การบริหารจัดการที่ดีและเส้นทางสู่การเรียนรู้เพื่อยกระดับความสามารถในอาชีพและการมีชีวิตที่ดีของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

Good Management and Learning Routes to Enhance the Career Capacity and Better Life of the Community Enterprises in Samut Sakhon Province in Progression of their Community Economy Using the Philosophy of Sufficiency Economy

วรรณดี สุทธินรากร[1] จินตนา กาญจนวิสุทธิ์[2] ศิริพร ตันจอ[3] และสมเกียรติ สุทธินรากร[4]

Wandee Sutthinarakorn[1], Chintana Kanjanavisut[2], Siriporn Tanjor[3] and Somkiat Sutthinarakorn[4]

[1,2]อาจารย์ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

[3]นักวิจัยสถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

[4]นักวิชาการอิสระมูลนิธิการศึกษาเพื่อชีวิตและสังคม

feduwdsu@ku.ac.th, feducnk@ku.ac.th, ifrspt@ku.ac.th, and Somkiat_sr@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สถานภาพในการบริหารจัดการที่ดี การผลิต จำหน่าย และความสามารถในอาชีพของวิสาหกิจชุมชน ศึกษาข้อมูลจากผู้นำวิสาหกิจชุมชน แห่งละ 1 คน จากวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสมุทรสาครที่จดทะเบียนกับกองวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จำนวน 131 แห่ง เลือกกลุ่มเป้าหมายโดยวิธีการเจาะจง 2) พฤติกรรมสุขภาพเพื่อสะท้อนการมีชีวิตที่ดีของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 296 คน ได้มาด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งเป็นชั้นและพวก และ 3) พฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนที่ จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 368 คน เพื่อสะท้อนมุมมองต่อการผลิตและการจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ 4) แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อยกระดับความสามารถในอาชีพของวิสาหกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยนำผลการศึกษาสะท้อนสู่เวทีสาธารณะแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เพื่อวิพากษ์ผลและกำหนดแนวทางในการสร้างการเรียนรู้ รวมไปถึงการบริหารจัดการที่ดีในการผลิตและจำหน่ายเพื่อยกระดับความสามารถในอาชีพและการมีชีวิตที่ดีของวิสาหกิจชุมชนเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เทคนิคและเครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถาม 3 ชุด (มีค่าความเชื่อมั่นจากการทดลองใช้ = .89, .81 และ .88) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และการจัดเวทีสาธารณะ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่าในจำนวนวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด มีสถานะในการดำเนินงานเป็นกลุ่มที่แท้จริงตามที่พระราชบัญญัติกำหนดเพียง 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.0 สถานภาพในการบริหารจัดการในระดับดี มีความสามารถในอาชีพระดับดี ($\overline{X}$ = 4.05) และมีชีวิตที่ดีในระดับดีเช่นกัน ($\overline{X}$ =3.71) แนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้และการบริหารจัดการที่ดีเพื่อยกระดับความสามารถในอาชีพและการมีชีวิตที่ดีของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสมุทรสาครเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงคือ รัฐบาลควรส่งเสริมความรู้และการเรียนรู้ให้กับผู้นำและวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการที่ดีทางด้านการผลิตและการตลาดให้พอเหมาะกับสินค้าของวิสาหกิจชุมชน โดยเปิดโอกาสให้สถานศึกษาได้มีบทบาทในการสนับสนุนการเรียนรู้ รวมทั้งใช้การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นประโยชน์ต่อการสร้างผลิตภัณฑ์ ส่วนองค์กรภาครัฐควรบูรณาการการสนับสนุนงานวิสาหกิจชุมชนร่วมกันเพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการทำงาน รวมทั้งองค์กรวิสาหกิจชุมชนควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกันเพื่อหนุนช่วยซึ่งกันและกันให้มีพลังที่เข้มแข็ง ใช้แนวทางสายกลางเป็นแนวทางในการดำเนินงานคือ เน้นความร่วมมือ การมีส่วนร่วม และสร้างการค้าที่เป็นธรรม

คำสำคัญ: การบริหารจัดการที่ดี การเรียนรู้ ความสามารถในอาชีพ การมีชีวิตที่ดี ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Abstract

This research was comprised of 4 main objectives. First, the study aimed at examining the status of good practice management, production, sales promotion and career capability of the community enterprises. Using the purposive random sampling, the data were from an interview with each leader of 131 community enterprises in Samut Sakhon province, officially registered with Department of Agricultural Extension, Ministry of Agriculture and Cooperatives. Second, it focused on an investigation of health behavior which reflected a good life quality from 296 representatives of the community enterprises, using the stratified random sampling. Third, it was also to study a customer behavior of Thai and foreign visitors who purchased the community products. The data were obtained from 368 travellers using the accidental sampling. Finally, the emphasis of the study was to investigate solutions in promoting learning activities in order to enhance a career capability of the community enterprises based on the efficiency economy philosophy. The research findings were then reflected to the public stage at which it allowed criticism from community entrepreneurs and shared assistance in drawing learning guidelines together. Likewise, it included a good production and sales management in order to promote a career capability and good life of the community enterprises in succession of their economy according to the efficiency economy philosophy. Research techniques and instruments applied in this study included 3 sets of questionnaires (reliability value at .89, .81 and .88), in-depth interview forms and public hearing. The data from questionnaires were analyzed by frequency, percentage, mean and standard deviation, whereas a content analysis was used to analyse the qualitative data.

The findings revealed that there were only 76 equal 58 percent of the total community enterprises which were operated in a cooperative status as described in the Community Act. The management status was found at the satisfactory level, whilst a career capability and good life were found at the satisfactory level too with mean= 4.05 and 3.71, respectively. Solutions in promoting learning activities and a good management to enhance a career capability and good life of the community enterprises based on the efficiency economy philosophy were varied. On the first hand, the government should support the community enterprises with proper knowledge and learning activities leading to a good production and marketing management suitable for their products. To do this, educational institutions should be given a role to promote learning activities, including research and development process to boost their product quality. On the other hand, relevant government sectors should carry out the community enterprises' concerns on a basis of integrated support to avoid duplication. In the meanwhile, Community enterprise organizations should create a cooperative network to strengthen a mutual support where is needed. A application of neutral guideline to be used in the community management focuses on cooperation, participation and fair trade.

Keywords : Good Management; Learning; Career Ability; Well Being; Sufficiency Economy Philosophy

1. บทนำ

วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าหรือให้บริการที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันเพื่อประกอบกิจการเพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ และสร้างอาชีพที่สามารถพึ่งพาตนเองและครอบครัว รวมถึงชุมชนและระหว่างชุมชน ลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชนคือ ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการ ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร แรงงาน และทุนในชุมชนโดยมีมิติของเงิน ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม [1] นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนยังมีลักษณะสำคัญคือ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่เป็นนวัตกรรมของสังคม เป็นฐานภูมิปัญญา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล มีการดำเนินงานแบบบูรณาการ โดยเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นระบบ มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ และมีการพึ่งพาตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็นเป้าหมาย อุดมการณ์ของการก่อตั้งวิสาหกิจชุมชน มีจุดมุ่งหมายให้เป็นองค์กรในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ โดยนัยแล้วเศรษฐกิจชุมชนคือมิติที่เป็นรูปธรรมทางด้านเศรษฐกิจของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง [2] บนพื้นฐานหลักการของเส้นทางสายกลางในการสร้างความสมดุลในการพัฒนา มีการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อการผลิต โดยเน้นการผลิตที่หลากหลาย สอดคล้องกับธรรมชาติและภูมินิเวศ รวมทั้งส่งเสริมการจำหน่ายตั้งแต่ระดับชุมชนจนถึงนอกชุมชน ตลอดจนกระบวนการผลิตและจำหน่าย ยึดหลักการของความยุติธรรม ผู้ผลิตผลิตอาหารปลอดภัย ผู้บริโภคไม่เอารัดเอาเปรียบผู้ผลิต การดำเนินกิจกรรมดังกล่าว วิสาหกิจชุมชนต้องใช้ฐานความรู้ในระบบการผลิต การจำหน่าย การตลาด และบริหารจัดการโดยยึดหลักคุณธรรม หรือธรรมาภิบาล นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายในการผลิตและจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนจะทำให้เครือข่ายมีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น ซึ่งหมายถึงการมีภูมิคุ้มกันที่แข็งแกร่งมากขึ้น จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่พบว่ายังอยู่ในระดับพื้นฐาน ยังขาดการต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) วิสาหกิจชุมชนยังมีปัญหาในเรื่องของการบริหารจัดการ ปัญหาด้านการตลาดที่วิสาหกิจชุมชนยังขาดความรู้ทักษะ ประสบการณ์ ขาดการวิเคราะห์ทางด้านการตลาดและช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จึงเป็นสาเหตุให้ผู้ผลิตไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อได้เท่าที่ควร แม้ในความเป็นจริงภาคราชการได้ให้การสนับสนุนการประกอบธุรกรรมของวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้มีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนจำนวน 131 แห่ง มีนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยและต่างประเทศที่มักแวะซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นทั้งสินค้าทางการเกษตร สินค้าแปรรูปที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารและมิใช่อาหาร ด้วยเหตุที่จังหวัดสมุทรสาครเป็นปากประตูเมืองไปสู่เมืองท่องเที่ยวใกล้เคียง และแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ การวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยมุ่งทำความเข้าใจกับสภาพปัญหาและความจริงของวิสาหกิจชุมชนทั้งในมุมมองของผู้นำและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้อยู่ในสถานะของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย และผู้บริโภคเพื่อนำไปสู่การยกระดับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนให้มีความสามารถในอาชีพและสร้างความเติบโตให้กับเศรษฐกิจฐานรากบนเส้นทางสายกลางตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาการบริหารจัดการที่ดี การผลิต การจำหน่าย และความสามารถในอาชีพของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมสุขภาพเพื่อสะท้อนการมีชีวิตที่ดีของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

2.3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ

2.4 เพื่อกำหนดแนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อยกระดับความสามารถในอาชีพและการมีชีวิตที่ดีของวิสาหกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

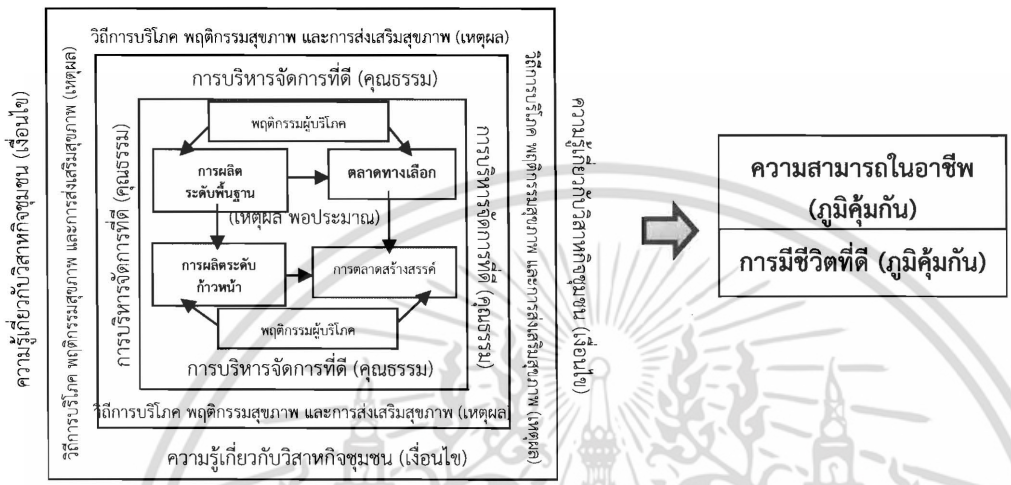
3. การทบทวนเอกสารและกรอบคิดในการวิจัย

วิสาหกิจชุมชน เป็นยุทธศาสตร์ใหม่ของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ทำให้องค์กรชุมชนที่มีขนาดเล็กและขนาดกลางมีสถานะในสังคม การสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชนส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก เมื่อองค์กรขนาดเล็กสามารถร้อยเครือข่ายจนเกิดพลังในการสร้างการเปลี่ยนแปลง การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการตั้งแต่กระบวนการผลิต การจัดการผลผลิตและพัฒนาการโดยใช้ภูมิปัญญาขององค์กรชุมชน [2] มีการพัฒนาระบบการตลาด การบริการและจัดสวัสดิการ มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพึ่งพาตนเองทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม [3] ซึ่งแนวทางในการพัฒนานั้นจึงเริ่มต้นจากการดำเนินงานที่อยู่ในชุมชน การบริหารจัดการที่อิสระ บนพื้นฐานปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จและความล้มเหลวคือ การผลิตที่สอดคล้องกับการตลาด การบริหารจัดการที่ดี มีผู้นำที่เข้มแข็ง สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน มีกฎระเบียบข้อบังคับที่ชัดเจน และมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกอย่างเหมาะสม [4]

หลักการของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 คือส่งเสริมและสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นพื้นฐานของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งนี้การผลิตของวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในระดับพื้นฐานจะเหมาะสมกับระบบตลาดทางเลือก [5] การผลิตในระดับพื้นฐานหมายถึงการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้ฐานภูมิปัญญา มีฐานการผลิตอยู่ที่ชุมชน มีการบริหารจัดการด้วยตนเอง และส่งเสริมการเรียนรู้ในการผลิตสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถประสานการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างรายได้และสวัสดิการที่เพียงพอต่อการมีชีวิตที่ดี [3] ส่วนการผลิตในระดับก้าวหน้า หมายถึง การสร้างความร่วมมือกับธุรกิจอื่นที่เชี่ยวชาญ ผลิตสินค้าหรือบริการที่มีรูปแบบใหม่ๆ คิดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มีกำลังในการสนับสนุนการทำประโยชน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม สมาชิกสามารถนำความรู้ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไปใช้ในการสร้างสรรค์มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสนับสนุนการผลิตสินค้าและการจำหน่าย [6] การผลิตในระดับก้าวหน้าพอเหมาะกับตลาดสร้างสรรค์ที่เป็นตลาดของนักท่องเที่ยวและคนชั้นกลางมีอำนาจทางเศรษฐกิจ [7] หลักการดังกล่าวยึดหลักของเหตุผล ซึ่งกระบวนการผลิตและการตลาดควรอยู่ภายใต้การบริหารจัดการที่ดี ซึ่งเป็นหลักการของคุณธรรม นอกจากนี้การมีวิถีการบริโภคและพฤติกรรมสุขภาพที่ดี และมีการส่งเสริมสุขภาพที่พอเหมาะจะทำให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีชีวิตที่ดีซึ่งถือเป็นภูมิคุ้มกันที่สำคัญ และที่สำคัญการมีความรู้จะเป็นเงื่อนไขให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความสามารถในอาชีพและมีชีวิตที่ดีในเส้นทางของทางสายกลาง [8] จากการทบทวนเอกสารได้สังเคราะห์กรอบคิดในการวิจัยดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบคิดในการวิจัย

4. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ครอบคลุมเนื้อหา 3 ประเด็นคือ 1) การบริหารจัดการที่ดีด้านการผลิต จำหน่ายและความสามารถในอาชีพของวิสาหกิจชุมชน โดยศึกษากับผู้นำวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร 2) วิถีการบริโภค พฤติกรรมสุขภาพ การส่งเสริมสุขภาพ และการมีชีวิตที่ดี โดยศึกษากับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 3) พฤติกรรมผู้บริโภคกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ เพื่อนำผลที่ได้กำหนดแนวทางในการส่งเสริมการบริหารจัดการที่ดีและการเรียนรู้เพื่อยกระดับความสามารถในอาชีพและการมีชีวิตที่ดีของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยศึกษาในช่วงปี 2556-2557

5. วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนดังนี้

5.1 สถานภาพการผลิต การตลาด ความสามารถในอาชีพของวิสาหกิจชุมชน การบริหารจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชน โดยตรวจสอบวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน 2548 ในพื้นที่ อำเภอเมือง อำเภอกระทุ่มแบน และ อำเภอบ้านแพ้ว รวมทั้งสิ้นจำนวน 131 แห่ง เพื่อค้นหาวิสาหกิจชุมชนที่มีสถานภาพในการดำเนินงานเป็นกลุ่มตามเงื่อนไขที่กำหนด พบวิสาหกิจชุมชนที่มีสถานภาพตรงตามเกณฑ์จำนวน 76 แห่ง ทำการสำรวจข้อมูลตามประเด็นที่กำหนด เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม ที่ผ่านจากตรวจความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากการทำตารางตรวจสอบรายการ (Checklist) กับทฤษฎี และทดลองใช้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับเท่ากับ .89 ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) คะแนนเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.2 สำรวจวิถีการบริโภค พฤติกรรมสุขภาพ การส่งเสริมสุขภาพ และการมีชีวิตที่ดี โดยทำการสำรวจเชิงปริมาณกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 297 คน คัดเลือกจากประชากร 1,267 คน ทำการสุ่มครั้งแรกด้วยการแบ่งชั้นหรือพวก (Stratified random sampling) จำแนกตามอำเภอที่ตั้ง คำนวณที่ค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม ทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาด้วยการทำตารางตรวจสอบรายการกับทฤษฎีและทดลองใช้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสมุทรสงคราม ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .81 ข้อมูลที่ได้วิเคราะห์ด้วยค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) คะแนนเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.3 สำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของกลุ่ม กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ จำนวน 400 คน ซึ่งจำนวนของกลุ่มตัวอย่างนี้ใช้ในกรณีที่ประชากรมีจำนวนไม่แน่นอน (Infinite population) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจความตรงเชิงเนื้อหาจากการทำตารางตรวจสอบรายการกับทฤษฎี และทดลองใช้กับผู้บริโภคกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .88 คณะวิจัยแจกแบบสอบถามและได้รับฉบับที่สมบูรณ์คืนมาจำนวน 368 ชุด คิดเป็นร้อยละ 92.0

5.4 วิพากษ์ผลและนำเสนอแนวทางการพัฒนา ผลการศึกษาที่ได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์เชิงลึกนำสู่การประมวลผลและวิเคราะห์โดยคณะวิจัย และนำผลการวิเคราะห์สู่การวิพากษ์ผลในเวทีพิจารณ์ ร่วมกับผู้แทนวิสาหกิจชุมชน จำนวน 76 แห่ง เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการส่งเสริมการผลิตและการตลาดเพื่อยกระดับความสามารถในอาชีพของวิสาหกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เครื่องมือที่ใช้คือเวทีชุมชน (Public hearing) ข้อมูลที่ได้วิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

6. ผลการวิจัย

6.1 สถานภาพของวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชนในปี พ.ศ. 2556 พบว่ามีจำนวน 131 แห่ง แต่มีเพียง 76 แห่ง (ร้อยละ 58.0) ที่มีสถานภาพการดำเนินงานเป็นกลุ่มอย่างแท้จริง ในจำนวนนี้ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเพียงร้อยละ 42.1 ภาพรวมการผลิตของวิสาหกิจชุมชนในระดับพื้นฐาน อยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 4.11) ส่วนการผลิตระดับก้าวหน้า พบว่าอยู่ในระดับดีเช่นกัน ($\overline{X}$ = 4.12) ส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พบว่าสามารถส่งจำหน่ายในตลาดทางเลือกในระดับดี ($\overline{X}$ = 4.02) โดยจำหน่ายในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด และระดับภาค แหล่งขายที่สำคัญคือ ตลาดสินค้าเพื่อการเกษตร การขายตามคำสั่งซื้อ สำหรับการจำหน่ายในตลาดสร้างสรรค์พบว่าอยู่ในระดับดีเช่นกัน ($\overline{X}$ = 3.97) ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์สามารถจำหน่ายในตลาดที่มีระดับสูงขึ้น

6.2 ความสามารถในอาชีพ ประกอบด้วยด้านชีวิตครอบครัว เศรษฐกิจชุมชน และชุมชนเข้มแข็งอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 4.05)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในอาชีพของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร

(n=76)

ความสามารถในอาชีพ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านชีวิตและครอบครัว			
1. มีรายได้ที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตที่ดี	3.81	0.83	ดี
2. สมาชิกและครอบครัวมีความสุขในการขับเคลื่อนความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนด้วยแนวทางที่สร้างสรรค์	4.43	0.77	ดี
3. ความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนด้วยแนวทางใหม่ ๆ	4.22	0.68	ดี
ด้านเศรษฐกิจชุมชน			ดี
1. มีรายได้ที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลผู้อื่นได้	4.03	0.80	ดี
2. วิสาหกิจชุมชนมีรายได้ที่สามารถส่งเสริมและสนับสนุนความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน	4.10	0.69	ดี
ด้านชุมชนเข้มแข็ง			
1. สมาชิกเชื่อในศักยภาพการแก้ปัญหาของตนและชุมชน	4.01	0.76	ดี
2. สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์	4.10	0.74	ดี
3. สมาชิกมีส่วนร่วมในการคิดและตัดสินใจ	4.07	0.73	ดี
4. สมาชิกมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน	3.99	0.70	ดี
5. วิสาหกิจชุมชนมีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ	3.96	0.79	ดี
รวม	4.05	.44	ดี

6.3 การบริหารจัดการที่ดี ในภาพรวมพบว่าอยู่ในลักษณะของการบริหารจัดการที่ดีในทุกประเด็นคือ แหล่งทุน การบริหารจัดการด้านการผลิตและวางแผน การบริหารจัดการด้านการจำหน่ายและการวางแผน นโยบาย ระเบียบข้อบังคับ ที่ชัดเจน ความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำ ศักยภาพผู้นำ ศักยภาพของสมาชิก การพัฒนาบุคลากร การจัดการความรู้ การพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม และการวิจัย การส่งเสริมของภาครัฐและเอกชน ปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การบริหารจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร

(n=76)

ภาพรวมการบริหารจัดการที่ดี	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ด้านแหล่งทุน	3.62	1.14	ดี	10
2. ด้านกระบวนการผลิตและการวางแผน	4.10	0.44	ดี	2
3. ด้านการจำหน่ายและการวางแผน	3.89	0.65	ดี	7
4. ด้านนโยบาย ระเบียบและข้อบังคับ	3.91	0.74	ดี	6
5. ด้านความสามารถในการการบริหารจัดการของผู้นำ	4.01	0.57	ดี	3
6. ด้านศักยภาพของผู้นำ	3.99	0.49	ดี	4
7. ด้านศักยภาพของสมาชิก	4.16	0.50	ดี	1
8. ด้านการพัฒนาบุคลากร	3.88	0.60	ดี	7
9. ด้านการจัดการความรู้ การพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม	3.97	0.49	ดี	5
10.ด้านการส่งเสริมของภาครัฐและเอกชน	3.87	0.84	ดี	8
11.ด้านปฏิสัมพันธ์กับภายนอก	3.76	0.84	ดี	9

6.4 วิถีการบริโภค พฤติกรรมสุขภาพ และการมีชีวิตที่ดีของวิสาหกิจ พบว่าผู้ให้ข้อมูลเป็นสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 296 คน มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารอยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.92) มีพฤติกรรมสุขภาพในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.97) และมีชีวิตที่ดีในระดับดี ($\overline{X}$ = 3.71)

6.5 พฤติกรรมผู้บริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 368 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 302 คน (ร้อยละ 82.07) เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 66 คน (ร้อยละ 17.93) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.2 อายุอยู่ในช่วง 16 – 68 ปี อาชีพส่วนใหญ่อยู่ในภาคการศึกษา/ฝึกอบรม/ทหาร/ข้าราชการ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 30,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.0 เหตุผลที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชมคือ เป็นการช่วยเหลือชุมชน ($\overline{X}$ = 4.31) คุณภาพของสินค้า ($\overline{X}$ = 4.01) ราคาเหมาะสม ($\overline{X}$ = 3.94) สินค้ามีมาตรฐาน ($\overline{X}$ = 3.92) สินค้ามีอัตลักษณ์ ($\overline{X}$ = 3.92) มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ($\overline{X}$ = 3.86) และบรรจุภัณฑ์ ($\overline{X}$ = 3.58) ส่วนผู้ที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน ในระบบออนไลน์ พบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขาย ($\overline{X}$ = 4.08) รองลงมาคือ สามารถสั่งซื้อได้ทุกเวลา ($\overline{X}$ = 4.17) ขั้นตอนวิธีการสั่งซื้อสินค้า ($\overline{X}$ = 4.00) วิธีการชำระเงิน ($\overline{X}$ = 4.00) การรับประกันสินค้า ($\overline{X}$ = 4.00) การจัดส่งฟรี ($\overline{X}$ = 3.58) ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า ($\overline{X}$ = 3.58) ภาพประกอบสินค้าชัดเจน ($\overline{X}$ = 3.58) การจัดส่งฟรี ($\overline{X}$ = 3.58) และความสวยงามของหน้าเว็บไซต์เป็นลำดับสุดท้าย ($\overline{X}$ = 3.50)

6.6 ผลการศึกษาได้นำสู่การวิพากษ์ของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีข้อเสนอให้ปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้มีคุณภาพมาตรฐาน ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้พอเหมาะกับลูกค้าที่แตกต่างกัน โดยกำหนดบทบาทขององค์กรภาครัฐ สถานศึกษาในการสนับสนุนการเรียนรู้และการบริหารจัดการที่ดีเพื่อยกระดับความสามารถในอาชีพและการมีชีวิตที่ดีของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสาครเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ดังนี้

6.6.1 บทบาทของรัฐบาล ในเชิงนโยบายรัฐบาลควรกำหนดให้วิสาหกิจชุมชน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากเป็นวาระแห่งชาติ อีกทั้งควรส่งเสริมการพัฒนาสินค้าในเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชน โดยต่อยอดด้วยความรู้และเทคโนโลยี และเปิดโอกาสให้สถานศึกษาได้มีบทบาทในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเฉพาะสถานศึกษาที่อยู่ใกล้ชิดชุมชน เช่น สถานศึกษาอาชีวศึกษา สาขาที่เกี่ยวข้องกับชุมชน การแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร หัตถกรรม และการบริการ ทั้งนี้รัฐบาลควรจัดสรรงบประมาณให้กับสถานศึกษาในรูปของงานวิจัย งานพัฒนาผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้รัฐบาลควรส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ในรูปของงานแสดงสินค้าที่จัดโดยหน่วยงานราชการที่มีระดับใหญ่ และจัดโดยองค์กรส่วนท้องถิ่น หรือการดำเนินงานโดยเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ

6.6.2 สถานศึกษาในระดับอุดมศึกษาและอาชีวศึกษาควรสนับสนุนให้เปิดหลักสูตร “วิสาหกิจชุมชนกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก” ซึ่งอาจเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้นหรือระยะยาว โดยมีองค์ความรู้ในเรื่องของเศรษฐกิจฐานราก เศรษฐกิจชุมชน ชุมชนเข้มแข็ง และวิสาหกิจชุมชน และความรู้เรื่องการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่พอเหมาะกับสินค้าแต่ละประเภทในระดับพื้นฐานและระดับก้าวหน้า รวมทั้งความรู้เรื่องการพัฒนาสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่ม (Value Added) และการสร้างสรรค์มูลค่า (Value

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Creation) ตลอดจนความรู้เรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในตลาดทางเลือก ตลาดสร้างสรรค์ และตลาดกระแสหลัก รวมทั้งการประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีความรู้ที่จำเป็นในประเด็นของการบริหารจัดการที่ดีในวิสาหกิจชุมชน พฤติกรรมสุขภาพ และการมีชีวิตที่ดี รวมไปถึงการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เช่น การแสวงหาแหล่งทุน การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

6.6.3 หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่สนับสนุนการทำงานของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพัฒนาทรัพยากรและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงมหาดไทย ควรสรุปประสบการณ์ในการสนับสนุนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน พร้อมจัดทำแผนยุทธศาสตร์เชิงบูรณาการร่วมกับวิสาหกิจชุมชน ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ ตามอุดมคติของการก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนให้เป็นหน่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ส่วนในแง่มุมของวิสาหกิจชุมชนควรผนึกกำลังในการดำเนินงาน ด้วยรูปแบบเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็ง เพื่อหนุนช่วยการดำเนินกิจกรรมทางการผลิต การตลาด การบริหารจัดการบนฐานความรู้และคุณธรรม และการประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน หรือองค์กรต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในชุมชน

7. อภิปรายผล

7.1 แนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้ในการผลิต การนำความรู้ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชน ซึ่งจากแบบสอบถามที่ส่งไปถามผู้นำ/สมาชิกวิสาหกิจชุมชนพบว่า มีคะแนนในระดับสูง ในเวทีวิพากษ์ ได้วิจารณ์ว่าน่าจะเกิดจากการเข้าใจผิด เพราะการนำต้นทุนทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมต่อยอดสินค้าให้มีมูลค่ามากกว่าเดิม เป็นขั้นตอนที่มากกว่าการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) แต่เป็นการสร้างสรรค์มูลค่าสินค้า (value creation) ซึ่ง Galloway and Dunlop [4] อธิบายว่าเป็นแนวทางในการนำคุณค่าด้านจิตวิญญาณและความเชื่อ มาสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการได้ เช่น การผสมผสานศิลปะ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม

7.2 แนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้ในการจำหน่าย ความร่วมมือกับธุรกิจอื่นที่เชี่ยวชาญในการคิดหาผลิตภัณฑ์บริการใหม่ๆ ที่แปลกไปจากสินค้าเดิม เป็นประเด็นที่ต้องมีการปรับปรุงเพื่อให้การผลิตผลิตภัณฑ์มีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น ในเวทีวิพากษ์เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนควรใช้ประโยชน์จากคนรุ่นใหม่ในชุมชนที่เริ่มมีความรู้ในระดับที่สูงขึ้น รวมทั้งมีความสามารถทางเทคโนโลยีเพื่อประโยชน์ในการผลิตและจำหน่าย เช่น การจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ เป็นต้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พัชราวดี ศรีบุญเรือง [9] พบว่าคนรุ่นใหม่มีการใช้เทคโนโลยี เช่น สื่อออนไลน์เพื่อหาความรู้เพิ่มเติม หาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และประชาสัมพันธ์ธุรกิจ ในประเด็นของความร่วมมือของผู้เชี่ยวชาญนั้นก็เป็นไปตามแนวคิดของ สุรชัย โฆษิตบวรชัย [7] ที่บ่งชี้ว่าความร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญที่ชัดเจนคือความร่วมมือในการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา (Research and development) เพื่อให้เกิดผลตอบแทนจากการลงทุน โดยนำผลการวิจัยที่ได้ไปสู่การสร้างสรรค์คุณค่าขั้นต่อไป

7.3 พฤติกรรมผู้บริโภค ต่อข้อวิพากษ์ของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนสินค้าวิสาหกิจชุมชนเพราะต้องการช่วยเหลือชุมชนถือเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมของคนไทยที่ต้องการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคมองว่าสินค้าของวิสาหกิจชุมชนมีรูปแบบเรียบง่ายจนไม่น่าสนใจ โดยเสนอให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปลักษณ์แข็งแรงเพื่อป้องกันความเสียหายของสินค้า และมีรูปลักษณ์ สวยงามทันสมัยและน่าสนใจ ทั้งนี้ ชมชวน บุญระหงษ์ [6] มีแนวคิดว่าบรรจุภัณฑ์ของสินค้าชุมชนไม่ควรมีราคาแพงจนเกินไป เพราะจะทำให้สินค้ามีราคาสูง แต่อย่างไรก็ตามบรรจุภัณฑ์ต้องแสดงถึงความเป็นมิตรกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แนวคิดนี้พอเหมาะกับการจำหน่ายสินค้าในตลาดทางเลือก แต่ในแง่มุมของสินค้าที่มีการสร้างสรรค์มูลค่า (value creation) บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญมาก ซึ่งอาจมีราคาสูง อย่างไรก็ตามสินค้าที่มีการสร้างสรรค์มูลค่ามักมีราคาที่สูง เพราะสามารถจำหน่ายได้ตามความรู้สึกนึกคิดที่ลูกค้าให้คุณค่า โดยจำหน่ายในตลาดสร้างสรรค์ที่ผู้ซื้อเป็นคนชั้นกลาง หรือนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจในการซื้อ

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ควรพัฒนาการสั่งซื้อด้วยระบบออนไลน์ โดยใช้ประโยชน์จากผู้นำและสมาชิกวิสาหกิจที่เป็นคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีความรู้ ความสามารถทางเทคโนโลยี

8.2 วิสาหกิจชุมชนควรสร้างเครือข่ายผู้ผลิต การตลาด ผู้บริโภค และผู้ให้การสนับสนุนทั้งองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนโดยจัดทำฐานข้อมูล และใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร เพื่อการเข้าถึงข้อมูล อันจะเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจและหนุนช่วยซึ่งกันและกัน เป็นการสร้างความเข้มแข็งในการช่วยเหลือและพึ่งพาซึ่งกันและกัน

8.2.1 ด้านการผลิต เป็นประโยชน์ในการหนุนช่วยเรื่องของวัตถุดิบ คุณภาพการผลิต การผลิตสินค้าที่แตกต่างหลากหลายและมีอัตลักษณ์ บรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8.2.2 ด้านการตลาด เป็นประโยชน์ต่อการจำหน่ายสินค้าทั้งในตลาดทางเลือก ตลาดสร้างสรรค์ และตลาดกระแสหลักตลอดจนตลาดออนไลน์

8.2.3 ด้านผู้บริโภค เป็นการเข้าถึงลูกค้าบนฐานการผลิตอาหารปลอดภัย ทำให้มีฐานลูกค้าที่แน่นอน และเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการขาย

8.3 ควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้นำวิสาหกิจชุมชนระดับต่างๆ ที่แตกต่างกัน เพื่อนำไปสู่การยกระดับความเข้มแข็ง และการเกื้อหนุนซึ่งกันและกันระหว่างผู้มีพลังกับผู้ที่อ่อนแอกว่า

เอกสารอ้างอิง

[1] สุมาลี สันติพลวุฒิ และคณะ. 2554. โครงการยกระดับผู้ประกอบการ OTOP ที่มีศักยภาพก้าวไปสู่ SMEs กิจกรรมการประเมินศักยภาพและการจัดทำแผนพัฒนา กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

[2] เสรี พงศ์พิศ. 2548ก. **วิสาหกิจชุมชน ทิศทางของการพัฒนา.** กรุงเทพฯ: พลังปัญญา.

[3] ขวัญใจ สีสังข์. 2545. **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนและการให้สินเชื่อวิสาหกิจชุมชน.** กรุงเทพฯ: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์.

[4] Galloway, S. and Dunlop, S. 2010. Social Creativity: Re-Qualifying the Creative Economy. **International Journal of Cultural Policy**. 16(3), pp.17-31.

[5] อรุณี เวียงแสง. 2551. **ตลาดทางเลือก:"ตลาดที่มากกว่าการซื้อขาย."** ในโครงการการจัดการตลาดผักปลอดสารพิษที่เหมาะสมและเป็นธรรมในช่วงปรับเปลี่ยนการผลิต เครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก จังหวัดแม่ฮ่องสอน. ค้นเมื่อ 16 มกราคม 2554 จาก www.vijai-mhs.org/SA1_50.html.

[6] ชมชวน บุญระหงษ์. 2543. **ระบบตลาดทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับสินค้าเกษตรกรรมยั่งยืน.** กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น.

[7] สุรชัย โฆษิตบวรชัย. 2553. **สร้างสรรค์ คุณค่า "Value Creation"** บทสรุปของความสำเร็จยุคใหม่จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ. ค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2554 จาก www.okmd.or.th.

[8] เสรี พงศ์พิศ. 2548ข. **ชุมชนเรียนรู้อยู่เย็นเป็นสุข: บทเรียนจากหมู่บ้าน.** กรุงเทพฯ: พลังปัญญา.

[9] พัชราวดี ศรีบุญเรือง. 2556. การใช้สื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ตมือถือของวิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานคร. **วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม,** 12(3), น.8-15.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้