
การพัฒนาศักยภาพการประกอบการธุรกิจชุมชน
กรณีธุรกิจชุมชนหมู่บ้านเลิศอุบล เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร
Potential development for community business entrepreneurs:
Lert-Ubon community business in Saimai District, Bangkok

¹วรวิทย์ ประสิทธิ์ผล (Waravit Prasitphol)

²อรมน ปันทอง (Orramon Panthong)

³จุฑาทิพย์ พหลภาคย์ (Jutathip Paholpak)

⁴ขวัญมิ่ง คำประเสริฐ (Kwanming Khumprasert)

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

(Faculty of Management Sciences, Phranakhon Rajabhat University)

Email: waravit@pnru.ac.th

Received October 18, 2019; Revised December 24, 2019; Accepted February 25, 2020

Abstract

This research aimed to study circumstances of business operation, environmental factors including obstacles affecting the business performance of the Lert-Ubon village's community business in Saimai district, Bangkok. SWOT analysis technique was used to analyze internal and external factors. After that, all of the data were considered to develop the guidelines for developing business potentiality. The pilot project for enhancing business potentiality was employed and the outcomes were determined. The research design was participatory action research. The targets of this study were community business groups consisting of fabric product business group and cosmetic business group. 13 key informants were encompassing the chairman of Lert-Ubon community village, the leader and the members of the fabric product business group as well as the leader and the members of the cosmetic business group. The data were collected through in-depth interviews and focus groups. The findings revealed that both community business groups had encountered marketing problems particularly limited distribution channels and lack of promotion together with inefficient production management. However, the strengths that had been supporting factors to maintain business operation were the active and energetic character of the community business's entrepreneurs for development, the talent and creativity in product development, and the concern on product quality. These strengths helped the Lert-Ubon

village community business maintain the existing customer base. The pilot project regarding IT and online media workshop was handled for expanded distribution channel and marketing communication. The results showed the positive outcomes in the way that the products of both community business groups had gained more attention together with increasing purchase orders. Besides, there is the guideline of business potential development for community business in other areas to achieve business sustainability.

Keywords: Community business, Potential development, Participatory action research

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของการดำเนินธุรกิจชุมชน ปัจจัยแวดล้อม ตลอดจนปัญหาอุปสรรค ที่ส่งต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนหมู่บ้านเลิศอุบล เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน และทดลองปฏิบัติเป็นโครงการนำร่อง แบบของการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นเป้าหมายหลัก ได้แก่ กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์ และกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในชุมชนหมู่บ้านเลิศอุบล โดยมีแหล่งข้อมูล ได้แก่ ประธานชุมชน ผู้นำกลุ่มธุรกิจ และสมาชิกกลุ่มธุรกิจ จำนวน 13 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ผลการศึกษา พบว่าธุรกิจชุมชนทั้ง 2 กลุ่ม มีปัญหาด้านการตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องช่องทางการจำหน่ายที่จำกัดและการขาดการส่งเสริมการตลาด รวมไปถึงปัญหาการบริหารการผลิตที่ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร จุดแข็งที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ บุคลิกลักษณะการใฝ่เรียนรู้ และกระตือรือร้นที่จะพัฒนาตนเอง รวมทั้งความสามารถเฉพาะตัวของผู้ประกอบการในการออกแบบและสร้างสรรค์สินค้า การให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ทำให้สามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ โครงการนำร่องการพัฒนาศักยภาพ ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนโดยการอบรมเชิงปฏิบัติการในด้านการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์ เพื่อใช้ในการสื่อสารทางการตลาดและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในทางบวก ผลการศึกษาในครั้งนี้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งธุรกิจชุมชนหมู่บ้านเลิศอุบลและธุรกิจชุมชนในพื้นที่อื่นที่จะพัฒนาศักยภาพธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: ธุรกิจชุมชน, การพัฒนาศักยภาพ, การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

บทนำ

จากทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในอดีตที่มุ่งเน้นการพัฒนากิจกรรมและภาคการผลิตส่งออกเป็นสำคัญ ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจึงขึ้นอยู่กับระบบการผลิตขนาดใหญ่และการค้ากับต่างประเทศที่เป็นผู้ซื้อสินค้าส่งออกของไทย จากการที่เศรษฐกิจในประเทศต้องพึ่งพิงกับเศรษฐกิจภายนอก จึงไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบหากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจโลกเกิดปัญหขึ้น

ธุรกิจชุมชนเริ่มได้รับความสนใจมากขึ้นจากพระราชดำรัส ของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 เกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้เกิดความตระหนักเกี่ยวกับการสร้างความเข้มแข็งจากฐานราก ซึ่งก็คือระดับครัวเรือนและชุมชน การประกอบธุรกิจชุมชนเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็นทางเลือกหนึ่งในการพึ่งพาตนเองของชุมชนโดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจกันและการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสให้คนในชุมชนได้มีอาชีพและมีรายได้ อีกทั้งยังก่อให้เกิดการพัฒนาคนผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในการดำเนินงาน (Chumjit, Chatchakul & Chatchakul, 2014)

ชุมชนหมู่บ้านเลิศบุล เขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นชุมชนหนึ่งที่สมาชิกในชุมชนมีการรวมกลุ่มกันดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นการหารายได้เสริมให้แก่สมาชิกในชุมชน จุดเริ่มต้นของธุรกิจมาจากความสนใจและความคิดริเริ่มของสมาชิกในชุมชน โดยมีลักษณะธุรกิจ 2 รูปแบบใหญ่ๆ ประกอบด้วย รูปแบบแรกเป็นการรับจ้างผลิตสินค้าจากผู้ว่าจ้างที่เป็นบุคคลภายนอกชุมชนเพื่อใช้เวลาร่วมให้เป็นประโยชน์ รูปแบบที่สองเป็นการจัดตั้งกลุ่มธุรกิจของตนเองขึ้นมา เพื่อทำการผลิตสินค้า มีกลุ่มธุรกิจที่มีความโดดเด่นในเรื่องของการผลิตสินค้า ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์ และกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เพื่อหารายได้มาใช้จ่ายในการดำเนินชีวิตของครอบครัว

จากผลการดำเนินธุรกิจของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผ่านมาประสบปัญหาหลัก คือ ไม่สามารถหาตลาดได้ มีลูกค้าจำนวนน้อย และไม่สามารถหาสถานที่จำหน่ายสินค้าได้ นอกจากนั้นยังมีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารต้นทุนการผลิต กล่าวคือ ไม่สามารถประเมินได้ว่าธุรกิจได้กำไรหรือขาดทุน และมีข้อจำกัดในเรื่องของกำลังการผลิต กล่าวคือ ไม่สามารถผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้เสียโอกาสในการขาย การวิจัยในครั้งนี้มีผู้ที่จะทำการศึกษา เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการประกอบธุรกิจชุมชนสำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะกับกลุ่มธุรกิจในรูปแบบที่สองที่เป็นธุรกิจการผลิตสินค้า โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้แก้ปัญหาที่กลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกำลังเผชิญอยู่ และยังสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดการดำเนินธุรกิจชุมชนทั้งในพื้นที่เขตสายไหมและพื้นที่อื่นให้มีการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของการดำเนินธุรกิจชุมชน ปัจจัยภายในและภายนอก ตลอดจนปัญหาอุปสรรคที่ส่งต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจชุมชนหมู่บ้านเลิศบุล เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษาหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบธุรกิจชุมชนหมู่บ้านเลิศบุล โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
- 3) เพื่อทดลองใช้แนวทางการพัฒนาศักยภาพและพิจารณาเปรียบเทียบผลก่อนและหลังการดำเนินการพัฒนาศักยภาพ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา โดยมีผู้วิเคราะห์ศักยภาพในการประกอบธุรกิจของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์ และกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งเป็นธุรกิจชุมชน ของชุมชนหมู่บ้านเลิศบุล เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาประเด็นหลัก ได้แก่ คุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการ ปัญหาของการประกอบธุรกิจชุมชน ปัจจัยแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกชุมชนที่ส่งผลกระทบต่อ

การดำเนินธุรกิจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ เทคนิคการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT analysis) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ประธานชุมชนหมู่บ้านเลิศบุล ผู้นำกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์ และกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และสมาชิกของแต่ละกลุ่มธุรกิจ กลุ่มละ 5 คน โดยมีระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัย เป็นเวลา 1 ปี พื้นที่ของการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ชุมชนหมู่บ้านเลิศบุล ซอยพหลโยธิน 52 เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของผู้ประกอบการ

Longenecker & Others (2006) ได้นำเสนอความหมายของผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่สามารถค้นหาความต้องการของตลาด ดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโดยมีความกล้าเผชิญความเสี่ยงและมีแรงกระตุ้นผลักดันให้เกิดนวัตกรรม นอกจากนี้ Hatten (2006) ได้นำเสนอแนะเพิ่มเติมในพฤติกรรมของผู้ประกอบการต้องมีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการบริหารจัดการ และมุ่งให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

ลักษณะของผู้ประกอบการ

ลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ การศึกษาที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางของ Miller (1983); Entrialgo (2002) & Wingwon (2013) สรุปได้ คือ มุมมองแรกคือ เชิงมหภาค ประกอบด้วย แนวคิดแนวคิดมุ่งเน้นสิ่งแวดล้อม อันพิจารณาจากสภาพปัจจัยระดับมหภาค เช่น กฎหมาย ประเทศที่ประกอบธุรกิจ สภาพของตลาดทุนและสถานะของเศรษฐกิจโดยรวมเป็นปัจจัยที่สำคัญ แนวคิดมุ่งเน้นการเงินและการลงทุน ให้ความสำคัญในการมองการลงทุนเพื่อการดำเนินการทั้งระบบ ต่อมาเป็นสถาบันการเงิน และแนวคิดมุ่งเน้นการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอันเป็นผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง วัฒนธรรม หรือสภาวะเศรษฐกิจ มุมมองที่สองคือเชิงจุลภาค เป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวผู้ประกอบการ ประกอบด้วย แนวคิดมุ่งเน้นลักษณะโดยลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยสิ่งสำคัญ 4 ประการ คือ 1) มีความต้องการความสำเร็จสูง 2) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 3) มีความตั้งใจในการทำงาน และ 4) มีความรู้ทางเทคนิค แนวคิดมุ่งโอกาสในการลงทุน ลักษณะของผู้ประกอบการสำหรับแนวคิดนี้คือ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และการมีความตระหนักและรู้จักตลาด และแนวคิดที่มุ่งเน้นการปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ วิธีการเพื่อให้เกิดผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพด้วยองค์ประกอบที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ คือ ตลาด บุคลากร ผลิตภัณฑ์ หรือทรัพยากร

คุณสมบัติหลักของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จของธุรกิจ

คุณสมบัติหลักของการเป็นผู้ประกอบการ โดย Bangmo (2012) ประกอบด้วย การเป็นนักแสวงหาโอกาส เป็นนักเสี่ยง กล้าได้ กล้าเสีย มีความริเริ่มมองเห็นโอกาส มีมานะอดทนไม่ท้อถอย มีความใฝ่รู้อยู่เสมอ มีวิสัยทัศน์กว้างไกลมีจุดมุ่งหมายในอนาคตที่ชัดเจน และมีเครือข่ายดี มีเพื่อนฝูงมาก นอกจากนี้ Schermerhorn, Hunt, & Osborn (2003) ได้นำเสนอคุณสมบัติภาวะทางอารมณ์ มีความยืดหยุ่นในคุณธรรม และความยั่งยืนของผู้นำเป็นสิ่งสำคัญ

การมีส่วนร่วม

การศึกษาการมีส่วนร่วมของ Pattanapongsa (2004); Gilmore & Ramirez (1986); Smith, Williams & Johnson (1997) สามารถสรุปได้ว่า เป็นกระบวนการศึกษาเพื่อวัตถุประสงค์เพื่อการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต

ความคิด ความเป็นอยู่ของสมาชิกในกลุ่มให้ดีขึ้น โดยกระบวนการมีส่วนร่วมเกิดจากความร่วมมือจากผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัยที่เป็นสมาชิกในชุมชนหรือสังคมใดสังคมหนึ่ง และร่วมกันค้นหาปัญหา ปฏิบัติและร่วมกันประเมินผล เพื่อนำสิ่งที่ได้ประมวลไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลงโดยเกิดเป็นการยอมรับร่วมกันของสมาชิกของกลุ่มในสังคมนั้น

กระบวนการการมีส่วนร่วม

กระบวนการการมีส่วนร่วม มี 6 ขั้นตอน 1. การทำความเข้าใจกับตนเองและสร้างความไว้วางใจ 2. การค้นหาความสัมพันธ์เพื่อสร้างความไว้วางใจและความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ศึกษาความเห็น และร่วมมือการวางแผนดำเนินการเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติโดยวิธีการสร้างความเชื่อใจระหว่างกัน 3. ขั้นตอนการสำรวจสภาพการณ์ โดยเน้นที่พื้นฐาน ความต้องการ และผลสะท้อนจากการปฏิบัติเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน การร่วมกันคิด ร่วมการแก้ไข 4. การปฏิบัติ ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการของมนุษย์ ร่วมกันนำสู่การปฏิบัติเพื่อนำไปสู่สิ่งที่ต้องการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงในที่สุด เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การให้ความไว้วางใจ ในกระบวนการการให้คำปรึกษา 5. การสร้างประสบการณ์จากจิตสำนึก ให้ความรู้ วางแผนและร่วมดำเนินการพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจชุมชน ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม และ 6. การตื่น เป็นส่วนที่สำคัญอันทำให้เกิดความต้องการในการเปลี่ยนแปลงเพื่อยกระดับศักยภาพของธุรกิจชุมชนจากความต้องการภายในชุมชนเอง (Suthinarakorn, 2014)

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบของการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus group) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย 7 ลำดับขั้น ดังนี้

1) การระบุปัญหาของการดำเนินธุรกิจชุมชน โดยคณะผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ ผ้าประติศฐ์ ผู้นำกลุ่มธุรกิจเครื่องสำอาง และผู้นำชุมชน เกี่ยวกับลักษณะการประกอบธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่ธุรกิจชุมชนทั้ง 2 กลุ่มเผชิญอยู่ จากนั้นคณะผู้วิจัยประมวลข้อมูลที่ได้และสรุปประเด็นปัญหาหลักให้ผู้นำกลุ่มธุรกิจได้รับทราบและยืนยัน เพื่อให้มั่นใจว่าเป็นประเด็นที่คณะผู้วิจัยและผู้ประกอบธุรกิจชุมชนเข้าใจตรงกัน

2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าประติศฐ์และกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง โดยการสนทนากลุ่มระหว่างคณะผู้วิจัย ประธานชุมชน ผู้นำกลุ่ม และสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน เพื่อให้สมาชิกชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้เข้าใจถึงบริบทต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจชุมชน

3) การกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจ โดยคณะผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนทำการสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดร่วมกัน และนำมาวางแผนพัฒนาธุรกิจ โดยจัดทำเป็นโครงการนำร่อง (Pilot project) เพื่อนำไปทดลองปฏิบัติก่อน

4) สอบถามความต้องการได้รับการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะที่จะนำไปใช้ในการดำเนินงานตามโครงการนำร่องของสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน และตรวจสอบพื้นฐานความรู้เดิมที่สมาชิกกลุ่มธุรกิจมีอยู่ เพื่อนำมาออกแบบกิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างความรู้ที่เหมาะสมกับการพัฒนาทักษะของสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน

5) คณะผู้วิจัยจัดกิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความรู้และฝึกทักษะให้แก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน เพื่อให้นำไปใช้ปฏิบัติงานตามขั้นตอนต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในโครงการนำร่อง

6) สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนปฏิบัติงานตามขั้นตอนต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในโครงการนำร่อง เป็นระยะเวลาประมาณ 3 เดือน

7) ประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น โดยให้สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนพิจารณาเปรียบเทียบผลการดำเนินงานก่อนและหลังจากที่ได้ดำเนินงานโครงการนำร่อง

ทั้งนี้ การตรวจสอบพื้นฐานความรู้เดิมที่สมาชิกกลุ่มธุรกิจมีอยู่และการสอบถามความต้องการได้รับการพัฒนาของสมาชิกกลุ่มธุรกิจ จะทำให้การออกแบบกิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างความรู้ สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้เข้ารับการอบรม นอกจากนั้น การประเมินผลการดำเนินงานก่อนและหลังจากที่ได้ดำเนินงานโครงการนำร่องแล้ว จะทำให้มั่นใจได้ว่ากิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการที่ออกแบบขึ้น เป็นเครื่องมือที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพการประกอบธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนได้

แหล่งข้อมูลสำคัญของการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ประธานชุมชนหมู่บ้านเลิศบุล 1 คน ผู้นำกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์ 1 คน และผู้นำกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง 1 คน รวมทั้งสมาชิกกลุ่มธุรกิจทั้ง 2 กลุ่มๆ ละ 5 คน รวมทั้งหมดเป็น 13 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อจัดกลุ่มและแยกหมวดหมู่ของข้อมูล และได้ทำการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูลด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data triangulation) โดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อมูลประเด็นเดียวกันที่ได้มาจากแหล่งข้อมูลที่เป็นตัวบุคคลต่างบุคคลกัน และต่างเวลา

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะการประกอบธุรกิจ ปัญหาอุปสรรคที่พบในการดำเนินธุรกิจ และสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับลักษณะการประกอบธุรกิจ รวมไปถึงปัญหาอุปสรรคที่กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์และกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเผชิญอยู่ มีข้อค้นพบดังนี้

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์: ผู้นำกลุ่ม (คุณ ก.) มีการแสดงออกถึงความคิดริเริ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงาน ที่ตนเองมีความชื่นชอบส่วนตัว เช่น สามารถออกแบบการนำผ้าใยบัวมาประดิษฐ์เป็นรูปทรงดอกไม้และผลไม้ในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างสวยงาม ขณะเดียวกันก็มีความประณีตและละเอียดลออในการทำงานเป็นอย่างมาก หากผลงานที่ทำออกมาไม่เป็นไปตามคุณภาพมาตรฐานที่คาดหวังหรือมีตำหนิเพียงเล็กน้อย จะยอมรับไม่ได้ ทำให้สมาชิกกลุ่มที่มาร่วมผลิตด้วยเกิดความรู้สึกเครียดและกดดันหากไม่สามารถผลิตผลงานให้ได้ตามมาตรฐานของคุณ ก. ซึ่งเป็นผู้นำกลุ่ม อย่างไรก็ตาม การเฝ้าหาความรู้ใหม่มีข้อจำกัด เนื่องจากขาดทักษะในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและไม่กล้าให้บริการแอปพลิเคชันมือถือหากไม่คุ้นเคย อย่างไรก็ตาม พบปัญหาในการประกอบธุรกิจของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์ คือ ข้อจำกัดทางการขยายตลาดเนื่องจากไม่สามารถหาช่องทางจำหน่ายได้ ผู้นำกลุ่มมุ่งเน้นการขายสินค้าด้วยตนเอง ความกล้าได้กล้าเสียในการประกอบธุรกิจมีต่ำ และไม่ต้องการผลิตสินค้ามาเก็บสำรองไว้ สำหรับศักยภาพในการมองหาโอกาสทางธุรกิจพบว่ามีความขัดแย้งต่ำ เนื่องจากผู้นำกลุ่มมีบุคลิกภาพเก็บตัวไม่สูงลิ้นกับใคร ประกอบกับมีข้อจำกัดส่วนตัวที่ต้องดูแลมารดาซึ่งเป็นผู้ป่วยสูงอายุ จึงไม่สะดวกที่จะไปร่วมกิจกรรมภายนอกชุมชน

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง: ผู้นำกลุ่ม (คุณ ข.) มีการแสดงออกถึงความคิดริเริ่มเป็นอย่างมาก และมักจะเฝ้าหาความรู้โดยใช้ช่องทางจากสื่อออนไลน์ต่างๆ อยู่เสมอ นอกจากนั้น ผู้นำกลุ่มมีบุคลิกภาพชอบแสดงออก ชอบการพูดคุย มีการสอบถามและรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าอยู่เสมอ อีกทั้งมีการปฏิบัติงานอย่างรวดเร็ว จึงสามารถพัฒนาสินค้าที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้เป็นที่น่าพอใจ ผู้นำกลุ่มมักจะพัฒนาสินค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรต่างๆ ให้มีส่วนผสมและรูปแบบใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง จนทำให้บางครั้งมีภาระการเก็บรักษาสินค้าคงเหลือ คุณ ข. มีจุดมุ่งหมายในการทำธุรกิจอย่างชัดเจน ว่าต้องการให้ธุรกิจนี้เป็นโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่ตนเองและสมาชิกกลุ่ม ในส่วนของปัญหาในการประกอบธุรกิจพบว่า ทางกลุ่มยังไม่สามารถสร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปได้ และไม่มีการวางแผนการผลิตสินค้าที่เหมาะสมทำให้มีการผลิตสินค้ามากเกินไปจนเหลือค้างแต่ในบางช่วงเวลามีการผลิตน้อยเกินไปจนสินค้าไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย

คณะผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนทั้ง 2 กลุ่มได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาประมวลและสรุปเป็นประเด็นปัญหาหลักในการประกอบธุรกิจ พบว่า มีปัญหาหลัก 2 ประการ ดังนี้

- 1) ปัญหาด้านการตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่ยังจำกัดอยู่ในวงแคบและเป็นช่องทางการจำหน่ายแบบดั้งเดิม ขาดการนำเทคโนโลยีสื่อออนไลน์มาใช้ในการขายสินค้า
- 2) ปัญหาด้านการบริหารการผลิต ขาดการวางแผนการผลิตสินค้าและการบริหารสินค้าคงคลัง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

หลังจากการสรุปข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการประกอบธุรกิจและปัญหาที่พบในการดำเนินธุรกิจแล้ว คณะผู้วิจัย ได้จัดประชุมการสนทนากลุ่ม เพื่อทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยภายนอกและภายในที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ ร่วมกับประธานชุมชนและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนหมู่บ้านเลิศอุบล สรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์

จุดแข็ง: ผู้นำกลุ่มมีพรสวรรค์ในด้านการเย็บปักถักร้อยได้อย่างประณีตและสวยงาม ทำให้สินค้าได้รับความนิยมสูง มีความอดทนสูง และทำงานโดยยึดหลักการทำงานอย่างมีความสุขมากกว่าที่จะมุ่งแต่ยอดขายและกำไร มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะสินค้าที่ผลิตขึ้นมาเป็นอย่างดี, ราคาสินค้าที่จำหน่ายมีราคาไม่สูงมาก ทำให้ผู้ซื้อรู้สึกว่าได้สินค้าคุณภาพดี ในราคาไม่แพง, ผู้นำกลุ่มมีความสามารถเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นแนวทางในการหารายได้เพิ่มขึ้น และเป็นการช่วยให้คนรู้จักสินค้าของตนเองมากขึ้น

จุดอ่อน: ผู้นำกลุ่มธุรกิจนี้มีบุคลิกภาพเป็นคนเก็บตัว จึงไม่มีเครือข่าย (บุคคล) ในการช่วยกระจายสินค้า, ผู้นำกลุ่มธุรกิจนี้ไม่สามารถไปร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ภายนอกชุมชนได้ ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักแค่เพียงในชุมชน, ขาดการประชาสัมพันธ์และไม่มีการส่งเสริมการขาย ไม่สามารถใช้ช่องทางออนไลน์ได้เนื่องจากขาดทักษะและกลไกการใช้เทคโนโลยี, ไม่มีการลงทุนผลิตสินค้าไว้ก่อน แต่จะรอให้มีคำสั่งซื้อเข้ามา ทำให้ไม่มีสินค้าจำหน่ายให้ได้ในทันที, ผู้นำกลุ่มมีความเข้มงวดในการทำงาน ส่งผลให้สมาชิกของกลุ่มธุรกิจนี้เสียกำลังใจ, ไม่มีตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ของสินค้าขาดความน่าสนใจ ทำให้ผู้บริโภค ไม่มั่นใจที่จะเลือกซื้อสินค้า, ช่องทางการจำหน่ายมีน้อยมาก ใช้วิธีการบอกต่อเป็นหลัก, สมาชิกกลุ่มของกลุ่มธุรกิจนี้ขาดความมุ่งมั่นที่จะทำธุรกิจ โดยเห็นว่าเป็นการทำกิจกรรมในยามว่าง และเป็นการถ่ายทอดความรู้มากกว่าที่จะเป็นการทำธุรกิจ, ไม่สามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้ แม้จะมีคำสั่งซื้อสินค้าเข้ามามาก เนื่องจากเป็นสินค้าทำมือ (Hand-made) ต้องใช้เวลาและมีมือเฉพาะบุคคลในการทำสินค้าแต่ละชิ้น

โอกาส: คณะกรรมการชุมชนเลิศมูลให้การสนับสนุนแก่การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มธุรกิจ, หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีโครงการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น การสนับสนุนให้ไปออกงานแสดงสินค้า การฝึกอบรมความรู้และวิชาชีพให้ เป็นต้น, ผู้บริโภคบางกลุ่มให้ความสนใจและให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นสินค้าทำมือ (Hand-made), มีผู้ซื้อต่างประเทศที่ให้ความสนใจกับสินค้าของที่ระลึกกลิ่นการบูร เช่น การสั่งซื้อจากลูกค้าในอินเดีย

อุปสรรค : มีคู่แข่งที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าในแนวเดียวกันนี้บ้าง ซึ่งคู่แข่งมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าของคู่แข่งมากกว่า, วัตถุดิบบางชนิด (เช่น การบูร) ขาดแคลนและมีการปรับราคาเพิ่มขึ้นสูงมาก ทำให้ไม่คุ้มค่ากับการผลิต, ความนิยมของผู้บริโภคบางกลุ่มที่มักนิยมเลือกซื้อสินค้าที่มีแบรนด์(ตรา ยี่ห้อหรือชื่อเสียง) เป็นที่น่าเชื่อถือ หรือที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานต่างๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคกลุ่มนี้

ผลการวิเคราะห์ของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

จุดแข็ง: ผู้นำกลุ่มเป็นคนที่มีโอกาสทางธุรกิจอยู่เสมอ โดยพยายามพัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่, ผู้นำกลุ่มเป็นคนที่มีความซื่อสัตย์ มีมนุษยสัมพันธ์ ทำให้ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกกลุ่มเป็นอย่างดี, ผู้นำกลุ่มเป็นคนไม่เรียนรู้อยู่เสมอ และรับฟังความคิดเห็นของผู้บริโภคเพื่อมาพัฒนาปรับปรุง, ผู้ประกอบการใช้วิธีการขายตรง และสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง, การผลิตสินค้าเน้นการใช้วัตถุดิบหรือสารสกัดที่มาจากธรรมชาติ และใช้ส่วนผสมที่มี ปลอดภัยเป็นหลัก ทำให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า, ผู้ประกอบการอำนวยความสะดวกในการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าทำให้ลูกค้าพึงพอใจ, มีการกำหนดราคาสินค้าให้ใกล้เคียงกับราคาตลาด ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้ได้รับความคุ้มค่า จากการได้ใช้สินค้าคุณภาพดีในราคาที่ไม่แพงจนเกินไป

จุดอ่อน: สมาชิกกลุ่มจะมาช่วยทำการผลิตสินค้าเฉพาะในช่วงเวลาว่างเท่านั้น ทำให้บางช่วงมีปริมาณสินค้าไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย, ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนี้มีความรู้จำกัดเกี่ยวกับการใช้ช่องทางออนไลน์ในการขายสินค้า, ผู้ประกอบการขาดความรู้เกี่ยวกับเทคนิคในการออกแบบรายการส่งเสริมการขาย, ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายการโฆษณา ไม่กล้าโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบ เนื่องจากเกรงว่าจะมีความผิดทางกฎหมาย

โอกาส: ตลาดด้านความงามและบำรุงผิวพรรณเติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก และผู้บริโภคให้ความสนใจเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติมากขึ้น, ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ความงามในตลาดหลากหลายรูปแบบ ซึ่งสามารถนำมาเป็นตัวอย่างในการผลิตได้, เทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์ และ Application ต่าง ๆ ในมือถือ ทำให้สามารถสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว, คณะกรรมการชุมชนเลิศมูลให้การสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มธุรกิจ เช่น มีสถานที่ให้สำหรับจำหน่ายสินค้า ช่วยประชาสัมพันธ์สินค้า

อุปสรรค: ความเข้มงวดเกี่ยวกับการต่อต้านสรรพคุณเครื่องสำอางเกินจริง ทำให้ต้องระมัดระวังในการผลิตสินค้า, มีธุรกิจประเภทเดียวกันอยู่เป็นจำนวนมาก และมีการแข่งขันสูง, ธุรกิจสามารถเลียนแบบได้ง่าย ลงทุนน้อย ทำให้มีผู้ประกอบการหน้าใหม่เพิ่มขึ้นอยู่เสมอ

สาเหตุของปัญหาที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข

คณะผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน ได้ร่วมกันนำผลที่ได้มากำหนดประเด็นปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนที่ต้องการให้มีแนวทางในพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจดังนี้

- 1) ปัญหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่ยังจำกัดอยู่ในวงแคบและเป็นช่องทางการจำหน่ายแบบดั้งเดิม สาเหตุของปัญหานี้เนื่องมาจากสมาชิกของกลุ่มธุรกิจขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสื่อออนไลน์ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือมาช่วยในการขยายช่องทางการจำหน่าย ทำให้การเข้าถึงผู้บริโภคอยู่ในวงจำกัด
- 2) ปัญหาด้านกำลังการผลิต สาเหตุของปัญหานี้เนื่องมาจากขาดการวางแผนในการผลิตและไม่มีการจัดการคำสั่งซื้ออย่างเป็นระบบ

ส่วนที่ 2 แนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจชุมชนเลิศบุลและผลจากการปฏิบัติตามโครงการนำร่อง

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สภาพปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่ธุรกิจชุมชนเลิศบุลเผชิญอยู่ ตลอดจนการสอบถามความต้องการที่จะได้รับการพัฒนาของกลุ่มธุรกิจ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลและประชุมกลุ่มร่วมกับสมาชิกธุรกิจชุมชน เพื่อนำมากำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจและจัดทำโครงการนำร่องเพื่อเป็นการทดลองปฏิบัติ มีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์

ทางกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์มีความต้องการที่จะได้รับความรู้เกี่ยวกับการใช้วิธีการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการใช้แอปพลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์ทางโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้สมาชิกกลุ่มยังมีมติเห็นชอบร่วมกันให้ประธานกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์ ทำหน้าที่เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการถักไหมพรม การนำผ้าใยบัวประดิษฐ์มาผลิตสินค้าที่ระลึก โดยทางกลุ่มได้กำหนดเป้าหมายของผลผลิตที่ต้องการ ได้แก่ การมีช่องทางออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า การดำเนินธุรกิจของกลุ่ม การถ่ายทอดวิธีการผลิตสินค้าผ่านแอปพลิเคชันยูทูป (YouTube) แอปพลิเคชันไลน์ (Line) และเฟสบุ๊ก (Facebook) แก่ผู้ที่สนใจสั่งซื้อสินค้า หรือสนใจเรียนรู้วิธีการผลิต ตลอดจนการตอบข้อซักถามต่างๆ จึงมีแนวทางในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเพิ่มศักยภาพการประกอบธุรกิจ ดังนี้

- 1) จัดกิจกรรมให้ความรู้และฝึกปฏิบัติการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการตกแต่งภาพการใช้โทรศัพท์มือถืออัดภาพวิดีโอ การบันทึกเสียงในสื่อวีดิทัศน์ การแทรกข้อมูลต่างๆ ที่เป็นภาพและข้อความ การนำสื่อวีดิทัศน์เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ การใช้แอปพลิเคชันการสื่อสารในสังคมออนไลน์
- 2) จัดกระบวนการพี่เลี้ยงโดยให้บุตรหลานหรือญาติที่ใกล้ชิดที่เรียนรู้ร่วมกันเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ มาเป็นพี่เลี้ยงให้คำแนะนำในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และสื่อออนไลน์
- 3) จัดทำคู่มือการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการตกแต่งภาพและสื่อวิดีโอ และแอปพลิเคชันการสื่อสารในสังคมออนไลน์ สำหรับให้สมาชิกในกลุ่มธุรกิจหรือผู้สนใจทั่วไปได้ใช้เรียนรู้ด้วยตนเองเพื่อให้องค์ความรู้ดังกล่าวยังคงอยู่กับชุมชนต่อไป
- 4) ทดสอบประสิทธิภาพของคู่มือที่จัดทำขึ้น โดยให้ประธานกลุ่มธุรกิจเป็นผู้ทดลองปฏิบัติตามขั้นตอนต่าง ๆ ที่ระบุในคู่มือ หากมีปัญหาก็เกิดความไม่เข้าใจในจุดใด คณะผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มได้มีการจดบันทึกและหารือร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มธุรกิจ เพื่อปรับปรุงรายละเอียดของคู่มือให้มีความชัดเจนและตรงต่อความต้องการมากที่สุด

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

ทางกลุ่มมีความต้องการที่จะมีความรู้เกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์และแอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือที่สามารถนำมาใช้เพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า การนำเสนอข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และรายการส่งเสริมการขายเพื่อช่วยในการเพิ่มยอดขายและขยายตลาดให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ทางกลุ่มยังต้องการเพิ่มกำลังการผลิต เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ทันตามความต้องการของลูกค้าที่มีการสั่งซื้อเข้ามาอย่างต่อเนื่อง จึงมีแนวทางในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างศักยภาพการประกอบธุรกิจ ดังนี้

1) ด้านการขยายช่องทางการจำหน่าย โดยทางกลุ่มธุรกิจมีเป้าหมาย ได้แก่ การจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์อย่างน้อย 2 ช่องทาง โดยมีกระบวนการต่างๆ ดังนี้

1.1) แนะนำข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับเว็บไซต์และแอปพลิเคชันการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ เช่น ช้อปปี้ (Shopee) ลาซาด้า (Lazada) วีเลฟช้อปปิ้ง (weloveshopping.com) จากนั้นให้กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเลือกร้านค้าออนไลน์ที่จะใช้เป็นช่องทางการขายสินค้า ซึ่งทางกลุ่มได้ตัดสินใจเลือกเว็บไซต์ช้อปปี้ ร่วมกับการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์และช่องทางการขาย

1.2) ฝึกปฏิบัติขั้นตอนการเข้าถึงเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่เป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้า ประกอบด้วย ขั้นตอนการสมัครเป็นผู้ขาย การเชื่อมโยงบัญชีธนาคารกับสื่อออนไลน์เพื่อรับชำระค่าสินค้าจากผู้ซื้อ การรับคำสั่งซื้อ การโต้ตอบกับลูกค้ากรณีที่มีข้อสงสัย

1.3) ฝึกปฏิบัติการถ่ายภาพสินค้าเพื่อนำไปใช้เป็นภาพแสดงสินค้าในเว็บไซต์ และนำภาพเผยแพร่ในระบบของช้อปปี้และเฟซบุ๊ก

1.4) จัดกระบวนการพี่เลี้ยงโดยให้บุตรหลานหรือญาติที่ใกล้ชิดได้เรียนรู้ร่วมกันเกี่ยวกับโปรแกรมการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ เพื่อให้คำแนะนำและตอบข้อสงสัยกรณีที่เกิดปัญหาในการใช้งาน

5) ร่วมกันจัดทำคู่มือการใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันจำหน่ายสินค้าออนไลน์ สำหรับให้สมาชิกในกลุ่มธุรกิจหรือผู้สนใจทั่วไปได้ใช้เรียนรู้ด้วยตนเองเพื่อให้องค์ความรู้ดังกล่าวยังคงอยู่กับชุมชนต่อไป

1.5) ทดสอบประสิทธิภาพของคู่มือที่จัดทำขึ้น โดยให้สมาชิกในกลุ่มเป็นผู้ทดลองเข้าถึงเว็บไซต์และใช้แอปพลิเคชันร้านค้าออนไลน์ กรณีที่เกิดปัญหาในระหว่างการใช้งาน คณะผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มได้มีการจัดบันทึกและหารื้อร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มธุรกิจ และนำมาปรับปรุงคู่มือเพื่อให้มีความชัดเจนและตรงกับความต้องการนำไปใช้งาน

2) ด้านการเพิ่มกำลังการผลิต โดยทางกลุ่มธุรกิจมีเป้าหมาย ได้แก่ การมีกำลังการผลิตและการบริหารสินค้าคงคลังที่เหมาะสม

2.1) สมาชิกกลุ่มมีมติร่วมกันให้ประธานกลุ่มเป็นผู้รับผิดชอบในการรับคำสั่งซื้อทั้งหมด

2.2) ให้จัดบันทึกคำสั่งซื้อที่เข้ามาใหม่อย่างเป็นระบบ และนำปริมาณการสั่งซื้อสินค้ามาหาค่าเฉลี่ยเพื่อกำหนดจำนวนขั้นต่ำของสินค้าที่ต้องเก็บสำรองไว้สำหรับการขาย

2.3) ให้ประธานกลุ่มเป็นผู้รับผิดชอบจัดทำตารางผู้รับผิดชอบการผลิตในแต่ละเดือน และหากมีปริมาณการสั่งซื้อเข้ามามาก ให้ประธานกลุ่มเป็นผู้ตัดสินใจเพิ่มกำลังการผลิตตามความเหมาะสม

2.4) ให้สมาชิกกลุ่มบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการผลิตของตนเอง จำนวนสินค้าที่ขายได้ และสินค้าคงเหลือ พร้อมทั้งรายงานข้อมูลให้สมาชิกทุกคนได้รับทราบ

ผลที่ได้จากการปฏิบัติการเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ

หลังจากที่ธุรกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์และธุรกิจชุมชนเครื่องสำอางปฏิบัติได้มีการลงมือปฏิบัติตามแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินธุรกิจไปได้ระยะหนึ่ง (ประมาณ 3 เดือน) พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ดังนี้

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์ – สามารถสร้างการรับรู้ให้แก่สาธารณชนได้มากขึ้น โดยการบันทึกภาพโดยใช้กล้องโทรศัพท์เคลื่อนที่ เผยแพร่ผ่านช่องทางของสื่อออนไลน์ด้วยแอปพลิเคชันยูทูบ และผู้นำกลุ่มได้รับการติดต่อเชิญไปเป็นวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตของที่ระลึกที่ทำจากผ้าในสถานที่ต่างๆ นอกจากนั้น ยังมีลูกค้าชาวต่างประเทศ ได้แก่ ลูกค้าชาวอินเดียให้ความสนใจและสั่งซื้อสินค้าจากทางกลุ่ม

กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง – สมาชิกกลุ่มสามารถใช้โปรแกรมการขายออนไลน์ได้ด้วยตนเอง และมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของระบบการขายออนไลน์ มีการขายผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ทำให้มียอดขายสั่งซื้อสินค้าเข้ามาอย่างต่อเนื่องทั้งจากลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ นอกจากนั้น ยังมีการวางแผนการผลิตร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม และมอบหมายให้ประธานกลุ่มเป็นผู้จัดการวางแผนเพื่อกำหนดผู้รับผิดชอบการผลิตในแต่ละช่วงเวลาเพื่อให้มีปริมาณสินค้าพอเพียงและมีสินค้าเก็บสำรองสำหรับการขาย

สรุปผล

จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนที่จะประสบความสำเร็จ สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและมีโอกาสในการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจนั้น มีส่วนประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน คือ ตัวผู้นำธุรกิจชุมชน ผู้ร่วมดำเนินการธุรกิจชุมชน และผู้นำชุมชน ซึ่งตัวผู้นำธุรกิจชุมชนเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนทั้งการบริหารจัดการภายในและการสื่อสารและประสานงานภายนอกกับลูกค้า ดังนั้น ลักษณะเด่นที่ค้นพบนั้นเป็นคุณสมบัติที่สอดคล้องกับคุณสมบัติ ส่วนบุคคลต่อการเป็นผู้ประกอบการ สะท้อนลักษณะเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนที่ควรมี อันจะเป็นส่วนช่วยให้เกิดการเรียนรู้และแรงจูงใจต่อการประกอบการธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยลักษณะ 7 ประการ แสวงหาโอกาส กล้าได้กล้าเสีย มีความริเริ่มมองเห็นโอกาส มีมานะอดทนไม่ท้อถอย มีความใฝ่รู้อยู่เสมอ มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีจุดมุ่งหมายในอนาคตที่ชัดเจน และมีเครือข่ายดี มีเพื่อนฝูงมาก ซึ่งพบว่า ผู้นำธุรกิจชุมชนจากกรณีศึกษานี้มีคุณสมบัติตรงตามที่ได้กล่าวถึงเป็นส่วนใหญ่ แต่ปัญหาหลักที่พบคือ ปัญหาทางการตลาด และการเรียนรู้และปรับตัวให้ทันตามการพัฒนาของการตลาดออนไลน์ ในส่วนกลไกสำหรับการขับเคลื่อนธุรกิจชุมชนด้านการผลิตส่วนใหญ่รับผิดชอบโดยสมาชิกของธุรกิจชุมชน ดังนั้น การสร้างเข้มแข็งและความสามารถในการแข่งขันอันมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นควรให้ความสำคัญกับความรู้ ความเข้าใจ และการลงมือปฏิบัติทางด้านการตลาดและการตลาดออนไลน์ให้สอดคล้องกับบริบทของพฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบันให้ทุกคนที่เกี่ยวข้อง

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพิจารณาหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนของชุมชนเลิควบล เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร โดยวิธีการศึกษาใช้การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจ (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือในการค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ จากนั้นได้มีการกำหนดแนวทางหรือมาตรการในการเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน โดยคณะผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความรู้และฝึกทักษะการใช้

เทคโนโลยีให้แก่สมาชิกของกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยมีกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์ และกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม โดยมิให้ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ประธานชุมชนหมู่บ้านเลิศจอบล ประธานกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์และสมาชิกกลุ่ม 5 คน และประธานกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและสมาชิกกลุ่ม 5 คน รวมทั้งหมดเป็น 13 คน จากนั้นเมื่อได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจแล้ว จึงได้มีการจัดกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน และพิจารณาผลที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนได้เข้าร่วมกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการดังกล่าวแล้ว

จากการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอกของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์ พบว่า ลักษณะเด่นของกลุ่มธุรกิจนี้ คือ ผู้นำกลุ่มมีความรู้ความสามารถพิเศษในการประดิษฐ์สินค้าของที่ระลึกที่ทำจากผ้า ซึ่งเป็นทักษะเฉพาะตัว ผสมกับลักษณะพื้นฐานของประธานกลุ่มที่เป็นผู้ที่มีความอดทนสูงและยึดหลักการทำงานอย่างมีความสุขมากกว่าที่จะมุ่งแต่ยอดขายและกำไร อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดของกลุ่มธุรกิจนี้ คือ ผู้นำกลุ่มมีบุคลิกภาพเก็บตัวและไม่ยืดหยุ่นให้กับสมาชิกกลุ่ม ที่ผลิตผลงานไม่เป็นไปตามความคาดหวังหรือมาตรฐานของตนเอง ส่งผลให้การดำเนินงานของกลุ่มขาดความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจ ประกอบกับกำลังการผลิตมีไม่มากนักเพราะเป็นสินค้าทำมือ (Hand-made) ที่ต้องใช้เวลาในการผลิตผลงาน วัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์มากกว่าการแสวงหากำไร นอกจากนี้ สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสื่อออนไลน์มีปัญหาด้านการตลาด

สำหรับกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง พบว่า จุดแข็งอยู่ที่ลักษณะเด่นของผู้นำกลุ่มเช่นเดียวกัน กล่าวคือ ผู้นำกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น ใฝ่รู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีทำให้ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกในชุมชน และยังสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การผลิต เน้นวัตถุดิบที่เป็นธรรมชาติและใช้ส่วนผสมที่มีความปลอดภัยเป็นหลัก อีกทั้งจำหน่ายในราคาที่ใกล้เคียงกับราคาตลาดทั่วไป ทำให้ได้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดของกลุ่มธุรกิจนี้ คือ จำหน่ายทางตรงให้แก่ลูกค้าในชุมชนหรือคนรู้จัก ประกอบกับสมาชิกกลุ่มขาดความรู้ความเข้าใจในการนำเทคโนโลยีสื่อออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ การรับรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าจากการบอกต่อเป็นหลัก ทำให้การขายอยู่ในวงจำกัด

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยแวดล้อมภายนอก พบว่า มีประเด็นที่เป็นโอกาสและอุปสรรคคล้ายคลึงกัน โดยปัจจัยแวดล้อมที่เป็นโอกาสสำหรับการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง กระแสความนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ชุมชนมากขึ้น ประกอบกับเทคโนโลยีสื่อสารทางออนไลน์เป็นช่องทางที่ช่วยให้การประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลถึงผู้บริโภคในวงกว้างได้ง่ายยิ่งขึ้นโดยมีต้นทุนต่ำ ขณะที่ประเด็นเกี่ยวกับอุปสรรคที่ธุรกิจชุมชนทั้ง 2 กลุ่มต้องเผชิญ คือ คู่แข่งขันที่มีการผลิตสินค้าที่คล้ายคลึงกัน อีกทั้งคู่แข่งขันยังมีการประชาสัมพันธ์ และจัดจำหน่ายทางสื่อออนไลน์ขณะที่ประเด็นดังกล่าวนี้เป็นจุดอ่อนของทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจ

หลังจากที่สมาชิกกลุ่มธุรกิจทั้ง 2 กลุ่มได้เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในทางบวก กล่าวคือ มีผู้สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าประดิษฐ์จากต่างประเทศ และประธานกลุ่ม ได้รับเชิญให้เป็นวิทยากรเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าของที่ระลึกที่ทำจากผ้าประดิษฐ์ ขณะที่กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีช่องทางการจำหน่ายสินค้ามากขึ้น โดยสามารถใช้โปรแกรมการขายออนไลน์ผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชันทางโทรศัพท์มือถือ ทำให้มียอดการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นและมีความต่อเนื่อง

ตามแนวคิดทฤษฎีทางการบริหารจัดการปัจจัยสภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกแล้วแต่ส่งผลต่อ การดำเนินงานของธุรกิจต่างๆ ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้เป็นการสนับสนุนให้เห็นว่าแม้จะเป็นธุรกิจชุมชนก็ไม้อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านเทคโนโลยีซึ่งมีความสำคัญและมีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน หากผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนมีความรู้ความสามารถ และทักษะที่จะนำเทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น การใช้สื่อออนไลน์ มาใช้ในการดำเนินงานทางธุรกิจได้ จะเป็นการช่วยเพิ่มสมรรถนะในการประกอบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพได้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Jie Xiong (2016) และ Azam (2015) ที่พบว่า หากธุรกิจมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) มาใช้ในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมและสามารถหลอมรวมเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ากับกลยุทธ์และกิจกรรมทางธุรกิจได้ จะทำให้เกิดการพัฒนาผลการดำเนินงานของธุรกิจในท้ายที่สุด จะเห็นได้ว่า การใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือในการทำตลาด หรือที่เรียกว่า การตลาดออนไลน์ เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพของการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี ดังที่ Sharma (2011) ที่กล่าวว่า การเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตได้นำการเปลี่ยนแปลงมาสู่พฤติกรรม การตัดสินใจรวมไปถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ตลอดจนวิถีของการประกอบธุรกิจ อินเทอร์เน็ตทำให้ระยะทางระหว่างบุคคลและพรมแดนระหว่างประเทศหายไป การตลาดออนไลน์ จึงกลายเป็นกลยุทธ์สำคัญที่สามารถนำมาใช้ในการช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าได้ง่ายขึ้น และเป็นเครื่องมือ ที่จะใช้ในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ นอกจากนี้ การที่ธุรกิจชุมชนสามารถใช้สื่อออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค และใช้เป็นช่องทางในการสำรวจข้อมูล เพื่อที่จะรับทราบความต้องการของลูกค้า ถือเป็นเครื่องมือในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ดังที่ผลการศึกษาของ Koyagiolo (2016) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบธุรกิจขนาดเล็กควรมีการวิจัยตลาดซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและความต้องการของลูกค้า เพื่อนำไปพัฒนากลยุทธ์ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ

นอกจากนั้น ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่สำคัญซึ่งมีส่วนสนับสนุนการดำเนินธุรกิจชุมชนเหลือคณูล ได้แก่ ผู้นำชุมชนที่ให้คำแนะนำ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและเอื้ออำนวยสถานที่สำหรับการจัดกิจกรรมของกลุ่มธุรกิจ ขณะเดียวกันนโยบายรัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเขตสายไหม ก็มีช่วยสนับสนุนให้การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มธุรกิจชุมชนดำเนินไปได้ด้วยดี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Stroud (2016) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ขัดขวางความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจขนาดเล็กของชาวอเมริกาที่เป็นแอฟริกัน ซึ่งพบว่า อุปสรรคสำคัญที่เป็นตัวขัดขวางความสำเร็จของธุรกิจขนาดเล็ก คือ การขาดการสนับสนุนจากชุมชน การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ritola (2014) ที่กล่าวว่า การที่ธุรกิจขนาดเล็กจะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ จำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับขั้นตอนในการจัดตั้งธุรกิจ การให้เงินอุดหนุนหรือจัดหาสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำให้แก่ธุรกิจ การลดอัตราภาษีธุรกิจให้ เป็นต้น เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Senior (2016) ที่พบว่า กฎระเบียบและข้อกำหนดของส่วนราชการท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจ

ประเด็นสำคัญที่น่าสนใจอีกประการหนึ่ง คือ ลักษณะเฉพาะตัว เช่น ความสามารถพิเศษ ทักษะหรือความเชี่ยวชาญของผู้นำกลุ่มธุรกิจ ตลอดจนการใฝ่เรียนรู้เพื่อนำมาพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น ถือเป็นปัจจัยภายในสำคัญที่ช่วยผลักดันให้ธุรกิจชุมชนทั้ง 2 กลุ่ม ความสำเร็จของธุรกิจชุมชน คือ การที่ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนได้ลงมือทำในสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ เช่น การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี การได้แบ่งปันความรู้และถ่ายทอดวิธีการผลิตสินค้า เป็นต้น รวมไปถึงการทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกพึงพอใจและชื่นชอบที่ได้บริโภคนำมาซึ่งการได้รับความสุขและความภาคภูมิใจ

จากการทำงาน ข้อค้นพบดังกล่าวนี้สนับสนุนผลการศึกษาของ Stroud (2016) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบธุรกิจขนาดเล็ก เห็นว่าความชื่นชอบและความรักในการดำเนินธุรกิจของตนเอง การช่วยเหลือแบ่งปันให้ผู้อื่นได้รับความรู้และมีความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ขึ้นมา ถือเป็นการบรรลุความสำเร็จและจุดมุ่งหมายของธุรกิจ เช่นเดียวกับ Reijonen (2008) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบธุรกิจขนาดเล็กที่ผลิตสินค้างานฝีมือ ประเมินความสำเร็จของธุรกิจตนเองจากการคุณภาพของสินค้า การมีความสุขกับงานที่ทำ ความพึงพอใจของลูกค้า และการได้รับความเชื่อถือจากลูกค้า มากกว่าการคำนึงถึงตัวเงิน ทั้งนี้ จากการศึกษาของ Murphy (2012) เกี่ยวกับมุมมองความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจขนาดเล็กที่เป็นผู้หญิง พบว่า การที่ตนเองเป็นนายจ้างตนเอง (Self-employment) การมีความมุ่งมั่นในตนเองที่จะทำธุรกิจ การได้รับความไว้วางใจ เชื่อใจ การปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกได้ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ การที่ผู้นำมีการเฝ้าหาความรู้ใหม่อยู่เสมอเพื่อที่จะได้นำมาต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นการเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ ดังเช่นที่ Koyagiolo (2016) กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นสิ่งจำเป็นและความสามารถปรับเปลี่ยนและพัฒนาทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการสำรวจข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับความต้องการและความสนใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อที่จะได้นำมาใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาธุรกิจชุมชนให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างตรงเป้าหมาย นอกจากนี้ในอนาคตควรมีการวิจัยต่อเนื่องระยะยาวเพื่อติดตามผลการใช้แนวทางพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจที่พัฒนาขึ้นว่าบรรลุประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด และควรมีการพัฒนาไปในทิศทางใด อีกทั้งควรขยายผลการศึกษาโดยทำการทดลองใช้แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจที่ได้ในครั้งนี้นับกับพื้นที่อื่น ซึ่งมีบริบทต่างกันและนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบเพื่อเป็นการยืนยันข้อค้นพบที่ได้

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

ข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนทั้งในพื้นที่ชุมชนหมู่บ้านเลิศอุบลในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจชุมชนของตนเอง และสมาชิกในชุมชนยังได้เรียนรู้ถึงวิธีการในการสร้างองค์ความรู้ที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนโดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม นอกจากนี้ แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจที่นำมาใช้กับชุมชนหมู่บ้านเลิศอุบลในครั้งนี้ ยังสามารถนำไปขยายผลกับธุรกิจชุมชนในพื้นที่อื่นที่ประสบปัญหาคล้ายคลึงกันได้ ซึ่งจะเป็นการขยายความรู้ออกไปให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

References

- Azam, M. (2015). Diffusion of ICT and SME performance. E-Services Adoption: Processes by Firms in Developing Nations. *Advances in Business Marketing and Purchasing*, 23(A), Emerald Group Publishing Limited, 7–290. <https://doi.org/10.1108/S1069-096420150000023005>
- Bangmo, S. (2012). *Entrepreneurship*. Bangkok: S.K. Book.

- Chumjit, A., Chatchakul, N., & Chatchakul, K. (2014). The Development of the Potential of Managing Community Businesses: Community Businesses in Klong Kian Sub-District, Phang-nga Province. *Phuket Rajabhat University Academic Journal*, 10(2), 94–139.
- Entrialgo, M. (2002). The Impact of the Alignment of Strategy and Managerial Characteristic on Spanish SMEs. *Journal of Small Business Management*, 40(3), 260–270.
- Gilmore, T., & Ramirez, R. (1986). Action based modes of inquiry and the host–researcher relationship, *Consultation*, 5(3), 160–176.
- Hatten, S. (2006). *Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond*. (3rd ed.). Boston: Houghton Mofflin.
- Kayagialo, K. F. (2016). *Small business survivability beyond five years*. Dissertation Degree of Doctor of Business Administration. Walden University, Minnesota.
- Longenecker, G., Moore, W., Petty, W., & Palich, E. (2006). *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis*. NP: South West.
- Miller, D. (1983). The Correlateds of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, 29(7), 770–791.
- Murphy, J. (2012). *Perceived factors of success influencing African–American women small–businesses owners: A phenomenological study*. Dissertation Doctor of Business Management. University of Phoenix, Arizona.
- Pattanapongsa, N. (2004). *Participation Principle Technique and Sample*. Bangkok: Chulalongkorn University Publishing.
- Reijonen, H. (2008). Understanding the small business owner: what they really aim at and how this relates to firm performance. *Management Research News*, 31(8), 616–629.
- Ritala, S. (2014). *Supporting small business throughout New York State: A study conducted on small business sustainability between 207 and 2008*. Dissertation Doctoral in Philosophy. State University of New York, New York.
- Schermerhorn, R., Hunt, G., & Osborn, N. (2003). *Organizational Behavior (8th ed.)* NP: John Wiley & Sons.
- Senior, A. (2016). *Achieving longevity in business: Determinants of small business success*. Dissertation Doctor of Philosophy. Lynn University: Florida.
- Sharma, A. (2011). Take-off of online marketing: Casting the next generation strategies. *Business Strategy Series*, 12(4), 202–208.
- Smith, S., Williams, D., & Johnson, N. (1997). *Nurtured by knowledge: learning to do participatory action–research*. New York: The Apex Press.
- Stroud, T. D. (2016). *Understanding the barriers to and strategies for success for African American small businesses: An exploratory qualitative study*. Dissertation Doctor of Philosophy. Capella University, Minnesota.

- Suthinarakorn, W. (2014). *Participatory action research and conscientization*. Bangkok: Siam Communiation Review.
- Wingwon, B. (2013). *Entrepreneurship in Globalization Era*. Bangkok: Chulalongkorn University Publishing.
- Xiong, J. (2016). *Understanding the role of information technology for sustainable development in small businesses and micro-enterprises*. Dissertation Degree of Doctor of Philosophy. University of Nebraska, Nebraska.