

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1
เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในประชาคมอาเซียน
The Development of Community Enterprise in Lower
Central Provinces Region 1 to Enhance its
Competitiveness in the ASEAN Community

นิภาพรรณ เจนสันติกุล¹

Nipapan Jensantikul²

Received: May 28, 2018

Revised: July 23, 2018

Accepted: October 3, 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในประชาคมอาเซียน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลโดยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 12 คน และดำเนินการจัดสนทนากลุ่ม 2 เวที จำนวน 17 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์และแนวคำถามการสนทนากลุ่ม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า ควรมีแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ (1) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (2) การพัฒนาการเข้าถึงแหล่งทุนและการพัฒนาระบบการจัดการบัญชี (3) การพัฒนาการตลาดเน้นช่องทางการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และ (5) การพัฒนาการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ วิสาหกิจชุมชนทุกประเภทควรมีการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในอาเซียนที่มีความแตกต่างทางพื้นที่และค่านิยมในการบริโภคสินค้าต่างกัน

คำสำคัญ การพัฒนา, วิสาหกิจชุมชน, ความสามารถในการแข่งขัน, ประชาคมอาเซียน

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม อีเมล: nipapan.ni@hotmail.com

² Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University.
E-mail: nipapan.ni@hotmail.com

Abstract

The purpose of this research is to study the development of community enterprises in Lower Central Region 1 to enhance its competitiveness in the ASEAN community. This research is a qualitative research. Data are collected by the interviews with 12 key informants and 2 focus groups with 17 people. Research tools consist of questions for the interviews and discussion. Content analysis was used to analyze data. The research found that the guidelines for the development of community enterprises were: (1) Develop human resource; (2) Develop account management system and methods to access the capital; (3) Develop electronic marketing. (4) Develop product quality and product certification, and (5) Develop enterprise network. All types of community enterprises should identify the needs of consumers in ASEAN as they live in different areas and have different consumption values.

Keywords Development, Community Enterprises, Competitiveness, ASEAN Community

1. บทนำ

วิสาหกิจชุมชนจัดเป็นกลุ่มกิจกรรมของชุมชนที่ชุมชนได้จากการเรียนรู้ ไม่ใช่กิจกรรมที่มุ่งสู่ตลาดใหญ่ และกิจกรรมไม่ซับซ้อน กิจกรรมต่างๆ ล้วนแต่เป็นการทำกิน ทำใช้ทดแทนการซื้อจากตลาด และเป็นการจัดการระบบการผลิตและบริโภคที่มีอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น การจัดการเรื่องข้าว หมู เห็ด เป็ด ไก่ ผัก ผลไม้ น้ำยาสระผม สบู่ น้ำยาล้างจาน หรืออื่นๆ ที่ชุมชนสามารถทำได้เองโดยไม่ยุ่งยาก การทำกินทำใช้ทดแทนการซื้อเป็นการลดรายจ่ายและยังช่วยให้ระบบเศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็งขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นการจัดระบบเศรษฐกิจใหม่ให้เป็นฐานที่เป็นจริงในชุมชน ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนจึงมีความสำคัญในการสร้างฐานมั่นคงให้กับประเทศโดยกระตุ้นเศรษฐกิจระดับรากหญ้าให้เข้มแข็งและกระจายโอกาสในการประกอบอาชีพให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ และลดภาระค่าใช้จ่ายให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศสามารถพึ่งตนเองได้ (เสรี พงศ์พิศ, 2548, น. 40)

สำหรับวิสาหกิจชุมชนพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 ประกอบด้วย จังหวัดนครปฐม จังหวัดราชบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี นับจากวันเริ่มต้นที่มีการเปิดรับ

จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนจนถึงปัจจุบัน พบว่า มีการยื่นขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนเป็นจำนวนมาก โดย พ.ศ. 2551-2555 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดราชบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม กาญจนบุรี มีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนเพิ่มขึ้นจาก 216 กลุ่ม เป็น 257 กลุ่ม ในปี พ.ศ. 2555 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.71 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ม.ป.ป.) เพื่อประกอบธุรกิจการค้าโดยมีหลักการประเมินผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเป็น 3 ระดับ คือ ระดับดี ระดับปานกลาง และระดับต้องปรับปรุง โดยวิสาหกิจชุมชนส่วนหนึ่งได้แจ้งความประสงค์ว่าต้องการขอรับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยผลการดำเนินงานกิจการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดราชบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม กาญจนบุรีที่ผ่านมา มีทั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผลการประเมินศักยภาพการดำเนินงานอยู่ในระดับดี ระดับปานกลาง และระดับต้องปรับปรุง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ม.ป.ป.) และเมื่อทำการทบทวนปัญหาของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐม จังหวัดราชบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน แม้ว่าปัจจุบันสถาบันการเงินให้ความสำคัญกับกลุ่มดังกล่าวแต่หากมีผลิตภัณฑ์สินเชื่อเป็นการเฉพาะทั้งที่ใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันหรือใช้เฉพาะบุคคลค้ำประกัน ส่งผลให้ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้เท่าที่ควรเพราะวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ขาดความรู้และความเข้าใจด้านการขอสินเชื่อทำให้วิสาหกิจชุมชนใน 4 จังหวัดยังมีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน และมีความเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระบับน้อย ทำให้ความเข้มแข็งและอำนาจการต่อรองทางการตลาดมีน้อย (อุทัย ปริญาสุทธีรัตน์, 2560, น. 142)

และเมื่อประเทศไทยก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน การแข่งขันอย่างเสรีภายใต้บริบททางธุรกิจที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม ภาษา และกฎระเบียบต่างๆ ของแต่ละประเทศ ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยจำเป็นต้องยกระดับและเพิ่มศักยภาพตนเองในการเรียนรู้กฎระเบียบและการสร้างความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจชุมชนภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดและดำเนินการผลิตสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายได้ ดังนั้น การที่วิสาหกิจชุมชนจะมีความเข้มแข็งได้นั้นต้องมีแนวทางในการจัดการที่ทันสมัยเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจชุมชนในยุคปัจจุบันซึ่งต้องเผชิญกับปัจจัยแวดล้อมทางการบริหารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (กังสดาล กนกหงษ์, 2561, น. 262) หากพิจารณาถึงศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง พบว่า มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด 2,152 แห่ง โดยแบ่งเป็นจังหวัดนครปฐม 204 แห่ง จังหวัดราชบุรี 398 แห่ง จังหวัดสุพรรณบุรี 651 แห่ง และจังหวัดกาญจนบุรี 899 แห่ง พิจารณาแยกประเภทกิจการ

พบว่า มีวิสาหกิจชุมชนประเภทการผลิตพืช ปศุสัตว์และการแปรรูปผลิตภัณฑ์มากที่สุด ซึ่งล้วนเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ในระดับสูง โดยมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 376 แห่ง โดยแบ่งเป็นจังหวัดนครปฐม 50 แห่ง จังหวัดราชบุรี 126 แห่ง จังหวัดสุพรรณบุรี 95 แห่ง และจังหวัดกาญจนบุรี 105 แห่ง (ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ, จุริวรรณ จันทลา, ทิพย์วรรณ สุขใจรุ่งวัฒนา, สัมพันธ์ สุกใส, และวาสนา มะลินิน, น. 81-82) ซึ่งพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 มีความได้เปรียบเชิงพื้นที่และความหลากหลายทางชาติพันธุ์ นอกจากนี้ ในปัจจุบันนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในบทบาทฐานรากเศรษฐกิจของชาติภายใต้โมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจ Thailand 4.0 ที่มุ่งเน้นขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมใช้การประสานพลังประชารัฐทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีลักษณะเป็นธุรกิจอัจฉริยะ (smart enterprises) หรือการเริ่มต้นแบบอัจฉริยะ (Smart Startups) (นิมมวล วิเศษสรรพ, ภัทรณัชชา โชติคุณากิตติ, และวัฒน์ รัมมะพ้อ, 2560, น. 193-194)

ดังนั้น หากวิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อมได้รับการส่งเสริมและพัฒนาจากธุรกิจชุมชนสู่การพัฒนาเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะสามารถสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจภายใต้ระบบเศรษฐกิจทุนนิยมและสามารถแข่งขันได้

จากความเป็นมาข้างต้น เป็นที่มาของบทความวิจัยเรื่องการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในประชาคมอาเซียน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในประชาคมอาเซียน

3. การทบทวนวรรณกรรม

3.1 ความเป็นมา ลักษณะ และสภาพปัญหาของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นนโยบายหนึ่งของรัฐบาลไทย ซึ่งได้เริ่มกำหนดขึ้นมาหลังจากที่ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจครั้งสำคัญใน พ.ศ. 2540 รัฐบาลภายใต้การนำของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีในขณะนั้นได้มีมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2544 เห็นชอบให้จัดโครงสร้างส่วนราชการตามที่สำนักงาน ก.พ. เสนอให้มีกลุ่มงานพัฒนาชุมชนกลุ่มหนึ่งอยู่ในสังกัดของกระทรวงมหาดไทย โดยมีการปฏิบัติงานคือการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน อันมีผลให้การขับเคลื่อนนโยบายมีความชัดเจน

ยิ่งขึ้น จนได้มีการตราเป็นกฎหมายเพื่อส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนขึ้นในเวลาต่อมา คือ พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ซึ่งได้กำหนดให้มีการตั้ง คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน โดยให้กรมส่งเสริมการเกษตรเป็นแกนกลาง ในการดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และให้มีบทบาทหน้าที่สำคัญ 3 ส่วนด้วยกัน คือ (1) เป็นหน่วยงานในการรับจดทะเบียน/เพิกถอนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายรวมทั้ง การเลิกกิจการ (2) เป็นสำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และ (3) ดำเนินการให้เกิดการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายอย่างครบวงจร และเป็นผลจากการดำเนินนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนดังกล่าวข้างต้นทำให้มีการ พัฒนากิจการประเภทนี้กันอย่างกว้างขวางทั่วประเทศกระจายในทุกภูมิภาค มีหน่วยงาน ต่างๆ ให้ความสนใจศึกษาและพัฒนา (อาแว มะแสะ, 2559, น. 105-106)

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงมุมมองที่มีต่อวิสาหกิจชุมชน พบว่า มีมุมมอง ที่แตกต่างกันใน 3 ลักษณะคือ (1) ลักษณะมองแบบแยกส่วน คือ วิสาหกิจชุมชนเกิดจาก ส่วนใดส่วนหนึ่ง การให้ความช่วยเหลือสนับสนุนจึงแก้ไขเฉพาะส่วนนั้นๆ โดยไม่เข้าใจถึง ความเชื่อมโยงไปยังส่วนอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กันทั้งทางตรงและทางอ้อม การแก้ไขปัญหา ใดปัญหาหนึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อปัจจัยที่เชื่อมโยงกันทางด้านการสนับสนุนหรือขัดแย้งกัน จนทำให้เกิดปัญหาใหม่อยู่เสมอๆ (2) ลักษณะมองแบบลดส่วน คือ การพิจารณา ปรากฏการณ์ของวิสาหกิจชุมชนในกระบวนทางเศรษฐกิจมิติเชิงตัวเลข หรือเป็นข้อมูล เชิงสถิติ โดยไม่คำนึงถึงปัจจัยอื่น หรือทำความเข้าใจในมิติอื่นที่มีผลกระทบต่อวิสาหกิจ ชุมชน การพยายามอธิบายปรากฏการณ์วิสาหกิจชุมชนในเชิงตัวเลข ทำให้มองข้ามปัจจัย ทางธรรมชาติด้านองค์ประกอบของอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นที่มาของตัวเลขเหล่านั้น โดยเฉพาะ ปัจจัยเชิงคุณภาพในมิติทางสังคม (3) ลักษณะมองแบบกระบวนทางวิทยาศาสตร์ คือ การพิจารณาธรรมชาติของกระบวนการพัฒนาด้วยกฎเกณฑ์ทางวิทยาศาสตร์แบบตายตัว และอธิบายกลไกการเกิดที่แน่นอน เช่น ธุรกิจไม่เติบโตเนื่องจากขายไม่ได้ ไม่มีตลาด ใหม่ๆ ที่มีปัจจัยด้านศิลปะที่มีความสัมพันธ์และมีส่วนร่วมของกระบวนการดังกล่าวอยู่ มิใช่น้อย การมองเห็นวิสาหกิจชุมชนแยกออกเป็นส่วนๆ ข้างต้น ทำให้ผู้ปฏิบัติงาน มองไม่เห็นถึงคุณค่าในมิติทางจิตวิญญาณของวิสาหกิจชุมชนที่มีพลวัตร มีความ ละเอียดอ่อนและมีชีวิตชีวา มิใช่มองเห็นวิสาหกิจชุมชนเป็นเรื่องของวัตถุดิบ กระบวนการ ผลิต ต้นทุน กำไร ฯลฯ ที่ไร้วิญญาณ ทำให้ส่งผลกระทบให้เกิดการทำลายการบูรณาการ ขององค์การสังคมและธรรมชาติของมนุษย์กลายเป็นสังคมอุตสาหกรรมที่เอารัดเอาเปรียบ กันแสวงหาประโยชน์จากผู้ด้อยโอกาสกลายเป็นสังคมบริโภคนิยมและแข่งขันทางวัตถุ

ขาดความจริงใจร่วมมือกันพัฒนาสังคมอุตสาหกรรมให้เป็นสังคมที่มีการอยู่ร่วมกันแบ่งปัน และเอื้ออาทรซึ่งเป็นพื้นฐานธรรมชาติของมนุษย์

ลักษณะและองค์ประกอบที่สำคัญๆ ของวิสาหกิจชุมชนมี 7 ประการ ได้แก่ (1) ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการหลัก (2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน (3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมโดยชุมชน (4) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากลและอื่นๆ (5) มีลักษณะบูรณาการ มีการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ แบบเกื้อกูลกัน (6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ ซึ่งการเรียนรู้คือหัวใจของกระบวนการพัฒนา และ (7) มีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมาย (เสรี พงศ์พิศ, 2548, น. 40)

เมื่อทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

(1) ปัญหาด้านวัตถุดิบ (Raw Material) เนื่องจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมีจำกัด ดังนั้น เมื่อกิจการขยายตัวความต้องการในผลผลิตมีมากขึ้น ปัญหาอันเกิดจากการขาดแคลนวัตถุดิบจึงตามมา ทำให้ราคาของวัตถุดิบสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อต้นทุน (Cost) ในการผลิต นอกจากนี้ การที่วัตถุดิบที่อาจหาได้ในท้องถิ่นนั้นมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน ล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อความต้องการในผลผลิต

(2) ปัญหาด้านการผลิต (Production) โดยส่วนใหญ่แล้วมักเป็นปัญหาที่เกิดจากประสิทธิภาพในการผลิตเนื่องจากการผลิตในระดับชุมชนเป็นการผลิตที่มีขนาดเล็ก เป็นการผลิตที่อาศัยเทคโนโลยีอย่างง่าย ทำให้ผลผลิตที่ได้ด้อยคุณภาพ นอกจากนี้ การที่ผู้ผลิตขาดความรู้ความสามารถในการผลิตมีส่วนทำให้ผลผลิตที่ได้นั้นไม่ตรงกับความต้องการของตลาด

(3) ปัญหาด้านการตลาด (Marketing) เนื่องจากระดับการผลิตนั้นเป็นการผลิตในระดับชุมชนที่อาศัยแรงงานราคาถูก อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ ทำให้การตลาดธุรกิจชุมชนเป็นการตลาดที่มีขนาดเล็ก ขณะที่ในปัจจุบันนี้มีการแข่งขันค่อนข้างสูงจากธุรกิจภายนอก โดยเฉพาะธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่า เนื่องจากธุรกิจขนาดใหญ่มีการผลิตในปริมาณมากทำให้ต้นทุนต่อหน่วยของผลผลิตต่ำกว่าธุรกิจที่มีขนาดเล็ก ประกอบกับระบบคมนาคมขนส่งในปัจจุบันมีความสะดวก ทำให้การเข้าไปแข่งขันของธุรกิจภายนอกมีความเป็นไปได้สูง

(4) ปัญหาด้านแรงงาน (Labor) เนื่องจากธุรกิจชุมชนนั้นเกิดขึ้นในชนบท ซึ่งชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรม ดังนั้น ในช่วงที่เป็นฤดูกาลผลิตชาวบ้านจึงต้องผันแรงงานจากการทำงานในธุรกิจชุมชนไปทำการเพาะปลูก ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนแรงงาน แม้ว่าการขาดแคลนแรงงานนี้จะเป็นการขาดแคลนแรงงานในระยะสั้น แต่การที่ธุรกิจชุมชนต้องประสบกับภาวะหยุดชะงักนี้ส่งผลกระทบต่อ

ดำเนินงาน ในทางตรงกันข้าม หากชาวบ้านไม่สามารถทำการเพาะปลูกได้ อันเป็นสาเหตุมาจากสภาพภูมิอากาศ ชาวบ้านบางส่วนยินดีที่จะโยกย้ายแรงงานเข้าไปทำงานในเมือง เนื่องจากได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่า

(5) ปัญหาด้านการบริหารจัดการ (Management) เนื่องจากในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนนั้น สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการต่างๆ ดังนั้น สมาชิกจึงต้องมีความรู้ความสามารถเพียงพอในการร่วมกันบริหารงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำชุมชนจะต้องมีทักษะทางการบริหาร มีเวลาเพียงพอที่จะเอาใจใส่กับธุรกิจชุมชน หรือหากกล่าวโดยสรุป คือ ผู้นำควรมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ที่สำคัญที่สุด คือ ต้องมีความซื่อสัตย์และตั้งใจจริงในการร่วมทำธุรกิจชุมชน ไม่เพียงเฉพาะผู้นำเท่านั้นแต่รวมไปถึงสมาชิกทุกคน เพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจชุมชนสามารถดำเนินต่อไปได้

(6) ปัญหาด้านเงินทุน (Financing) เนื่องจากธุรกิจชุมชนเป็นการจัดตั้งที่เกิดจากความร่วมมือจากสมาชิกเป็นหลัก ทำให้เงินทุนที่จะใช้ในการประกอบธุรกิจมีจำกัดประกอบกับธุรกิจชุมชนมีข้อจำกัดในเรื่องของการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินในระบบ เนื่องจากไม่มีหลักประกัน และแม้จะมีหลักประกันอยู่บ้างแต่อาจไม่พอเพียงตามข้อกำหนดของสถาบันการเงิน

(7) ปัญหาด้านนโยบาย (Policies) สำหรับปัญหาในด้านนโยบายนี้มักเป็นปัญหาที่เกิดกับภาครัฐ เนื่องจากโครงสร้างของระบบราชการมีความซับซ้อนหลายขั้นตอนทำให้เกิดความล่าช้าในการดำเนินงาน นอกจากนี้ การที่ภาครัฐให้สิทธิพิเศษต่างๆ เช่น การได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment: BOI) ทำให้ผู้ประกอบการรายเล็กรวมทั้งธุรกิจชุมชนเสียเปรียบ (จิรพร มหาอินทร์, อรุณี พึ่งวัฒนานุกุล, จิตินันท์ พงษ์คะเชนทร์, และขวัญฤทัย วงศ์คำแหงหาญ, 2554, น. 26-30)

3.2 สภาพปัญหาของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ 4 จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1

สำหรับในพื้นที่ 4 จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 พบสภาพปัญหาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

(1) ด้านข้อกฎหมาย ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 กำหนดให้ส่วนราชการต้องให้การส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนแต่ไม่ได้กำหนดความรับผิดชอบของหน่วยงานต่อกิจการของวิสาหกิจชุมชนจึงก่อให้เกิดปัญหาไม่มีเจ้าภาพหลักในการดูแลวิสาหกิจชุมชน

(2) พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ยังไม่มีกฎหมายลูก เพื่อกำหนดขอบเขตระหว่างวิสาหกิจชุมชนกับธุรกิจเอกชนหรือ SMEs วิสาหกิจชุมชนจึงมีขอบเขตกว้างทั้งประเภทและขนาดของกิจการ

(3) โครงสร้างคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และระบบการสรรหากรรมการผู้แทนวิสาหกิจชุมชนสร้างความยุ่งยากในการทำงาน เนื่องจากผู้ว่าราชการจังหวัดมีการเกษียณ การให้ความสำคัญของกระทรวงมหาดไทยน้อยมากจึงมอบหมายบุคคลอื่นดำเนินการแทน

(4) งบประมาณสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน ทั้งงบดำเนินงานและการสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีงบประมาณน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับ OTOP หรือโครงการอื่นๆ ของกรมส่งเสริมการเกษตร จึงควรนำแนวคิดของสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม มาเป็นต้นแบบจัดหาแหล่งเงินปลอดดอกเบี้ยหรือดอกเบี้ยอัตราต่ำ (สำนักงานเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี, 2554; สำนักงานเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี, 2554)

(5) การยกเลิกทะเบียนวิสาหกิจชุมชน มีสาเหตุมาจากหลายประการ เช่น ขาดคนดำเนินงาน ขาดเงินลงทุน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเกี่ยวข้องกับระบบภาษีด้วย โดยวิสาหกิจชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องภาษี ซึ่งจังหวัดได้ประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้วแต่ยังไม่สามารถดำเนินการเผยแพร่ความรู้ให้เข้าใจได้อย่างทั่วถึง (สำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี, 2554; สำนักงานเกษตรจังหวัดนครปฐม, 2554)

3.3 ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย

จากการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันโดย IMD ในปี 2560 ประเทศไทยมีผลที่ดีขึ้นทั้งโดยคะแนนและอันดับ โดยมีคะแนนรวมในปีนี้อยู่ที่ 80.095 เปรียบเทียบกับ 74.681 ในปี 2559 และมีอันดับที่ดีขึ้น 1 อันดับ โดยเลื่อนขึ้นจากอันดับที่ 28 ในปี 2559 เป็นอันดับที่ 27 ในปี 2560 หากพิจารณาเฉพาะ 5 ประเทศอาเซียนที่อยู่ในการจัดอันดับนี้ ซึ่งได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย ประเทศไทย ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งส่วนใหญ่มีอันดับดีขึ้น โดยเฉพาะประเทศอินโดนีเซียที่อันดับดีขึ้นถึง 6 อันดับ ขณะที่ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศเดียวในกลุ่มอาเซียนที่มีอันดับลดลงจากอันดับที่ 19 เป็นอันดับที่ 24 ในปีนี้ เมื่อพิจารณาจากคะแนนที่ประเทศไทยได้รับในระยตั้งแต่ปี 2556-2560 พบว่า มีคะแนนที่สูงขึ้นมาโดยตลอดนับตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมา และเริ่มมีแนวโน้มสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยของทุกประเทศที่ได้รับการจัดอันดับตั้งแต่ปี 2558 โดยในปี 2560 ประเทศไทยมีคะแนน 80.095 ในขณะที่คะแนนเฉลี่ยของ 63 ประเทศที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ที่ 77.033 แสดงให้เห็นว่ารัฐบาลและทุกภาคส่วน

ที่เกี่ยวข้องมุ่งเน้นการขับเคลื่อนการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้ (สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2560, น. 16) ตลอดจนการวางรากฐานเชิงสถาบันที่จะเป็นกลไกขับเคลื่อนไปสู่การสร้างระบบนวัตกรรมที่ดีของประเทศ เช่น การจัดตั้งสถาบันเพื่อเสริมสร้างการพัฒนาองค์ความรู้ของประเทศไทย สนับสนุนการนำเทคโนโลยีแนวคิดและการบริหารจัดการใหม่มาพัฒนานวัตกรรมและจัดทำโครงการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมใหม่เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้สามารถยกระดับเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศไทย

จากแนวทางดังกล่าวข้างต้นรัฐบาลจึงได้พยายามปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจทุกระดับให้สอดคล้องกับนโยบายโดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรือการอื่นๆ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และธุรกิจอุตสาหกรรม (ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ และคณะ 2558, น. 81-82)

3.4 ความแตกต่างของวิสาหกิจชุมชน กิจการเพื่อสังคม และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการของชุมชนที่สร้างรายได้และก่อให้เกิดการจ้างงานในชุมชนจึงมีหน้าที่ต้องเสียภาษีเงินได้ตามประมวลรัษฎากร ซึ่งการจัดเก็บภาษีเงินได้ของวิสาหกิจชุมชนขึ้นอยู่กับรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน หากประกอบการในรูปของบุคคลธรรมดา ห้างหุ้นส่วนสามัญ คณะบุคคลที่มีโชตินิติบุคคลจะต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา หากอยู่ในรูปของนิติบุคคลจะต้องนำกำไรสุทธิมาคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราตามที่กฎหมายกำหนด หากวิสาหกิจชุมชนที่มีเงินได้พึงประเมินไม่เกินตามที่กฎหมายกำหนดจะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในขณะที่กิจการเพื่อสังคมเป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อหวังให้เกิดประโยชน์สูงสุดคืนกลับภาคประชาชน ชุมชน สังคม กิจการเพื่อสังคมเกิดจากแนวคิดประเภทของ CSR as Process เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร (None Profit Organization) เกิดจากแนวคิดนักพัฒนาสังคมกับการบริหารจัดการแบบผู้ประกอบการหรือเรียกว่าผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship) (จตุพร จุ้ยใจงาม และพรชัย เทพปัญญา, 2557, น. 1230) ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อม ได้แก่ กิจการที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ (1) กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินห้าสิบคนหรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกินห้าสิบล้านบาท (2) กิจการให้บริการที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินห้าสิบคนหรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกินห้าสิบล้านบาท (3) กิจการค้าส่งที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินยี่สิบห้าคนหรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกินห้าสิบล้านบาท (4) กิจการค้าปลีกที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินสิบห้าคนหรือ

มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกินสามสิบล้านบาท ส่วนวิสาหกิจขนาดกลาง ได้แก่ กิจการที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ (1) กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าห้าสิบคนแต่ไม่เกินสองร้อยคน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่าห้าสิบล้านแต่ไม่เกินสองร้อยล้านบาท (2) กิจการให้บริการที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าห้าสิบคนแต่ไม่เกินสองร้อยคน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่าห้าสิบล้านบาทแต่ไม่เกินสองร้อยล้านบาท (3) กิจการค้าส่งที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าห้าสิบห้าคนแต่ไม่เกินห้าสิบคน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่าห้าสิบล้านบาทแต่ไม่เกินหนึ่งร้อยล้านบาท (4) กิจการค้าปลีกที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าห้าสิบห้าคนแต่ไม่เกินสามสิบคน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่าสามสิบล้านบาทแต่ไม่เกินหกสิบล้านบาท (พริยะ ผลพิรุฬห์, 2556, น. 207-208)

สรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชน กิจการเพื่อสังคม และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแม้จะมีความแตกต่างในด้านวัตถุประสงค์การก่อตั้ง ขนาดองค์กร จำนวนทรัพย์สิน แต่ผลจากการดำเนินการทั้งหมดจะต้องถูกนำมาคำนวณหากำไรสุทธิเพื่อเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลให้เป็นไปตามเงื่อนไขมาตรา 65 ทวิ และมาตรา 65 ตรี แห่งประมวลรัษฎากรเช่นเดียวกับการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลของวิสาหกิจชุมชนซึ่งผลจากการมีมาตรการจัดเก็บภาษีส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 พิจารณาถึงศักยภาพในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นลักษณะพอเพียงมากกว่ามุ่งเน้นการเจริญเติบโต แม้ว่าในปัจจุบันจะมีสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูงนอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนหลายแห่งในพื้นที่ที่มีการขยายตัวและเติบโตสามารถนำผลิตภัณฑ์ส่งออกไปยังต่างประเทศได้ ยังมีความประสงค์รักษาสถานภาพให้เป็นวิสาหกิจชุมชนมากกว่าพัฒนาเป็นรูปแบบอื่นเนื่องจากการคำนวณการเสียภาษี

3.5 วิสาหกิจชุมชนในมิติของความสามารถในการแข่งขันในประชาคมอาเซียน

ด้วยประเทศสมาชิกอาเซียนส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันในเรื่องค่านิยมและการยอมรับสินค้าและผลิตภัณฑ์โดยให้ความสำคัญกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และคุณภาพของสินค้า (ศูนย์รวมข้อมูลธุรกิจเอสเอ็มอี, 2558) อาทิ ประเทศมาเลเซียให้ความสำคัญกับการลงทุนที่มีคุณภาพที่ครอบคลุมสาขาที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (High-Value Added) เทคโนโลยีขั้นสูง (High-Technology) ใช้องค์ความรู้ (Knowledge-Intensive) และทักษะฝีมือ (Skill-Intensive) ในขณะที่ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศสิงคโปร์ให้ความสำคัญกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การพัฒนาการผลิตด้านอุตสาหกรรมขั้นสูง รวมทั้งสนับสนุนด้านการคิดค้น/วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนให้สิทธิประโยชน์ในการลงทุนแก่

นักลงทุนต่างประเทศอย่างเท่าเทียมกับนักลงทุนในประเทศ ดังนั้น จึงเป็นโอกาสของประเทศไทยในการขยายฐานการผลิตและการลงทุน

อย่างไรก็ตาม ด้วยรูปแบบการค้าขายและการใช้ภาษาที่แตกต่างกัน อาทิ กลุ่มประเทศพหุภาษา หรือกลุ่มประเทศที่ใช้ภาษามากกว่า 2 ภาษา ประกอบด้วย ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย บรูไนดารุสซาลาม ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย (ศิธา เขี่ยมขันติถาวร, 2555, น. 27) ซึ่งลักษณะการใช้ภาษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการสื่อสารและการเข้าถึงความต้องการ ลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้า ส่งผลให้ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการพัฒนารูปแบบการค้าให้สอดคล้องกับบริบทของประเทศอาเซียน เช่น การค้ากับประเทศกัมพูชา ควรมีลักษณะการค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือเป็นผู้นำเข้าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการทำการค้าในลักษณะนี้ต้องมีการศึกษาตัวแทนให้ละเอียดและลึกซึ้งที่สำคัญคือคู่ค้าต้องมีความจริงใจต่อกันในการวางตำแหน่งทางการตลาด (อำพา แก้วกำกัณ, 2555, น. 105) สำหรับประเทศบรูไน สินค้าประเทศไทยที่มีโอกาสเจาะตลาดกลุ่มนี้ได้แก่ สินค้ากลุ่มอาหารสำเร็จรูป อาหารพร้อมรับประทาน อาหารฮาลาล สินค้าที่อำนวยความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า/อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์การสื่อสาร/โทรศัพท์มือถือ สินค้ากลุ่มยานยนต์ สินค้าเพื่อสุขภาพทั้งด้านอุปโภคและบริโภค โดยสินค้าที่จะเข้าไปเจาะตลาดกลุ่มนี้ ควรเน้นคุณภาพและมาตรฐานสินค้าในระดับสูง (ศูนย์รวมข้อมูลธุรกิจเอสเอ็มอี, 2558)

ตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงการขยายตัวทางธุรกิจ คือ ธุรกิจสุขภาพและความงามในประเทศไทย พบว่า มีอัตราการเจริญเติบโตสูงต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปี โดยอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยมีมูลค่าประมาณ 2 แสนล้านบาท แบ่งเป็นตลาดในประเทศ 1.2 แสนล้านบาท และส่งออกตลาดต่างประเทศ 8 หมื่นล้านบาท อีกทั้งปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยอยู่ในอันดับ 16 ของโลก และไทยอยู่ในอันดับ 3 ของเอเชีย ต่อจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ ซึ่งถือเป็นอันดับ 1 ในอาเซียน (ฐานเศรษฐกิจ, 2561)

นอกจากนี้ หลังเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) แล้วได้มีบริษัทต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทยและอาเซียนเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจสุขภาพและความงาม ซึ่งผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องหาตลาดรองรับสินค้าและบริการของตนประกอบกับต้องศึกษาช่องทางและโอกาสในการขยายการค้าการลงทุนสู่ประเทศอาเซียนอื่นๆ ที่มีโอกาสทางการตลาดและต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการที่ต่ำกว่า เพื่อเป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการของไทยสู่เวทีต่างประเทศให้มากขึ้น (ฐานเศรษฐกิจ, 2561)

สำหรับสินค้าบางประเภทในประเทศไทยอาจไม่ได้รับประโยชน์จากการค้าเสรี ในประชาคมอาเซียนอย่างเต็มที่ เช่น ธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทไก่ขนาดเล็กทั้งที่ผลิตประเภทสินค้าชั้นกลางและชั้นสุดท้าย โดยในงานวิจัยของ คมวิทย์ ศิริธร (2560, น. 221) ได้สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซียได้รับประโยชน์จากต้นทุนที่ลดลงซึ่งเป็นผลมาจากการค้าเสรีในประชาคมอาเซียน โดยเฉพาะจากการกำจัดข้อกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภายในขณะที่ผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา ประเทศไทยไม่ได้รับประโยชน์ด้านต้นทุนต่างจากการค้าเสรีในประชาคมอาเซียนมากนัก เนื่องจากเน้นส่งออกอาหารฮาลาลชนิดชั้นกลางไปประเทศนอกกลุ่มอาเซียนเป็นหลัก เป็นต้น

จากสถานการณ์ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าโอกาสของการทำการค้าและการลงทุน และการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้สามารถแข่งขันในประเทศสมาชิกอาเซียนได้ สามารถจำแนกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

(1) สินค้าประเภทเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ยาง เสื้อผ้าสำเร็จรูป เพอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เครื่องปรับอากาศ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ บริการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง และบริการสุขภาพ สำหรับประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และบรูไน โดยสินค้าและบริการที่ส่งออกจากประเทศไทยควรเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีมีการสร้างคุณค่าและเน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดสินค้าระดับกลาง-บน และตลาดเฉพาะ (Niche Market) มากขึ้น

(2) สินค้าเกษตร อาหารแปรรูปและเครื่องปรุงรส เครื่องจักรกลการเกษตร วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง ยานยนต์ และชิ้นส่วนอะไหล่ สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเพื่อสุขภาพ ความงาม บริการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง สำหรับประเทศกัมพูชา โดยให้ทำการค้าผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือผู้นำเข้าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องในส่วนจังหวัดที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศไทยหรือส่งออกทางตรง การร่วมลงทุน และธุรกิจแบบแฟรนไชส์ ซึ่งควรกำหนดภาพลักษณ์เป็นสินค้าคุณภาพและแข่งขันในตลาดสินค้าระดับกลาง-บน เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับสินค้านี้อาจมาจากจีนและเวียดนาม

(3) สินค้าเกษตร ข้าวโพด อาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์อาหาร ผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็ง เพอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น ตู้แช่แข็ง ปูนซีเมนต์ สินค้าเพื่อสุขภาพ ความงาม และบริการการท่องเที่ยว สำหรับประเทศอินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

4. กรอบแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับหลักการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 เพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์แนวคิด การบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์ และด้านการจัดการ นอกจากนี้ เพื่อศึกษาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และแนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย ตลอดจนศึกษาแนวทางการยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน (Enhancing Competitiveness) แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ SME ตามนโยบาย Thailand 4.0 และตามกรอบความตกลงการค้าบริการของอาเซียน (AFAS) ในการมุ่งสู่การเป็น Smart Enterprises ทั้งนี้ เพื่อพิจารณาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนที่สามารถพัฒนาเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนการพิจารณาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญพร้อมต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560, น. 16, 18) สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในบทบาทฐานรากเศรษฐกิจของชาติ ภายใต้โมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจ Thailand 4.0 ที่มุ่งเน้นขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม โดยการสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนควรมีลักษณะความเป็นเครือข่าย โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดเครือข่ายและแนวคิดการสร้างความแตกต่างทางด้านนวัตกรรมที่เป็นหนึ่งในกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของ Porter (1980) มาใช้ในการพิจารณาและปรับให้เหมาะสมต่อการนำเสนอแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อมในการยกระดับและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันได้

ซึ่งการทบทวนแนวคิด และงานวรรณกรรมต่างๆ ทั้งหมดนี้เป็นไปเพื่อประโยชน์ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 ที่เหมาะสมต่อไป

5. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ คือ

(1.1) ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้นำที่ได้รับการยกย่องให้เป็นวิสาหกิจชุมชนดีเด่นในแต่ละจังหวัด จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

(1.2) ตัวแทนเจ้าหน้าที่ของสำนักงานเกษตรจังหวัด หรือสำนักงานเกษตรอำเภอในแต่ละจังหวัด จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

(1.3) นักวิชาการที่มีความชำนาญด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน จำนวน 1 คน

(1.4) ตัวแทนจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน

(1.5) ตัวแทนจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1 คน และ

(1.6) ตัวแทนจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ที่ต่างกันในจังหวัดนครปฐม จังหวัดราชบุรี จังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดกาญจนบุรี และในระยะเวลาที่ต่างกัน เกณฑ์ในการคัดเลือก คือ 1) ตำแหน่งงาน และ 2) มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนไม่น้อยกว่า 2 ปี หรือมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนไม่น้อยกว่า 2 ปี หรือมีผลงานทางวิชาการเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนไม่น้อยกว่า 2 เรื่อง

(2) ผู้ให้ข้อมูลในการสนทนากลุ่ม คือ

(2.1) ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้นำหรือสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 9 คน

(2.2) ตัวแทนเจ้าหน้าที่ของสำนักงานเกษตรจังหวัด หรือสำนักงานเกษตรอำเภอในแต่ละจังหวัด จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน และ

(2.3) นักวิชาการที่มีความชำนาญด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนและประชาคมอาเซียน 4 คน รวมผู้ให้ข้อมูลในการสนทนากลุ่มจำนวน 17 คน เกณฑ์ในการคัดเลือก คือ 1) ตำแหน่งงาน และ 2) มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนไม่น้อยกว่า 2 ปี หรือเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนไม่น้อยกว่า 2 ปี หรือมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนไม่น้อยกว่า 2 ปี หรือมีผลงานทางวิชาการเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนและประชาคมอาเซียนไม่น้อยกว่า 2 เรื่อง

(3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ

(3.1) แบบสัมภาษณ์ 1 ฉบับที่ผ่านการปรับปรุงคุณภาพตามผลการตรวจประเมินดัชนีความตรงของเครื่องมือวิจัย (CVI) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ได้ค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหาเท่ากับ 1.00 โดยมีประเด็นคำถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน

(3.2) แนวคำถามการสนทนากลุ่มเพื่อให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มแสดงข้อคิดเห็นต่อสภาพและการเปลี่ยนแปลงของวิสาหกิจชุมชนในอนาคต ปัจจัยภายในปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความสามารถในการแข่งขันทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น และการยกระดับวิสาหกิจชุมชนให้มีลักษณะก้าวหน้าและเปลี่ยนเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้

(4) พื้นที่ในการศึกษา คือ พื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 ประกอบด้วย จังหวัดนครปฐม จังหวัดราชบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี โดยจังหวัดราชบุรีและจังหวัดกาญจนบุรีมีพื้นที่ติดต่อกับประเทศเมียนมาร์และในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง โดยเฉพาะในจังหวัดกาญจนบุรีมีโอกาสขยายตัวเนื่องจากนโยบายรัฐบาลมีการสนับสนุนพัฒนาและส่งเสริมการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนให้มีศักยภาพผลักดันเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ นำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการค้าการลงทุนเชื่อมโยงการค้าสู่เอเชีย

(5) การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาจากผลสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มโดยพิจารณาจากข้อความที่ถูกจัดบันทึกไว้อย่างเป็นระบบ (Text) ซึ่งมีกระบวนการดังนี้

(5.1) การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) ผู้วิจัยดำเนินการจัดการข้อมูลให้เป็นระเบียบทั้งทางกายภาพและทางเนื้อหา

(5.2) การแสดงข้อมูล (Data Display) ด้วยการพรรณนาและแสดงความเชื่อมโยงข้อมูลที่จัดระเบียบแล้วเข้าด้วยกันตามกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาเรื่องราว ความหมายของข้อมูลที่จัดระเบียบไว้

(5.3) การหาข้อสรุป การตีความ และการตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลการวิจัย (Conclusion Interpretation and Verification) ด้วยการหาข้อสรุปและการตีความหมายของผลหรือข้อค้นพบที่ได้จากการแสดงข้อมูล รวมถึงการตรวจสอบว่าข้อสรุปความหมายที่ได้นั้นมีความถูกต้องตรงประเด็น และน่าเชื่อถืออีกครั้งจากผู้ให้ข้อมูล

(6) การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล มีการดำเนินการตรวจสอบสามเส้าจากแหล่งข้อมูล เพื่อพิจารณาข้อสรุปที่ได้และข้อคิดเห็นที่ตรงกัน

(7) งานวิจัยฉบับนี้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยเป็นโครงการวิจัยที่ 023/59 และได้รับการรับรองโดยมีเลขที่ใบรับรองจริยธรรมการวิจัย 010/2559

6. ผลการวิจัย

ผลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มทั้ง 2 เวที พบว่า วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 มีศักยภาพและมีการพัฒนากระบวนการผลิตอย่างสม่ำเสมอ สามารถผลิตสินค้าส่งออกได้ อาทิ วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผลไม้ส่งออก วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตชาเขียวใบหม่อนถ้ามังกรทอง เป็นต้น ทั้งนี้ สามารถจำแนกแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในประชาคมอาเซียน ดังนี้

(1) แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พบว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีการใช้ทักษะและความรู้ในการผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน โดยแต่ละวิสาหกิจชุมชนพยายามส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่องตามโอกาสและเวลาที่เหมาะสม แม้ว่าหน่วยงานภาครัฐบาล อาทิ สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานเกษตรจังหวัด จะมีการจัดโครงการอบรมให้ความรู้แต่ชุดความรู้ดังกล่าวยังเป็นเชิงทฤษฎีซึ่งสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจในเชิงทฤษฎีน้อย เป็นต้น สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “โครงการอบรมเป็นลักษณะวน ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง ไม่มีการแยกชุดความรู้เป็นระดับ ไม่เคยมีการศึกษาดูงานต่างประเทศ” (ผู้นำวิสาหกิจชุมชนแห่งหนึ่ง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 มิถุนายน 2560)

ดังนั้น แนวทางการให้ความรู้และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรมีการจัดระบบข้อมูลที่เข้าใจง่ายและสื่อสารให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปปฏิบัติได้ สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “อย่าคิดแทนวิสาหกิจชุมชน การอบรมไม่ตรงจุดประสงค์ การอบรมต้องแบ่งเป็นระยะและต่อเนื่อง ข้อมูลต้องง่ายไม่ซับซ้อนเพราะเราเป็นชาวบ้าน” (ผู้นำวิสาหกิจชุมชนแห่งหนึ่ง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 มิถุนายน 2560)

(2) แนวทางการพัฒนาการเข้าถึงแหล่งทุนและการพัฒนาระบบการจัดการบัญชี พบว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประสบปัญหาการเข้าถึงแหล่งทุนและขาดความรู้ในการจัดทำระบบบัญชี สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “อยู่ที่ความรู้ของผู้ให้การอบรมด้วย ทำอย่างไรให้สื่อสารกับชาวบ้านเข้าใจ เราเป็นวิสาหกิจชุมชนทำบัญชีแบบง่าย รายรับรายจ่าย จดเอาบ้าง ไม่มีระบบการคิดที่ซับซ้อน และไม่สามารถคิดรายละเอียดบัญชีต้นทุน หรือคำนวณละเอียดได้” (ผู้นำวิสาหกิจชุมชนแห่งหนึ่ง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤษภาคม 2560)

ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐบาล และภาคเอกชน ได้แก่ สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานเกษตรจังหวัด ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ สำนักงาน

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น ควรวางแผนทางการพัฒนาความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนร่วมกันโดยการจัดหาความรู้ในเรื่องการค้าเสรีในอาเซียนที่เป็นข้อมูลเชิงลึกทั้งในด้านการค้าและการลงทุน รวมถึงความรู้ในเรื่องของภาษีศุลกากร การนำสินค้าและการบริการเข้าไปขายในตลาดอาเซียน อัตราแลกเปลี่ยน กฎหมายในการทำธุรกิจระหว่างประเทศคู่ค้าและตลาดอาเซียน ความเสี่ยงของการทำธุรกิจระหว่างประเทศ และข้อมูลในด้านการลงทุนเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม กฎหมาย เทคโนโลยี ของประเทศต่างๆ ในอาเซียนและเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชนพร้อมต่อการยกระดับเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

(3) แนวทางการพัฒนาการตลาด พบว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มุ่งเน้นตลาดภายในและเป็นการผลิตตามจำนวนที่ลูกค้าสั่ง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักสินค้า ดังนั้น เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภค วิสาหกิจชุมชนควรเพิ่มช่องทางการเข้าถึงผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ธุรกิจและเป็นช่องทางติดต่อกับลูกค้า ซึ่งปัจจุบันการตลาดออนไลน์ (digital marketing) กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายเนื่องจากเข้าถึงได้ง่าย และเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ช่องทางในการทำตลาดออนไลน์ อาทิ Line, Youtube, Instagram, Facebook, Website, E-mail เป็นต้น

วิสาหกิจชุมชนต้องมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า เพื่อแยกประเภทและลักษณะของลูกค้าที่บริโภคหรือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม เพศ อายุ ค่านิยมทางสังคม และพฤติกรรมการบริโภค รวมถึงต้องมีการวิเคราะห์แนวโน้มและความต้องการของตลาดภายในและตลาดภายนอก อาทิ สินค้าประเภทเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ยาง เสื้อผ้าสำเร็จรูปเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน เครื่องปรับอากาศ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ บริการท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่อง และบริการสุขภาพ กลุ่มสินค้าประเภทนี้ควรพัฒนาและส่งเสริมให้มีคุณภาพเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย บรูไน โดยเน้นที่คุณภาพ การสร้างคุณค่า และเน้นการตอบสนองความต้องการของตลาดสินค้าระดับกลาง ระดับบน และตลาดเฉพาะ เป็นต้น

ทั้งนี้ วิสาหกิจชุมชนควรมีการประเมินสถานะการแข่งขันในตลาด พิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ภัยคุกคาม และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนทั้งในด้านเป้าหมายการเติบโต และทิศทางการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน ควรมีการพิจารณาและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานย้อนหลังอย่างน้อยสามปี และทำการเปรียบเทียบวิสาหกิจชุมชนของตนเองกับวิสาหกิจชุมชนอื่นที่มีลักษณะของผลิตภัณฑ์

ใกล้เคียงกัน เพื่อค้นหาจุดแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้กับตนเอง

(4) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ พบว่า วิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่ยังไม่ได้มีการรับรองผลิตภัณฑ์และบางผลิตภัณฑ์เมื่อผลิตแล้ว เก็บรักษาไว้นาน เช่น น้ำผักข้าว น้ำผลไม้ เป็นต้น สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “เราอยากได้ความรู้ว่าจะทำอย่างไรให้ผลิตภัณฑ์เราอยู่นาน เก็บรักษายังไง” (ผู้นำวิสาหกิจชุมชนแห่งหนึ่ง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 10 พฤษภาคม 2560) ทำให้มีปัญหาด้านการเก็บรักษาและบรรจุภัณฑ์ การแปรรูป เช่น วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากกระเปาะขั้นตอนการขอรับรองมาตรฐาน สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า “ขั้นตอนการขอยุ่งยาก เราเป็นชาวบ้าน ให้เรากรอกรายละเอียดจำนวนมากไม่ไหวต้องมีคนคอยแนะนำ กระเปาะขั้นตอน” (ผู้นำวิสาหกิจชุมชนแห่งหนึ่ง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 ธันวาคม 2560)

ดังนั้น เพื่อให้สินค้าและผลิตภัณฑ์สามารถเก็บไว้ได้นาน ควรมีการบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งมีประโยชน์ในเรื่องการยืดอายุสินค้าให้เก็บได้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งาน นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามเป็นเสมือนการรับประกันคุณภาพสินค้า รวมถึงสร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้า และควรสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าให้เห็นถึงบริบทท้องถิ่น อัตลักษณ์ของจังหวัดในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 เพื่อเป็นการเผยแพร่และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดในพื้นที่ซึ่งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนได้มีการทำความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา อาทิ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี เป็นต้น เข้ามาแนะนำและออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้วิสาหกิจชุมชนแบบมีส่วนร่วม

(5) แนวทางการพัฒนาการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน พบว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ต่างคนต่างทำและส่วนใหญ่มีผู้ดำเนินการหลักเพียงคนเดียว ขาดการมีส่วนร่วม และไม่มีลักษณะเครือข่ายทั้งที่มีวิธีการผลิต สินค้าและลักษณะการทำงานคล้ายกัน ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ควรมีการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนโดยเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน คือ ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ เช่น กิจกรรม การสื่อสาร ความร่วมมือ การพึ่งพาอาศัย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่มีโครงสร้างและรูปแบบที่หลากหลายตามลักษณะของวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ การแลกเปลี่ยนบุคลากร การใช้วัตถุดิบหรือแหล่งทรัพยากร และการใช้เครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิต เป็นต้น โดยจำแนกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

7. สรุปผลการวิจัย

วิสาหกิจชุมชนพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 ส่วนใหญ่อยู่ในประเภทการผลิตพืชปศุสัตว์และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในเชิงพาณิชย์ระดับสูง และเมื่อพิจารณาเชิงพื้นที่ พบว่า พื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 มีความได้เปรียบเชิงพื้นที่และมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ นอกจากนี้ ในปัจจุบันนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในบทบาทฐานรากเศรษฐกิจของชาติภายใต้โมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจ Thailand 4.0 มีโอกาสขยายตัวเนื่องจากการสนับสนุนพัฒนาและส่งเสริมการค้าชายแดนและการค้าผ่านแดนให้มีศักยภาพผลักดันเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดกาญจนบุรี นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิต น้ำผัก ข้าว การเพาะเห็ด การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพมีการพัฒนาและขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น จึงควรมีแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจน ได้แก่ (1) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (2) การพัฒนาการเข้าถึงแหล่งทุนและการพัฒนาระบบการจัดการบัญชี (3) การพัฒนาการตลาดเน้นช่องทางการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และ (5) การพัฒนาการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีความพร้อมและสามารถแข่งขันได้

8. อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์และผลการสนทนากลุ่มเพื่อหาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในประชาคมอาเซียน สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

(1) แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีการจัดระบบข้อมูลที่เข้าใจง่ายและสื่อสารให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปปฏิบัติได้ สอดคล้องกับ จันทนา พงศ์สิทธิกาญจนา (2558) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการที่มีคุณภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อการบรรลุยุทธศาสตร์ด้านการอยู่ดีมีสุขในจังหวัดนครปฐม และณัฐพล บัวเปลี่ยนสี, ปรีดาพร อารักษ์สมบูรณ์, และนิชชีชญา นราธูปนนท์ (2560, น. 43) ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีผลต่อการทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสามารถบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

(2) แนวทางการพัฒนาการเข้าถึงแหล่งทุนและการพัฒนาระบบการจัดการบัญชี โดยการพัฒนาความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนร่วมกันในเรื่อง การดำเนินธุรกิจในอนาคตที่เป็นข้อมูลเชิงลึกทั้งในด้านการค้าและการลงทุน สอดคล้องกับ ดุษฎี นาคเรือง, สุธิดา วัฒนยืนยง, และนุชนภา เลขาวิจิตร (2560, น. 69) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่มีประสิทธิภาพควรให้ความสำคัญกับการบริหาร การเงินเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อการควบคุมต้นทุน การผลิตให้ลดลง

(3) แนวทางการพัฒนาการตลาดเน้นช่องทางการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Marketing) มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ ญฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ (2557, น. 248) ที่กล่าวถึงการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมเพื่อการสื่อความหมาย สร้างความเข้าใจ การยอมรับระหว่าง ธุรกิจกับผู้บริโภค โดยมุ่งหวังให้เกิดพฤติกรรม ตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจ การสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการจัดเป็นเครื่องมือทางการตลาด (Marketing Tools) โดยใช้ร่วมกับเครื่องมือทางการตลาด 3 อย่าง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) และการกระจายสินค้า (Place) ทำหน้าที่ตอบสนอง ผู้บริโภค ส่วนการสื่อสารการตลาด แบบบูรณาการทำหน้าที่ส่งข้อมูลของสินค้าและบริการ เพื่อให้ผู้บริโภครู้จัก และสนใจ ซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ รวมทั้งเป็นกระบวนการเพื่อการสื่อสารข้อมูลของสินค้าและ บริการไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องมีการศึกษาเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการตลาดต่างๆ ทั้งข้อดีและข้อเสีย จุดอ่อนและจุดแข็งของแต่ละเครื่องมือ และเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารให้ได้เกิดประโยชน์ สูงสุด

(4) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ควรเน้น ที่สามประการสำคัญ คือ บรรจุภัณฑ์ การยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ และการขอรับ การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค สอดคล้องกับ พิเชฐ ดรคงเวโรจน์ (2559, น. 2) ที่ได้อธิบายถึงระบบมาตรฐานที่เรียกว่า MSTQ ประกอบด้วย 4 หมวดหลัก ได้แก่ ระบบมาตรวิทยา (Metrology) การกำหนด มาตรฐาน (Standardization) การทดสอบ (Testing) และการรับรองคุณภาพ (Quality Assurance) เป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านคุณภาพที่สำคัญในการผลักดันให้เกิดการ เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ วลัยพร ร่มรื่น (2557, น. 6-7) ได้กล่าวว่า ปัจจุบันสภาพสังคม และวิถีชีวิตคนเปลี่ยนแปลงไป ประชาชนมีความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความสะดวก ใช้งานประหยัดเวลา ส่งผลให้มีการคิดค้นบรรจุภัณฑ์ตอบสนองตามความต้องการผู้ใช้ เป็นที่มาของการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกซึ่งเป็นการพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่มีกรรมวิธีป้องกันการซึมผ่านของก๊าซออกซิเจน ช่วยรักษาความสดใหม่และยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้นานขึ้น ซึ่งการพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันมีแนวโน้มที่ให้ความสำคัญใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) บรรจุภัณฑ์เพื่อเก็บรักษาความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ 2) บรรจุภัณฑ์สะดวกใช้สำหรับทุกเพศ-วัย โดยเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ เน้นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานง่าย 3) บรรจุภัณฑ์รักษ์โลก ให้ความสำคัญกับการรักษาสິงแวดล้อม เน้นการรีไซเคิล 4) บรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดใจผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์สินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ และ 5) บรรจุภัณฑ์สอดคล้องเข้ากันได้กับเทคโนโลยีในอนาคต

(5) แนวทางการพัฒนาการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน โดยการแลกเปลี่ยนความรู้ การแลกเปลี่ยนบุคลากร การใช้วัตถุดิบหรือแหล่งทรัพยากร และการใช้เครื่องมือเครื่องจักร อุปกรณ์การผลิต สอดคล้องกับ สุวรรณา เตชะธีระปรีดา, สุรัตน์ หงส์ไทย, และ ชิตชนก ปรีชานันท์ (2560, น. 218) ที่กล่าวถึงแนวทางพัฒนากลุ่มหรือวิสาหกิจชุมชนที่มีประสิทธิภาพ คือ การส่งเสริมให้มีการรวมวิสาหกิจชุมชนเป็นกลุ่มหรือเป็นเครือข่ายอย่างชัดเจนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่กลุ่ม ซึ่งมีการส่งเสริมรูปแบบการจัดการตามสมรรถนะของกลุ่ม โดยเน้นกระบวนการพัฒนาจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมให้มีการจัดการที่ดี ตลอดจนการพัฒนาภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมในชุมชนท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน การสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนของกลุ่มเครือข่ายธุรกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสนับสนุนและส่งเสริมตั้งแต่ความเข้มแข็งภายในกลุ่ม ด้านความสามารถของผู้นำกลุ่ม ความสามัคคี และการมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในกลุ่มให้มีความเข้มแข็งเพื่อเอื้อประโยชน์สำหรับเครือข่ายทางธุรกิจโดยการนำแนวคิดของกลุ่มและเครือข่ายมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการจัดการด้านการผลิต ความเชื่อ วัฒนธรรมและจิตสำนึกรักชุมชนของตนเองเป็นสำคัญ

ลักษณะการดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน คือ การจัดหาและแบ่งปันแหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตการใช้แรงงานและอุปกรณ์การผลิตร่วมกัน สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของเจ้าหน้าที่ที่ว่า “วิสาหกิจชุมชนเจอกันน้อย เราไม่รู้ความต้องการ ใครอยากทำร่วมกับใครบ้าง” (เจ้าหน้าที่แห่งหนึ่ง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 ธันวาคม 2560) และผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่กล่าวเสริมว่า “ถ้ารวมกันได้จะดีมาก แลกเปลี่ยนกัน บางพื้นที่ผลผลิตเยอะ บางพื้นที่ผลผลิตน้อยทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์แบบเดียวกัน ทำเป็นเครือข่าย

จะได้ช่วยกันออกแบบว่าจะทำอย่างไร เก็บแบบไหน และบรรจุภัณฑ์แบบใด” (ผู้นำวิสาหกิจชุมชนแห่งหนึ่ง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 15 ธันวาคม 2560) การทำงานร่วมกันจะช่วยให้เกิดการสร้างช่องทางการตลาดเพื่อการจำหน่ายสินค้าและบริการร่วมกัน และการพัฒนาองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่มีคุณภาพ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คุณภาพรูปแบบ และมาตรฐานที่ต้องดำเนินการควบคู่กันไปกับการจัดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

เนื่องจากปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของชุมชนยังอยู่ในขั้นเริ่มต้นของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่จะต้องได้รับการพัฒนาอย่างมาก ดังนั้น เงินทุนจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสนับสนุนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนให้มีศักยภาพและมีความพร้อมที่จะดำเนินงานในลักษณะเครือข่ายเชิงพื้นที่และเครือข่ายกิจกรรม (นฤมล นิราทร, 2543, น. 18-21) ให้เป็นไปอย่างราบรื่น ในขณะเดียวกันเครือข่ายที่มีเงินทุนน้อยควรได้รับการสนับสนุนจากองค์กรพันธมิตรอื่นๆ อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ การแลกเปลี่ยนทรัพยากรระหว่างกัน หรือการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ร่วมกันเพื่อให้เกิดการผสมผสานระหว่างกันขึ้น เป็นการแลกเปลี่ยนที่ก่อให้เกิดภาวะที่ต่างต้องเติมเต็มให้แก่กันและกันก่อให้เกิดความมีคุณภาพในระยะยาว (สุพจน์ อินทว้าง และกัญญามณ อินทว้าง, 2558, น. 88-89)

9. ข้อเสนอแนะ

(1) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ ควรมีการจัดทำแบบสำรวจความต้องการฝึกอบรมและการพัฒนาสำหรับวิสาหกิจชุมชน เฉพาะและควรจำแนกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยพิจารณาจากระดับการมีส่วนร่วมและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนเพื่อจัดกระบวนการฝึกอบรมที่เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชนแต่ละประเภทและการจัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมที่ต่อเนื่อง

(2) ด้านการพัฒนาระบบการจัดการบัญชีของวิสาหกิจชุมชน โดยสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ควรกำหนดบทบาทและอำนาจหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ในการวางแผนการสอนแนะนำด้านการจัดทำบัญชีให้กับวิสาหกิจชุมชนให้ชัดเจน ทั้งนี้ ให้พิจารณาข้อมูลศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนประกอบกัน

(3) ด้านการพัฒนาการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ในการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนควรให้หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ ดำเนินการสำรวจความพร้อมและความสนใจในการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ผลิต

เครือข่ายผู้ผลิตและผู้ขาย และจัดประชุมร่วมกันเพื่อให้เกิดการติดต่อ ประสานงานและ
ทำการแลกเปลี่ยนความรู้บุคลากรระหว่างวิสาหกิจชุมชนได้กว้างขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560). *รายงานประจำปี 2560*. นนทบุรี: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.
- กังสดาล กนกหงษ์. (2561). แนวทางการพัฒนาและการจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนพืชผักอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*,
6(2), 261-270.
- คมวิทย์ ศิริธร. (2560). ผลกระทบจากการค้าเสรีในประชาคมอาเซียนต่อต้นทุน
การผลิตของธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทไก่ในจังหวัดสงขลา ประเทศไทย และ
รัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ, ฉบับพิเศษ*,
221-230.
- จตุพร จุ้ยใจงาม, และพรชัย เทพปัญญา. (2557). กิจกรรมเพื่อสังคม แนวโน้มระบอบ
ทุนนิยมสมัยใหม่กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ. *Veridian E-Journal*, 7(3),
1229-1230.
- จันทนา พงศ์สิทธิกาญจนา. (2558). แนวทางการจัดการที่มีคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน
เพื่อการบรรลุยุทธศาสตร์ด้านการอยู่ดีมีสุขในจังหวัดนครปฐม. *Veridian
E-Journal*, 8(2), 2039-2053.
- จิรพร มหาอินทร์, อรุณี พิงพัฒนานุกุล, ฐิตินันท์ พงษ์คะเชนทร์, และขวัญฤทัย วงศ์คำแหง
หาญ. (2554). *การดำเนินงานและการส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน:
กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดปทุมธานี*
(รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
พระนคร.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2561). สสว.หนุน SMEs สุขภาพ-ความงาม ร่วมงาน ASEAN Beauty 2018
เปิดตลาดโลก. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2561, จาก [www.thansettakij.com/
content/278652](http://www.thansettakij.com/content/278652)
- ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ. (2557). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อภาคธุรกิจ.
วารสารปัญญาวิวัฒน์, 5(2), 246-254.

- ณัฐพล บัวเปลี่ยนสี, ปรีดาพร อารักษ์สมบุรณ์, และนิชชีชญา นราฐปนนท์. (2560). การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์*, 1(1), 43-50.
- ดุขฎี นาคเรือง, สุจิตา วัฒนยืนยง, และนุชนภา เลขาวิจิตร. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา. *วารสารศรีนครินทร์วิโรฒ วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 9(17), 69-77.
- ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ, จุริวรรณ จันพลา, ทิพย์วรรณ สุขใจรุ่งวัฒนา, สัมพันธ์ สุกใส, และ วาสนา มะลินิน. (2558). การพัฒนารูปแบบการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญา เศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง. *วารสารศิลปากร ศึกษาศาสตร์วิจัย*, 7(2), 79-82.
- นฤมล นิราทร. (2543). *การสร้างเครือข่ายการทำงาน: ข้อควรพิจารณาบางประการ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิมมวล วิเศษสรรพ, ภัทรณัชา โชติคุณากิตติ, และวัฒน์ รัมมะพ้อ. (2560). กระบวนทัศน์ การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมร่วมสมัยไทยทรงดำ ตำบลรางหวาย อำเภอ พนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 5(2), 193-202.
- พิเชฐ ดุรงคเวโรจน์. (2559). สัมภาษณ์ ดร.พิเชฐ ดุรงคเวโรจน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวง วิทยาศาสตร์ฯ Most One Stop Service. *วารสารกรมวิทยาศาสตร์บริการ*, 64(200), 1-3.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในระบบ เศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนศาสตร์*, 7(1), 205-250.
- วลัยพร รมรัตน์. (2557). นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ในประเทศญี่ปุ่น Packaging Innovation in Japan. *วารสารกรมวิทยาศาสตร์บริการ*, 62(196), 5-7.
- ศิดา เยี่ยมขันติถาวร. (2555). การจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษของประเทศ ที่เป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน. *วารสารศึกษาศาสตร์ มสธ.*, 5(2), 25-39.
- ศูนย์รวมข้อมูลธุรกิจเอสเอ็มอี. (2558). 5 ประเทศอาเซียนโตไวโอกาสสินค้าไทยเจาะตลาด. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2561, จาก www.smethailandclub.com/news-3809-id.html

- สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย. (2560). รายงานสรุปโครงการกิจกรรมเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ 2560. กรุงเทพฯ: สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี. (2554). ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี. กาญจนบุรี: กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดนครปฐม. (2554). ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครปฐม. นครปฐม: กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดนครปฐม.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี. (2554). ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี. ราชบุรี: กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี. (2554). ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี. สุพรรณบุรี: กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). แผนพัฒนาสถิติระดับพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลาง ตอนล่าง 1: นครปฐม กาญจนบุรี สุพรรณบุรี ราชบุรี. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- สุพจน์ อินทว้าง, และกัญญามณ อินทว้าง. (2558). แนวทางการพัฒนาเครือข่ายของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทสินค้าเกษตรกรรมจังหวัดพิษณุโลก. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 1(1), 81-89.
- สุวรรณ เตชะธีระปรีดา, สุรัตน์ หงส์ไทย, และชิตชนก ปรีชานันท์. (2560). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมการพัฒนายุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 25(49), 215-245.
- เสรี พงศ์พิศ. (2548). ฐานคิด จากแผนแม่บทวิสาหกิจชุมชน. กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์การพิมพ์.
- อาแว มะแสะ. (2559). บทบาทของมหาวิทยาลัยไทยในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน. ใน เอกสารประกอบการสัมมนาวิชาการเรื่องปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับสถาบันอุดมศึกษา. (น. 98-122). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อำพา แก้วกำก. (2555). โอกาสและช่องทางการค้าของ SME ไทยในตลาดกัมพูชา. วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง, 8(1), 95-113.
- อุทัย ปริญญาสุทธินันท์. (2560). “วิสาหกิจชุมชน” ปฏิทรรศน์ในการแข่งขันทางธุรกิจ. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 37(2), 131-150.

ภาษาอังกฤษ

Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.