

# 3

## การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนาเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

Potential Development of Housewife Group who Produce Community Products through Participation of the Community in Lak Si District, Bangkok

พิชญ์ลีณี รัตนานุกงศ์ ปรีชา พันธุ์แน่น ดวงทิพย์ จันทร์อ่วม

มูทิตา อารยะเศรษฐากร และ ชเนตตี พิพัฒนางกูร

Pitsinee Rattananupong Preecha Phanna Duangthip Chan-Uam

Muthita Arayasetthakorn and Chanettee Pipathanangkul





# การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร\*

Potential Development of Housewife Group who Produce Community Products through Participation of the Community in Lak Si District, Bangkok

พิชญ์ลิลินี รัตนานูพงษ์<sup>1</sup> ปรีชา พันธุ์แน่น<sup>2</sup> ดวงทิพย์ จันทร์อ่วม<sup>3</sup>  
มูทิตา อารยะเศรษฐากร<sup>4</sup> และ ชเนตตี พิพัฒนางกูร<sup>5</sup>

Pitsinee Rattananupong Preecha Phannan Duangthip Chan-Uam  
Muthita Arayasetthakorn and Chanettee Pipathanangkul

<sup>1</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก กรุงเทพฯ 10220 ประเทศไทย  
e-mail : Kanoknart02@yahoo.com

Faculty of Business Administration, Krirk University, Bangkok 10220, Thailand

e-mail : Kanoknart02@yahoo.com

<sup>2</sup>คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก กรุงเทพฯ 102220 ประเทศไทย  
e-mail : reecha.phannan9@gmail.com

Faculty of Liberal Arts, Krirk Univeristy, Bangkok 10220, Thailand

e-mail : Preecha.phannan9@gmail.com

<sup>3</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก กรุงเทพฯ 10220 ประเทศไทย  
e-mail : Duangthip556@hotmail.com

Faculty of Business Administration, Krirk University, Bangkok 10220, Thailand

e-mail : Duangthip556@hotmail.com

<sup>4</sup>คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก กรุงเทพฯ 10220 ประเทศไทย  
e-mail : Muthita\_am@hotmail.com

Faculty of Liberal Arts, Krirk Univeristy, Bangkok 10220, Thailand

e-mail : Muthita\_am@hotmail.com

<sup>5</sup>คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก กรุงเทพฯ 10220 ประเทศไทย  
e-mail : Chanettee31@hotmail.com

Faculty of Business Administration, Krirk Univeristy, Bangkok 10220, Thailand

e-mail : Chanettee31@hotmail.com

*Received : January 18, 2021 Revised : February 23, 2021 Accepted : March 1, 2021*

\*บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ร่วมพัฒนาเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร” ที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) พ.ศ.2561 และมหาวิทยาลัยเกริก

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศึกษากลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา และเพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาศึกษากลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา โดยเป็นการวิจัยเพื่อท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพกับกลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์เจาะลึกเป็นรายบุคคล 2) การสนทนากลุ่มกับผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ฯลฯ ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การรับฟังความคิดเห็น การอบรมให้ความรู้ และการศึกษาดูงาน

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศึกษากลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา มี 7 ด้าน ดังนี้ ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ด้านขั้นตอนการผลิต ด้านการบริหารจัดการ ด้านผลตอบแทน ด้านแรงจูงใจและขวัญกำลังใจ ด้านการตลาด และด้านค่านิยม ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดจะพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 9 P's ซึ่งประกอบด้วย Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Packaging และ Power และ ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาศึกษากลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา พบว่า รูปแบบการพัฒนาศึกษากลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา ประกอบด้วย 3 ส่วนที่สำคัญ คือ องค์ประกอบการพัฒนาศึกษากลุ่ม การบวนการพัฒนาศึกษากลุ่ม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน และศึกษากลุ่มแม่บ้าน

**คำสำคัญ :** การพัฒนา; ศึกษากลุ่มแม่บ้าน; ผลิตภัณฑ์ชุมชน; การมีส่วนร่วม

## Abstract

The objectives of this research were to 1) analyze the factors



affecting the potential development of the housewife group who produce the community products of Ruam Pattana Community in Laksi District, Bangkok, 2) analyze the marketing factors affecting the product development of the housewife group who produce community products of Ruam Pattana Community in Lak Si District, Bangkok, and 3) analyze the potential development pattern of the housewife group who produce the community products through the participation of Ruam Pattana Community in Lak Si District. The Community-Based Research (CBR) methodology was used for this research. The research instruments included 1) individual in-depth interviews, 2) focus group discussions with the community leaders, and community development workers, etc.,. The data received from individual in-depth interviews, focus group discussions, community forum, workshops and field trips were collected and analyzed.

The results of the research were: There were seven factors affecting the potential development of the housewife group who produce the community products of Ruam Pattana Community in Lak Si District, Bangkok. These were: the demographic factors, the factors of age, manufacturing process, management, compensation, motivation and morale, marketing, and values. The analysis of the marketing factors affecting the potential development of the housewife group who produce the community products of Ruam Pattana Community in Lak Si District, Bangkok showed that the 9 P's Marketing Factors Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence, Packaging, and Power were investigated. And The analysis of the potential development pattern of the housewife group who produce community products through the participation of Ruam Pattana Community revealed that the activity implementation

enabled to set the potential development pattern of the community products through the participation of Ruam Pattana Community which were consisted of three main factors, these were: the potential development factor; the process of the potential development through the community participation; and the potentiality of the housewife group.

**Keywords :** Development; Housewife group potential; Community products; Participation

## บทนำ

การพัฒนาศักยภาพชุมชน ถือเป็นความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะประเทศไทย ซึ่งมีรากฐานเศรษฐกิจอยู่ที่ระดับชุมชน แต่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การพัฒนาในด้านต่าง ๆ มักเกิดขึ้นจากแนวคิดของนักวิชาการ มิได้มาจากชุมชน เนื่องจากขาดข้อมูลของชุมชน ซึ่งหากนักวิชาการหรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีข้อมูลที่เป็นบริบทของชุมชน ย่อมส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน และสามารถทำให้ชุมชนอยู่ได้ด้วยวิถีดั้งเดิมไม่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสของนักวิชาการ หน่วยงานต่างๆ ที่เข้ามาให้ข้อเสนอแนะโดยไม่มีพื้นฐานของความเป็นจริงหรือความเป็นไปได้ อันจะทำให้การพัฒนาศักยภาพชุมชนมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลก่อให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนของชุมชนต่อไป (เกษราพร ทิราวงศ์ และ อำนวยพร ไผ่อยู่ยิ่ง, 2552) ทั้งนี้ จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้เน้นที่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากเป็นกระบวนการที่ช่วยเสริมสร้างและเปลี่ยนแปลงบุคลากรด้านต่าง ๆ เช่น ด้านความสามารถ ทักษะ ทักษะคิด รวมทั้ง วิธีการทำงาน อันจะนำไปสู่ประสิทธิภาพของความเข้มแข็งในการทำงาน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างมีระบบ โดยการจัดรูปแบบการพัฒนาที่เน้นการพัฒนาทีมงานที่มีประสิทธิภาพและเป็นระบบ ย่อมช่วยสนับสนุนให้ชุมชนทำงานให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ช่วยเพิ่มความรู้ ความเชี่ยวชาญ อีกทั้ง ยังก่อให้เกิดขวัญ



กำลังใจและทัศนคติที่ดีต่อชุมชนได้ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยเน้นการพัฒนาทีมงาน จึงถือว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนาคนในชุมชนให้สามารถประสานงานกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาศักยภาพของชุมชนนับว่าเป็นการช่วยให้ชุมชนพัฒนาศักยภาพของตนเอง โดยการเชื่อมโยงระหว่าง “คน ความรู้ ทรัพยากร” จนเกิดความสัมพันธ์ซึ่งเรียกว่า “กระบวนการทัศน์พัฒนาใหม่” ที่ประกอบด้วย การเรียนรู้ การจัดการและการพัฒนา โดยการที่ชุมชนจะได้รับการพัฒนาจะเริ่มต้นจากการจัดกระบวนการเรียนรู้ การจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีกระบวนการพัฒนาทุนของชุมชนอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นกระบวนการสร้างทุนความรู้ ทุนทางปัญญา และทุนทางสังคม

ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ ก่อกำเนิดขึ้นมากกว่า 80 ปี จากสภาพความเป็นอยู่ของชุมชน ซึ่งเป็นชุมชนแออัด สภาพเศรษฐกิจของชุมชนส่วนใหญ่มีความฝืดเคือง ส่งผลให้ชุมชนต้องดิ้นรนหาเลี้ยงชีพเพื่อความอยู่รอด (สำนักงานเขตหลักสี่, 2559) ชุมชนจึงมีการรวมกลุ่มกันเป็น “กลุ่มแม่บ้าน” จากจุดเริ่มต้นเมื่อปี พ.ศ. 2532 ซึ่งมีการรวมกลุ่มเพื่อทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในช่วงแรกนับว่าได้รับความร่วมมือจากกลุ่มแม่บ้านเป็นอย่างดี มีการแบ่งหน้าที่กันทำตามความถนัดสามารถจำหน่ายสินค้าได้มาก นำไปสู่การแบ่งปันผลประโยชน์ซึ่งเป็นที่น่าพอใจ แต่เมื่อเวลาผ่านไป การรวมกลุ่มกันทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ เริ่มประสบปัญหา อาทิ เวลาว่างในการทำผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกัน แม่บ้านบางรายมีการกิจส่วนตัวมาก บางรายเกิดความเหนียวล่าจากการทำผลิตภัณฑ์บางประเภท ซึ่งมีขั้นตอนการทำที่พิถีพิถันและใช้เวลานาน เช่น แคบหมู ผู้สูงอายุบางรายที่มีฝีมือในการปรุงอาหารซึ่งออร์ถและมีรสชาติเฉพาะตัว มีอายุมากขึ้น ไม่มีเรี่ยวแรงในการปรุงหรือทำผลิตภัณฑ์ บางรายเสียชีวิต หรือบางรายย้ายถิ่นที่อยู่อาศัยไปอยู่กับลูกหลาน จากประเด็นปัญหา ดังกล่าวข้างต้นส่งผลให้ความร่วมมือในการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เริ่มลดน้อยลง ปัจจุบันเหลือเพียง 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มอาหารคาว 2) กลุ่มขนมไทย 3) กลุ่มของชำร่วย และ 4) กลุ่มดอกไม้จันทน์ สำหรับกลุ่มสมุนไพรที่เคยทำ กลุ่มแม่บ้านยังไม่ได้ยกเลิกแต่ได้นำไปรวมกับกลุ่มของชำร่วย นอกจากนี้ ยังมีประเด็นปัญหาด้านอื่น ๆ อาทิ ด้านผลประโยชน์ที่เกิดจากการรวมกลุ่มยังขาดความชัดเจน

อีกทั้ง การบริหารงานของกลุ่มแม่บ้านยังไม่มีระบบ และยังไม่มีการออกกฎระเบียบ  
ของกลุ่มเพื่อทำให้การบริหาร จัดการภายในกลุ่มแม่บ้านเกิดความชัดเจน  
การระดมทุนเพื่อพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มยังมีค่อนข้างน้อย ส่วนด้านการ  
ตลาดยังขาดกลไก และกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผลประกอบต่างๆ  
ไม่เป็นที่จูงใจ ขาดการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม  
ทันสมัย ขาดความหลากหลาย และกลุ่มแม่บ้านยังไม่ได้สร้างตราสินค้าให้เป็นที่  
ยอมรับโดยทั่วไป ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์บางกลุ่มของ  
กลุ่มแม่บ้านยกเลิก หรือแม้บางกลุ่มจะไม่ได้ยกเลิกแต่ต้นว่ายังประสบปัญหาบาง  
ประการ อีกทั้งยังมีประเด็นปัญหาและความต้องการด้านต่างๆ ของชุมชนที่จำเป็น  
ต้องได้รับการแก้ไข อาทิ ด้านปัจจัยส่วนประกอบการตลาด ซึ่งประกอบด้วย  
Product, Price, Place, Promotion People, Process, Physical Evidence,  
Packaging และ Power (Kotler, P., & Keller, K. L., 2016) โดยในปี พ.ศ.  
2560-ปัจจุบัน การรวมกลุ่มกันทำผลิตภัณฑ์เริ่มประสบปัญหาหลายประการ ซึ่ง  
สาเหตุของปัญหาของกลุ่มแม่บ้านเป็นสาเหตุจากปัญหาจริง อาทิ การมีเวลาว่าง  
ไม่ตรงกัน สมาชิกกลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่ชราภาพ และมีบางรายเสียชีวิต ส่งผลให้  
ความร่วมมือในการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เริ่มลดน้อยลงจนกระทั่งปัจจุบันเหลือเพียง  
บางครอบครัวที่ยังคงยึดการทำอาชีพดังกล่าว ดังนั้น คำถามการวิจัยคือการพัฒนา  
ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน  
ร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ควรเป็นอย่างไร กลุ่มผู้วิจัยจึงเห็นถึงความ  
จำเป็นในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน โดยการสร้างองค์ความรู้เพื่อพัฒนา  
และต่อยอดความรู้หรือความเชี่ยวชาญเดิมที่มีอยู่ให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มี  
คุณภาพ มาตรฐาน ด้วยการจัดประชุมระดมสมอง การศึกษาดูงาน การเชิญ  
วิทยากรมาบรรยายพิเศษ เพื่อสร้างแนวคิดในการพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ อีกทั้ง  
เพื่อสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะ  
ส่งผลให้กลุ่มแม่บ้านชุมชนร่วมพัฒนาสามารถพึ่งพาตนเองได้ สามารถรื้อรั้งคนใน  
ชุมชนให้อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข อันจะนำไปสู่การเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของ  
ประเทศสืบต่อไป



## วัตถุประสงค์

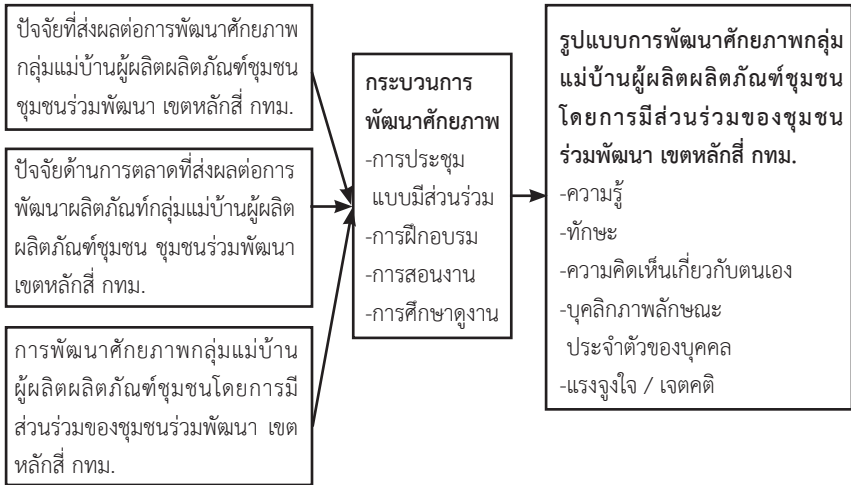
1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

## ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพในการปฏิบัติงาน อภิสรา ชุ่มจิตร และคณะ (2557) ได้กล่าวถึงความหมายและปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพในการปฏิบัติงาน โดยอ้างถึงความหมายของศักยภาพ David C. McClelland (2557, อ้างถึงใน อภิสรา ชุ่มจิตร และคณะ, 2557) กล่าวว่า Competency คือ บุคลิกลักษณะที่ซ่อนอยู่ภายใต้ปัจเจกบุคคล ซึ่งสามารถผลักดันให้ปัจเจกบุคคลนั้นสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีหรือตามเกณฑ์ในงานที่ตนรับผิดชอบ ศักยภาพ คือ คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ ความสามารถและคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ทำให้บุคคลสร้างผลงานโดดเด่นในองค์กร ศักยภาพ คือ ความสามารถสูงสุดที่คนคนหนึ่งสามารถทำได้ และศักยภาพหมายถึง ความสามารถสูงสุดที่เป็นไปได้ของบุคคล ถ้าหากบุคคลนั้นได้รับการบำรุงส่งเสริมอย่างเต็มที่และถูกทางทั้งทางกายและทางจิต (พีรญา ตั้งสกุล, 2553 : 6) ซึ่งตามแนวคิดของ Mc Clelland ศักยภาพมีองค์ประกอบ 5 ส่วน ดังนี้ 1) ความรู้ คือสาระสำคัญที่ต้องรู้ เช่น ความรู้ด้านเครื่องยนต์ เป็นต้น 2) ทักษะ คือ สิ่งที่ได้จากความรู้และสามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง คือ เจตคติ ค่านิยม ความคิดเห็น เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนหรือสิ่งที่เชื่อว่าตนเองเป็น เช่น ความมั่นใจในตนเอง 4) บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล เป็นสิ่งที่อธิบายถึงบุคคลนั้น เช่น คนที่มีลักษณะเป็นผู้นำ 5) แรงจูงใจ/เจตคติ เป็นแรงจูงใจหรือแรงขับภายใน ซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายหรือความสำเร็จ โดยผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ โดยการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านในชุมชนตามกรอบแนวความคิดดังนี้ (ขจรศักดิ์ ศิริมัย, ม.ป.ป. : 1-4)



### กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการวิจัยเพื่อท้องถิ่น ผ่านขั้นตอนกระบวนการทำวิจัยแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยมีผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ คือ กลุ่มแม่บ้าน ประชาชนชาวบ้าน หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล 2 วิธี คือ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยการสัมภาษณ์จากบุคลากร 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแม่บ้าน และประชาชนชาวบ้าน หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 10 คน โดยการเลือกบุคคลผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้เทคนิค Snow Ball ในการสัมภาษณ์ ใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างเพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ และอีกวิธีหนึ่ง คือ การประชุมกลุ่มสนทนา จัดการประชุมร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้นำชุมชน กลุ่มแม่บ้าน และข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการทบทวนเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาในประเด็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน



กลุ่มผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล ดังนี้ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การรับฟังความคิดเห็น การอบรมให้ความรู้ และการศึกษาดูงาน และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้เทคนิค การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การวิเคราะห์ SWOT และการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมมหภาค โดยกลุ่มผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน แบ่งตามการดำเนินงานวิจัยที่ได้ลงมือปฏิบัติ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียด 7 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดโจทย์และการสร้างกลุ่มผู้วิจัย การเลือกประเด็นวิจัย การสร้างกลุ่มผู้วิจัย และการพัฒนาโจทย์การวิจัย และการออกแบบโครงสร้างการวิจัย ขั้นตอนที่ 2 การประชุมชี้แจงโครงการวิจัย ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาบริบทพื้นที่ ความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ขั้นตอนที่ 5 ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา ขั้นตอนที่ 6 ขั้นตอนการเรียนรู้ ได้แก่ การอบรม การให้ความรู้ และการศึกษาดูงาน และขั้นตอนที่ 7 ศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยได้นำเสนอโดยเรียงตามลำดับวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา จากการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่าง ๆ โดยการลงพื้นที่วิจัย การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสนทนา การสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชน การรวบรวมเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัด ทำให้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา พบว่ามี 7 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านปัจจัยส่วนบุคคล คือ อายุ พบว่า กลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่อายุ

ค่อนข้างมาก โดยมีอายุระหว่าง 60-75 ปี มีความอ่อนล้า หมดเร็วแรงและมีปัญหาสุขภาพ จำเป็นต้องพบแพทย์บ่อยครั้ง อีกทั้ง ต้องดูแลลูกหลาน ทำงานบ้าน ทำภารกิจส่วนตัว การเข้างานสังคม ช่วยงานบุญ งานกุศล ทำให้ไม่มีเวลาที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับกลุ่มแม่บ้าน จึงส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้าน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน 2) ด้านขั้นตอนการผลิต การผลิตผลิตภัณฑ์บางประเภท มีความยุ่งยาก ซับซ้อน จำเป็นต้องอาศัยฤดูกาล และใช้เวลานาน โดยการทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีขั้นตอนที่ยุ่งยากทำให้กลุ่มแม่บ้านเริ่มลดจำนวนการทำ 3) ด้านการบริหารจัดการ ชุมชนขาดความรู้ ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการ จึงส่งผลต่อความรวดเร็วในการผลิตและความประหยัด การใช้เวลาว่างเพื่อร่วมกันทำการผลิตไม่ตรงกัน ส่งผลต่อความล่าช้าในการทำผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังไม่มีกฎระเบียบเพื่อเป็นหลักยึดในการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน 4) ด้านผลตอบแทน เนื่องจากไม่มีการกำหนดกฎเกณฑ์การแบ่งผลตอบแทน ทำให้การแบ่งผลตอบแทนต่างๆ ไม่ชัดเจน และไม่สามารถประมาณการรายได้ เพื่อนำมาเลี้ยงดูครอบครัวได้อย่างชัดเจน 5) ด้านแรงจูงใจและขวัญกำลังใจ กลุ่มแม่บ้านมีความกังวลใจเรื่องที่อยู่อาศัย จากการขอเวนคืนพื้นที่บ้านที่รูกกล้าแนวริมคลองเปรมประชากรทำให้กลุ่มแม่บ้านกังวลใจ ขาดขวัญกำลังใจในการประกอบอาชีพ รวมทั้งการรวมกลุ่มเพื่อทำผลิตภัณฑ์ต่างๆ 6) ด้านการตลาด กลุ่มแม่บ้านขาดความรู้ ความเข้าใจด้านการตลาด อาทิ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย และแตกต่างจากคู่แข่ง การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค วิธีการยืดอายุผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามทันสมัย ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย การสร้างเครือข่ายเพื่อการจำหน่ายในหลายพื้นที่ และการส่งเสริมการตลาดที่สามารถจูงใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และ 7) ด้านค่านิยม ลูกหลานของกลุ่มแม่บ้านที่อายุน้อย ไม่สนใจทำผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่นิยมทำงานโรงงาน อุตสาหกรรม บริษัทเอกชน หรือหน่วยงานราชการมากกว่า เนื่องจากเห็นว่าสังคมให้การยอมรับมากกว่า

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดซึ่งประกอบด้วย ส่วนประสมการตลาดทั้ง 9 P's ได้แก่ Product,



Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Packaging และ Power ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเขตหลักสี่ มีประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ 1) Product หรือผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะของชำร่วย ได้แก่ พิมเสน ยังมีปัญหาด้านการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่สวยงาม ขาดความแปลกใหม่ ไม่มีความแตกต่างจากคู่แข่งในท้องตลาด 2) Price การกำหนดราคาของกลุ่มแม่บ้านยังไม่ได้มาตรฐาน โดยเป็นการกำหนดราคาที่ยังไม่มีการคำนวณเพื่อทราบจุดคุ้มทุน และเป็นการกำหนดราคาแบบราคาตลาดทั่ว ๆ ไป 3) Place การจัดจำหน่าย กลุ่มแม่บ้านยังขาดการติดต่อประสานงานเพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายให้กว้างขึ้น 4) Promotion การส่งเสริมการตลาด กลุ่มแม่บ้านยังขาดการวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่ทันสมัย อาทิ การใช้สื่อออนไลน์ช่วยในการประชาสัมพันธ์ทำให้สินค้าไม่เป็นที่รู้จัก หรือเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป 5) People คือ บุคลากร ซึ่งสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านหลายรายเป็นผู้สูงอายุ เริ่มเจ็บป่วย เสียชีวิต และบางรายมีภารกิจในการดูแลครอบครัว จึงไม่มีเวลาในการทำผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ขาดกำลังคนในการจัดทำ อีกทั้ง ต้องการคนรุ่นใหม่เพื่อทำการสื่อสารการตลาดด้วยรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 6) Process คือ ด้านการกระบวนการการทำผลิตภัณฑ์บางประเภทซึ่งมีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยาก ซับซ้อน และผลิตภัณฑ์บางประเภทต้องใช้ความพิถีพิถันในการทำ และจำเป็นต้องอาศัยฤดูกาลที่เอื้อต่อการทำจึงส่งผลต่อการทำผลิตภัณฑ์ 7) Physical Evidence คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปภายในชุมชนยังไม่จูงใจให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้า 8) Packaging คือ บรรจุภัณฑ์ยังขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย ขาดความแตกต่าง และความคิดสร้างสรรค์ และ 9) Power คือ ด้านเครือข่ายหรือการให้ความช่วยเหลือจากพันธมิตร กลุ่มแม่บ้านมีเครือข่ายเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านยังไม่กว้างมากนัก ทำให้การประสานงาน การขอความร่วมมือ หรือการอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ยังขาดประสิทธิภาพ

3. ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผลจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ สามารถกำหนดรูปแบบ

การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน ตามทฤษฎีระบบ (System theory) คือ องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพ (Input) กระบวนการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม (Process) และศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน (Output) มีรายละเอียด ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพโดยการมีส่วนร่วม ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงาน การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ ภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ผู้นำ สมาชิกในชุมชน วัสดุและอุปกรณ์ เงินทุน และการบริหารจัดการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1) ภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ผู้นำ สมาชิกในชุมชนจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ พบว่าชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร มีบุคคลที่มีภูมิปัญญาชาวบ้าน มีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดสู่สมาชิกในชุมชนได้ เป็นเอกลักษณ์ซึ่งสามารถเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนและสมาชิก และเป็นการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างยั่งยืน 2) วัสดุและอุปกรณ์ หากได้รับการสนับสนุนด้านวัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและมาตรฐานยิ่งขึ้น ซึ่งเดิมเป็นการระดมจากกลุ่มสมาชิกแม่บ้าน จากหน่วยงานรัฐ จึงทำให้กลุ่มสมาชิกแม่บ้านมีข้อจำกัด หากสร้างเครือข่ายความช่วยเหลือทั้งในและนอกชุมชน จะทำให้สามารถพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านได้ 3) เงินทุนถือว่าเป็นประเด็นที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เนื่องจากวัสดุอุปกรณ์และวัตถุดิบในการผลิตในท้องถิ่นไม่มีเป็นชุมชนเมือง จึงจำเป็นต้องระดมเงินทุนมาสนับสนุนกระบวนการผลิต โดยปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านมีการรวมตัวจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ในชุมชน เพื่อเก็บออมและระดมทุน และ 4) การบริหารจัดการ การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านที่สำคัญมาจากการบริหารจัดการของคณะกรรมการชุมชนซึ่งมีผู้นำที่เข้มแข็ง ประกอบกับความร่วมมือของสมาชิก การมีส่วนร่วมของสมาชิก การทำงานเป็นทีม โดยคณะกรรมการได้มีการวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมที่ดีจะทำให้การดำเนินงานของคณะกรรมการบรรลุผลสำเร็จได้



องค์ประกอบที่ 2 กระบวนการการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมที่สำคัญ คือ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงาน มีรายละเอียด ดังนี้ 1) การประชุมแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการที่ชุมชนร่วมพัฒนาใช้ในการระดมสมอง แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อการวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมภายในชุมชนด้วยการประชุมในรูปของคณะกรรมการที่มีโครงสร้างหน้าที่ชัดเจน 2) การฝึกอบรม โดยกระบวนการฝึกอบรมจะเป็นการเพิ่มพูนความรู้และการปฏิบัติให้สมาชิกในชุมชนเกิดเป็นความรู้ความสามารถมีศักยภาพที่สูงขึ้น ที่สำคัญเพิ่มจำนวนคนที่มีความสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ประหยัดเวลาและลดต้นทุน โดยการเชิญวิทยากรเฉพาะด้านมาอบรมให้ความรู้ ซึ่งหากสมาชิกในชุมชนมีการฝึกปฏิบัติจนเกิดความรู้ ความชำนาญและมีสูตรลับเฉพาะที่เป็นของตนเอง และการได้รับการอบรมเพื่อให้ความรู้ในการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นระยะ ๆ เกิดความสมัครสมานสามัคคีในชุมชน ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มแม่บ้านภายในชุมชน 3) การสอนงาน ที่ชุมชนร่วมพัฒนาจะใช้การสอนงานหรือการให้คำปรึกษาจากบุคคลที่เป็นสมาชิกในชุมชน มีความสนิทสนมเป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญาระหว่างสมาชิกในชุมชน และ 4) การศึกษาดูงานเพื่อเป็นการศึกษาตัวอย่างด้านต่าง ๆ อาทิ การบริหารจัดการ การตลาด บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น เป็นแนวคิดต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และเป็นแรงจูงใจ แรงกระตุ้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน

องค์ประกอบที่ 3 ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน การพัฒนาที่ก่อให้เกิดศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล และแรงจูงใจ มีรายละเอียด ดังนี้ 1) ความรู้หลังจากกลุ่มแม่บ้านผ่านกระบวนการพัฒนา ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงาน ได้รับความรู้ด้านการทำพิมเสนน้ำ และการทำดอกไม้ประดิษฐ์ 2) ทักษะ เมื่อกลุ่มแม่บ้านผ่านกระบวนการพัฒนาทำให้กรรมการและสมาชิกในชุมชนได้รับความรู้เกิดทักษะสามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว และกระตือรือร้น 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง เป็นเจตคติ ค่านิยม ความคิดเห็น เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนหรือสิ่งที่เชื่อว่าตนเองเป็น โดย

กลุ่มแม่บ้านมีความมั่นใจในตนเอง กล้าแสดงออกในที่สาธารณะ และแสดงความ  
คิดเห็นมากขึ้น 4) บุคลิกลักษณะ สมาชิกในชุมชน มีลักษณะเป็นผู้นำมีจำนวนที่  
มากขึ้น พฤติกรรมเป็นแกนนำในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน และ 5) แรงจูงใจ เป็น  
แรงขับภายใน ซึ่งทำให้กลุ่มแม่บ้านแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่ความสำเร็จที่มีความ  
ชัดเจนขึ้น โดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้โดดเด่นเป็นที่รู้จัก

### การอภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน  
ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยปัจจัย  
ที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพฯ ด้านหนึ่ง ได้แก่ อายุ เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านส่วน  
ใหญ่อายุค่อนข้างมาก ส่งผลต่อการเข้าร่วมกลุ่มเพื่อทำผลิตภัณฑ์ชุมชน สอดคล้อง  
กับผลการศึกษาของ ศักดิ์ศิริ นันตะสุข และคณะ (2550) ทำการวิจัยเรื่อง การ  
พัฒนาศักยภาพสิ่งทอชุมชน จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการ  
พัฒนาศักยภาพสิ่งทอชุมชนจังหวัดชัยภูมิ ที่สำคัญ คือ ปัจจัยการผลิตยังขาด  
ประสิทธิภาพโดยเฉพาะเส้นไหม ปัจจัยด้านทรัพยากร ธรรมชาติ ปัญหาเรื่องภัย  
แล้งในบางพื้นที่ทำให้มีผลกระทบต่อหม่อนที่จะนำมาเลี้ยงไหม ปัจจัยด้าน  
ทรัพยากรบุคคล แรงงานที่มีคุณภาพส่วนใหญ่เป็นวัยครองเรือน และวัยสูงอายุ มี  
ทักษะในการทอที่ปราณีตนับเป็นจุดแข็งการพัฒนามาตรฐานผ้าไหม แต่ขาดคน  
รุ่นใหม่ ขาดการออกแบบแปรรูปที่จะช่วยเพิ่มมูลค่า ขาดช่างตัดเย็บผ้าไหม ส่วน  
ในระดับธุรกิจขาดนักออกแบบผ้าไหม หรือนักพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้ขาดโอกาส  
ในการพัฒนาความแตกต่างของสินค้า ทั้งนี้เป็นเพราะปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่าง  
กันนำมาซึ่งการกระทำที่แตกต่างกันซึ่งเป็นลักษณะ พฤติกรรมเฉพาะของตนเอง  
โดยปัจจัยด้านนี้ เช่น ความถนัดในด้านต่าง ๆ ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะ  
บุคลิกภาพ อายุ เพศ การศึกษา และประสบการณ์ จะทำให้บุคคลมีความต้องการ  
ที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง (พรรณราย ทรัพย์ประภา, 2534 : 25  
– 26) ดังนั้น ความพร้อมทางกายภาพของบุคคลจึงมีผลต่อการมีส่วนร่วมของ  
ประชาชน ซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ได้แก่ การร่วมคิด วิเคราะห์ ตัดสินใจ  
วางแผน แก้ปัญหา ประเมินผล และร่วมรับผิดชอบในผลของการพัฒนา ทั้งใน



รูปของบุคคล กลุ่มบุคคล และองค์กร โดยทุกขั้นตอนต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่กระทำได้ด้วยความเกรงใจหรือถูกบังคับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง มองเห็นและตระหนักถึงศักยภาพหรือพลังความรู้ ความสามารถของตนเอง เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนและเจ้าของงานพัฒนาชุมชน (Sense of Belonging) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินงานพัฒนาชุมชนให้ประสบความสำเร็จ (กรมการพัฒนารัฐบาล, 2527 : 55) ดังนั้น จากข้อค้นพบที่ว่า ปัจจัยทางกายภาพด้านอายุ กลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่อายุค่อนข้างมาก ส่งผลต่อการเข้าร่วมกลุ่มเพื่อทำผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องนำมาใช้ในการพิจารณาการมีส่วนร่วมของกลุ่มแม่บ้านและส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

ส่วนปัจจัยด้านการตลาด ที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเกิดจาก ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีหลากหลาย ไม่ทันสมัย ไม่แตกต่างจากคู่แข่ง และบรรจุภัณฑ์ยังไม่ทันสมัย ไม่สวยงาม การจัดรูปแบบสถานที่จำหน่าย หรือสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ยังไม่จูงใจให้คนภายนอกมาเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักและไม่เป็นที่ยอมรับของลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มแม่บ้านยังไม่มีประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารการตลาด ขาดเครือข่ายเพื่อช่วยกระจายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นุชจรี ทิวาวลัย และคณะ (2547) ได้ทำการศึกษา การพัฒนากลุ่มอาชีพสุวิสาหกิจชุมชนเข้มแข็ง : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพแปรรูปน้ำผลไม้พร้อมดื่ม ตำบลชาวไทย จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษา พบว่า การรวมตัวของกลุ่มยังไม่เหนียวแน่นเท่าที่ควร ไม่มีการกำหนดแผนงานที่ชัดเจน ขาดการติดตามตรวจสอบการดำเนินงานของกลุ่ม ในส่วนการเสริมสร้างศักยภาพแก่กลุ่มอาชีพนั้น ควรมีการสนับสนุนด้านเงินทุน ด้านวิชาการ ด้านวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตและด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ญาณัญญา ศิริภักตร์ธาดา (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้กับผู้ค้ารายย่อย เขตเทศบาลตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์ รูปแบบ วิธีการแบบพิเศษทางการตลาดเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจลูกค้า คือ การปรับปรุงสินค้าที่ขายและปรับวิธีการขายให้ตรงตาม







ซึ่งกันและกัน รวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่จับต้องได้ที่ช่วยในการสื่อสารและประสิทธิภาพของบริการ ลักษณะทางกายภาพของบริการยังรวมถึงสิ่งที่จับต้องได้ที่สื่อถึงบริการ อาทิ โบรชัวร์ หัวจดหมาย นามบัตร รูปแบบรายงาน อุปกรณ์ต่างๆ ในบางกรณี รวมถึง อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการนำเสนอบริการ ดังนั้นจากข้อค้นพบที่ว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเกิดจาก ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีหลากหลาย ไม่ทันสมัย ไม่แตกต่างจากคู่แข่ง และบรรจุภัณฑ์ยังไม่ทันสมัย ไม่สวยงาม การจัดรูปแบบสถานที่จำหน่าย หรือสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป ยังไม่จูงใจให้คนภายนอกมาเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักและไม่เป็นที่ยอมรับของลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มแม่บ้านยังไม่มีประสบการณ์ในการใช้สื่อออนไลน์ช่วยในการประชาสัมพันธ์ ในการสื่อสารการตลาด ขาดเครือข่ายเพื่อช่วยกระจายผลิตภัณฑ์ สิ่งต่างๆ เหล่านี้จึงเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยในการพัฒนาการตลาดของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ชุมชนร่วมพัฒนาได้

ส่วนรูปแบบการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพ ได้แก่ ภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชน ของผู้นำ สมาชิกในชุมชน วัสดุและอุปกรณ์เงินทุน และการบริหารจัดการ 2) กระบวนการการพัฒนาศักยภาพ ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงาน 3) ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล และแรงจูงใจ ซึ่งพบว่า มีความสอดคล้องกับ สุธีรา ไชยเทพ (2549) ซึ่งได้ศึกษาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ด้านการผลิต คือ ต้นทุนการผลิตสูง มีของเสียจากการผลิตมาก และกำลังการผลิตไม่เพียงพอ ด้านการเงิน คือ ขาดความเข้าใจในการบริหารการเงิน ยอดขายต่ำและมีหนี้สูญ ด้านการจัดการ คือ ขาดประสบการณ์การบริหารจัดการงานไม่เป็นระบบ การประสานงานภายในไม่ราบรื่น และยังคงคล้อยกับ รัตนา ตือระขอ (2556) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาอาชีพการทำผลิตภัณฑ์จักสานเพื่อสร้างรายได้เสริมกลุ่มแม่บ้านปะกาลิมายูโระ ตำบลบาราเฮาะ อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการกลุ่ม

ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิกทุกคนต้องช่วยกันทำ โดยทำร่วมกันทุก  
วันศุกร์ ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ สมาชิกกลุ่มสามารถพัฒนารูปแบบ  
ผลิตภัณฑ์ได้สวยงาม ประณีตและมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ ด้วยวิธีการฝึกอบรม  
เพิ่มทักษะและศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนประสบการณ์และฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ  
ทั้งนี้ การที่ท้องถิ่นมีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล  
ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น  
โดยปรับประยุกต์ให้ทันสมัย ผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากลหรือจากที่อื่น  
เป็นฐานในการสร้างวิสาหกิจชุมชน (สมชาย น้อยฉ่ำ และคณะ, 2561) และการ  
พัฒนาชุมชนให้มีศักยภาพ สามารถทำได้โดยการให้การศึกษาแก่ชุมชน ด้วยการ  
พบปะเยี่ยมเยียนโดยตรง การอภิปรายกลุ่ม การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม (สนธยา  
พลศรี, 2547 : 65-89) อีกทั้งบุคคลใด ๆ จะมีแรงจูงใจที่จะกระทำอย่างใดอย่าง  
หนึ่งได้นั้น จะต้องมีความต้องการเป็นพื้นฐาน และความต้องการนั้นก็จะเริ่มด้วย  
ความปรารถนา จุดมุ่งหมาย เป็นเงื่อนไข และถ้าหากเงื่อนไขต่าง ๆ เหล่านี้  
ถูกกระตุ้นหรือผลักดันแล้ว ก็จะได้รับคำตอบสนอง โดยบุคลากรเหล่านั้นจะ  
แสดงพฤติกรรมออกมาอย่างเต็มความสามารถ และทุ่มเทความพยายามในการ  
ปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งก็จะส่งผลทำให้ได้ผลงานที่ดีมีคุณภาพ  
เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ (วันมีชัย บุรณะพันธุ์, 2550 : 32) ดังนั้น  
จากข้อค้นพบที่ว่า รูปแบบการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์  
ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ 1) องค์กรประกอบ  
การพัฒนาศักยภาพ ได้แก่ ภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชนของผู้นำ สมาชิกใน  
ชุมชน วัสดุและอุปกรณ์ เงินทุน และการบริหารจัดการ 2) กระบวนการพัฒนา  
ศักยภาพ ได้แก่ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การฝึกอบรม การสอนงาน และการ  
ศึกษาดูงาน และ 3) ศักยภาพของกลุ่มแม่บ้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็น  
เกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล และแรงจูงใจ จึงเป็นสิ่งที่  
สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน  
โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนได้



## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

1) ปัจจัยด้านอายุ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่อายุค่อนข้างมาก โดยมีอายุระหว่าง 60-75 ปี มีความอ่อนล้า หมดเร็วแรง และมีปัญหาสุขภาพจำเป็นต้องพบแพทย์บ่อยครั้ง อีกทั้ง ต้องดูแลลูกหลาน การทำงานบ้าน ทำภารกิจส่วนตัว การเข้างานสังคม ช่วยงานบุญ งานกุศล ทำให้ไม่มีเวลาที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับกลุ่มแม่บ้าน จึงส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนั้น กรรมการชุมชนควรให้ความสำคัญกับการเชิญชวนกลุ่มวัยทำงานหรือวัยกลางคนในชุมชน มาร่วมเป็นกรรมการชุมชน และร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน ในช่วงเวลาที่ว่างเว้นจากการทำงานประจำ

2) ปัจจัยด้านขั้นตอนการผลิต ที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา พบว่า การทำอาหารหรือผลิตภัณฑ์บางประเภทมีความยุ่งยากซับซ้อน จำเป็นต้องอาศัยฤดูกาล และใช้เวลานาน ดังนั้น กลุ่มแม่บ้านควรเลือกทำเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องอาศัยฤดูกาล มีกรรมวิธีการทำไม่ยุ่งยากซับซ้อน อาศัยกำลังคนในการทำไม่มากนัก

3) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา ทางด้านชุมชนขาดความรู้ความเข้าใจ การมีเวลาว่างไม่ตรงกัน และไม่มีกฎระเบียบของกลุ่มเพื่อยึดเป็นหลักในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนั้น กลุ่มแม่บ้านจึงควรเชิญผู้เชี่ยวชาญมาอบรมการทำผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย เพื่อให้เป็นที่ต้องการของลูกค้าเป้าหมาย รวมทั้งให้ความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายเสียงภายในชุมชน

4) ปัจจัยด้านผลตอบแทน ที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา พบว่า การแบ่งผลตอบแทนต่าง ๆ ไม่ชัดเจน ไม่สามารถประมาณการรายได้อย่างชัดเจน ดังนั้นกลุ่มแม่บ้านควรได้รับการอบรมเทคนิคการกำหนดราคาที่เหมาะสม โดยอาศัยปัจจัยการกำหนดราคา อาทิ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ต้นทุน คู่แข่งขัน อุปสงค์ เป็นต้น เพื่อให้ทราบต้นทุน รายได้ และการ

ปันผลที่สอดคล้องกับต้นทุน และความพึงพอใจของฝ่าย

5) ปัจจัยด้านแรงจูงใจและขวัญกำลังใจ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา พบว่า กลุ่มแม่บ้านมีความกังวลใจเรื่องที่อยู่อาศัย จากการขอเวนคืนพื้นที่บ้านที่รुकล้ำแนวริมคลองเปรมประชากร ดังนั้นคณะกรรมการชุมชนจึงควรจัดให้มีการประชุมชี้แจงแนวทางการพัฒนา ศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มแม่บ้านและชุมชนควบคู่ไปกับการออมทรัพย์เพื่อใช้ในการสร้างบ้าน และมีผลิตภัณฑ์ของชุมชน (OTOP) เพื่อก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชน

6) ปัจจัยด้านการตลาด ที่ส่งผลต่อการพัฒนา ศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา พบว่า กลุ่มแม่บ้านขาดความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด เช่น ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย แตกต่างจากคู่แข่ง และ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบัน วิธีการยืดอายุผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามทันสมัย ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย การสร้างเครือข่ายเพื่อการจำหน่ายในพื้นที่ที่หลากหลาย และการส่งเสริมการตลาดที่สามารถจูงใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้น จึงควรเปิดโอกาสให้กลุ่มแม่บ้านฝึกอบรม การสอนงาน และการศึกษาดูงานเพื่อให้กลุ่มแม่บ้านเกิดแนวคิด และทักษะใหม่ ๆ รวมทั้ง ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่สวยงามแปลกตา จัดอบรมโดยผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และให้คนรุ่นใหม่ในชุมชนเป็นที่ปรึกษา หรือเป็นผู้ช่วยกลุ่มแม่บ้านในการจำหน่ายได้ช่องทางออนไลน์ รวมทั้ง จัดประชุมระดมสมองกลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชนเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการหาสถานที่หรือจุดแสดงสินค้าที่เหมาะสม

7) ปัจจัยด้านค่านิยม ที่ส่งผลต่อการพัฒนา ศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมพัฒนา พบว่า สมาชิกของกลุ่มที่อายุน้อย ไม่สนใจทำผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่นิยมทำงานโรงงานอุตสาหกรรม บริษัทเอกชน หรือหน่วยงานราชการมากกว่า ดังนั้นควรให้ทุกคน ทุกกลุ่มวัยในชุมชน เช่น เด็ก คนวัยกลางคน เป็นต้น ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนา ศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการแบ่งเวลาเพื่อให้การมีส่วนร่วมในชุมชนเพิ่มมากขึ้น



## ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนจากกลุ่มแม่บ้านชุมชนร่วมพัฒนา เพื่อชุมชนจะได้นำข้อมูลมาศึกษาด้านกลยุทธ์การตลาด และการบริหารจัดการภายในชุมชน

2) เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มแม่บ้าน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะมีการศึกษาการพัฒนาศักยภาพกลุ่มอื่น ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มชุมชนพอเพียง กลุ่มออมทรัพย์ เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จต่อไป และ

3) ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อบุคคล โดยเฉพาะด้านการบริหารจัดการ ด้านผลตอบแทน และด้านแรงจูงใจและขวัญกำลังใจ เพื่อสามารถพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

กรมการพัฒนาชุมชน. (2527). *การพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพฯ : กรมการพัฒนาชุมชน.

กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม. (2561). *กลยุทธ์การตลาดออนไลน์*. (9 เมษายน 2561) สืบค้นจาก <https://www.igitalgeek.com/blog/>.

เกษราพร ทิราวงศ์ และ อำนาจพร ไทญ้อยิ่ง. (2552). *การพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านแม่แรม ตำบลเตาปูน อำเภอสอง จังหวัดแพร่ ด้วยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน*. มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

ญาณัญญา ศิริภัทร์ธาดา. (2553.) *การพัฒนาพฤติกรรมกรรมการเรียนและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการสอนของนักศึกษาในการเรียนวิชาหลักการตลาด โดยการสอนแบบมีส่วนร่วม (Active Learning)*. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ.

- นุชจรี ทิวาวลัย และคณะ. (2547). *ภูมิปัญญาท้องถิ่น : การจัดการความรู้  
ศูนย์ศึกษาและพัฒนาชุมชนชลบุรี กรมการพัฒนาชุมชน*. (30 พฤษภาคม  
2559) สืบค้นจาก [www3.cdd.go.th/  
cdregion02/goodstory/nut.doc](http://www3.cdd.go.th/cdregion02/goodstory/nut.doc).
- พรรณราย ทร์พะยะประภา. (2534). *จิตวิทยาสำหรับนักบริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 3.  
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พิมพ์ลักษณ์.
- พีรญา ตั้งสกุล. (2553). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร  
องค์การบริการส่วนตำบลพระครู อำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์*.  
วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- รัตนา ดือระขอ และคณะ. (2556). *แนวทางการพัฒนาอาชีพการทำผลิตภัณฑ์  
จักสานเพื่อสร้างรายได้เสริม กลุ่มแม่บ้านปะกาลิมปูโระ ตำบลบาราเฮาะ  
อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี*. (25 พฤษภาคม 2559) สืบค้นจาก [https://  
elibrary.trf.or.th/downloadFull.asp?proid=PDG6120003](https://elibrary.trf.or.th/downloadFull.asp?proid=PDG6120003).
- ศักดิ์ศิริ นันตะสุข และคณะ. (2550). *การพัฒนาศักยภาพสิ่งทอชุมชน จังหวัด  
ชัยภูมิ*. (8 เมษายน 2559) สืบค้นจาก [https://elibrary.trf.or.th/  
downloadFull.asp?proid=PDG6120003](https://elibrary.trf.or.th/downloadFull.asp?proid=PDG6120003).
- สนธยา พลศรี. (2547). *ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ  
: สำนักพิมพ์พิมพ์ลักษณ์.
- สมชาย น้อยฉ่ำ และคณะ. (2561). *การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน อำเภอ  
อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 19(ฉบับพิเศษ),  
130-139.
- สมยศ นาวีการ. (2529). *การเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหาร : MPO*. กรุงเทพฯ  
: บรรณกิจ.
- สุดาพร กุณฑลบุตร. (2557). *หลักการตลาดสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่ง  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุธีรา ไชยเทพ. (2549). *การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร  
ในจังหวัดเชียงใหม่*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.



- สุรรัตน์ ธรรมจง และคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มคนเหงา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 3(2), 54-65.
- สำนักงานเขตหลักสี่. (2559). *ข้อมูลทั่วไปของเขต*. (18 พฤษภาคม 2559) สืบค้นจาก <http://www.bangkok.go.th/laksi>.
- อภิสร่า ชุ่มจิตร นิตา ชัชกุล และ เครือวัลย์ ชัชกุล (2557). การพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจชุมชน กรณีศึกษา : ตำบลคลองเคียน อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 10(2), 94-115.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. (14th ed.). New Jersey : Prentice Hall.
- Lovelock, C. and Wright, L. (2002). *Principles of Service Marketing and Management*. (2nd ed.). New Jersey : Prentice Hall.
- Lovelock, C. and Wirtz, J. (2007). *Principles of Service Marketing and Management : People, Technology, Strategy*. (6th ed.). New Jersey : Pearson/Prentice Hall.