรงงานของสมาชิกกลุ่มมากกว่าการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตสินค้า แม้ว่าภาครัฐและสถานศึกษาในท้องถิ่นจะเข้ามาให้ความรู้ เสนอแนะแนวทางในการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้ทันสมัยก็ตาม รวมทั้งการศึกษาดูงานในสถานที่ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตในกลุ่มเดียวกัน ทั้งนี้เหตุผลหนึ่งที่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ได้ตอบข้อคำถามที่ว่า ทำไมทางกลุ่มไม่กล้าที่จะปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตสินค้าจากแบบเดิมโดยใช้แรงงานมาเป็นการใช้เครื่องจักรช่วยในกระบวนการผลิต คือ ไม่มีตลาดรองรับสินค้าที่ชัดเจนรวมทั้งสินค้าไม่มี

การรับรองมาตรฐาน นอกจากนั้น ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตสินค้าอาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของสมาชิก เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ (สมาชิกกลุ่ม ร้อยละ 60 มีช่วงอายุ ระหว่าง 51-60 ปี) ซึ่งมักจะใช้สถานที่ผลิตสินค้าในการพบปะกัน ต่อมา เป็นปัญหาความสวยงามของบรรจุภัณฑ์หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์ซึ่งส่วนใหญ่จะมีลักษณะที่คล้ายๆ กันกับวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตนํ้ายาชีวภาพในพื้นที่จังหวัดอื่นๆ ทั่วไป ซึ่งสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนํ้าต่างก็ยอมรับว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตนเอง รวมไปถึงบรรจุภัณฑ์ยังไม่ดีเท่าที่ควรเนื่องจากมีต้นทุนค่อนข้างสูงเมื่อนำมาคำนวณกับราคาจำหน่ายแล้วไม่คุ้มทุน นอกจากนั้นก็เป็นอีกหนึ่งปัญหาที่วิสาหกิจชุมชนต่างรู้สึกเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าให้เป็นไปตามเงื่อนไขของมาตรฐานการผลิต เช่น มาตรฐานขององค์การอาหารและยา หรือมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งมาตรฐานเหล่านี้ไม่ได้ประเมินเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์ แต่ยังประเมินไปยังกระบวนการผลิต และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมด้วย ซึ่งอีกข้อจำกัดหนึ่งที่วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตนํ้ายาชีวภาพต้องพยายามเพิ่มเติม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดแก่ผู้บริโภค ดังภาพที่ 2

1.2.3 ด้านการตลาดสินค้า

เช่นเดียวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ของไทย สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ขาดทักษะและประสบการณ์ในการบริหารสินค้าและบริการของตนเอง ซึ่งในผลการศึกษาครั้งนี้ ชี้ให้เห็นว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชน มีปัญหาทางด้านการตลาดในหลายด้าน เช่น ขาดตลาดรองรับสินค้า ขาดแนวทางและงบประมาณในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สินค้าไปยังกลุ่มผู้บริโภค รวมทั้งมีข้อจำกัดในเรื่องสถานที่จำหน่ายสินค้าปัจจุบันซึ่งมีหน้าร้านแห่งเดียว ถัดมากก็เป็นเรื่องของปัญหาการขาดเครือข่ายในการจำหน่ายสินค้า กล่าวคือ แนวคิดหรือแนวทางในการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ของชุมชนจะถือกำหนดขึ้นจากการสินค้าและบริการที่สมาชิกใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชนในแต่ละพื้นที่ เช่น ในการศึกษาครั้งนี้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตนํ้ายาชีวภาพ จังหวัดนํ้า ผลิตสินค้าหลากหลายชนิดแต่ละชนิดล้วนมีประวัติและความเป็นมาแตกต่างกัน แต่ยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของจังหวัดนํ้า เช่น ผลิตภัณฑ์สบู่เกลือภูเขา เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นมาจากเกลือภูเขาจากบ่อเกลือที่เดียวในจังหวัดนํ้า ซึ่งจากความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของสินค้าที่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตนํ้ายาชีวภาพพัฒนาขึ้น อาจจะเป็นข้อจำกัดในการสร้างเครือข่ายเพื่อจำหน่ายสินค้ากับเพื่อนบ้านจังหวัดอื่นๆ ก็เป็นไปได้



ภาพที่ 2 พัฒนาการของบรรจุภัณฑ์และผลสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิต
น้ำยาชีวภาพ ตำบลโนเวียง อำเภอมือ จังหวัดน่าน จากอดีตถึงปัจจุบัน

2. ผลการศึกษาแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย

จากผลการร่วมอภิปรายและสนทนากลุ่มระหว่างคณะผู้วิจัย จำนวน 5 ท่าน ร่วมกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลโนเวียง อำเภอมือ จังหวัดน่าน จำนวน 50 ท่าน ซึ่งสรุปแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ โดยอ้างอิงตามประเด็นปัญหาและข้อจำกัดของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

2.1 ระดับพื้นฐานทั่วไป

ภายใต้ข้อจำกัดทางด้านอายุของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลโนเวียง อำเภอมือ จังหวัดน่าน ส่งผลให้แนวทางการพัฒนามีความจำเป็นต้องดำเนินการอย่างระมัดระวังเป็นอย่างยิ่ง ผลการร่วมอภิปรายและสนทนากลุ่มระหว่างคณะผู้วิจัยกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน โดยลำดับตามความสำคัญ อาทิเช่น ดำเนินการสำรวจชนิดผลิตภัณฑ์ชีวภาพ ซึ่งชุมชนในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคประจำเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผนและกำหนดแนวทางในการดำเนินงาน จากนั้นทำการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการผลิต เช่น แหล่งของวัตถุดิบ เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต ความยากง่ายด้านกระบวนการผลิตและการเก็บรักษา รวมทั้งต้นทุนและผลตอบแทน กำหนดบทบาทและหน้าที่ของสมาชิกให้มีความชัดเจน เพื่อกำหนดแนวทางในการบริหาร เช่น การกำหนดชนิดผลิตภัณฑ์ชีวภาพที่จะดำเนินการผลิต โดยคำนึงถึงความต้องการของตลาดเป็นลำดับแรก กำหนดแนวทางการสื่อสารในกลุ่มให้มีความต่อเนื่อง

ชัดเจน และเข้าใจตรงกัน เช่น การสร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ชีวภาพออนไลน์ โดยเริ่มในชุมชนจากนั้นจึงเริ่มขยายออกสู่ชุมชนใกล้เคียงเป็นลำดับถัดไป โดยเน้นการผลิตสินค้าตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำรินในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 9) โดยการผลิตที่มุ่งตอบสนองต่อชุมชนก่อนขยายสู่ภายนอก พัฒนาผลิตภัณฑ์ควรมุ่งเน้นการผลิตที่ใช้ภูมิปัญญาบนฐานทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น รวมทั้งค้นหาภูมิปัญญาเดิมเพื่อการต่อยอดพัฒนาให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค และการเปลี่ยนแปลงของโลกาภิวัตน์ รวมทั้งการส่งเสริมให้สมาชิกเกิดการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เช่น การศึกษาดูงาน การเข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ และท้ายที่สุดควรกำหนดแนวทางในการสรุปบทวนและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องโดยให้สมาชิกมีส่วนร่วม

2.2 ระดับบุคลากร

จากความหลากหลายในด้านอาชีพของสมาชิก ดังนั้นแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้านบุคลากรค่อนข้างที่จะมีความหลากหลายในแง่ขององค์ความรู้สะสม ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้านบุคลากรของวิสาหกิจชุมชนมีความจำเป็นต้องกำหนดให้สอดคล้องกับบริบทของสมาชิก เช่น ภาครัฐร่วมกับชุมชนกำหนดรูปแบบการพัฒนาบุคลากรภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน โดยภาครัฐสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ติดตามผลการดำเนินงานของบุคลากรในแต่ละสายงานอย่างต่อเนื่อง เช่น การกำหนดหลักสูตรการเรียนรู้ระยะสั้นๆ สนับสนุนด้านวัสดุฝึก การศึกษาดูงาน รวมทั้งการพัฒนาเครือข่ายเชื่อมโยง และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างสมาชิกในกลุ่มเครือข่าย กำหนดบทบาทและแนวทางการดำเนินงานเพื่อรองรับการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าของชุมชน รวมทั้งให้ความสำคัญอย่างเท่าเทียมในบทบาทและหน้าที่ของสมาชิกทุกคน สร้างบุคลากรในชุมชนเพื่อสืบทอดแนวทางการดำเนินงานรุ่นต่อไป

2.3 ระดับกระบวนการผลิตสินค้า

เช่นเดียวกับแนวทางการพัฒนาด้านบุคลากรข้างต้น ซึ่งจุดมุ่งหมายในการผลิตสินค้าของสมาชิกกลุ่ม คือ การผลิตเพื่อการอุปโภคในชุมชน ดังนั้นแนวทางการพัฒนาด้านกระบวนการผลิตสินค้า ควรมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ด้านผลกระทบเกี่ยวกับสารเคมีต่อสิ่งแวดล้อมของสินค้าให้แก่สมาชิกชุมชน ส่งเสริมให้สมาชิกเกิดการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานราชการ เพื่อวิจัยและพัฒนาพืชสมุนไพรท้องถิ่น และบรรจุภัณฑ์

เพื่อสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับของแผนการดำเนินงาน ส่วนในด้านเตรียมความพร้อมในด้านการจัดหาแหล่งเงินทุนสำรองเพื่อพัฒนาระบบการผลิตให้ทันสมัยก็มีความสำคัญ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ นำนครที่จะดำเนินงาน ผู้นำสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ควรมีส่วนร่วมจะต้องกำหนดนโยบายการจัดการทางการเงินลงในแผนธุรกิจขององค์กรที่เข้มงวด และต้องมีการใช้ทรัพยากรทางการเงินให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด รวมทั้งต้องเรียนรู้หลักของการบริหารการเงินและบัญชีที่ถูกต้องจากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของตนเองอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานความปลอดภัยผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้แผนการผลิตควรมีความสัมพันธ์กับความต้องการของตลาด โดยเริ่มต้นจากการผลิตเพื่อใช้เองของสมาชิกในกลุ่มและชุมชนข้างเคียง หลังจากนั้นจึงผลิตในเชิงพาณิชย์ สร้างกลไกทางการตลาดแบบตลาดการซื้อขายสินค้าล่วงหน้า มุ่งเน้นการสร้างจุดขายผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม กระตุ้นจิตใต้สำนึกเพื่อส่งเสริมการตลาดใช้ยาและสารเคมีในกระบวนการผลิตของสมาชิก

2.4 ระดับการตลาดสินค้า

สมาชิกกลุ่มควรมีการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดที่ชัดเจน โดยเน้นตลาดในชุมชนเป็นอันดับแรก ผ่านการสร้างเครือข่ายตลาดภายในชุมชนและเชื่อมโยงทั้งภายในกับภายนอกชุมชน เน้นการตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน ผลิตจากภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่น รวมทั้งมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมประสิทธิภาพทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนสู่เชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน ควรประกอบด้วย การตัดสินใจในการดำเนินงาน สิ่งสนับสนุนด้านการจัดการ ระบบแรงจูงใจ การได้มาซึ่งนวัตกรรม การสนับสนุนทางการเงิน เวลาในการทำงานที่ยืดหยุ่น ขอบเขตขององค์กร และระยะเวลาการทำงาน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าก็เช่นกัน ควรมีหลากหลายช่องทางจำหน่ายสินค้า เช่น สื่อสังคมออนไลน์ มีตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานของสินค้าอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งกระจายผลประโยชน์ไปยังสมาชิกในชุมชนอย่างเท่าเทียมและเหมาะสม มีการสำรวจและประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนารูปแบบทางการตลาดของสินค้าแต่ละชนิดอย่างต่อเนื่อง ในลักษณะเดียวกันภาครัฐควรสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการให้กับวิสาหกิจชุมชนแบบครบวงจรและต่อเนื่อง เน้นการสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและสามารถส่งเสริมให้การดำเนินงานทางการตลาดเกิดประสิทธิภาพสูงสุด อบรมเชิงปฏิบัติการทำบัญชี การใช้เทคโนโลยีการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์สินค้าและการจัดการด้านตลาด

อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลจากผลการร่วมอภิปรายและสนทนากลุ่มระหว่างคณะผู้วิจัย จำนวน 5 ท่าน ร่วมกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน จำนวน 50 ท่าน ได้ข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับบริบททั่วไปทั้งในด้านผลิตภัณฑ์น้ำยาชีวภาพและข้อจำกัดหรือขีดความสามารถของสมาชิกกลุ่มเป้าหมาย โดยข้อมูลที่ได้เหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในอนาคต สำหรับการกำหนดแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อาทิ เช่น ด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพ ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน มีจุดแข็งในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านบุคลากรที่มีความสามัคคีและเข้มแข็งในการทำงาน ชุมชนมีแหล่งวัตถุดิบราคาถูก และผลิตภัณฑ์น้ำยาชีวภาพที่ผลิตมีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง กล่าวคือชาวบ้านมีการประยุกต์ใช้เกลือภูเขา ซึ่งมีเพียงแห่งเดียวในพื้นที่จังหวัดน่าน มาเป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้นภาครัฐและหน่วยงานในท้องถิ่นยังให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แนะนำช่องทางจัดจำหน่าย เช่น การจำหน่ายผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับในรายงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งธนชัย สิงห์มาตย์ (2559 : 105- 115) เสนอแนะว่า การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนนั้น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรเน้นการให้ความรู้และสนับสนุนในเรื่องที่เกี่ยวข้อง เช่น (1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยมีการจัดทำแผนกลยุทธ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของกลุ่ม (2) ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายเพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้ และแลกเปลี่ยนวัตถุดิบในการผลิตสินค้า (3) ด้านกระบวนการผลิตสินค้าควรเน้นการพัฒนาสินค้าให้ได้คุณภาพและมีมาตรฐาน เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคในสินค้าและบริการ และ (4) หน่วยงานรัฐควรส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขันแก่วิสาหกิจชุมชน แม้ว่าปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย จะมีข้อจำกัดในด้านขีดความสามารถของสมาชิกกลุ่ม เนื่องจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ โดยร้อยละ 92.0 เป็นเพศหญิง สมาชิกกลุ่มร้อยละ 60 มีช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป

ในขณะที่จุดอ่อนที่สำคัญซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วน คือ การเพิ่มพูนทั้งในด้านประสบการณ์และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ เช่น ทักษะทางด้านการตลาด ระบบบัญชีและการเงิน เป็นต้น สอดคล้องในรายงานการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งผลการร่วมอภิปรายและสนทนากลุ่มระหว่างคณะผู้วิจัย จำนวน 5 ท่าน ร่วมกับ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 50 ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน คือ (1) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในระดับพื้นฐาน (2) การพัฒนาด้านบุคลากร (3) กระบวนการผลิตสินค้า และ (4) ด้านการตลาดสินค้า โดยสามารถกล่าวโดยสรุปได้ ดังนี้

ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในระดับพื้นฐาน เช่น ดำเนินการสำรวจชนิดผลิตภัณฑ์ ชีวภาพ ซึ่งชุมชนในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคประจำเพื่อใช้เป็นข้อมูล เบื้องต้นในการวางแผนและกำหนดแนวทางในการดำเนินงาน จากนั้นทำการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการผลิต เช่น แหล่งของวัตถุดิบ เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต ความยากง่ายด้านกระบวนการผลิตและการเก็บรักษา รวมทั้งต้นทุนและผลตอบแทน กำหนดบทบาทและหน้าที่ของสมาชิกให้มีความชัดเจน เพื่อกำหนดแนวทางในการบริหาร เช่น การกำหนดชนิดผลิตภัณฑ์ชีวภาพที่จะดำเนินการผลิต โดยคำนึงถึงความต้องการของตลาดเป็นลำดับแรก กำหนดแนวทางการสื่อสารในกลุ่มให้มีความต่อเนื่อง ชัดเจน และเข้าใจตรงกัน เช่น การสร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ชีวภาพออนไลน์ สอดคล้องในรายงานผลการศึกษาของ สุธิดา แจ่มประจักษ์ (2559 : 43-63) ได้แนะนำว่า การจัดการวิสาหกิจชุมชนให้บรรลุเป้าหมาย ควรดำเนินการใน 5 ด้านพร้อมๆ กัน ดังนี้

- (1) ด้านงบประมาณ กลุ่มควรมีแหล่งเงินทุนภายในจากการระดมหุ้นของสมาชิกและภายนอกจากการอุดหนุนของหน่วยงานภายนอก
- (2) ด้านการตลาด กลุ่มควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าสินค้าทั้งตลาดภายในและภายนอกชุมชนพร้อมๆ กับการประชาสัมพันธ์
- (3) ด้านการผลิตกลุ่มควรประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมจนได้การรับรองมาตรฐาน
- (4) ด้านบริหารจัดการ กลุ่มมีการกำหนดเป้าหมาย วางแผน ควบคุมผลิต ระบบบัญชี แบ่งงานตามความถนัด และแบ่งปันผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและสังคม และ
- (5) ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในบางขั้นตอน และยังสอดคล้องในรายงานอภิปรายผลการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดมหาสารคาม

ด้านบุคลากร ซึ่งจากความหลากหลายในด้านอาชีพของสมาชิก องค์ความรู้ และอายุ ดังนั้นแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้านบุคลากรค่อนข้างที่จะมีความหลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชนนั้นๆ โดย ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2550 : 140-155) ได้รายงานไว้ว่า การดำเนินงานธุรกิจชุมชนผู้ปฏิบัติงานจริงๆ มักจะขาดแคลนระบบงานจึงไม่ค่อยแน่นอน แม้จะมีการแบ่งฝ่ายแบ่งคนรับผิดชอบ แต่ในทางปฏิบัติจริงมักจะเป็นว่า ใครพอจะทำได้ก็ให้ทำโดยสมัครใจไม่สามารถกำหนดค่าตอบแทนที่แน่นอนได้ ด้านกระบวนการผลิตสินค้า เนื่องจากการเกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตน้ำยาชีวภาพตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดน่านนั้น เริ่มต้นจากชุมชนเน้นการผลิตสินค้าตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่9) โดยการผลิตที่มุ่งตอบสนองต่อชุมชนก่อนขยายสู่ภายนอก การพัฒนาผลิตภัณฑ์มุ่งเน้นการผลิตที่ใช้ภูมิปัญญาบนฐานทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น รวมทั้งค้นหากุมิปัญญาเดิมเพื่อการต่อยอดพัฒนาให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค และการเปลี่ยนแปลงของโลกาภิวัตน์ ดังนั้น แนวทางการพัฒนาด้านกระบวนการผลิตสินค้า ควรมุ่งเน้นการสร้าง ความตระหนักด้านผลกระทบเกี่ยวกับสารเคมีต่อสิ่งแวดล้อมของสินค้าให้แก่สมาชิก ชุมชน ส่งเสริมให้สมาชิกเกิดการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานราชการ เพื่อวิจัยและพัฒนาพืชสมุนไพรท้องถิ่นและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับแรกของแผน การดำเนินงาน ดวงพร ภู่มะกา (2559 : 116-145) รายงานว่า รูปแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น สมาชิกกลุ่มควรมีความรู้ ความเข้าใจและความสำคัญเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นปัจจัยหลักและมีกระบวนการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่ท้องถิ่นและกระบวนการการพัฒนา โดยการมีส่วนร่วม นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน คือ ปัจจัยเศรษฐกิจและสังคม ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน คือ ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีและปัจจัยทางนิเวศวิทยา นอกจากนี้ Promsaka Na Sakolnakorn et al. (2009 : 166-173) ได้เสนอแนะว่า ผู้นำสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ควรมีวิสัยทัศน์ จะต้องกำหนดนโยบายการจัดการทางการเงินลงในแผนธุรกิจขององค์กรที่เข้มงวด และต้องมีการใช้ทรัพยากรทางการเงินให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด รวมทั้งต้องเรียนรู้หลักของการบริหารการเงินและบัญชีที่ถูกต้องจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของตนเองอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการตรวจสอบและรองรับมาตรฐาน

ความปลอดภัยผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดสินค้า เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการที่จะประสบความสำเร็จในการบริหารผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนสู่เชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน สมาชิกกลุ่มควรมีการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดที่ชัดเจน โดยเน้นตลาดในชุมชนเป็นอันดับแรก ผ่านการสร้างเครือข่ายตลาดภายในชุมชนและเชื่อมโยงทั้งภายในกับภายนอกชุมชน เน้นการตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน ผลิตจากภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่น รวมทั้งมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรสร้างความร่วมมือกับสถานศึกษาและหน่วยงานราชการในท้องถิ่นเพื่อพัฒนากรรม วิธีการผลิตน้ำยาชีวภาพให้ได้มาตรฐานสากล
2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรมีสำรวจความต้องการด้านผลิตภัณฑ์น้ำยาชีวภาพของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเพื่อรวบรวมข้อมูลในด้านความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลมากำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรสร้างความร่วมมือกับสถานศึกษาทั้งภายในและภายนอกท้องถิ่นทำการศึกษาวิจัยการใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นเพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์น้ำยาชีวภาพกลุ่มรวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2559). *โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์*. สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.thaitambon.com>
- Thai tambon.com Community Development Department. (2016). *One Tambon One Product Project*. Retrieved July 5, 2016, from <http://www.thaitambon.com>
- ดวงพร ภูษะกา. (2559). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านวิทยาศาสตร์สู่ การเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้มาตรฐาน : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 8(1), 116-145.

- Pupaka, Duangpon. (2016). Participatory action research for the development and technology transfer in science toward the standardization of community product: the case study of the community business group in Chachoengsao province. *Area Based Development Research Journal*, 8(1), 116-145.
- ชนัญชัย สิงห์มาตย์. (2559). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดมหาสารคาม. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 10(2), 105-115.
- Singmat, Tananchai. (2016). Product development to enhance the competitiveness of community enterprises in Mahasarakham. *Rajabhat Maha Sarakham University Journal Humanities and Social Sciences*, 10(2), 105-115.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และ อุทิศ สังขรัตน์. (2556). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขต กลุ่มทะเลสาบสงขลา. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 10(1), 97-122.
- Promsaka Na Sakolnakorn, Tongpol. & Sungkharat, Utit. (2014). Development Guidelines for Small and Micro Community Enterprises in Songkhla Lake Basin. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(1), 97-122.
- รัชชัย กฤติยาภิชาติกุล. (2547). ร้อยเรื่องเมืองพานิชย์. กรุงเทพฯ: สันติภาพ พรรัตน์.
- Kridiyapichatkul, Thawatchai. (2004). The City of Commerce. Bangkok: Santimae Printing.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2550). ธุรกิจชุมชนเส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 140 -155.
- Petprasert, Narong. (2007). *Business community: the possible path*. Bangkok. Expernetbooks, 140-155.
- สุธิดา แจ่มประจักษ์. (2559). การจัดการวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มขอสหพริกป่าพุ ตำบลบางพระ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดชลบุรี. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 24(45), 43-63.

Changprachak, Sutida. (2016). The Management of Community Enterprise: A Case Study of Pa Pu Chili Sauce, Bangphra Sub-district, Si Racha District, Chon Buri Province. *Burapha Humanities and Social Science Journal*, 24(45), 43-63.

อัญชรา พุทธิกาญจนกุล วชิราภรณ์ ภัทโรวาสน์ และพัชรภรณ์ ลิ้มปึงคั่นต์. (2558). แนวทางการพัฒนาการ ดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการในเขต อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 2(1), 75-85.

Kanjanakul, Uthaipat., Pattaravasan, Shivaporn and Limpakanan, Patcharaporn. (2013). The operations development of One Tambon One Product (OTOP) to support the ASEAN economic community (AEC) of the entrepreneurs in Amphor Hang Dong, Chiang Mai provience. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 2(1), 75-85.

Castaldo, S., Perrini, F., Misani, N., and Tencati, A. (2009). The Missing Link Between Corporate Social Responsibility and Consumer Trust, The Case of Fair Trade Products. *Journal of Business Ethics*, 84(1), 1-15.

Igusa, K. & Kunio, K. (2012). One Village One Product - Rural Development Strategy In Asia: The Case Of Otop In Thailand. *Journal of OVOP Policy*, 1(33), 369-385.

Kotler, P. (1997). Marketing management: analysis, planning implementation and control.. (9th ed). New Jersey: Asimmon & Schuster.

Kotler, P. & Keller, L. K. (2012). Marketing Management, (14th ed.). Pearson Educations Limited 2012.

Noknoi, C., Boripunt, W. & Lungtae, S. (2012). Key success factors for obtaining a One Tambon One Product food five- star rating in Phatthalung and Songkhla provinces. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 48(May), 96-103.

- Promsaka Na Sakolnakorn, T., Aim-Im-Tham, S. and Khamanarong, S. (2009). Management Strategy for Administration of Textile Industries in Developing Country: Case Study Thailand. *Journal of Business Case Studies*, 5(3), 37-44.
- Promsaka Na Sakolnakorn, T. (2011). Economic and Social Development by Management Using Outsourcing and Subcontracting Strategy. *The International Journal of Environmental, Cultural, Economic & Social Sustainability*, 7(5), 273-286.
- Romer, P.M. (1994). New goods, old theory, and the welfare costs of trade restrictions¹. *Journal of Development Economics*, 43(1), 5-38.