

ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน  
ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

FACTORS AFFECTING THAI COMMUNITY PRODUCT STANDARD  
OF COMMUNITY ENTERPRISE IN SAMUT SAKHON PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2560

KMITL-2017-AG-M-091-245

ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน  
ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

FACTORS AFFECTING THAI COMMUNITY PRODUCT STANDARD OF  
COMMUNITY ENTERPRISE IN SAMUT SAKHON PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2560

KMITL-2017-AG-M-091-245

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**FACTORS AFFECTING THAI COMMUNITY PRODUCT STANDARD OF  
COMMUNITY ENTERPRISE IN SAMUT SAKHON PROVINCE**



**CHALIDA LERDKASEMPHOL**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF  
MASTER OF SCIENCE PROGRAM IN AGRICULTURAL DEVELOPMENT AND  
RESOURCE MANAGEMENT  
FACULTY OF AGRICULTURAL TECHNOLOGY  
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

**2017**

**KMITL-2017-AG-M-091-245**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



**COPYRIGHT 2017**

**FACULTY OF AGRICULTURAL TECHNOLOGY**

**KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะเทคโนโลยีการเกษตร  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

Factors Affecting Thai Community Product Standard of Community Enterprise in Samut Sakhon Province

นักศึกษา นางสาวชลิดา เลิศเกษมผล

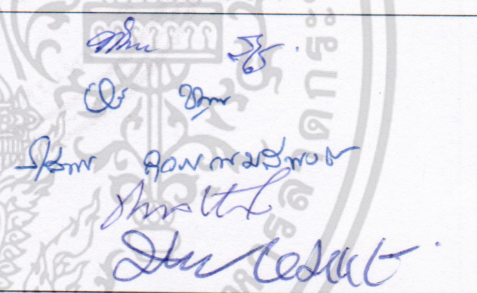
รหัสประจำตัว 57604037

ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา พัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร. ปัญญา หมั่นเก็บ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ดร. สุณิพร สุวรรณมณีพงศ์

| คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ |                       | ลายมือชื่อ                                                                           |
|--------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| รศ.ดร. ทิพวรรณ           | ลิ้มงูร               |  |
| ดร. ประภาพร              | ชวลิตัง               |                                                                                      |
| ดร. สุณิพร               | สุวรรณมณีพงศ์         |                                                                                      |
| ดร. ดวงกมล               | ปานรศทิพ ธรรมาวิวัฒน์ |                                                                                      |
| รศ.ดร. ปัญญา             | หมั่นเก็บ             |                                                                                      |

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

วัน / เดือน / ปี ที่สอบ 26 มิถุนายน 2560

สถานที่สอบ ห้อง C 402/2 (ชั้น 4 ตึกเจ้าคุณทหาร)

คณบดีรับรองแล้ว

มณฑล เกษมณี

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑล เกษมณี)

คณบดีคณะเทคโนโลยีการเกษตร

วันที่ 25 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|                                 |                                                                                      |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์               | ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของ<br>วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร |
| นักศึกษา                        | นางสาวชลิดา เลิศเกษมผล                                                               |
| รหัสประจำตัว                    | 57604037                                                                             |
| ปริญญา                          | วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต                                                                  |
| สาขาวิชา                        | พัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร                                                    |
| พ.ศ.                            | 2560                                                                                 |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์     | รศ.ดร.ปัญญา หมนั้นเก็บ                                                               |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม | ดร.สุณิพร สุวรรณมณีพงศ์                                                              |

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และ 3) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) โดยใช้เทคนิควิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกัน การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประธานกลุ่มหรือตัวแทนกลุ่มที่ได้รับ มผช. ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีจำนวนทั้งหมด 14 กลุ่ม และกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. จำนวน 14 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 28 กลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มที่ได้รับ มผช. จำนวน 5 กลุ่ม และกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. จำนวน 5 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 10 กลุ่ม จำแนกตามประเภทของ มผช. ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า/เครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อหาความสัมพันธ์และเชื่อมโยงโดยการเปรียบเทียบข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาครเป็นประเภทกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 17.86 เมื่อพิจารณากลุ่มที่ได้รับและไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) พบว่า กลุ่มที่ได้รับ มผช. เป็นประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.71 ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มผช. เป็นประเภทการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.15 วิสาหกิจชุมชน กลุ่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับมาตรฐานประเภทขนมหวานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.33 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและสบูะเหลวมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ส่วนปัจจัย ที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านการผลิต ด้าน สมาชิกกลุ่ม และด้านนโยบายรัฐบาล โดยการผลิตและสมาชิกกลุ่มมีผลต่อการได้รับมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนโยบายรัฐบาลมีผลต่อการได้รับ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจ ชุมชน คือ ต้นทุนการผลิตสูง ขาดการประชาสัมพันธ์ ขาดการให้คำปรึกษา และการช่วยเหลือ เกื้อกูลกันระหว่างเครือข่าย ข้อเสนอแนะ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย การสร้างตราสัญลักษณ์ การ เพิ่มทักษะความรู้ให้แก่สมาชิกกลุ่ม โดยการจัดอบรมศึกษาดูงาน นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐควรมี การออกนโยบายเพื่อช่วยในการสนับสนุนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ทั้งการส่งเสริม และ การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

|                          |                                                                                                    |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Thesis</b>            | Factors Affecting Thai Community Product Standard of Community Enterprise in Samut Sakhon Province |
| <b>Student</b>           | Ms.Chalida Lerdkasemphol                                                                           |
| <b>Student ID</b>        | 57604037                                                                                           |
| <b>Degree</b>            | Master of Science                                                                                  |
| <b>Program</b>           | Agricultural Development and Resource Management                                                   |
| <b>Year</b>              | 2017                                                                                               |
| <b>Thesis Advisor</b>    | Assoc. Prof. Dr. Panya Mankeb                                                                      |
| <b>Thesis Co-Advisor</b> | Dr. Suneeporn Suwanmaneepong                                                                       |

### ABSTRACT

The purposes of this research were to study 1) the general background of community enterprise (CE) in Samut Sakhon province, 2) factors affecting Thai Community Product Standard (TCPS) of CE, and 3) the problems and obstacles of CE in Samut Sakhon province. Mixed method research by using the combination of quantitative and qualitative techniques was applied. Regarding quantitative research, structure interviews were conducted to gather data from 28 community enterprise leaders or representatives (14 certified and 14 non-certified TCPS groups) during the period of January 1, 2013 – December 31, 2016. Descriptive statistics namely frequency, percentage, mean, and standard deviation were used to analyze data. Logistic regression analysis was employed for hypothesis testing. Qualitative research was carried out by collecting data from five certified and five non-certified TCPS groups as classified by the type of TCPS by in-depth interviews and non-participant observations. Additionally, a content analysis was performed to find out the relationship and links by using data comparison.

The results revealed that most of the community enterprises in Samut Sakhon province were processing and food products at 42.86%; following this was herbal products at 17.86%. Considering certified and non-certified TCPS groups, it demonstrated that most of certified TCPS group was herbal product at 35.71%, while more than half of non-certified TCPS group was processing and food product at 57.15%. Majority of certified TCPS group was shampoo product at 13.33%, and skin care and liquid soap product were equal proportion at 10.00%. Variable factors that statistically and significantly affected the receiving of certified TCPS of community enterprises were productions, group members at 0.05 level and government policies at 0.01 level. Problems

and obstacles of community enterprises were high cost of production, lack of publicity, lack of counsel provision, as well as mutual help among networks. The finding suggested that relevant agencies should provide knowledge regarding production, product design, developing of new varieties of their products, branding practical training arrangement for community enterprise members for example a study visit. In addition, government agencies should issue policies to assist the operation of community enterprises for both promotion and continuous publicity.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก รศ.ดร.ปัญญา หมน้เก็บ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.สุณิพร สุวรรณณิพวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ซึ่งได้ให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ และข้อชี้แนะต่าง ๆ แก่ผู้วิจัย ตลอดช่วงระยะเวลาในการศึกษาจนถึงการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบเล่มวิทยานิพนธ์ ได้แก่ รศ.ดร.ทิพวรรณ ลิ้มงูร ดร.ประภาพร ชูลีลัง และดร.ดวงกมล ปานรศทิพ ธรรมาธิวัฒน์ ที่ได้ให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้นำและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาครที่สละเวลาให้ข้อมูล และการต้อนรับอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขอขอบพระคุณบิดาและมารดาที่ให้กำลังใจตลอดมา และสนับสนุนเงินทุนในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อนนักศึกษาปริญญาโท และนายธนัช ทัพสงครามที่ให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือ ตลอดจนเป็นกำลังใจที่ดีตลอดระยะเวลาการศึกษา

สุดท้ายนี้ หากการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจ ผู้วิจัยขอมอบความดีงามนี้ให้แก่ ครูอาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์อันมีค่าแก่ผู้วิจัย ตลอดจนบิดา มารดาที่เคารพยิ่งและเป็นกำลังใจสำคัญในการศึกษาจนถึงทุกวันนี้

ชลิดา เลิศเกษมผล

# สารบัญ

|                                                        | หน้า |
|--------------------------------------------------------|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย.....                                   | I    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....                                | III  |
| กิตติกรรมประกาศ.....                                   | V    |
| สารบัญ.....                                            | VI   |
| สารบัญตาราง.....                                       | IX   |
| สารบัญภาพ.....                                         | X    |
| บทที่ 1 บทนำ.....                                      | 1    |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....                | 1    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....                       | 2    |
| 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....                     | 3    |
| 1.4 สมมติฐานการวิจัย.....                              | 3    |
| 1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....                             | 3    |
| 1.6 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....                         | 4    |
| 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัย.....                    | 5    |
| บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....            | 6    |
| 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน.....                  | 6    |
| 2.1.1 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน.....                    | 6    |
| 2.1.2 ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน.....                      | 7    |
| 2.1.3 ประเภทของวิสาหกิจชุมชน.....                      | 7    |
| 2.1.4 รูปแบบของวิสาหกิจชุมชน.....                      | 8    |
| 2.1.5 ระดับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน.....           | 8    |
| 2.1.6 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน.....                      | 9    |
| 2.1.7 ความพร้อมของชุมชนเพื่อการทำวิสาหกิจชุมชน.....    | 9    |
| 2.1.8 กิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน.....                     | 10   |
| 2.2 แนวคิดโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....            | 10   |
| 2.2.1 วัตถุประสงค์ของโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน..... | 10   |
| 2.2.2 แนวคิดโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....          | 11   |
| 2.2.3 ความหมายของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....            | 11   |
| 2.2.4 หลักเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....              | 11   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

|                                                                 | หน้า      |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.5 หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน..... | 13        |
| 2.2.6 การแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....              | 16        |
| 2.2.7 ขั้นตอนดำเนินงานในการให้การรับรอง.....                    | 16        |
| 2.2.8 ประโยชน์ที่ได้จากการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....      | 17        |
| 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยภายในกลุ่ม.....                | 17        |
| 2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการเงิน.....                               | 17        |
| 2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ.....                       | 18        |
| 2.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด.....                               | 21        |
| 2.3.4 แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต.....                               | 24        |
| 2.3.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ.....                     | 25        |
| 2.3.6 แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นสมาชิก.....                         | 28        |
| 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกกลุ่ม.....               | 30        |
| 2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....       | 30        |
| 2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนทางสังคม.....                   | 33        |
| 2.4.3 แนวความคิดเกี่ยวกับเครือข่าย.....                         | 35        |
| 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....                                  | 38        |
| <b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....</b>                          | <b>43</b> |
| 3.1 วิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ.....                           | 43        |
| 3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....                              | 43        |
| 3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....                           | 44        |
| 3.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....                                  | 45        |
| 3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....                                   | 46        |
| 3.1.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....                      | 46        |
| 3.2 วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ.....                           | 48        |
| 3.2.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....                                    | 48        |
| 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....                           | 49        |
| 3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....                                  | 49        |
| 3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....                                   | 50        |

## สารบัญ (ต่อ)

|                                                                         | หน้า |
|-------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b> .....                               | 51   |
| 4.1 การวิจัยเชิงปริมาณ.....                                             | 51   |
| 4.1.1 สภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร.....                 | 51   |
| 4.1.2 ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน..... | 53   |
| 4.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....               | 65   |
| 4.1.4 ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร.....            | 66   |
| 4.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ.....                                             | 75   |
| 4.2.1 ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร.....                                         | 76   |
| 4.2.2 ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มน.....                                  | 95   |
| 4.2.3 ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า/ เครื่องแต่งกาย.....                           | 117  |
| 4.2.4 ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก.....                | 138  |
| 4.2.5 ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา.....                    | 158  |
| <b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b> .....             | 181  |
| สรุปผลการวิจัย.....                                                     | 181  |
| อภิปรายผลการวิจัย.....                                                  | 185  |
| ข้อเสนอแนะ.....                                                         | 187  |
| <b>บรรณานุกรม</b> .....                                                 | 189  |
| <b>ภาคผนวก</b> .....                                                    | 197  |
| ภาคผนวก ก ลักษณะทั่วไปของพื้นที่ศึกษา.....                              | 198  |
| ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์งานวิจัย.....                                      | 203  |
| ภาคผนวก ค ผลการตรวจสอบคุณภาพและการหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ.....     | 219  |
| ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจแบบสัมภาษณ์.....                   | 225  |
| ภาคผนวก จ บทความวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์.....                           | 229  |
| <b>ประวัติผู้เขียน</b> .....                                            | 241  |

## สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า                                                                                                  |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.1      | สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....42                                                                      |
| 3.1      | รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ.....44                                                                           |
| 3.2      | วิสาหกิจชุมชนและผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ.....48                                          |
| 4.1      | ประเภทกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร.....52                                                  |
| 4.2      | การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....52                                                                 |
| 4.3      | ปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....58                                   |
| 4.4      | ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....65                                                 |
| 4.5      | ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร.....70                                              |
| 4.6      | เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และ ไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร.....92                              |
| 4.7      | เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และ ไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม.....113                       |
| 4.8      | เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และ ไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า/<br>เครื่องแต่งกาย.....134       |
| 4.9      | เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และ ไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/<br>ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก.....155 |
| 4.10     | เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และ ไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพร<br>ที่ไม่ใช่อาหารและยา.....175    |

## สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า                                                                      |
|--------|---------------------------------------------------------------------------|
| 1.1    | กรอบแนวคิดการวิจัย.....4                                                  |
| 2.1    | ขั้นตอนดำเนินงานในการให้การรับรอง.....16                                  |
| 4.1    | วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี.....76                                         |
| 4.2    | แผนงานและตัวชี้วัดความเข้มแข็งของกลุ่ม.....78                             |
| 4.3    | ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแปรรูปของวิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี.....79                |
| 4.4    | คุณสุกัญญา คงมณี ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี.....80             |
| 4.5    | น้ำพริกเผา 3 รสของวิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่.....85                           |
| 4.6    | คุณอริย์ ศรีจินดา ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่.....86                |
| 4.7    | ภาพถ่ายอาคารแปรรูปผลผลิตของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง.....96   |
| 4.8    | เครื่องต้มวุ้นหางจรเข้ผสมน้ำใบเตย.....98                                  |
| 4.9    | แผ่นพับประชาสัมพันธ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหลักสอง.....98        |
| 4.10   | คุณสุดาทิพย์ มีแสงเงิน ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน.....100                   |
| 4.11   | วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา.....105                        |
| 4.12   | เครื่องต้มวุ้นหางจรเข้ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา...107 |
| 4.13   | เครื่องต้มวุ้นหางจรเข้พร้อมจัดจำหน่าย.....108                             |
| 4.14   | คุณสมศรี เกตุแก้ว ประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา...108  |
| 4.15   | ร้านค้าออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางนาดี.....119                      |
| 4.16   | คุณจันทร์เพ็ญ โพธิ์สุวรรณ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางนาดี.....121  |
| 4.17   | การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ.....123                             |
| 4.18   | เสื้อผ้าสำเร็จรูปของวิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร.....128                 |
| 4.19   | ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร.....128                  |
| 4.20   | คุณอาภา บุญวิรัตน์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร.....129       |
| 4.21   | ผลิตภัณฑ์จักสานเส้นพลาสติกของวิสาหกิจชุมชนศิลปประดิษฐ์ตำบลอำแพง...141     |
| 4.22   | ผลิตภัณฑ์จากลูกดินปั้นน้ำของวิสาหกิจชุมชนศิลปประดิษฐ์ตำบลอำแพง.....141    |
| 4.23   | คุณวรรณา แซ่ลือ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศิลปประดิษฐ์ตำบลอำแพง.....143     |
| 4.24   | ป้ายชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้ม.....146                              |
| 4.25   | กล้วยไม้สกุลช้าง 5 ช่อ ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น บนดอกไม้ขนาดใหญ่.....148     |

## สารบัญภาพ (ต่อ)

| ภาพที่ | หน้า                                                                     |
|--------|--------------------------------------------------------------------------|
| 4.26   | กล้วยไม้สกุลแคทลียา 2 ช่อ ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น บนดอกไม้ขนาดเล็ก.....148 |
| 4.27   | ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่นในกระถางขนาดเล็ก.....148                      |
| 4.28   | คุณสุกัญญา คงวิจิตร ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้ม.....150           |
| 4.29   | ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง.....161             |
| 4.30   | คุณเฉลิมศรี อินทนนท์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน.....163                    |
| 4.31   | ด้านหน้าของวิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบำรุงรัชอ้อมน้อย.....165             |
| 4.32   | ส่วพื้ควาของวิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบำรุงรัชอ้อมน้อย.....167            |
| 4.33   | คุณพิปราย ลิ้มรักษา ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบำรุงรัช.....169 |



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 วิสาหกิจชุมชนเป็นพลังขับเคลื่อนทางหนึ่งของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของไทย วิสาหกิจชุมชนเป็นหน่วยสำคัญของภาคสังคมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของชุมชนทั้งการผลิตสินค้าและบริการ (Chotithammaporn *et al.* 2015) โดยเริ่มต้นตั้งแต่มีการใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจชุมชน ลดทอนภาวะพึ่งพิงทางสังคม ส่งเสริมให้ประชาชนได้ใช้ภูมิปัญญาที่ผสมผสานกับระบบนิเวศในท้องถิ่น ซึ่งในหลายประเทศประสบความสำเร็จในการส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่น เช่น โครงการหนึ่งเมืองหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Town One Product: OTOP) ของประเทศฟิลิปปินส์และสาธารณรัฐประชาชนจีน (เขตปกครองพิเศษไต้หวัน) และโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Village One Product: OVOP) ของประเทศญี่ปุ่น (ธีระวัฒน์ จันทิก และเสรี ชัดแจ้ง, 2557) วิสาหกิจชุมชนมีบทบาทสำคัญกับสังคมไทยในหลายด้าน เช่น เป็นการส่งเสริมการรวมตัวกันของคนในชุมชน ลดการพึ่งพาจากภายนอก เป็นการส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นกลไกสร้างความยั่งยืนของชุมชนด้วยแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เป็นระบบเศรษฐกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ มีความพร้อมที่จะพัฒนาท้องถิ่น ตลอดจนเป็นเครื่องมือระดับจุลภาค เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจและสังคม (ณรงค์ เพชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล, 2550)

สถานการณ์วิสาหกิจชุมชนในระดับประเทศพบว่า จากการดำเนินการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ปี 2555-2559 มีวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการอนุมัติทะเบียน จำนวนกว่า 80,000 แห่ง โดยวิสาหกิจชุมชนร้อยละ 60 หรือประมาณ 50,000 แห่ง ที่ยังคงมีการดำเนินการอยู่ และอีก 30,000 แห่ง อยู่ระหว่างกระบวนการเพิกถอนและยกเลิกทะเบียนออกจากระบบ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2560) โดยปกติแล้วกระบวนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมักใช้เทคนิคการผลิตที่ไม่ซับซ้อน เนื่องจากการลงทุนต่ำ จึงทำให้ขาดการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของสินค้าที่ดีตามความต้องการของลูกค้า ด้วยเหตุนี้สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้เล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าวจึงให้การสนับสนุนจัดทำโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้น เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นที่ยอมรับและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค เนื่องจากได้รับการรับรองและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์จากเจ้าหน้าที่ของรัฐ ยิ่งไปกว่านั้นคือการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นไปสู่ลูกค้าทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งยังเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยและส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นอีกทางหนึ่ง

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดในเขตภาคกลางตอนล่างที่มีพื้นที่น้อยที่สุดเป็นอันดับที่ 5 ของประเทศไทย มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรสัตว์น้ำ นอกจากนี้พื้นที่ทางตอนบนของจังหวัดมีความอุดมสมบูรณ์ของดิน มีโครงข่ายแม่น้ำลำคลองเชื่อมโยงกระจายอยู่ทั่วพื้นที่กว่า 170 สาย จึงเหมาะสำหรับการปลูกพืช และพื้นที่บางส่วนเป็นย่านธุรกิจและอุตสาหกรรม (สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร, 2558) ในปี พ.ศ. 2558 ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสมุทรสาคร (Gross Provincial Product: GPP) เป็นอันดับที่ 5 ของประเทศไทย โดยทั้งจังหวัดมีผลิตภัณฑ์มวลรวม 344,552 ล้านบาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559) วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาครส่วนใหญ่อยู่ในชั้นก้าวหน้า คือ สามารถพึ่งพาตนเองได้ มองหากลุ่มลูกค้าใหม่ ทนต่อข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ โดดเด่นด้านเทคโนโลยี มีความคิดสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับทั้งภายในและต่างประเทศ (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร, 2554)

ในปัจจุบันจังหวัดสมุทรสาครมีวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนกับสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 145 กลุ่ม แต่มีวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีจำนวน 14 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 9.66 จากจำนวนวิสาหกิจชุมชนทั้งหมดในจังหวัดสมุทรสาคร (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2559) ถือได้ว่าอยู่ในระดับต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง ในขณะที่เดียวกันการได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ยังแสดงให้เห็นถึงโอกาสในการสร้างรายได้สำหรับเกษตรกรรายย่อยในประเทศที่กำลังพัฒนาเช่นเดียวกับประเทศไทย (FAO, 2011) ยิ่งไปกว่านั้นการได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ยังเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน (Ruengdet and Wongsurawat, 2010) จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแผนหรือนโยบาย เพื่อให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทั้งภายในและต่างประเทศ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนใน

จังหวัดสมุทรสาคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.2.3 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ได้ทราบถึงสภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร ตลอดจนปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายและแผนงาน เพื่อให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาครให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทั้งภายในและต่างประเทศ

## 1.4 สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยภายในกลุ่ม ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านผู้นำ และด้านสมาชิกกลุ่ม ตลอดจนปัจจัยภายนอกกลุ่ม ได้แก่ ด้านนโยบายรัฐบาล ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

## 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

### 1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ทำการศึกษา คือ จังหวัดสมุทรสาคร แบ่งออกเป็น 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสมุทรสาคร อำเภอกะห้ลุ่มแบน และอำเภอบ้านแพ้ว

### 1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร เป็นการศึกษาสภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

### 1.5.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาครที่จดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 145 กลุ่ม โดยเก็บข้อมูลจากประธานกลุ่มหรือตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษารั้งนี้ คือ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 145 กลุ่ม โดยเก็บข้อมูลจากประธานกลุ่มหรือตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อได้รู้เห็นแล้วให้รีบแจ้งคืนให้เจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมุทรสาคร จำนวน 28 กลุ่ม โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่งวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีจำนวนทั้งหมด 14 กลุ่ม ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด และกลุ่มที่สองวิสาหกิจชุมชนที่ไม่ได้รับการรับรอง มผช. จำนวน 14 กลุ่ม โดยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในรัศมีไม่เกิน 10 กิโลเมตรห่างจากวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่วนกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 10 กลุ่ม โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่งวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรอง มผช. ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559 จำนวน 5 กลุ่ม และกลุ่มที่สองวิสาหกิจชุมชนที่ไม่ได้รับการรับรอง มผช. จำนวน 5 กลุ่ม เพื่อนำมาเปรียบเทียบกัน และแบ่งตามประเภทของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 5 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มน้ำ ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา

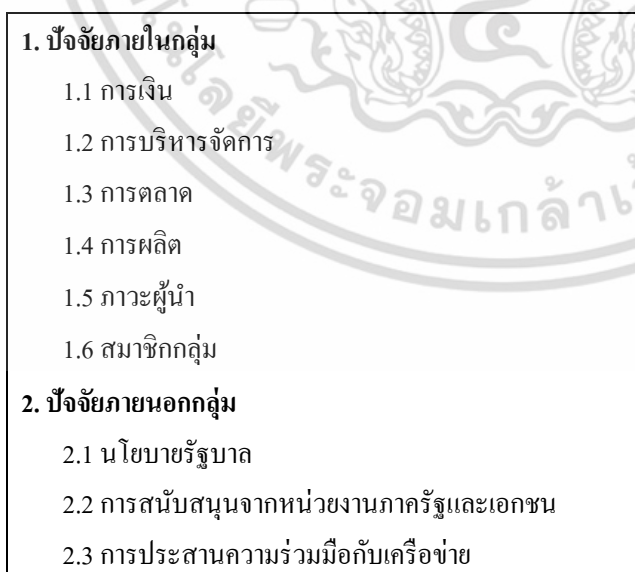
#### 1.5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559 – เมษายน พ.ศ. 2560

### 1.6 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร” มีกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัย

**วิสาหกิจชุมชน** หมายถึง การรวมตัวกันของบุคคลในชุมชนตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป เพื่อประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรืออื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพัฒนาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

**มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน** หมายถึง เกณฑ์ หรือข้อกำหนดที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมตั้งขึ้น เพื่อให้สินค้าชุมชนมีคุณภาพที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่เชื่อถือ เป็นที่ยอมรับและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

**การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน** หมายถึง วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาครที่ยื่นคำขอและผ่านการตรวจประเมินแล้ว โดยได้รับใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559

**ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน** หมายถึง สิ่งที่สนับสนุนหรือเป็นสาเหตุที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาครได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกกลุ่ม

**ปัจจัยภายใน** หมายถึง สิ่งที่สนับสนุนหรือเป็นสาเหตุภายในวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาครให้ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านภาวะผู้นำ และด้านสมาชิกกลุ่ม

**ปัจจัยภายนอก** หมายถึง สิ่งที่สนับสนุนหรือเป็นสาเหตุภายนอกวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาครให้ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ด้านนโยบายรัฐบาล ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
- 2.2 แนวคิดโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยภายในกลุ่ม
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกกลุ่ม
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

##### 2.1.1 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548) ได้ให้ความหมาย วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดย คณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน

เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร (2552) ได้ให้ความหมาย วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การรวมตัวกันของคนในชุมชน เพื่อดำเนินการทางธุรกิจที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน จะต้องมุ่งส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถปรับฐานคิดและวิธีคิด มุ่งเน้นการรวมกลุ่มเพื่อจัดการผลิตอย่างครบวงจรทั้งการผลิต การแปรรูป และการตลาด

เสาวรภัย กุสุมา ณ อยุธยา (2553) ได้ให้ความหมาย วิสาหกิจชุมชน หมายถึง แนวคิดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนรากฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม ตลอดจนการส่งเสริมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการโดยชุมชนที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต มีการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาปรับใช้ในการผลิต มีการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมทุกข์ ร่วมสุขซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างรายได้ และการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.1.2 ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน

กัญญามน อินหว่างและคณะ (2554) ได้ระบุว่า วิสาหกิจชุมชนมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 7 ประการด้วยกัน ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

2.1.2.1 ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง แต่อย่างไรก็ตามคนนอกอาจมีส่วนร่วมโดยอาจมีการถือหุ้นได้ เพื่อการมีส่วนร่วม ร่วมมือ และให้ความช่วยเหลือ แต่ไม่ใช่หุ้นใหญ่ทำให้มีอำนาจในการตัดสินใจ

2.1.2.2 ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน ซึ่งอาจจะนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้ แต่เน้นการใช้ทรัพยากรภายในท้องถิ่นให้มากที่สุด

2.1.2.3 ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน เพื่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชน ซึ่งมีความรู้ภูมิปัญญาหากมีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมเกิดมีความเชื่อมั่นในตัวเอง ก็จะริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้โดยไม่เอาแต่เลียนแบบหรือแสวงหาสูตรสำเร็จ

2.1.2.4 ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาของท้องถิ่น โดยปรับประยุกต์ให้ทันสมัยผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากลหรือจากที่อื่น

2.1.2.5 การดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ไม่ใช่ทำแบบโครงการเดี่ยวคล้ายกับปลูกพืชเชิงเดี่ยว แต่เป็นการทำแบบวนเกษตร คือ มีหลาย ๆ กิจกรรมประสานผนึกพลัง (Synergy) และเกื้อกูลกัน (Cluster)

2.1.2.6 มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจหลัก การเรียนรู้คือหัวใจของกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน หากไม่มีการเรียนรู้ก็จะมีแต่การเลียนแบบการหาสูตรสำเร็จโดยไม่มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ

2.1.2.7 มีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมาย การพึ่งตนเองคือเป้าหมายอันดับแรกและสำคัญที่สุดของวิสาหกิจชุมชน ถ้าหากพลาดเป้าหมายนี้คือพลาดเป้า วิสาหกิจชุมชนจะกลายเป็นธุรกิจที่มีเป้าหมายที่กำไรก่อนที่จะคิดจะทำให้อุด ไม่พัฒนาเป็นขั้นเป็นตอนให้เกิดความมั่นคงก่อนที่จะก้าวไปพัฒนาธุรกิจ

## 2.1.3 ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

อานันท์ ตะนัยศรี (2555) ได้กล่าวว่า ในการแบ่งประเภทของวิสาหกิจชุมชน สามารถมองได้หลายมิติ กล่าวคือ หากแบ่งตามลักษณะการประกอบการเป็นหลัก สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ดังนี้

2.1.3.1 วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อการใช้ในท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งมีอยู่ 5 อย่าง คือ อาหารข้าว สมุนไพร ของใช้ ปุ๋ย ซึ่งอยู่ในขีดความสามารถของชาวบ้านทั่วไปจะทำได้ เป็นของต้องกินต้องใช้ประจำวัน มีมูลค่ามากกว่าครึ่งของค่าใช้จ่ายทั้งปีของแต่ละครัวเรือน แต่ชาวเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บ้านทั่วไปไม่ว่าอยู่ใกล้เมืองหรือไกลเมืองต่างก็ซื้อกินซื้อใช้

2.1.3.2 วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำออกสู่ตลาดใหญ่ได้ เพราะมีลักษณะเฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น บางอย่างอาจมีสูตรเด็ดเคล็ดลับหรือคุณภาพดีในระดับมาตรฐาน สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ก็คือหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า

#### 2.1.4 รูปแบบของวิสาหกิจชุมชน

กัญญามน อินทวงศ์และคณะ (2554) ได้การจำแนกรูปแบบของวิสาหกิจชุมชนจำแนกตามขอบข่ายของกิจการที่ประกอบการ สามารถกำหนดได้เป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

2.1.4.1 วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการเดี่ยว คือ วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการที่มีการบริหารจัดการโดยคณะผู้บริหารในชุมชนชุดเดียว โดยจะมีผลผลิตมากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์/บริการก็ได้

2.1.4.2 วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการในรูปแบบเครือข่าย คือ วิสาหกิจชุมชนที่มีความสัมพันธ์กับกิจการอื่น ๆ โดยแต่ละวิสาหกิจต่างมีการประกอบการตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของกิจการของตน หากแต่มีความสัมพันธ์แบบพึ่งพาเกื้อกูลเชื่อมโยงกันในรูปแบบต่าง ๆ วิสาหกิจชุมชนมุ่งเน้นการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานภูมิปัญญาสากล เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินทรัพย์ที่เป็นทุนทางสังคมของชุมชนให้เป็นสินค้าและบริการของชุมชน สร้างเศรษฐกิจฐานของชุมชนให้เข้มแข็งสู่เป้าหมายนั้นคือ ความเข้มแข็งของชุมชนและการพึ่งพาตนเอง

#### 2.1.5 ระดับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

กัญญามน อินทวงศ์และคณะ (2554) ได้การจำแนกระดับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจำแนกตามเป้าหมายของผลผลิตของกิจการได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.1.5.1 ระดับพื้นฐาน ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่มีการประกอบการเพื่อให้เกิดผลผลิตหรือการให้บริการที่จะนำไปใช้เพื่อการอุปโภคบริโภค มุ่งเน้นการลดรายจ่าย การประหยัดและออม เพื่อให้ดำรงชีวิตได้อย่างพออยู่พอกิน ทั้งระดับครัวเรือน ชุมชน และระหว่างชุมชน วิสาหกิจชุมชนพื้นฐานเป็นการประกอบการในระดับการผลิต การแปรรูปและการดำเนินการต่าง ๆ เพื่อกินเพื่อใช้ในครอบครัวในชุมชน และตอบสนองความจำเป็นพื้นฐานของครัวเรือน ชุมชนให้พออยู่พอกิน ถ้ามุ่งแต่เพียงเพิ่มรายได้โดยไม่มีการลดรายจ่ายจะเกิดปัญหาหนี้สินตามมา

2.1.5.2 ระดับพัฒนา ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่มีการประกอบการเพื่อให้เกิดผลผลิตหรือการให้บริการเพื่อการลดรายจ่าย และมีส่วนเหลือสามารถนำไปแบ่งปัน แลกเปลี่ยนหรือจำหน่ายให้เกิดรายได้เพิ่ม หรือมีทุนเพิ่มในการประกอบการ อันนำไปสู่การอยู่ดีกินดีของครัวเรือน ชุมชนและระหว่างชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.5.3 ระดับก้าวหน้า ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่มีการประกอบการทั้งภาคการผลิตและการบริการ มุ่งการเพิ่มรายได้ไปสู่การขยายการลงทุน ลดการนำเข้าเพื่อการส่งออกของผลิตภัณฑ์ ขณะเดียวกันก็สามารถจัดสรรผลกำไร เพื่อสวัสดิการของชุมชนหรือเพื่อกิจกรรมสาธารณประโยชน์ สร้างความมั่งมีศรีสุขของครัวเรือน ชุมชน ขยายไปถึงระหว่างชุมชน และนำไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

## 2.1.6 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548) ได้ให้ความหมายเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นองค์กรชุมชนเพื่อประกอบการวิสาหกิจชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนนั้นมี 2 ประเภท คือ

2.1.6.1 เครือข่ายภายใน เป็นเครือข่ายที่มีการจัดการความสัมพันธ์ในระดับหมู่บ้าน ตำบล

2.1.6.2 เครือข่ายภายนอก เป็นเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ในระดับอำเภอ จังหวัด ภาค แต่เนื่องจากระบบโครงสร้างสังคมสมัยใหม่ไม่ค่อยเอื้อให้คนในชุมชนมีความสัมพันธ์กันเหมือนเมื่อก่อน คนในหมู่บ้านเดียวกันไปมาหาสู่ ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ฟังพาอาศัยธรรมชาติ ไม่ต้องออกไปหากินไกล ๆ ทำให้คนใกล้ชิดกัน วันนี้สถานการณ์เปลี่ยนไป จำเป็นต้องมีคนเชื่อมคนเชื่อมองค์กร เพื่อให้ผู้คนมีความสัมพันธ์กันและช่วยเหลือซึ่งกันและกันเหมือนที่เคยทำในอดีต แต่ต่างกันในรูปแบบ ซึ่งต้องพัฒนาให้เหมาะสมต่อไป

## 2.1.7 ความพร้อมของชุมชนเพื่อการทำวิสาหกิจชุมชน

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2548) ระบุว่า ความพร้อมของชุมชนเพื่อการทำวิสาหกิจชุมชนนั้น อย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติของชุมชนที่มีจุดแข็ง 3 อย่าง คือ

2.1.7.1 ความหลากหลายทางชีวภาพ เป็นชุมชนที่ยังมีป่า มีดิน น้ำ ธรรมชาติที่มากด้วยสิ่งที่มีคุณค่าต่อชีวิต เป็นอาหาร เป็นยา เป็นของใช้ต่าง ๆ ถ้าหากคนให้พบคุณค่าสิ่งเหล่านั้นก็จะมีมูลค่า

2.1.7.2 ภูมิปัญญาของท้องถิ่น แม้ว่าในปัจจุบันเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นจะหายไปพร้อมกับคนรุ่นเก่า แต่ก็ยังมีเหลืออยู่ไม่น้อยหากรู้จักค้นหา นำมาประยุกต์และผสมผสานกับความรู้ใหม่ ๆ ในปัจจุบันก็อาจจะได้สิ่งที่มีคุณค่าและมูลค่า

2.1.7.3 เครือข่ายของความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในชุมชน คนในชุมชนนั้นต้องมีความร่วมมือ ร่วมใจจัดการองค์กรชุมชนและเครือข่าย สามารถพึ่งพาอาศัยกัน ร่วมกันจัดการทรัพยากรผลผลิตต่าง ๆ แบ่งกันผลิตและร่วมกันบริโภคเป็นชุมชนพึ่งตนเองได้

### 2.1.8 กิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน

เสรี พงศ์พิศ (2548) ได้กล่าวว่า การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนมิได้มีเป้าหมายอยู่ที่การสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคมด้วย วิสาหกิจชุมชนจึงมีความหมายครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

2.1.8.1 การแปรรูปหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตชุมชน เป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องจากการผลิตทางการเกษตรเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลผลิตทางการเกษตร

2.1.8.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน เช่น การแปรรูปผักผลไม้พื้นบ้าน ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

2.1.8.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองการพึ่งตนเองขององค์กรชุมชน และเครือข่ายองค์กรชุมชน เช่น น้ำดื่ม น้ำปลา นุ้ยชีวภาพ เป็นต้น

2.1.8.4 การพัฒนาระบบการตลาด การบริการ และสวัสดิการชุมชน เพื่อบริการสมาชิกและคนในชุมชน เช่น ร้านค้าชุมชน ศูนย์สุขภาพพื้นบ้าน เป็นต้น

## 2.2 แนวคิดโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

### 2.2.1 วัตถุประสงค์โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้จัดทำโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้น โดยมีระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี วงเงินงบประมาณ 112,475,000 บาท เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือระดับพื้นที่ที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ขณะเดียวกันรัฐบาลมีนโยบายจัดตั้งโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเสริมสร้างให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อผลิตจำหน่ายสู่ตลาดผู้บริโภค ดังนั้นโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จึงเป็นแนวทางที่สอดคล้องและสนับสนุนในด้านมาตรฐานและการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้จากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและสามารถประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นแนวทางที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังนี้ (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2546)

2.2.1.1 ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรองและแสดงเครื่องหมายการรับรอง

2.2.1.2 เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในและต่างประเทศ

2.2.1.3 เพื่อเน้นให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืน อีกทั้งสนับสนุนนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

## 2.2.2 แนวคิดโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นการรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ก่อนที่จะมีการพัฒนาปรับปรุงระดับคุณภาพให้เข้าสู่มาตรฐานระดับประเทศและระดับสากล ซึ่งเป็นแนวทางที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ มีแนวคิดของโครงการดังต่อไปนี้ (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. 2546)

### 2.2.2.1 เป็นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยสู่สากล

2.2.2.2 เกิดมาจากหลักการพึ่งพาตนเองและการคิดอย่างสร้างสรรค์ของชุมชน การตัดสินใจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่มีคุณค่า และสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

2.2.2.3 เป็นการผลักดันผลิตภัณฑ์ให้เข้าสู่การผลิตที่มีมาตรฐาน และได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์

### 2.2.2.4 เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์โดยใช้แรงงานและทรัพยากรในท้องถิ่น

## 2.2.3 ความหมายของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (2558) ได้ให้ความหมาย มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ ข้อกำหนดด้านคุณภาพที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นที่เชื่อถือ เป็นที่ยอมรับ และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด และสอดคล้องกับนโยบาย OTOP โดยในแต่ละผลิตภัณฑ์ก็จะมีข้อกำหนดแตกต่างกันออกไป

## 2.2.4 หลักเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (2558) ได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนไว้ ดังนี้

### 2.2.4.1 ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐาน ดังนี้

- (1) สถานที่ เครื่องมือ และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเหมาะสมและสะอาด
- (2) กรรมวิธีการผลิตถูกต้องลักษณะ
- (3) ผลิตภัณฑ์ไม่มีส่วนผสมที่เป็นสิ่งแปลกปลอม
- (4) ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์อยู่ในปริมาณที่กำหนด และไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค
- (5) สีที่เป็นส่วนผสมผลิตภัณฑ์ เป็นสีผสมอาหารตามชนิดและอยู่ในปริมาณที่กำหนด

- (6) บรรจุภัณฑ์ต้องสะอาด ปิดมิดชิด สามารถป้องกันความชื้น ไม่มีรอยร้าวซึม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่มีสนิม และไม่มีรอยบุบหรือบวม

(7) ผลิตภัณฑ์ต้องมีสี กลิ่น รส ที่ดีตามธรรมชาติของวัตถุดิบ และปราศจากกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์

#### 2.2.4.2 ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม ได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐาน ดังนี้

- (1) สถานที่ เครื่องมือ และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเหมาะสมและสะอาด
- (2) กรรมวิธีการผลิตถูกสุขลักษณะ
- (3) ผลิตภัณฑ์ไม่มีส่วนผสมที่เป็นสิ่งแปลกปลอม
- (4) ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์อยู่ในปริมาณที่กำหนด และไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค
- (5) สีที่เป็นส่วนผสมผลิตภัณฑ์ เป็นสีผสมอาหารตามชนิดและอยู่ในปริมาณที่กำหนด
- (6) บรรจุภัณฑ์ต้องสะอาด ปิดมิดชิด สามารถป้องกันความชื้น ไม่มีรอยร้าวซึม ไม่มีสนิม และไม่มีรอยบุบหรือบวม
- (7) ผลิตภัณฑ์ต้องมีสี กลิ่น รส ที่ดีตามธรรมชาติของวัตถุดิบ และปราศจากกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์

#### 2.2.4.3 ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า/ เครื่องแต่งกาย ได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐาน ดังนี้

- (1) ผลิตภัณฑ์อยู่ในสภาพเรียบร้อย ประณีต และสวยงาม
- (2) ผลิตภัณฑ์ที่มีกรรมวิธีที่ผลิตด้วยมือต้องมีขอบกพร่องน้อยที่สุด และขอบกพร่องนั้นต้องเป็นที่ยอมรับได้
- (3) ผลิตภัณฑ์ต้องอยู่ในสภาพเรียบร้อยตลอดทั้งผืน
- (4) ผู้ผลิตต้องศึกษารายละเอียดแหล่งที่มาของวัตถุดิบ และขั้นตอนการแปรรูปผลิตภัณฑ์
- (5) ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้าต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะทางตามชนิดของผลิตภัณฑ์
- (6) เส้นด้ายที่ใช้ในการทอต้องระบุชนิดของด้ายในการทอให้ชัดเจน
- (7) ผลิตภัณฑ์จากผ้าต้องมีฝ้ายเรียบร้อย ประณีต
- (8) ผลิตภัณฑ์ต้องมีขนาดกว้างและยาวไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ในฉลาก

#### 2.2.4.4 ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก ได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐาน ดังนี้

- (1) ผลิตภัณฑ์ต้องอยู่ในสภาพเรียบร้อย ประณีต เก็บรายละเอียดของผลิตภัณฑ์
- เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ดีและสวยงาม

- (2) วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์
- (3) ผลิตภัณฑ์ไม่ฉีกขาด ไม่มีเชื้อรา และสิ่งสกปรก
- (4) ส่วนประกอบหรือตกแต่งผลิตภัณฑ์ด้วยวัสดุอื่น ต้องประณีต คงทน

สวยงาม สม่่าเสมอ กลมกลืนเหมาะสมกับชิ้นงาน

- (5) นำผลิตภัณฑ์ไปใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์
- (6) ผลิตภัณฑ์ต้องมีขนาดกว้างและยาวไม่น้อยกว่าที่ระบุในฉลาก
- (7) สีที่ใช้ในการทำ ตกแต่งผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ ไม่ลอกเป็นคราบ และต้อง

ทาด้วยความประณีต เรียบร้อย สม่่าเสมอ

- (8) การต่อรอยของผลิตภัณฑ์ต้องแนบเนียนสม่่าเสมอ
- (9) การเคลือบเงาผลิตภัณฑ์ต้องเรียบร้อย สม่่าเสมอ ไม่เป็นเม็ดเป็นคราบ

2.2.4.5 ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา ได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐาน ดังนี้

- (1) สถานที่ เครื่องมือ และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเหมาะสมและสะอาด
- (2) กรรมวิธีการผลิตถูกสุขลักษณะ
- (3) ผลิตภัณฑ์ต้องไม่มีสิ่งแปลกปลอมเป็นส่วนผสม
- (4) ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ต้องเป็นเนื้อเดียวกัน
- (5) วัตถุดิบและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตต้องสะอาด
- (6) ผู้ผลิตต้องมีสุขลักษณะที่ดี
- (7) กรรมวิธีการผลิตต้องถูกสุขลักษณะ การกวนส่วนผสมไปในทางเดียวกัน
- (8) ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของไขมันพืชถูกต้องตามสัดส่วน

สม่่าเสมอ

2.2.5 หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (2558) ได้ระบุหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนไว้ ดังต่อไปนี้

2.2.5.1 ขอบข่าย

เอกสารนี้กำหนดนิยาม คุณสมบัติของผู้ที่ยื่นคำขอ การรับรอง การตรวจติดตามผล การยกเลิกการรับรอง และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.2.5.2 นิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในเอกสารนี้ มีดังต่อไปนี้

(1) การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง การให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ผลิตในชุมชน ที่เกิดการรวมกลุ่มกันประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งทั้งที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ หรือที่ไม่มีการจดทะเบียนเป็นการรวมกลุ่มเองโดยธรรมชาติ หรือชุมชนในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการคัดเลือกจากจังหวัด และ/ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้ประกาศกำหนดไว้แล้ว

(2) ผู้ยื่นคำขอ หมายถึง ผู้ผลิตที่อยู่ในชุมชนและ/ หรือจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.)

(3) ผู้ได้รับการรับรอง หมายถึง ผู้ยื่นคำขอที่ผ่านการตรวจประเมินแล้ว และได้รับการรับรองจากคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

### 2.2.5.3 คุณสมบัติของผู้ยื่นคำขอ

ผู้ที่ยื่นคำขอต้องมีคุณสมบัติในข้อหนึ่งข้อใด ดังต่อไปนี้

(1) เป็นผู้ผลิตในชุมชนของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับการคัดเลือกจากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.)

(2) เป็นกลุ่มหรือสมาชิกของกลุ่มเกษตรกร กลุ่มสหกรณ์ หรือกลุ่มอื่น ๆ ตามกฎหมายวิสาหกิจชุมชน เช่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มอาชีพก้าวน้ำ กลุ่มธรรมชาติ เป็นต้น

### 2.2.5.4 การรับรอง

(1) การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย การดำเนินการ ดังนี้

- ตรวจสอบสถานที่ผลิตและเก็บตัวอย่างจากสถานที่ผลิตส่งตรวจสอบ เพื่อพิจารณาออกใบรับรอง

- ตรวจสอบติดตามผลคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการรับรอง โดยสุ่มซื้อตัวอย่างที่ได้รับการรับรองจากสถานที่จำหน่าย เพื่อตรวจสอบ

(2) การขอการรับรอง ให้ยื่นคำขอต่อสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หรือสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด พร้อมหลักฐานและเอกสารต่าง ๆ ตามแบบที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนด

(3) เมื่อได้รับคำขอดังกล่าวแล้ว สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จะ

นัดหมายการตรวจสอบสถานที่ผลิต เก็บตัวอย่างส่งทดสอบ หรือทดสอบ ณ สถานที่ผลิต เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) ประเมินผลการตรวจสอบว่าเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้กำหนดไว้หรือไม่

(5) ใบรับรองผลิตภัณฑ์ มีอายุ 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ระบุในใบรับรอง

(6) การขอต่ออายุใบรับรอง หรือการออกใบรับรองฉบับใหม่เมื่อใบรับรองฉบับเก่าสิ้นอายุ ให้ดำเนินการตามข้อ (2) ถึง ข้อ (4)

#### 2.2.5.5 เงื่อนไขและการตรวจติดตาม

(1) ผู้ได้รับการรับรอง ต้องรักษาไว้ซึ่งคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่กำหนดไว้ ตลอดระยะเวลาที่ได้รับการรับรอง

(2) การประเมินผลการตรวจสอบตัวอย่างที่สุ่มซื้อเพื่อตรวจติดตามผล ต้องเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่กำหนด

(3) การตรวจติดตามผลทำอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

#### 2.2.5.6 การยกเลิกการรับรอง

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจะยกเลิกใบรับรอง กรณีใดกรณีหนึ่ง ดังต่อไปนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ที่ตรวจติดตามผลไม่เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 2 ครั้ง ติดต่อกัน

(2) ผู้ได้รับการรับรองขอยกเลิกใบรับรอง

(3) มีการประกาศแก้ไขหรือยกเลิกมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้กำหนดไว้

(4) เมื่อใบรับรองครบอายุ 3 ปี นับจากวันที่ได้รับรอง

(5) กรณีมีการกระทำอันเป็นการฝ่าฝืน หรือไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์เงื่อนไขต่าง ๆ ที่กำหนด เช่น การอวดอ้างเกินความเป็นจริง โฆษณาการได้รับการรับรองครอบคลุมรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้รับการรับรอง

(6) ในกรณีที่ยกเลิกการรับรอง ผู้ได้รับการรับรองต้องยุติการใช้สิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณา ที่มีการอ้างอิงถึงการได้รับการรับรองทั้งหมด

(7) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ไม่รับผิดชอบในการกระทำใด ๆ ของผู้ได้รับการรับรองที่ได้กระทำไปโดยไม่สุจริต หรือไม่ปฏิบัติตาม หรือฝ่าฝืนหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด

## 2.2.6 การแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (2546) ได้ระบุถึงการแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนไว้ ดังนี้

2.2.6.1 ผู้รับใบรับรองต้องแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นไปตามมาตรฐานเท่านั้น

2.2.6.2 การแสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน การทำเครื่องหมายและฉลากให้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีกำหนด การทำเครื่องหมายและฉลากต้องมีข้อความครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ระยะเวลาในการแสดงเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด

## 2.2.7 ขั้นตอนดำเนินงานในการให้การรับรอง

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (2546) ได้กำหนดขั้นตอนการขอใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและกิจกรรมที่ผู้ยื่นคำขอต้องปฏิบัติ ดังนี้

| ขั้นตอนการขอใบรับรอง |                                        | กิจกรรมของผู้ยื่นคำขอ                                                                                                       |
|----------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7 วัน                | การเตรียมเอกสาร<br>↓                   | -ขอรับแบบคำขอและข้อเสนอแนะในการกรอกคำขอ<br>-พิจารณาขีดความสามารถและความพร้อมในการยื่นคำขอ                                   |
|                      | การรับคำขอ<br>↓                        | -สอบถามรายละเอียด ข้อสงสัยกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง<br>-กรอกรายละเอียดในแบบคำขอ (มข. 1)<br>-แนบหลักฐานเอกสารที่เกี่ยวข้อง |
|                      | นัดหมายตรวจสอบสถานที่ผลิต<br>↓         | -เตรียมความพร้อมสำหรับตรวจสอบสถานที่ผลิตและตัวอย่าง<br>-รอรับการโทรนัดหมายและกำหนดผู้ประสานงานกับ สมอ.                      |
|                      | ตรวจสอบสถานที่ผลิตและเก็บตัวอย่าง<br>↓ | -จัดเตรียมตัวอย่าง                                                                                                          |
|                      | ส่งทดสอบที่หน่วยตรวจสอบ<br>↓           | -เจ้าหน้าที่ สมอ. จัดส่งตัวอย่างให้หน่วยตรวจสอบ                                                                             |
| 1 วัน                | ประเมินผลทดสอบ<br>↓                    | -รอรับผลทดสอบ (กรณีผลไม่ผ่านให้ปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ และจะเก็บตัวอย่างส่งตรวจสอบเป็นครั้งที่ 2)                           |
| 1 วัน                | สรุปเสนอออกใบรับรอง<br>↓               | -รอรับแจ้งการรับใบรับรอง                                                                                                    |
|                      | รับใบรับรอง                            | -เซ็นรับการปฏิบัติตามเงื่อนไขในการออกใบรับรอง                                                                               |

ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนดำเนินงานในการให้การรับรอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.2.8 ประโยชน์ที่ได้จากการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (2546) ได้ระบุถึงประโยชน์ที่ได้จากการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนไว้ ดังนี้

2.2.8.1 เป็นการสนับสนุนผู้ผลิตรายย่อยให้ทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ และสนับสนุนด้านการตลาด โดยการให้เครื่องหมายรับรอง ซึ่งจะเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนและยกระดับการผลิตต่อไป

2.2.8.2 เป็นการตอบสนองนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ผ่านการรับรองเพื่อสามารถแสดงสัญลักษณ์

2.2.8.3 เป็นการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับให้มีการปรับปรุงการผลิตให้ดียิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจชุมชน

2.2.8.4 เป็นการส่งเสริมด้านการตลาดให้เป็นที่ยอมรับและเพิ่มความน่าเชื่อถือของผู้ซื้อในและต่างประเทศ

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยภายในกลุ่ม

### 2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการเงิน

#### 2.3.1.1 การจัดการด้านการเงิน

สมชาย หิรัญกิตติ (2542) กล่าวว่า ผู้บริหารต้องมีข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำเพื่อใช้ในการตัดสินใจที่ต้องอาศัยข้อมูลด้านการเงิน ซึ่งเกิดจากกระบวนการด้านการเงินของกิจการระบบการเงิน ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานอันแสดงถึงความสำเร็จ และความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อม โดยที่วิสาหกิจขนาดย่อมเป็นจำนวนมากมีปัญหาด้านการเงินและมีบันทึกทางการเงินไม่เพียงพอ

จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย (2548) ได้ให้ความหมายการจัดการด้านการเงินไว้ว่า การจัดการด้านการเงิน คือ การดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาจัดหาเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ นำมาพิจารณาจัดสรร หรือนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ หรือผลตอบแทนอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นำผลตอบแทนนั้นมาพิจารณาวางแผนนโยบายการจ่ายเงินปันผลตอบแทนให้แก่ผู้ถือหุ้น และจัดสรรเป็นเงินออมให้แก่ธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ถือหุ้นนั้นมีความมั่นใจสูงสุด และเพื่อให้กิจการมีมูลค่าสูงสุด

อรทัย วานิชดี (2554) กล่าวว่า เงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจอีกชนิดหนึ่งที่ต้องนำมาใช้ในการลงทุน เพื่อให้เกิดการประกอบธุรกิจแต่ละประเภทใช้ปริมาณเงินทุนที่แตกต่างกัน ธุรกิจขนาดใหญ่ย่อมใช้เงินทุนสูงกว่าธุรกิจขนาดเล็กกว่า ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องมีการวางแผนในการใช้เงินทุน และการจัดหาเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจไม่ประสบปัญหาด้านเงินทุน และก่อให้เกิดผลตอบแทนสูงสุดคุ้มกับเงินที่นำมาลงทุน

จากข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การเงิน หมายถึง เงินทุนซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เมื่อผู้ประกอบการมีเงินทุนแล้ว ก็ควรมีการบริหารจัดการด้านการเงินให้มีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและเพิ่มมูลค่าของธุรกิจให้สูงขึ้น

### 2.3.1.2 หน้าที่ของผู้บริหารทางการเงิน

จิราภา ศักดิ์กิตติมาลัย (2548) ได้สรุปหน้าที่หลักของผู้บริหารทางการเงินไว้ 3 ประการ ดังนี้

(1) วิเคราะห์และวางแผนทางการเงิน (Analysis and planning) คือ การเตรียมการหาข้อมูลในการลงทุน โดยอาศัยแผนงานที่กำหนดไว้ หรือประมาณการจากข้อมูลเดิมของธุรกิจ หาความจำเป็นในการใช้เงินทุนต่าง ๆ สำหรับใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจทั้งในระยะสั้น และระยะยาว เช่น ลงทุนในสินค้า ขยายโรงงาน ซื้อเครื่องมือเครื่องจักร โดยใช้เครื่องมือทางการเงิน เช่น การวิเคราะห์ทางการเงิน การวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุน การจัดทำงบประมาณทางการเงินต่าง ๆ ทำให้ทราบขนาดที่เหมาะสมของจำนวนเงินที่ต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจ ขั้นตอนเหล่านี้จะเป็นตัวชี้แนะในการวางแผนการเงินตามหลักของการลงทุนและเป็นการตัดสินใจในเรื่องผลประโยชน์ของบริษัท เพื่อนำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จในภายหน้า

(2) จัดหาเงินทุน (Raising fund or financing) เมื่อทราบความต้องการเงินทุนที่ต้องการใช้แล้ว การบริหารการเงินมีหน้าที่จัดหาเงินทุนมาสนับสนุนความต้องการนั้น ๆ การจัดหาเงินทุนสามารถจัดหาได้จากหลากหลายแหล่ง ทั้งแหล่งภายในธุรกิจ เช่น จากเจ้าของกิจการ จากการเพิ่มทุนโดยระดมทุนจากผู้ถือหุ้น จากเงินกำไรสะสม หรือจากแหล่งภายนอกธุรกิจ เช่น จากเจ้าหนี้ การค้า กู้ยืมจากสถาบันการเงินต่าง ๆ ทั้งกู้ยืมระยะสั้น และระยะยาว ดังนั้นในการจัดหาเงินทุน ผู้บริหารการเงินต้องทราบว่า จะใช้เงินไปในทางใด เพื่อจัดหาให้สอดคล้องและเกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อลดค่าใช้จ่ายของเงินทุนให้มัน้อยที่สุด และสามารถหมุนเวียนเงินกลับมาใช้หนี้ได้ทันเวลา

(3) จัดสรรเงินทุนหรือจัดการสินทรัพย์ (Allocate of assets) เป็นการนำเงินทุนที่จัดหามาไปใช้จ่าย หรือลงทุนในสินทรัพย์ประเภทต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยอยู่ในหลักการให้มีความสมดุลระหว่างสภาพคล่อง และผลกำไรไปในเวลาเดียวกัน ซึ่งการลงทุนในสินทรัพย์แต่ละชนิดจะให้ผลตอบแทนที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรจัดสรรเงินทุนให้มีประสิทธิภาพ ถือเป็นหน้าที่สำคัญของผู้บริหารทางการเงินที่จะต้องจัดการให้เกิดดุลยภาพของสภาพคล่องและกำไร เพื่อลดความเสี่ยงที่จะไม่มีเงินชำระหนี้และนำมาซึ่งความมั่งคั่งของธุรกิจ

## 2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

### 2.3.2.1 ความหมายของการบริหารจัดการ

Simon and March (1958) ได้ให้ความหมายว่า การบริหาร หมายถึง กิจกรรมเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่าง ๆ ที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมมือกันดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างรวมกัน

Koontz (1986) กล่าวว่า การบริหาร คือ การดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้โดยอาศัย คน เงิน วัสดุ สิ่งของ และอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นปัจจัยในการปฏิบัติงาน

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2543) กล่าวถึงการจัดการหรือการบริหาร คือ ศิลปะในการดำเนิน งานร่วมกันของคณะบุคคล ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริหารขององค์การ ในส่วนที่เกี่ยวกับการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ และการควบคุมกิจการ ให้ดำเนินไปตามนโยบายจนบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การที่วางไว้ได้อย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพที่สุด

รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ (2547) ได้ให้ความหมายการจัดการหรือการบริหาร หมายถึง ความพยายามของผู้บริหารในการใช้ความรู้ ความสามารถ และเทคนิควิธีการต่าง ๆ ที่จะดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ โดยนำเอาทรัพยากรการบริหารหรือปัจจัยต่าง ๆ มาผ่านกระบวนการอย่างเป็นระบบ

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การบริหารจัดการ หมายถึง การดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ โดยอาศัยความร่วมมือของบุคคลตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไปมาร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีกระบวนการของการวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการ และการควบคุม รวมทั้งการใช้ทรัพยากรมาบริหารจัดการ

### 2.3.2.2 กระบวนการบริหารงาน

Gulick (1936) ได้กล่าวถึงกระบวนการบริหารไว้ 7 ประการ ดังนี้

(1) การวางแผน (Planning) หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์และปัญหา กำหนดวัตถุประสงค์ และเป้าหมายตลอดจนกำหนดแนวทางปฏิบัติไว้ล่วงหน้า ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและวิธีการ ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในอนาคต การวางแผนประกอบด้วย การพยากรณ์ การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย การกำหนดแผนการ และการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรต่าง ๆ ดังนั้นการวางแผนจึงเป็นการหาทางเลือกที่ดีที่สุดในการปฏิบัติงานโดยใช้ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอยู่ให้เกิดผลตามเป้าหมายมากที่สุด หรือการใช้ความรู้ในทางวิทยาการ และวิจารณ์ญาณวินิจฉัยเหตุการณ์ในอนาคตแล้วกำหนดวิธีการโดยถูกต้อง และมีเหตุผลเพื่อให้การดำเนินงานในอนาคตเป็นไปโดยเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพที่สุด

(2) การจัดการองค์กร (Organizing) หมายถึง การจัดระบบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนงานต่าง ๆ และบุคคลในองค์กร โดยกำหนดภารกิจ อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบให้ชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานตามภารกิจขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการองค์กรเป็นงานที่ดำเนินมาต่อเนื่องจากการวางแผน เป็นความพยายามที่

แสดงให้เห็นถึงลักษณะของโครงสร้างองค์กรที่จะช่วยให้แผนที่ได้จัดไว้ประสบความสำเร็จ การจัดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์กรเป็นความพยายามที่ผู้บริหารกำหนดโครงสร้างขององค์กรที่สามารถเอื้ออำนวยให้แผนที่จัดทำขึ้นไปสู่การสัมฤทธิ์ผลที่ปรารถนา หากสามารถจัดองค์กรได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะขององค์กร นอกจากจะทำให้การบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้องค์กรสามารถพัฒนาและเจริญเติบโตต่อไป อันเกิดมาจากการที่สมาชิกร่วมแรงร่วมใจกันทำงาน

(3) การจัดบุคคลเข้าทำงาน (Staffing) หมายถึง การจัดคนเข้าทำงานเพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะงาน เมื่อผู้บริหารได้กำหนดตำแหน่งหน้าที่และทำการตัดสินใจในเรื่องของหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างเหมาะสมในหน้าที่ทางด้านการจัดองค์กรแล้ว การจัดหาคนเข้าทำงานจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดหาบุคคลที่เหมาะสม สำหรับการปฏิบัติงานดังกล่าวหน้าที่ทางด้านการจัดการองค์กรและการจัดหาคนเข้าทำงานเป็นงานที่จะต้องปฏิบัติอยู่เรื่อย ๆ เมื่อบุคคลเข้ามาปฏิบัติงานในองค์กรได้มีการจัดกิจกรรมพัฒนาให้บุคคลที่คัดเลือกเข้ามาเพิ่มพูนความรู้ความสามารถมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีในการทำงาน และยังรวมไปถึงการแสวงหาวิธีการที่ทำให้สมาชิกในองค์กรที่ต้องพ้นจากการทำงาน สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข

(4) การสั่งการ (Directing) หมายถึง ภาระหน้าที่ในการใช้ความสามารถชักจูงคนงานให้ปฏิบัติงานอย่างดีที่สุด จนกระทั่งองค์กรสามารถบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้ ลักษณะของการสั่งการที่จะต้องไม่ใช่วิธีการสั่งการโดยใช้อำนาจหน้าที่แบบเผด็จการ พนักงานทุกคนควรมีสติทราบบถึงข้อมูลที่เป็นและเกี่ยวข้องกับงานในแง่ต่าง ๆ เช่น ปริมาณ คุณภาพ และเวลาที่ใช้ทำงาน เป็นต้น ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ควรมีความสมบูรณ์ชัดเจน ขณะเดียวกันผลงานที่ต้องการก็ควรอยู่ในวิสัยที่ทำได้ นอกจากนี้อุปกรณ์และสิ่งจำเป็นเพื่อการปฏิบัติงานจะต้องมีการจัดเตรียมพร้อมด้วย

(5) การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง การแสวงหาความร่วมมือและการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นและกับเอกชน นักบริหารงานมีหน้าที่ลำดับต่อไปนี้ คือ การติดต่อกับหน่วยงานอื่นทั้งภาครัฐและเอกชนหรือชุมชน หรือประชาชนทั่วไปที่มีวงจรที่เกี่ยวข้องด้วย เพื่อที่จะได้ให้หน่วยงานของตนสามารถทำงานเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น ๆ หรือเชื่อมโยงกับสังคมชุมชนหรือประชาชน ผู้เป็นเป้าหมายของงานได้อย่างกว้างขวางมีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผลตามเจตนารมณ์อันแท้จริงกำหนดไว้ งานบางอย่างของหน่วยงานของตนจะสามารถทำได้ดีขึ้น หากมีโอกาสเข้าใจหรือร่วมมือพนักงาณกำลังคน หรือทำงานเชื่อมโยงกันเป็นขั้นตอน

(6) การรายงาน (Reporting) หมายถึง การรายงาน การประเมินผล และการแก้ไขปรับปรุง นักจัดการจะสามารถปฏิบัติงานของตนเองได้ดีขึ้น หรือการปฏิบัติงานของหน่วยงานของตนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และสัมฤทธิ์ผลมากขึ้นย่อมต้องอาศัยความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง ผลงานที่หน่วยงานสามารถสร้างขึ้นข้อบกพร่องหรือปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่การปฏิบัติงานของหน่วยงานของตน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะมาจากกระบวนการรายงานผลย้อนกลับ (Feedback)

ดังนั้นในระบบการจัดการสมัยใหม่นั้นภาระหน้าที่ของนักบริหารที่จะต้องทำ สามารถแสดงเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์แก่หน่วยงานในการที่จะแก้ไขปรับปรุงการปฏิบัติงานของหน่วยงานในระยะต่อไปให้เข้าเป้าหมายมากขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นที่พอใจแก่ผู้เป็นเป้าหมายมากขึ้น และเป็นการช่วยทำให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานได้ง่ายขึ้น

(7) งบประมาณ (Budgeting) หมายถึง แผนงานชนิดหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงการใช้จ่ายเงินจำนวนหนึ่ง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ นอกจากงบประมาณจะเป็นแผนงานชนิดหนึ่งแล้วยังเป็นแนวทางที่จะนำไปใช้ในการควบคุมด้วย

### 2.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด

#### 2.3.3.1 ความหมายของการตลาด

Kotler (2003) กล่าวว่า การตลาด หมายถึง กิจกรรมของมนุษย์ที่ดำเนินไปเพื่อให้มีการตอบสนองความต้องการต่าง ๆ และสร้างความพึงพอใจโดยอาศัยกระบวนการแลกเปลี่ยน วิชา โสสุวรรณจินดา (2546) ได้ให้ความหมายของการตลาดว่า การตลาดเป็นกระบวนการของกิจกรรมอันทำให้สินค้าและบริการจากระบบผลตอบแทนที่ทำธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างพอใจ

เพชร ฐปะวิเชตร์ (2549) กล่าวว่า การจัดการตลาด หมายถึง กิจกรรมทุก ๆ อย่างที่กระตุ้นส่งเสริมให้สินค้าหรือบริการนั้น สามารถจูงใจให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ หรือตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือใช้บริการได้อย่างเหมาะสมและทำให้เกิดการตัดสินใจซื้ออย่างสม่ำเสมอหรือต่อเนื่อง

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การตลาด หมายถึง การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ในทางธุรกิจที่มีผลให้เกิดการนำสินค้า หรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการนั้น ๆ ให้ได้รับความพึงพอใจ

#### 2.3.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด

พิบูล ธีปะปาล (2535) กล่าวว่า การจัดการด้านการตลาดเป็นการดำเนินกิจกรรมทางด้านธุรกิจทุกชนิด ซึ่งแนวความคิดการตลาด (Marketing concept) หมายถึง การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหมดของกิจการมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยทำให้เกิดการสร้างสรรค์ การจูงใจ และการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคในระดับที่กิจการมีผลกำไร โดยเน้นที่ขนาดของกิจการ ผู้บริโภค ผลกำไร และการประยุกต์วิธีการบริหารในเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการขาย การจัดจำหน่าย และหน้าที่ทางการตลาดอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาดของ Kotler (2003) ได้แบ่งแนวความคิดหรือหลักปรัชญาการบริหารการตลาดที่องค์การธุรกิจหรือองค์กรต่าง ๆ สามารถนำไปปฏิบัติได้มี 5 แนวความคิด ดังนี้

(1) แนวความคิดมุ่งการผลิต (Production concept) เป็นแนวความคิดที่ถือเป็นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปรัชญาเก่าแก่ที่สุดของผู้ขาย เกิดขึ้นในช่วงที่มีการขาดแคลนสินค้าและบริการ ผู้ผลิตจึงมุ่งเน้นการผลิตเป็นสำคัญ โดยยึดหลักปรัชญาที่ว่า “ผู้บริโภคจะพอใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายแพร่หลายและราคาต่ำ ดังนั้นผู้จัดการในองค์การที่เน้นการผลิต จึงต้องมุ่งเน้นประสิทธิภาพด้านการผลิต เพื่อให้ได้ผลผลิตสูงสุด และจัดวางจำหน่ายครอบคลุมขอบเขตอย่างกว้างขวาง”

(2) แนวความคิดมุ่งตัวผลิตภัณฑ์ (Product concept) แนวความคิดนี้มุ่งที่ตัวผลิตภัณฑ์ เป็นแนวความคิดของผู้ขายอีกแนวความคิดหนึ่ง โดยยึดตามหลักปรัชญาที่ว่า “ผู้บริโภคพอใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีประโยชน์มากที่สุด ดังนั้นผู้จัดการในองค์การที่เน้นตัวผลิตภัณฑ์ จึงควรทุ่มเทความพยายามทั้งหมด เพื่อทำการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น และควรกระทำอย่างต่อเนื่อง”

(3) แนวความคิดมุ่งการขาย (Selling concept or sales concept) เป็นแนวความคิดที่มีผู้ผลิตจำนวนไม่น้อยนำไปใช้ในการดำเนินงานการตลาด ตามแนวความคิดนี้ยึดถือหลักปรัชญาที่ว่า “ผู้บริโภคปกติจะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทในปริมาณที่มากจนเกินไป ดังนั้นบริษัทจึงต้องใช้ความพยายามทุ่มเทด้านการขาย และการส่งเสริมการขายอย่างเต็มที่”

(4) แนวความคิดมุ่งการตลาด (Marketing concept) เป็นปรัชญาทางธุรกิจ ซึ่งมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ ประสานกิจกรรมทุกชนิดเข้าด้วยกัน มุ่งเน้นผลกำไร และใช้กันอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน

(5) แนวความคิดการตลาดเพื่อสังคม (Social marketing concept) เป็นแนวความคิดใหม่ ตามแนวความคิดนี้ยึดถือหลักปรัชญาที่ว่า “งานในหน้าที่ขององค์กรนั้น คือจะต้องพิจารณากำหนดความจำเป็น ความต้องการ และผลประโยชน์ของตลาดเป้าหมายทุกกลุ่มให้ได้แล้วส่งมอบสิ่งที่ทำให้เขาได้รับความพอใจตามที่เขาปรารถนานั้นอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเหนือคู่แข่ง โดยจะต้องคำนึงถึงการรักษา หรือส่งเสริมสวัสดิภาพของสังคมและผู้บริโภคด้วย”

### 2.3.3.3 ส่วนประสมการตลาด

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2540) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมมาในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดประกอบด้วย

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจกรรมพร้อมจะทำธุรกิจได้ กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่เสนอขาย อาจเป็นสินค้ามีตัวตน บริการ หรือความคิดที่จะตอบสนองความต้องการได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นนักการตลาดจะต้องศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปของผลิตภัณฑ์

เบ็ดเสร็จ (Total product) ซึ่งหมายถึงตัวสินค้าบวกกับความพึงพอใจ และผลประโยชน์อื่น ๆ ที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภคจะได้รับจากการซื้อสินค้านั้น ผู้บริหารการตลาดจะต้องมีการปรับปรุงสินค้า หรือบริการที่ผลิตขึ้นมาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นถึงการสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภค และสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

(2) การจัดจำหน่าย (Place of distribution) ผลผลิตที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมานั้น ถึงแม้จะมีคุณภาพเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อ และไม่สามารถจัดหาได้เมื่อเกิดความต้องการ ผลผลิตที่ผลิตขึ้นมาก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องพิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไร และโดยใคร ที่จะเสนอขายสินค้า การจัดจำหน่ายแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ

-ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า (Channel of distribution) เน้นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจัดจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบัน คนกลางต่าง ๆ เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และตัวแทนคนกลาง

-การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical distribution) การกระจายสินค้าเข้าสู่กลุ่มผู้บริโภคการเลือกใช้วิธีการขนส่ง (Transportation) ที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายตัวสินค้า สื่อการขนส่ง ได้แก่ การขนส่งทางอากาศ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางท่อ ผู้บริหารการตลาดต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้สื่ออย่างใดจะดีที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำ และสินค้าไปถึงลูกค้าทันเวลา ขั้นตอนที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการแจกจ่ายตัวสินค้า คือ ขั้นตอนการจัดเก็บสินค้า เพื่อการจัดจำหน่ายให้ทันเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ

(3) การกำหนดราคา (Price) เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาผลผลิตที่ขึ้นมา รวมทั้งช่องทางการจัดจำหน่าย และวิธีการแจกจ่ายสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการต่อไป คือ การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลผลิตที่จะนำไปเสนอขาย ก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจต้องมีเป้าหมายว่า จะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนครองตลาด (Market shared) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาดเป้าหมายและสู้กับคู่แข่งในในตลาด

(4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลผลิตที่เสนอขาย วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่า มีผลผลิตที่ออกจำหน่ายในตลาด พยายามชักชวนลูกค้าให้ซื้อ และเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อเข้าถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่งสาร โดยการส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญที่ใช้อยู่ 4 ชนิดด้วยกัน ที่เรียกว่า ส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด (Promotion mix) ได้แก่

-การขายโดยพนักงานขาย (Personal selling) เป็นการเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน พนักงานขายต้องเข้าพบปะผู้ซื้อโดยตรง เพื่อเสนอขายสินค้า การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุดแต่เสียค่าใช้จ่ายสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-การโฆษณา (Advertising) หมายถึง รูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อการส่งเสริมการตลาด โดยมีได้อาศัยตัวบุคคลในการนำเสนอ หรือช่วยในการขาย แต่เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อโฆษณาเหล่านี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่ เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องกระจายตลาดกว้าง

-การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) หมายถึง กิจกรรมที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขาย และการโฆษณาในการขายสินค้า การส่งเสริมการขายเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า การส่งเสริมการขายอาจทำในรูปของการแสดงสินค้า การแจกของตัวอย่าง แจกคู่มือ ของแถม การใช้แถมเพื่อแลกสินค้า การชิงโชค เป็นต้น

-การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) ในปัจจุบันธุรกิจมักสนใจภาพพจน์ของกิจการ ธุรกิจได้ใช้เงินจำนวนมากเพื่อสร้างชื่อเสียง และภาพพจน์ของกิจการ ปัจจุบันองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นที่การแสวงหากำไรเพียงอย่างเดียว ต้องเน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคมด้วย ถ้าหากกลุ่มผู้บริโภคต่อต้าน หรือมีความคิดว่าองค์กรธุรกิจแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนมากเกินไปจนถึงสังคมหรือผู้บริโภค กลุ่มผู้บริโภคอาจไม่ซื้อสินค้าและบริการของผู้ผลิต ย่อมเป็นสาเหตุที่จะจำกัดการเจริญเติบโตของธุรกิจได้

#### 2.3.4 แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต

##### 2.3.4.1 ความหมายของการผลิต

ประสงค์ ประณีตพลกรัง (2543) กล่าวว่า การผลิตเป็นการสร้างสินค้าและบริการ

สมคิด บางโม (2545) ได้ให้ความหมายการผลิต หมายถึง การแปรสภาพวัตถุดิบ หรือทรัพยากรต่าง ๆ ให้เป็นสิ่งที่สามารถใช้อุปโภค บริโภค เช่น อาหาร ยารักษาโรค เครื่องใช้ต่าง ๆ เครื่องแต่งกาย เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

ปรียาภรณ์ คำนวน (2551) ได้ให้ความหมาย การผลิต หมายถึง การจัดทำ การประกอบ หรือการสร้างขึ้นมาซึ่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ โดยผ่านกระบวนการแปรสภาพวัตถุดิบ

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การผลิต หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสภาพของปัจจัยนำเข้าให้เป็นผลผลิตที่ต้องการ

##### 2.3.4.2 ปัจจัยการผลิต

สมคิด บางโม (2545) ได้กล่าวถึงปัจจัยการผลิต (Factor of production) มี 4 ส่วนที่สำคัญ คือ

(1) ที่ดิน ได้แก่ ที่ดินอันเป็นที่ตั้งสถานที่ผลิต รวมทั้งทรัพยากรและวัตถุดิบ

(2) แรงงาน หมายถึง การทำงานซึ่งรวมทั้งแรงงานใช้ฝีมือและแรงงานที่มีฝีมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3) เงินทุน หมายถึง เงินในการลงทุนทำธุรกิจ มูลค่าของที่ดิน อาคารผลิต เครื่องจักร และเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ

(4) ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ริเริ่มหรือดำเนินการก่อตั้งธุรกิจ และดำเนินการ ธุรกิจ

#### 2.3.4.3 การบริหารคุณภาพการผลิต

พิภพ สถิตาภรณ์ (2542) กล่าวว่า ในการบริหารคุณภาพการผลิตให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า มีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) การปฏิบัติงานได้ (Performance) ผลิตภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้ตามหน้าที่ที่กำหนดไว้

(2) ความสวยงาม (Aesthetics) ผลิตภัณฑ์ต้องมีรูปร่าง ผิวสัมผัส กลิ่น รสชาติ และสีสันทึงดูดใจลูกค้า

(3) คุณสมบัติพิเศษ (Special features) ผลิตภัณฑ์ควรมีลักษณะพิเศษที่โดดเด่นแตกต่างจากผู้อื่น

(4) ความสอดคล้อง (Conformance) ผลิตภัณฑ์ควรใช้งานได้ตามที่ลูกค้าคาดหวัง

(5) ความปลอดภัย (Safety) ผลิตภัณฑ์มีความเสี่ยงอันตรายในการใช้งานน้อยที่สุด

(6) ความเชื่อถือได้ (Reliability) ผลิตภัณฑ์ควรใช้งานได้อย่างสม่ำเสมอ

(7) ความคงทน (Durability) ผลิตภัณฑ์ควรมีอายุการใช้งานในระดับหนึ่ง

(8) คุณค่าที่รับรู้ (Perceived quality) ผลิตภัณฑ์ควรสร้างความประทับใจ และมีภาพพจน์ที่ดีในสายตาลูกค้า

#### 2.3.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

##### 2.3.5.1 ความหมายของภาวะผู้นำ

พะยอม วงศ์สารศรี (2542) ได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำ คือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่ง (ผู้นำ) ใช้อิทธิพลและอำนาจของตนกระตุ้นจูงใจให้บุคคลอื่น (ผู้ตาม) มีความกระตือรือร้นเต็มใจทำในสิ่งที่เขาต้องการ โดยมีเป้าหมายขององค์การเป็นจุดหมายปลายทาง

Stogdill (2000) กล่าวว่า ภาวะผู้นำ คือ กระบวนการใช้อิทธิพลที่ผู้นำกระทำต่อกลุ่ม เพื่อให้งานของกลุ่มบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

Mcfarland (2001) ให้ความหมายของภาวะผู้นำ หมายถึง ความสามารถที่จะชี้แนะ สั่งการ หรืออำนวยความสะดวกหรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้อื่น เพื่อให้มุ่งไปสู่จุดหมายที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำหนดไว้

Tead (2001) กล่าวว่า ภาวะผู้นำเป็นคุณลักษณะพิเศษหลาย ๆ อย่างภายในตัวบุคคล ซึ่งสามารถใช้เป็นประโยชน์ในการชักจูงบุคคลอื่นให้ทำงานแก่หน่วยงานได้

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ภาวะผู้นำ หมายถึง กระบวนการใช้อำนาจในการจูงใจ หรือใช้ความสามารถในการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้อื่น เพื่อให้มุ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้

### 2.3.5.2 ทฤษฎีภาวะผู้นำ

#### (1) ทฤษฎีคุณลักษณะผู้นำ (Trait theory)

Hodgetts (1999) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของบุคคลที่เป็นผู้นำ ดังต่อไปนี้

-คุณลักษณะทางบุคลิกภาพ ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความสามารถในการปรับตัว ความสามารถในการตัดสินใจ ความสามารถในการดำเนินงาน ความสามารถเหนือกว่าคนอื่นในหลาย ๆ เรื่อง ความมั่นคงทางอารมณ์ ความกระตือรือร้น ความอดทนพยายาม ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ วิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นต้น

-คุณลักษณะทางสังคม ได้แก่ ความเห็นใจผู้อื่น มนุษย์สัมพันธ์ และการแสดงตัว ความเป็นที่นิยมชมชอบ ความอดทน ความสามารถในการชักจูงความคิด และการกระทำของผู้อื่น ความมียุทธวิธีในการทำงาน เป็นต้น

-คุณลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ รูปร่างหน้าตาดี มีส่วนสูง และน้ำหนักที่พอเหมาะ เป็นต้น

#### (2) ทฤษฎีภาวะผู้นำตามสถานการณ์ (Contingency theory)

Fiedler (1967) กล่าวว่า ประสิทธิภาพของผู้นำขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ความสอดคล้องระหว่างลักษณะผู้นำที่มุ่งงานกับลักษณะผู้นำที่มุ่งมนุษยสัมพันธ์ และความพึงพอใจในสถานการณ์ของผู้นำ จะเป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพของภาวะผู้นำ สำหรับความพึงพอใจในสถานการณ์ของผู้นำนั้นถูกกำหนดจากปัจจัย 3 ประการ คือ

-ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิก/ ผู้ใต้บังคับบัญชา (Leader-member relations) โดยพิจารณาความเชื่อมั่น ความเคารพนับถือ และความไว้วางใจที่ผู้ใต้บังคับบัญชามีต่อหัวหน้า

-โครงสร้างของงาน ซึ่งประกอบด้วนเป้าหมายที่ชัดเจน การตัดสินใจที่เจาะจงชัดเจน การมีระบบตรวจสอบการตัดสินใจ การมีวิธีการปฏิบัติที่หลากหลาย เพื่อทำให้งานสำเร็จ

-อำนาจตามตำแหน่ง (Position power) เป็นอำนาจที่มีอยู่ตามตำแหน่งของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้นำ เช่น การมอบหมายงาน การให้รางวัล การลงโทษ เป็นต้น

### (3) ทฤษฎีพฤติกรรมผู้นำ (Behavioral theory)

Lewin and White (1939) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีพฤติกรรมผู้นำ อธิบายถึงสิ่งที่ผู้นำได้กระทำ และเชื่อว่าแบบของพฤติกรรมผู้นำเป็นเครื่องชี้ถึงลักษณะ และความสำเร็จของความเป็นผู้นำ โดยแบ่งแบบของพฤติกรรมผู้นำ ออกเป็น 3 แบบ ได้แก่

-พฤติกรรมผู้นำแบบเผด็จการ (Autocratic style) เป็นผู้นำที่รวมอำนาจที่มีอยู่ไว้กับตัวเอง ไม่ให้โอกาสแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ผู้นำจะเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย และวิธีการที่จะนำไปสู่เป้าหมาย

-พฤติกรรมผู้นำแบบเสรีนิยม (Laissez-faire leadership) เป็นผู้นำที่ปล่อยให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีอิสระมาก สามารถกระทำการใด ๆ ได้โดยเสรี ซึ่งการกระทำนั้นต้องไม่ขัดต่อกฎหมาย กฎระเบียบหรือข้อบังคับที่กำหนดไว้ และตนเป็นผู้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับจุดมุ่งหมาย ดูแลให้กิจการดำเนินไปอย่างถูกต้อง

-พฤติกรรมผู้นำแบบประชาธิปไตย (Democratic leadership) ผู้นำแบบนี้เป็นผู้นำที่ดึงผู้ใต้บังคับบัญชาเข้ามามีส่วนร่วมอภิปรายแสดงความคิดเห็นในปัญหาต่าง ๆ ประมวลความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ กำหนดวัตถุประสงค์ และวิธีการทำงานร่วมกัน เพื่อนำสิ่งที่ดีที่สุดมาใช้

### (4) ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม (Participative leadership theory)

ริงสตรัค ประเสริฐศรี (2544) ได้กล่าวว่า เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอำนาจ และการแสดงพฤติกรรมของภาวะผู้นำในลักษณะของการใช้อำนาจ การกำหนดวิธีการต่าง ๆ ที่นำมาใช้เพื่อให้คำปรึกษาจากบุคคลต่าง ๆ เพื่อขอให้ออกความคิดเห็นและการให้คำแนะนำ ตลอดจนใช้พฤติกรรมบางอย่างในการมอบหมายอำนาจหน้าที่ ภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วมมี 4 รูปแบบ ดังนี้

-การตัดสินใจโดยเผด็จการ (Autocratic decision) วิธีนี้ผู้บริหารตัดสินใจด้วยตนเอง โดยไม่ต้องขอความคิดเห็นจากใครหรือข้อเสนอแนะจากบุคคลอื่น ไม่มีอิทธิพลจากบุคคลอื่นมาบังคับในการตัดสินใจ ดังนั้นจึงไม่มีการเข้าร่วมแต่ประการใด

-การให้คำปรึกษา (Consultation) วิธีนี้ผู้บริหารขอร้องให้บุคคลอื่นออกความคิดเห็นและข้อคิดเห็นต่าง ๆ แล้วทำการตัดสินใจด้วยตนเอง ภายหลังจากการพิจารณาอย่างรอบคอบตามคำปรึกษาดังกล่าวนั้น

-การตัดสินใจร่วม (Joint decision) ผู้บริหารประชุมร่วมกับบุคคลอื่น เพื่ออภิปรายปัญหาและตัดสินใจร่วมกัน โดยไม่มีอิทธิพลเหนือผู้เข้าประชุมอื่นแต่อย่างใด

-การมอบหมายงาน (Delegation) วิธีนี้ผู้บริหารมอบหมายงานให้บุคคลใดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มบุคคลมีอำนาจ หน้าที่ และความรับผิดชอบในการตัดสินใจ โดยปกติแล้ววิธีนี้ผู้บริหาร จะกำหนดขอบเขตในการให้อำนาจเอาไว้ ซึ่งอาจให้การรับรองหรือไม่มีการรับรองก็ได้ ก่อนที่จะตัดสินใจ

### 2.3.5.3 ภาระหน้าที่ผู้นำ

อ่าไพ อินทรประเสริฐ (2542) ได้กล่าวว่า ผู้นำควรมีหน้าที่และความรับผิดชอบหลักอยู่ 4 ด้าน คือ

- (1) หน้าที่ที่มีต่อองค์กร เป็นหน้าที่ที่จะต้องทำในฐานะผู้นำกลุ่ม ซึ่งหน้าที่ดังกล่าวนี้ ได้แก่ การกำหนดนโยบาย เป้าหมาย วางแผน ติดตามงานอย่างสม่ำเสมอ และหากพบข้อบกพร่องต้องรีบหาทางแก้ไข เพื่อเสริมสร้างให้ปริมาณและคุณภาพของงานได้ผลสูงสุด
- (2) หน้าที่ที่มีต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ในฐานะหัวหน้างานผู้นำย่อมมีหน้าที่และความรับผิดชอบในงาน 3 ด้าน คือ ในด้านการบริหาร ด้านการปกครองคน และการฝึกอบรมและเป็นที่ปรึกษาที่ดี บำรุงขวัญและกำลังใจ ใกล้ชิดกับกลุ่มและรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงาน ฯลฯ
- (3) หน้าที่ที่มีต่อหน่วยงานอื่นในองค์กรเดียวกัน ผู้นำจะต้องทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อให้งานเกิดประสิทธิภาพและได้ประสิทธิผล
- (4) หน้าที่ที่มีต่อตนเอง ประกอบด้วย เป็นผู้นำที่ดีมีจิตสำนึกของความเป็นผู้นำ รับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ปฏิบัติตนให้เข้ากับสังคมได้ดี ศึกษาหาความรู้ปรับปรุงตนเองให้ทันสมัยอยู่เสมอ ขยันในการทำงานและอุทิศตนให้กับงานในหน้าที่ กล้ายอมรับความผิด ตรงต่อเวลา มีความยุติธรรม มีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม เป็นต้น

### 2.3.6 แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นสมาชิก

#### 2.3.6.1 ความหมายของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร

Organ and Konovsky (1989) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรว่า เป็นพฤติกรรมที่สร้างสรรค์และให้ความร่วมมือ และไม่ได้รับการให้รางวัลอย่างเป็นทางการ

Greenberg and Baron (1993) ให้ความหมายของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรว่า การกระทำโดยพนักงานที่มีส่วนทำให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างดี แต่ไม่ได้กำหนดไว้อย่างเป็นทางการของงาน

Schnake and Dumber (1997) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรว่า เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการตัดสินใจด้วยตนเอง ไม่ได้เกี่ยวข้องกับรางวัลหรือการลงโทษโดยตรง และเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์การ หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานที่ปฏิบัติด้วยความเต็มใจ เป็นบทบาทหน้าที่ที่กระทำโดยไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการรางวัลตอบแทน ซึ่งพฤติกรรมนี้มีความจำเป็นต่อการดำเนินงานขององค์การ

### 2.3.6.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

Organ (1987) ได้จำแนกรูปแบบพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ โดยเป็นพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนี้

(1) พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ (Altruism) เป็นการให้ความช่วยเหลือ เช่น ช่วยเพื่อนร่วมงานทันทีที่เกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน ช่วยแนะนำพนักงานใหม่เกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ

(2) พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่ (Conscientiousness) หมายถึง การปฏิบัติตามระเบียบ ความตรงต่อเวลา การดูแลรักษาเครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ ไม่ใช้เวลาในการปฏิบัติงานไปกับงานส่วนตัว

(3) พฤติกรรมความอดทนอดกลั้น (Sportsmanship) หมายถึง การมีความอดทนอดกลั้นต่อความคับข้องใจ การถูกรบกวน หรือความเครียด ความกดดันต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจ

(4) พฤติกรรมคำนึงถึงผู้อื่น (Courtesy) หมายถึง การคำนึงถึงผู้อื่นเพื่อป้องกันการเกิดปัญหากระทบกระทั่งที่อาจจะเกิดตามมา เนื่องจากการปฏิบัติงานในองค์การนั้นต้องอาศัยการพึ่งพาซึ่งกันและกัน การกระทำและการตัดสินใจของบุคคลหนึ่ง อาจมีผลกระทบต่อบุคคลอื่น จึงควรคำนึงถึงบุคคลอื่น

(5) พฤติกรรมการให้ความร่วมมือ (Civic virtue) หมายถึง ความรับผิดชอบ และมีส่วนร่วม สนใจเข้าร่วมการประชุม มีความรู้สึกต้องการพัฒนาองค์การ และมีการแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่เหมาะสมกับองค์การ

### 2.3.6.3 ผลของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

Organ and Ryan (1995) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อความพึงพอใจในการทำงาน ส่งผลให้เกิดความเต็มใจที่จะร่วมมือกับระบบขององค์การ ช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และผลการปฏิบัติงานของสมาชิก และมีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน

Podsakoff, Ahearne and Mackenzie (1997) ได้ระบุว่า พฤติกรรมของการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีอิทธิพลทางตรงในการส่งเสริมประสิทธิภาพขององค์การ เนื่องจากเป็น การลดจำนวนทรัพยากรบุคคลที่ปฏิบัติงานเพียงหน้าที่เดียวให้สามารถทำงานได้หลายบทบาท ช่วยเสริมสร้างผลิตภาพในการจัดการ มีการช่วยเหลือการทำงานของผู้ร่วมงานทั้งภายในและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภายนอกกลุ่มงาน สามารถรักษาและดึงดูดให้บุคลากรที่ดีให้อยู่ในองค์กร สนับสนุนความคงที่ เพิ่มเสถียรภาพของการปฏิบัติงานในองค์กร

## 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกกลุ่ม

### 2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

#### 2.4.1.1 ความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

กรมการพัฒนาชุมชน (2546) ได้กล่าวถึงความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นนโยบายของรัฐบาล ซึ่งนำโดย พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ใน การที่จะเร่งแก้ปัญหาความยากจนของประชาชน ทั้งในเขตชนบทและเขตเมือง แนวทางหนึ่ง คือ การดำเนินงานตามนโยบาย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อสนับสนุนและเชื่อมโยง เกื้อกูล การดำเนินงานกับนโยบายพัชระแห่งหนึ่งของเกษตรที่จะเป็นการลดภาระให้กับประชาชน นโยบายการ จัดตั้งกองทุนหมู่บ้าน เพื่อให้ชาวบ้านกู้เงินกองทุนไปสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และ นโยบายอินเทอร์เน็ตตำบล เพื่อเป็นช่องทางในการขายสินค้า หรือเป็นช่องทางแลกเปลี่ยนเชื่อมโยง ประสบการณ์ ความรู้ เชื่อมโยงกันทั่วประเทศ และเชื่อมโยงกับตลาดโลกได้

#### 2.4.1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แนวคิดนโยบาย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละ หมู่บ้าน มีผลิตภัณฑ์หลักหนึ่งประเภท คือ สินค้า บริการ และกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2546)

- (1) สร้างงานและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน
- (2) เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน
- (3) ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- (4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- (5) ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน

#### 2.4.1.3 หลักการและปรัชญาของนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

สำนักนายกรัฐมนตรี (2544) หลักของการบริหารและปรัชญาของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 3 ประการ คือ

##### (1) หลักการ

-ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล ผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้ภูมิปัญญา วัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

-พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการ  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น

-การสร้างทรัพยากรมนุษย์ พึ่งพิงประชาชนให้รู้ด้วยความท้าทาย และจิต  
วิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

(2) ประชญา

- สร้างเสริมและพัฒนาท้องถิ่นมั่งคั่ง
- การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นทุกกิจกรรม
- กิจกรรมครอบคลุมข้ามช่วงอายุและพื้นที่

2.4.1.4 แนวคิดสู่การปฏิบัติ

กรมการพัฒนาชุมชน (2546) ได้กล่าวถึง แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์  
นำไปสู่การปฏิบัติ มีขั้นตอนดังนี้

(1) ขั้นตอนที่ 1 การเรียนรู้/ ประชาสัมพันธ์โครงการ

- ประชุมทำความเข้าใจระหว่างฝ่ายราชการ ประชาชน เอกชน
- ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ แนวคิด หลักการ ประชญา
- แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน จังหวัด/ อำเภอ/ ตำบล
- กำหนดแผนงาน แนวทางการดำเนินงาน เน้นหลักการ “บูรณาการ” การ  
ทำงาน “พหุภาคี”

(2) ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดผลิตภัณฑ์

- คณะทำงานระดับตำบล/ อำเภอ/ จังหวัด ร่วมจัดประชาคมตำบล ค้นหา  
ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเด่นในแต่ละท้องถิ่น
- คัดเลือก/ จัดลำดับผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตำบล

(3) ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

- วางแผนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการบริหารจัดการ การแปรรูป  
ผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ การออกแบบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์  
มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นต้น
- สนับสนุนแหล่งเงินทุน
- ดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์
- วิจัยผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) ขั้นตอนที่ 4 การขยายตลาด (กระจายตัวสินค้า)

- วางแผนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ตลาดภายในและภายนอกประเทศ
- การวางแผนการขนส่ง จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ทางสื่อ E-commerce
- ประชาสัมพันธ์เชิงรุก
- จัดประกวดผลิตภัณฑ์ มอบประกาศนียบัตร
- จัดแสดงมหกรรมสินค้า “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”
- วิจัยการตลาด

(5) ขั้นตอนที่ 5 การติดตาม/ ประเมินผล

- กำหนดเกณฑ์ชี้วัดและมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์
- ติดตาม ประเมินผล โดยคณะกรรมการจังหวัด/ อำเภอ
- เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ผลการดำเนินงาน

#### 2.4.1.5 การสนับสนุนจากภาครัฐ

กรมการพัฒนาชุมชน (2546) กล่าวว่า หลักการของโครงการมีจุดประสงค์ให้ชุมชนมีความสามารถในการพึ่งพาตนเอง โดยรัฐบาลให้การสนับสนุนด้านต่าง ๆ ดังนี้

- (1) สถาบันการเงิน เช่น กองทุนหมู่บ้าน กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต เพื่อการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นการขยายตลาด เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประชาชน
- (2) พัฒนาทักษะการผลิต สำหรับผู้ผลิต เช่น ทักษะต่าง ๆ โดยการให้คำแนะนำ ฝึกอบรม และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างชุมชน
- (3) การพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท้องถิ่นจะได้รับความช่วยเหลือ เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นที่ยอมรับ มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง โดยคำนึงถึงภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเหมาะสม และไม่ซ้ำซ้อนกัน มีการฝึกอบรมและเพิ่มทักษะบุคลากรในการผลิต ทั้งนี้เพื่อขยายสินค้าของท้องถิ่นไปยังตลาดในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

-มุ่งเน้นตลาดเดิม ได้แก่ ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าในตลาดเดิมให้เต็มศักยภาพที่ตลาดมีอยู่ และส่งเสริมความต้องการผลิตภัณฑ์ในตลาด เช่น จัดโครงการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สินค้าของโครงการ โดยสัญจรประชาสัมพันธ์ตามจังหวัดต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอทั่วประเทศ

-มุ่งเน้นตลาดใหม่ สนับสนุนให้ผู้ผลิตท้องถิ่นมีโอกาสในการเข้าสู่ตลาดใหม่ เช่น E-commerce การนำเข้าผู้ซื้อ/ ผู้ส่งออกไปชมการผลิตสินค้าในท้องถิ่น เช่น การให้ความรู้

ด้านตลาดใหม่ ให้สอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์ และปัจจัยที่กระทบต่อความต้องการสินค้าที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปลี่ยนแปลง เช่น เรื่องสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

## 2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนทางสังคม

### 2.4.2.1 ความหมายของการสนับสนุนทางสังคม

Thoits (1986) ได้ให้ความหมาย การสนับสนุนทางสังคมว่า การทำหน้าที่ของบุคคลที่มีความสำคัญต่อบุคคลอื่น

Eggers, Werf and Bosker (2008) ระบุว่า การสนับสนุนทางสังคมเกี่ยวข้องกับการรับรู้อารมณ์ ข้อมูลข่าวสาร หรือแหล่งการช่วยเหลือที่เกิดขึ้นจริงหรือที่ปรากฏขึ้นในการตอบสนองต่อการรับรู้ ซึ่งบุคคลต้องการความช่วยเหลือจะมุ่งเน้นไปที่การมีส่วนร่วมในหนึ่งกลุ่มหรือมากกว่าหนึ่งกลุ่มสังคมที่แตกต่างกัน โดยไม่มีความตั้งใจที่จะแลกเปลี่ยนหรือสนับสนุนใด ๆ

อรุณี เกสรอุบล (2544) กล่าวว่า การสนับสนุนทางสังคมมีลักษณะเป็นปฏิสัมพันธ์ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงเวลาของการมีความสัมพันธ์ทางสังคม

พิชามญช์ โตโหมงาม (2552) ให้ความหมาย การสนับสนุนทางสังคม หมายถึง การแสดงถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ผู้ให้การสนับสนุนจะแสดงออกถึงความสนใจช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นการช่วยเหลือด้านวัตถุ สิ่งของ ข้อมูลข่าวสาร หรืออารมณ์

สรุปได้ว่า การสนับสนุนทางสังคม หมายถึง การที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งให้การสนับสนุนช่วยเหลือทั้งในด้านการให้สิ่งของ คำแนะนำ ข้อมูลข่าวสาร และอื่น ๆ

### 2.4.2.2 ประเภทของการสนับสนุนทางสังคม

Thoits (1982) แบ่งการสนับสนุนทางสังคมออกเป็น 3 ชนิด คือ

(1) ด้านเครื่องมือ (Instrumental) หมายถึง การได้รับความช่วยเหลือด้านแรงงาน วัสดุ อุปกรณ์สิ่งของ และเงินทอง

(2) ด้านข้อมูลข่าวสาร (Information) หมายถึง การได้รับข้อมูล ข่าวสาร รวมทั้งการได้รับคำแนะนำ ข้อเสนอแนะ ตลอดจนการป้อนกลับต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ และสามารถนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เผชิญอยู่ได้

(3) ด้านอารมณ์และสังคม (Social-emotion) หมายถึง การได้รับความรัก การดูแลเอาใจใส่ การได้รับการยอมรับเห็นคุณค่า และรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยแบ่งเป็น

-ด้านอารมณ์ ได้แก่ การได้รับความรัก การดูแลเอาใจใส่ใกล้ชิดสนิทสนม มีความรู้สึกผูกพัน เห็นอกเห็นใจ และไว้วางใจซึ่งกันและกัน

-ด้านการยอมรับ ได้แก่ การได้รับการยกย่องชมเชยจากผู้อื่น ยอมรับในการแสดงออกความสามารถหรือความสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-ด้านการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ได้แก่ การมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลในสังคม มีการร่วมกิจกรรมในสังคม มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

#### 2.4.2.3 หลักการสนับสนุนทางสังคม

ปัทมา ทัพเสริฟไท (2534) ได้ระบุหลักการสนับสนุนทางสังคมไว้ ดังนี้

- (1) มีการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้และผู้รับการสนับสนุน
- (2) ลักษณะการติดต่อสัมพันธ์ ประกอบด้วย ข้อมูลข่าวสารมีลักษณะที่ทำให้ผู้รับบริการสนับสนุนเชื่อว่ามีคนเอาใจใส่ให้ความรัก และความหวังดีต่อตนเองอย่างจริงใจ และข้อมูลข่าวสารมีลักษณะที่ทำให้ผู้รับการสนับสนุนเชื่อว่า ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และมีประโยชน์ต่อสังคม

(3) ปัจจัยนำเข้าของการสนับสนุนอาจอยู่ในรูปข้อมูลข่าวสาร วัตถุหรือสิ่งของ

(4) ช่วยเหลือให้ผู้ได้รับการสนับสนุนได้บรรลุถึงจุดหมายที่ต้องการ

#### 2.4.2.4 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548) ระบุว่า การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อวิสาหกิจชุมชน มีดังต่อไปนี้

(1) ให้การช่วยเหลือในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน หรือการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำวัตถุดิบ ทรัพยากรหรือภูมิปัญญาของชุมชนมาใช้ให้เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชนและสภาพท้องถิ่น

(2) ให้ความรู้ การฝึกอบรม หรือความช่วยเหลือในการปรับปรุงหรือพัฒนาการผลิต การให้บริการ การบริหารจัดการ การหาทุน การตลาด และอื่น ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

(3) ให้คำแนะนำหรือดำเนินการใด ๆ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนทั้งในระดับพื้นที่ ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ

(4) ประสานงานกับวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ หรือดำเนินกิจกรรมอื่น ๆ อันเป็นประโยชน์หรือเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

#### 2.4.2.5 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาคเอกชน

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2556) ได้ระบุว่า การสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

(1) การสนับสนุนด้านการเงิน โดยให้การสนับสนุนทางการเงิน สินเชื่อ

และการเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) การสนับสนุนด้านการค้า การตลาด และอื่น ๆ จะให้การส่งเสริมทั้งตลาดภายในและต่างประเทศเพื่อขยายธุรกิจ เพื่อให้สิทธิประโยชน์ด้านการค้าและบริการ

(3) การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จะให้สิทธิประโยชน์ด้านการสื่อสาร และการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเพื่อก้าวทันเทคโนโลยี รวมถึงนวัตกรรมใหม่ๆ

## 2.4.3 แนวความคิดเกี่ยวกับเครือข่าย

### 2.4.3.1 ความหมายของเครือข่าย

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543) ได้ให้ความหมายของเครือข่าย หมายถึง เป็นการร่วมมือกันระหว่างปัจเจกบุคคล กลุ่ม องค์กรประเภทเดียวกัน หรืออาจเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มหรือองค์กรระหว่างเครือข่ายต่างประเภทกัน เพราะฉะนั้นเครือข่ายจึงมิได้หลายระดับ ตั้งแต่การเชื่อมโยงระหว่างปัจเจกชนต่อปัจเจกชน ระหว่างปัจเจกชนกับกลุ่ม ระหว่างกลุ่มต่อกลุ่ม หรือแม้กระทั่งการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายต่อเครือข่าย

เสรี ชาหลา (2544) กล่าวว่า เครือข่าย หมายถึง กระบวนการที่ทำงานร่วมกัน ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ข้อมูลข่าวสาร เกิดพลังทางสังคม พลังทางวัฒนธรรม พลังทางศีลธรรม พลังทางปัญญา และรวมไปถึงพลังของการจัดการองค์กร

นันทิยา หุตานุวัตร (2546) กล่าวว่า เครือข่าย หมายถึง การรวมตัวของกลุ่มที่มีการประสานงานหรือร่วมกันทำงานอย่างต่อเนื่อง มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกัน ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ เสริมสร้างความสามารถในการบริหารจัดการ เอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนผลิตผลและค้าขายระหว่างสมาชิกในเครือข่าย เกิดการสะสมทรัพยากรและเงินทุน เกิดการสร้างอำนาจทางการตลาดและสามารถใช้เป็นจุดขายได้ ที่สำคัญคือ เป็นการเพิ่มพลังการต่อรองเพื่อแก้ไขปัญหาที่เผชิญอยู่หรือพึ่งตนเองได้มากขึ้น

สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ (2559) ได้ให้ความหมายคลัสเตอร์ หรือเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง กลุ่มของผู้ประกอบการที่มีการกระจุกตัวกันอยู่อย่างหนาแน่นในทำเลหรือท้องถิ่นเดียวกัน และมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันในอุตสาหกรรม การผลิตหรือบริการหนึ่ง ๆ ซึ่งเป็นแกนหลักทางเศรษฐกิจในท้องถิ่นที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการนั้นๆ มีการใช้ทรัพยากรร่วมกัน มีการแข่งขันกันทางธุรกิจ เผชิญปัญหา หรือความท้าทายต่าง ๆ คล้ายกันมารวมกลุ่มกัน

สรุปได้ว่า เครือข่าย หมายถึง การรวมกลุ่มกันของกลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่มีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทรัพยากรซึ่งกันและกัน ให้ความร่วมมือและความช่วยเหลืออันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากลุ่มและเครือข่าย ตลอดจนเป็นการเพิ่มอำนาจการต่อรองให้กับชุมชนหรือองค์กรอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 2.4.3.2 ลักษณะของเครือข่าย

เสรี พงศ์พิศ (2548) ได้กล่าวถึงลักษณะของเครือข่าย ไว้ดังต่อไปนี้

- (1) เป็นกลุ่มองค์กรหรือบุคคลที่มาร่วมกันเพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์และความสนใจที่ตั้งขึ้นร่วมกัน
- (2) เป็นเวทีเพื่อกิจกรรมทางสังคม โดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน
- (3) ดำรงอยู่ได้ยาวนาน (ไม่ใช่เฉพาะกิจ) ด้วยการสื่อสารแบบใดแบบหนึ่งอย่างต่อเนื่อง
- (4) มีความรู้สึกร่วมกันกับโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นมาร่วมกัน และร่วมกันรับผิดชอบ
- (5) มีฐานอยู่ที่ความเป็นเจ้าของร่วมกันและมีความมุ่งมั่นที่จะทำตามวัตถุประสงค์ที่วางร่วมกัน รวมทั้งเครื่องมือ หรือวิธีการในการดำเนินการที่คิดไว้ร่วมกัน

#### 2.4.3.3 ประเภทของเครือข่าย

Richardson (1994) ได้จำแนกประเภทของเครือข่ายไว้ 4 ประเภท ได้แก่

- (1) เครือข่ายบุคคล (Personal network) เครือข่ายบุคคล รวมถึงบุคคลที่ไม่เคยพบกันมาก่อน เมื่อพบกันก็จะมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน การสร้างความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ นับว่า เป็นสิ่งสำคัญเพราะถ้าใช้การสร้างเครือข่ายในการพัฒนาอาชีพ จะช่วยให้งานสำเร็จความความมุ่งหมายได้ เครือข่ายส่วนบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน บุคคลที่รู้จักกันโดยบังเอิญ ผู้ให้คำปรึกษา เป็นต้น
- (2) เครือข่ายวิชาชีพ (Professional network) เครือข่ายวิชาชีพจะมีโครงสร้างมากกว่าเครือข่ายบุคคล โดยมุ่งเน้นลักษณะการทำงานมากกว่าจะสนใจในบุคคล องค์กรส่วนใหญ่จะมีเครือข่ายย่อยเป็นจำนวนมาก ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ไม่เป็นทางการ และรักษาอำนาจไว้ เครือข่ายวิชาชีพ ได้แก่ ผู้ร่วมงานในองค์กร ผู้ร่วมงานในองค์กรอื่น เป็นต้น
- (3) เครือข่ายระดับองค์กรและชุมชน (Organizational network) เครือข่ายระดับองค์กรและชุมชน จะมีความร่วมกันกับเครือข่ายวิชาชีพ ได้แก่ คณะผู้บริหาร คณะผู้ให้คำปรึกษา ชุมชน อาสาสมัครในองค์กรต่าง ๆ หอการค้า ฯลฯ

#### 2.4.3.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่าย

พระมหาสุทิตย์ อาภากร (2547) ได้อธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายไว้ ดังนี้

- (1) ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่าย ได้แก่ การมี

ส่วนร่วมภาคประชาชน จิตสำนึกต่อส่วนรวมของปัจเจกบุคคล การมีผู้นำเครือข่ายที่มีความรู้  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสามารถ มีระบบการสื่อสารเชื่อมโยง การจัดการและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง การเสริมสร้างภูมิความรู้ กระบวนการทางปัญญา และการมีกิจกรรมที่ต่อเนื่อง

(2) ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่าย ได้แก่ การส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น แหล่งทุน สถาบันวิชาการ หน่วยงานวิจัย และกองทุนสนับสนุนต่าง ๆ การมีเวทีสาธารณะ ขบวนการประชาสังคม และสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดการรวมพลังเครือข่าย เช่น เหตุการณ์ทางธรรมชาติ สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน

#### 2.4.3.5 ปัญหาของเครือข่าย

Starkey (1997) ระบุถึงปัญหาของเครือข่ายไว้ ดังนี้

(1) เครือข่ายที่ไม่มีทิศทางวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ยากที่จะพัฒนากิจกรรมของเครือข่ายให้ตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้อย่างต่อเนื่อง

(2) เครือข่ายที่มีสมาชิกหลากหลายประเภท หรือมีความแตกต่างมากระหว่างฐานะ ขนาด ความเข้มแข็ง และสถานภาพอื่น ๆ ของสมาชิก หน่วยงานใหญ่ มีทรัพยากรมาก และสถาบันที่เจ้าหน้าที่มีการศึกษาสูง เชื่อมมั่นในตนเอง มีแนวโน้มที่จะครอบงำองค์กรที่มีขนาดเล็กกว่า

(3) การรวมศูนย์เกิดขึ้นเมื่อผู้ประสานงานของเครือข่าย เลขานุการ คณะทำงาน และคณะกรรมการ เริ่มควบคุมและดำเนินการเครือข่ายในนามของตนเอง มากกว่าการประสานงานและอำนวยความสะดวกให้กับกิจกรรมของสมาชิก การตัดสินใจถูกรวมศูนย์ และการติดต่อสื่อสารภายในเครือข่ายดำเนินการโดยเลขานุการ

(4) บ่อยครั้งที่เครือข่ายประสบปัญหาอันเนื่องจากการขาดเงินทุนสำหรับกิจกรรมและการประสานงานภายในเครือข่าย โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เพื่อให้สมาชิกร่วมในกิจกรรมของเครือข่าย ส่วนเครือข่ายที่มีทุนก็มักเกิดความเครียด เนื่องจากปัญหาในการจัดการและจัดสรรค่าใช้จ่ายกับสมาชิกให้ทั่วถึง

(5) เนื่องจากภายในเครือข่ายข้อมูลข่าวสารจะแพร่กระจายไประหว่างคนหนึ่งไปให้กับคนอื่น ๆ ได้อย่างเสรี ทำให้อาจมีการส่งข่าวสารข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง เครือข่ายต้องสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยให้คนซักถามหรือวิพากษ์วิจารณ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารภายในเครือข่ายได้

(6) เครือข่ายสามารถถูกกระทบจากการแข่งขันของเครือข่าย หรือองค์กรอื่นที่มีงานคาบเกี่ยวกัน ซึ่งอาจนำไปสู่การร่วมมือกัน แต่ก็อาจนำไปสู่การแข่งขันเพื่อให้ได้รับการยอมรับ การสนับสนุนทรัพยากร และการเพิ่มจำนวนสมาชิกได้เช่นกัน แหล่งทุนสามารถใช้จำนวนเครือข่ายที่มีให้เลือกเป็นข้ออ้างที่จะไม่ให้ทุนสนับสนุนกิจกรรมของเครือข่ายที่คล้ายคลึงกัน

(7) การแข่งขันระหว่างเครือข่ายที่มีขอบเขตการดำเนินงานเหลื่อมซ้อนกัน อาจนำไปสู่ความร่วมมือกัน และการช่วงชิงเพื่อให้ได้รับการยอมรับ การสนับสนุน และการเข้าเป็นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมาชิกได้ ในขณะเดียวกัน พบว่า การแข่งขันเป็นตัวการสำคัญในการทำลายเครือข่ายที่อยู่ลำดับท้าย ๆ และมีทรัพยากรน้อยอีกด้วย

(8) การติดตามและประเมินผลเครือข่ายมีค่อนข้างน้อย เนื่องจากธรรมชาติของเครือข่าย คือ ความไม่เป็นระบบและมีโครงสร้างหลวมที่มุ่งเน้นความก้าวหน้าในอนาคต ไม่ใช่ประสพการณ์ในอดีต

(9) เครือข่ายระดับชาติและเครือข่ายระหว่างประเทศหลายแห่งพบกับปัญหาอุปสรรคทางการเมือง ทำให้มีสภาพที่ไม่มั่นคงและถูกควบคุมอย่างเข้มงวด โดยเฉพาะการแลกเปลี่ยนข่าวสารและการวิจารณ์รัฐบาล

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปาริฉัตร เครือเขียว (2551) ได้ทำการศึกษา การประเมินผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดลำพูนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า ผลการดำเนินงานหลังได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนประสบความสำเร็จในระดับสูง โดยสามารถสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับประชาชน สร้างความเข้มแข็งของชุมชนและพึ่งตนเองได้ในระดับมาก มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้า/ผลิตภัณฑ์ การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน บทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้ให้การสนับสนุน ส่งเสริมการพัฒนาโดยฝึกอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานด้านการพัฒนาเทคนิคการผลิต และส่งเสริมให้ธุรกิจเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเผยแพร่ข้อมูลสินค้าและมาตรฐานสินค้า สมาชิกกลุ่มมีความจริงจังต่อการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีการประชุม ปรึกษาหารือเพื่อร่วมกันคิด และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

จิตติมา หอมวุฒิวงศ์ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดพะเยา โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ  $\alpha = 0.01$  ได้แก่ การตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ  $\alpha = 0.05$  ได้แก่ อาชีพหลัก ลักษณะการทำงาน ประเภทผลิตภัณฑ์ ที่ทำการผลิต การพัฒนาบุคลากร การได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ สำหรับในด้านปัญหาต่อการได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ผลิตชุมชนขาดความรู้เกี่ยวกับวิธีการผลิตสินค้าเพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และมีความเห็นว่ระยะเวลาในการพิจารณารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใช้เวลานาน สำหรับข้อเสนอแนะต่อการได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มีความเห็นว่า ควรมีการบริการให้คำปรึกษา แนะนำในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท และควร

ดำเนินการจัดฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับผู้ผลิตชุมชนในจังหวัดพะเยา

อันนา อ่อนมาก (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน : ธุรกิจผลิตภัณฑ์เปลือก ต้มบดแพง อำเภอโกสัมพีนัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการปฏิบัติการเกี่ยวกับปัจจัยภายในองค์กรในการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านการตลาด ด้านการบริหารบุคคล ด้านภาวะผู้นำ ด้านการเงิน ด้านการจูงใจ และด้านการผลิต ส่วนปัจจัยภายนอกองค์กรในการดำเนินงาน พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ นโยบายรัฐบาล และด้านสื่อมวลชน สำหรับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน มีจำนวน 4 ปัจจัย คือ ภาวะผู้นำ นโยบายรัฐบาล สื่อมวลชน และระดับการศึกษา

นุรน์จมาต์ แวโด และคณะ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายใน และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ประกอบด้วย ความสามารถในการบริหารจัดการ ภาวะผู้นำ และทัศนคติของสมาชิก และปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร ประกอบด้วย นโยบายภาครัฐ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร ประกอบด้วย ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ประกอบด้วย ความสามารถในการบริหารจัดการ ภาวะผู้นำ และทัศนคติของสมาชิก ส่วนปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร ประกอบด้วย นโยบายภาครัฐ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านศักยภาพของชุมชน การมีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ และการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร ในส่วนของปัญหาความไม่สงบในพื้นที่ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการมีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประภาพรณ เหล่าวีระกุล (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ของเกษตรกรที่ผ่านมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ผลจากการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก พบว่า ปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่ผ่านมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p \leq 0.06$ ) ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของความรู้ความเข้าใจในกระบวนการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ความเคร่งครัดในการปฏิบัติตามขั้นตอนการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ และจำนวนครั้งในการเข้ารับการฝึกอบรมด้านการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์

ส่วนปัจจัยที่มีผลเชิงลบต่อการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่ผ่านมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ คือ การเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพิ่มขึ้นของจำนวนครั้งในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ด้านการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p \leq 0.01$ ) เนื่องจากเกษตรกรที่ไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่ยังไม่เคยผ่านการรองรับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์มาก่อน จึงต้องมีการเข้าพบกับเจ้าหน้าที่ด้านการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์มากกว่า

กันยารัตน์ เฟื่องพอรู้ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตมินบุรีและเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีอายุเฉลี่ย 51.78 ปี สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษามากที่สุด มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,274.51 บาท และมีระยะเวลาของการเป็นสมาชิกเฉลี่ย 5.45 ปี ความสามารถของผู้นำ การบริหารจัดการ และการบริหารการผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก การบริหารการตลาด การบริหารการเงิน การมีส่วนร่วมของสมาชิก การกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับ การจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคเอกชนโดยรวมอยู่ในระดับน้อย ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานโดยรวม พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ อายุ และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ระยะเวลาของการเป็นสมาชิก การมีส่วนร่วมของสมาชิก การกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับ และการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พัทธธีรา ศรีสุวรรณ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการแปรรูปลำไยของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนบ้านสันป่าเหียงเพื่อให้ได้รับมาตรฐานอาหารและยา ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมืองจังหวัดลำพูน พบว่า ผู้ผลิตรายกลุ่มที่ไม่มีโครงสร้างชัดเจน และผู้ผลิตรายกลุ่มที่มีโครงสร้างชัดเจนที่ไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานอาหารและยา (อย.) พบว่า มีปัญหาในด้านสถานที่ตั้งและอาคารที่ใช้ในการผลิตและเครื่องมืออุปกรณ์ในการแปรรูป ซึ่งไม่ผ่านการกำหนดมาตรฐานอาหารและยา (อย.) ผู้ผลิตลำไยอบแห้งไม่ให้ความสำคัญของการผ่านมาตรฐานอาหารและยา (อย.) และมองข้ามความสำคัญของความสะอาดและถูกสุขลักษณะ เพราะผู้ผลิตเห็นว่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งที่ผลิตได้ยังจำหน่ายได้เช่นเดียวกันกับผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมาตรฐานอาหารและยา (อย.) โดยมีตัวแทนบริษัทและพ่อค้าคนกลางมารับซื้อผลิตภัณฑ์ถึงสถานที่ผลิต ส่วนผู้ผลิตที่ไม่มีโครงสร้างชัดเจน และที่มีโครงสร้างชัดเจนที่ได้รับรองมาตรฐานอาหารและยา (อย.) ทั้ง 4 กลุ่ม ได้เล็งเห็นความสำคัญของการรับมาตรฐานจะช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดในระยะยาว และเล็งเห็นถึงความสำคัญของการได้รับมาตรฐานอาหารและยา (อย.) ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์

ตำรวจ เข้มทองกลาง (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมเพื่อขอรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน กรณีศึกษา สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ปัจจุบันผู้ผลิตสินค้าชุมชนของจังหวัดกาฬสินธุ์ ส่วนใหญ่ผลิตสินค้าแล้วไม่ขอรับการรับรองมาตรฐานหรือเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บางกลุ่มขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนแล้ว แต่ขาดการพัฒนาเป็นกลุ่มอาชีพหรือชุมชนที่เข้มแข็งยั่งยืน ขาดความสนใจในการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ขาดการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของชุมชนในการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ขาดการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรองและแสดงเครื่องหมายรับรอง ปัญหาและอุปสรรค คือ การดำเนินงานของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับกระทรวง/กรม/และจังหวัด ยังขาดการประสานงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ขาดแคลนบุคลากรตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ขาดการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงประโยชน์ของการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ขาดความรู้ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย ขาดการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัด ขาดการช่วยเหลือกันในการตลาด มีชนิดของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เหมือนกันหลายกลุ่ม กลุ่มขาดความพร้อมในการขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

เพียงใจ จุณศิริ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กระบวนการดำเนินงานของกลุ่มที่ได้รับมาตรฐานมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานเป็นเวลานานกว่า และจัดรูปแบบของธุรกิจที่เน้นให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตในชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับมาตรฐานยังขาดในด้านเหล่านี้ กลุ่มที่ได้รับมาตรฐานจะให้ความสำคัญกับการรักษาหรือกับคนในครอบครัวในการกำหนดนโยบายในการทำงาน รวมทั้งการจัดฝึกอบรมบุคลากรทั้งด้วยตนเอง และการร่วมมือจากองค์กรภายนอก มีการเลือกทำเลที่ตั้งโดยใช้พื้นที่ที่มีอยู่เดิมทำให้ประหยัดต้นทุน และใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ลูกค้าได้รู้จักแหล่งธุรกิจได้ดีและกว้างขวางมากขึ้น มีการจัดที่พักและการให้บริการนำเที่ยว รวมทั้งการประสานงานเพื่อสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายทั้งที่เป็นองค์กรภาครัฐและเอกชน มีการจัดตั้งคณะกรรมการกลุ่ม มีการตั้งกฎ กติกา ในการทำงานที่ชัดเจน รวมทั้งจัดทำแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอ ในขณะที่ธุรกิจที่ไม่ได้รับมาตรฐานยังขาดการบริหารจัดการในด้านเหล่านี้

Joyce Mokamba *et al.* (2012) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดไนโรบี ประเทศเคนยา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 47.6 มีการดำเนินงานมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ระหว่าง 1-3 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ระดับการยอมรับมาตรฐานสำหรับมาตรฐานที่ไม่จำเป็นต้องได้รับ พบว่า ยังมีข้อจำกัดในการยอมรับมาตรฐานดังกล่าว ซึ่งเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการปฏิบัติและการปฏิบัติตามระเบียบ ประกอบด้วย กฎหมายและข้อบังคับ การฝึกอบรมสมาชิกและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการได้รับมาตรฐาน

Mbugua Stephen *et al.* (2014) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในตลาดเมืองลิμου จังหวัดเกียมบู ประเทศเคนยา พบว่า ปัจจัยเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวอนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการดำเนินงาน ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และประสบการณ์ในการดำเนินงาน นอกจากนี้ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงาน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์กลุ่ม การออกระเบียบ ข้อบังคับ และนโยบายรัฐบาล ข้อเสนอแนะหน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนทักษะพื้นฐานทางด้านธุรกิจและการจัดการเงินทุน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจได้ดียิ่งขึ้นและสามารถเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจได้

ตัวแปรที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชน สำหรับปัจจัยภายในกลุ่ม ได้แก่ การผลิต การบริหารจัดการ การตลาด การเงิน ด้านภาวะผู้นำ และด้านสมาชิกกลุ่ม ส่วนปัจจัยภายนอกกลุ่ม ได้แก่ นโยบายรัฐบาล การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และการประสานความร่วมมือระหว่างเครือข่าย ดังแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

| ผู้วิจัย                            | ปัจจัยภายในกลุ่ม |                 |         |         |           |             | ปัจจัยภายนอกกลุ่ม |                                      |                                  |
|-------------------------------------|------------------|-----------------|---------|---------|-----------|-------------|-------------------|--------------------------------------|----------------------------------|
|                                     | การผลิต          | การบริหารจัดการ | การตลาด | การเงิน | ภาวะผู้นำ | สมาชิกกลุ่ม | นโยบายรัฐบาล      | การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน | การประสานความร่วมมือกับเครือข่าย |
| ปาริฉัตร เครือเขียว (2551)          | ✓                | -               | -       | -       | -         | ✓           | -                 | ✓                                    | -                                |
| ธิติมา หอมวุฒิวังศ์ (2552)          | ✓                | -               | ✓       | -       | -         | ✓           | -                 | ✓                                    | -                                |
| อรรณา อ่อนมาก (2553)                | -                | -               | ✓       | ✓       | ✓         | -           | ✓                 | -                                    | -                                |
| นุรน์จมาล แวด และคณะ (2554)         | -                | ✓               | ✓       | -       | ✓         | ✓           | ✓                 | -                                    | -                                |
| ประภาพรณ เหล่าวีระกุล (2554)        | ✓                | -               | -       | -       | -         | -           | -                 | ✓                                    | -                                |
| กันยารัตน์ เฟื่องพอรู (2555)        | -                | ✓               | -       | ✓       | -         | ✓           | -                 | ✓                                    | -                                |
| พัทธธีรา ศรีสุวรรณ (2555)           | ✓                | ✓               | -       | -       | -         | -           | -                 | -                                    | -                                |
| สำรวย เข้มทองกลาง (2555)            | ✓                | -               | ✓       | -       | -         | -           | -                 | ✓                                    | ✓                                |
| เพ็ญใจ จุณศิริ (2556)               | -                | ✓               | ✓       | -       | -         | ✓           | -                 | ✓                                    | ✓                                |
| Joyce Mokamba <i>et al.</i> (2012)  | -                | -               | -       | -       | -         | ✓           | -                 | -                                    | -                                |
| Mbugua Stephen <i>et al.</i> (2014) | -                | -               | ✓       | -       | -         | -           | ✓                 | -                                    | -                                |
| ความถี่                             | 5                | 4               | 6       | 2       | 2         | 6           | 3                 | 6                                    | 2                                |
| ลำดับที่                            | 2                | 3               | 1       | 5       | 5         | 1           | 4                 | 1                                    | 5                                |

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพร่วมกัน (Quantitative and Qualitative Method as Technique) ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

#### 3.1 วิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ

##### 3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

##### 3.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

##### 3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

##### 3.1.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.2 วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ

##### 3.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพ

##### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

##### 3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

##### 3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 วิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ

##### 3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาครที่จดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 145 กลุ่ม (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. 2559) โดยเก็บข้อมูลจากประธานกลุ่มหรือตัวแทนวิสาหกิจชุมชน

##### 3.1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 28 กลุ่ม โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่งวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 14 กลุ่ม (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. 2559) ผู้วิจัยเก็บรวบรวม

ข้อมูลจากประชากรทั้งหมด และกลุ่มที่สองวิสาหกิจชุมชนที่ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 14 กลุ่ม โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในรัศมีไม่เกิน 10 กิโลเมตร ห่างจากวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และเป็นกลุ่มที่พร้อมให้ข้อมูล

### 3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.1.2.1 ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ครอบคลุมเนื้อหาและตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 สภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 2 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

#### 3.1.2.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

##### (1) ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ขั้นที่ 1: ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา หลังจากแก้ไขแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรง เพื่อพิจารณาเนื้อหาและภาษาที่ใช้ (Content Validity) รวมทั้งความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบสัมภาษณ์ (Construct Validity) โดยวัดค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) มีค่า 0.67-1.00 ซึ่งข้อคำถามเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษารั้งนี้ โดยผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน แสดงในตารางที่

3.1

#### ตารางที่ 3.1 รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

| รายชื่อ                  | ตำแหน่ง                                                                                                                        | สถานที่ปฏิบัติงาน                                                      |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 1. รศ.ดร.ทิพวรรณ ลิ้มงูร | อาจารย์ประจำภาควิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร<br>คณะเทคโนโลยีการเกษตร<br>สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง | คณะเทคโนโลยีการเกษตร<br>สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

| รายชื่อ                            | ตำแหน่ง                                                                                                                        | สถานที่ปฏิบัติงาน                                                      |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 2. ดร.ดวงกมล ปานรศทิพ ธรรมาธิวัฒน์ | อาจารย์ประจำภาควิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร<br>คณะเทคโนโลยีการเกษตร<br>สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง | คณะเทคโนโลยีการเกษตร<br>สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 3. คุณนทีพงษ์ เมืองแก้ว            | นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร<br>ปฏิบัติการ                                                                                       | กลุ่มส่งเสริมและพัฒนา<br>เกษตรกร สำนักงานเกษตร<br>จังหวัดสมุทรสาคร     |

ขั้นที่ 2: ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ  
จากนั้นนำมาแก้ไขก่อนนำไปใช้จริง

#### (2) ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ที่แก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 30 กลุ่ม โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่งวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559 จำนวน 15 กลุ่ม และกลุ่มที่สองวิสาหกิจชุมชนที่ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 15 กลุ่ม โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในรัศมีไม่เกิน 10 กิโลเมตร ห่างจากวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน แล้วนำมาหาความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.879 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 (Jump, 1978) แสดงว่าเครื่องมือสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

#### 3.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview)

3.1.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์ประเภทหนังสือ งานวิจัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้อง โดยค้นหาจากแหล่งข้อมูล เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นต้น และสื่อ

ประเภทอื่น ๆ เช่น วารสาร และอินเทอร์เน็ต

### 3.1.3.3 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ แปลผล สรุป และนำเสนอผลการศึกษา

### 3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1.4.1 สภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.1.4.2 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร วิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis)

### 3.1.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### 3.1.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ใช้อธิบายลักษณะของข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร เป็นระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยทั้ง 9 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านภาวะผู้นำ ด้านสมาชิกกลุ่ม ด้านนโยบายรัฐบาล ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย โดยเป็นแบบมาตรประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังนี้

|            |   |   |
|------------|---|---|
| มากที่สุด  | = | 5 |
| มาก        | = | 4 |
| ปานกลาง    | = | 3 |
| น้อย       | = | 2 |
| น้อยที่สุด | = | 1 |

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งค่าเฉลี่ยที่หาได้นำมากำหนดเกณฑ์การประเมิน ดังนี้ (ไชยศ เรืองสุวรรณ, 2526)

| ระดับความคิดเห็น |   | คะแนนเฉลี่ย |
|------------------|---|-------------|
| มากที่สุด        | = | 4.50 – 5.00 |
| มาก              | = | 3.50 – 4.49 |
| ปานกลาง          | = | 2.50 – 3.49 |
| น้อย             | = | 1.50 – 2.49 |
| น้อยที่สุด       | = | 1.00 – 1.49 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร ทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกทวิ (Binary Backward Stepwise Logistic Regression) นำมาใช้ในการพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

แบบจำลอง Binary Backward Stepwise Logistic Regression แสดงดังนี้

$$P_Y = \frac{e^{b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_9 X_9}}{1 + e^{b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_9 X_9}} \quad (1)$$

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร การวิเคราะห์ใช้แบบจำลองการถดถอยโลจิสติก ด้วยเทคนิควิธีวิเคราะห์การประมาณความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) ข้อได้เปรียบของฟังก์ชันนี้ คือ สามารถยืนยันความน่าจะเป็นช่วงตั้งแต่ 0 ถึง 1 เป็นสมการถดถอยทำนายค่าจากอินฟินิตี้เชิงลบไปยังอินฟินิตี้บวก (Cameron and Trivedi, 2005) หรือเรียกอีกอย่างว่า log-odd สามารถเขียนฟังก์ชันโลจิสติกได้ ดังนี้

$$\text{Logit}(p) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_9 X_9 \quad (2)$$

$$\text{หรือ } \ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_9 X_9 \quad (3)$$

โดยที่:

$Y$  = การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ( $Y = 1$  วิสาหกิจชุมชนได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และ  $Y = 0$  วิสาหกิจชุมชนไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน)

$p$  = ความน่าจะเป็นที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

$\beta_0$  = Intercept term

$\beta_k$  = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

$X_1$  = การเงิน (มาตรวัด Interval Scale 5 ระดับ)

$X_2$  = การบริหารจัดการ (มาตรวัด Interval Scale 5 ระดับ)

$X_3$  = การตลาด (มาตรวัด Interval Scale 5 ระดับ)

$X_4$  = การผลิต (มาตรวัด Interval Scale 5 ระดับ)

$X_5$  = ภาวะผู้นำ (มาตรวัด Interval Scale 5 ระดับ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$X_6$  = สมาชิกกลุ่ม (มาตรวัด Interval Scale 5 ระดับ)

$X_7$  = นโยบายรัฐบาล (มาตรวัด Interval Scale 5 ระดับ)

$X_8$  = การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน (มาตรวัด Interval Scale 5 ระดับ)

$X_9$  = การประสานความร่วมมือกับเครือข่าย (มาตรวัด Interval Scale 5 ระดับ)

### 3.2 วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ

#### 3.2.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 10 กลุ่ม คัดเลือกจากวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการคัดสรรเป็นสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP เติมน ปี 2556 (Provincial Star OTOP : PSO) (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร. 2556) และเป็นกลุ่มที่พร้อมให้ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่งวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559 จำนวน 5 กลุ่ม และกลุ่มที่สองวิสาหกิจชุมชนที่ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 กลุ่ม โดยแบ่งตามประเภทของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 5 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า/ เครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา ดังแสดงในตารางที่ 3.2 ดังนี้

ตารางที่ 3.2 วิสาหกิจชุมชนและผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาเชิงคุณภาพ

| ชื่อวิสาหกิจชุมชน                    | ตำบล       | อำเภอ      | ผู้ให้ข้อมูล              | การได้รับ<br>มผช. | ประเภทผลิตภัณฑ์                    |
|--------------------------------------|------------|------------|---------------------------|-------------------|------------------------------------|
| 1. พัฒนาสาครบุรี                     | กาหลง      | เมือง      | คุณสุกัญญา ลงมณี          | ได้รับ            | อาหาร                              |
| 2. หนองนกไข่                         | หนองนกไข่  | กระทุ่มแบน | คุณอารีย์ ศรีจินดา        | ไม่ได้รับ         | อาหาร                              |
| 3. กลุ่มแม่บ้านเกษตร<br>หลักสอง      | หลักสอง    | บ้านแพ้ว   | คุณสุดาทิพย์ มีแสงเงิน    | ได้รับ            | เครื่องดื่ม                        |
| 4. กลุ่มสตรีสหกรณ์<br>บ้านเกษตรพัฒนา | เกษตรพัฒนา | บ้านแพ้ว   | คุณสมศรี เกตุแก้ว         | ไม่ได้รับ         | เครื่องดื่ม                        |
| 5. กระเป๋านางนาคี                    | นาคี       | เมือง      | คุณจันทร์เพ็ญ โพธิ์สุวรรณ | ได้รับ            | ผ้า/ เครื่องแต่งกาย                |
| 6. ตลาดเกษตร<br>สมุนไพร              | ตลาด       | กระทุ่มแบน | คุณอาภา บุญวิรัตน์        | ไม่ได้รับ         | ผ้า/ เครื่องแต่งกาย                |
| 7. ศิลปะประดิษฐ์ตำบล<br>อำแพง        | อำแพง      | บ้านแพ้ว   | คุณวรรณณา แซ่ลือ          | ได้รับ            | ของใช้/ ของตกแต่ง<br>/ ของที่ระลึก |
| 8. บ้านสวนส้ม                        | สวนส้ม     | บ้านแพ้ว   | คุณสุกัญญา คงจิตร         | ไม่ได้รับ         | ของใช้/ ของตกแต่ง<br>/ ของที่ระลึก |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

| ชื่อวิสาหกิจชุมชน                        | ตำบล     | อำเภอ      | ผู้ให้ข้อมูล         | การได้รับ<br>มผช. | ประเภทผลิตภัณฑ์                |
|------------------------------------------|----------|------------|----------------------|-------------------|--------------------------------|
| 9. แม่บ้านเกษตรกรแก้ว<br>สิบบางยาง       | บางยาง   | กระทุ่มแบน | คุณเฉลิมศรี อินทนนท์ | ได้รับ            | สมุนไพรที่ไม่ใช่<br>อาหารและยา |
| 10. บุญสว่างหมู่บ้าน<br>บำรุงรัชอ้อมน้อย | อ้อมน้อย | กระทุ่มแบน | คุณพิปราย ลิมรักษา   | ไม่ได้รับ         | สมุนไพรที่ไม่ใช่<br>อาหารและยา |

### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในการศึกษา โดยมีประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ดังนี้

3.2.2.1 ชื่อวิสาหกิจชุมชน ตำบล/ อำเภอ/ จังหวัด

3.2.2.2 ชื่อผู้ให้ข้อมูล ตำแหน่ง/ ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง/ อายุ/ ระดับการศึกษา/ สถานภาพสมรส/ อาชีพหลัก/ อาชีพรอง/ รายได้ต่อเดือน

3.2.2.3 การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

3.2.2.4 ประเภทมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

3.2.2.5 ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

3.2.2.6 ปัจจัยภายในและภายนอกกลุ่มทั้ง 9 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านผู้นำกลุ่ม ด้านสมาชิกกลุ่ม ด้านนโยบายรัฐบาล ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

3.2.2.7 ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน

3.2.2.8 การรับรองมาตรฐานอื่น นอกเหนือจากการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

3.2.2.9 ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

3.2.2.10 ข้อเสนอแนะต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

### 3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษ ตามแนวทางและประเด็นที่กำหนดไว้เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ โดยใช้วิธีการบันทึกการสัมภาษณ์ และการบันทึกเสียง

3.2.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากวารสารวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากส่วนราชการ และอินเทอร์เน็ต

3.2.3.3 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์ คัดเลือกประเด็นที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และตัดประเด็นที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยออกไป แล้วนำมาสรุปเนื้อหาและรายงานผลการศึกษาคือต่อไป

### 3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลวิธีการเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมนำมาวิเคราะห์เนื้อหา หาความสัมพันธ์และเชื่อมโยงโดยการเปรียบเทียบข้อมูล (Content Comparison) นำมาเปรียบเทียบทำเป็นตารางแยกแยะ แล้วนำเสนอในลักษณะการบรรยายหรือพรรณนา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### 4.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

4.1.1 สภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

4.1.2 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

4.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

4.1.4 ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

#### 4.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

4.2.1 วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

4.2.2 วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม

4.2.3 วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า/ เครื่องแต่งกาย

4.2.4 วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก

4.2.5 วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพร

#### 4.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

4.1.1 สภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

4.1.1.1 ประเภทกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

จากตารางที่ 4.1 พบว่า วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาครเป็นประเภทกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 17.86 เมื่อพิจารณากลุ่มที่ได้รับและไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มพช.) พบว่า กลุ่มที่ได้รับ มพช. เป็นประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.71 ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มพช. เป็นประเภทการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.15

ตารางที่ 4.1 ประเภทกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

| ประเภทกลุ่ม                | ได้รับ มพช.<br>(n=14) |        | ไม่ได้รับ มพช.<br>(n=14) |        | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------|-----------------------|--------|--------------------------|--------|-------|--------|
|                            | จำนวน                 | ร้อยละ | จำนวน                    | ร้อยละ |       |        |
| ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/ เสื้อผ้า   | -                     | -      | 1                        | 7.14   | 1     | 3.57   |
| ดอกไม้ประดิษฐ์             | 1                     | 7.14   | 1                        | 7.14   | 2     | 7.14   |
| ของชำร่วย/ ของที่ระลึก     | 1                     | 7.14   | 1                        | 7.14   | 2     | 7.14   |
| ผลิตภัณฑ์สมุนไพร           | 5                     | 35.71  | -                        | -      | 5     | 17.86  |
| เครื่องประดับ/ อัญมณี      | -                     | -      | 1                        | 7.14   | 1     | 3.57   |
| เครื่องไม้/ เฟอร์นิเจอร์   | 1                     | 7.14   | -                        | -      | 1     | 3.57   |
| เครื่องหนัง                | 1                     | 7.14   | -                        | -      | 1     | 3.57   |
| การผลิตปัจจัยการผลิต       | -                     | -      | 1                        | 7.14   | 1     | 3.57   |
| การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร | 4                     | 28.58  | 8                        | 57.15  | 12    | 42.86  |
| เครื่องดื่ม                | 1                     | 7.14   | -                        | -      | 1     | 3.57   |
| ทอผ้าบัดน้ำเสีย            | -                     | -      | 1                        | 7.14   | 1     | 3.57   |
| รวม                        | 14                    | 100.00 | 14                       | 100.00 | 28    | 100.00 |

#### 4.1.1.2 การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากตารางที่ 4.2 พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้รับมาตรฐานประเภทขนมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.33 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและสบู่เหลวมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 4.2 การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

| ผลิตภัณฑ์ชุมชน         | จำนวนผลิตภัณฑ์ | ร้อยละ |
|------------------------|----------------|--------|
| ผลิตภัณฑ์กะหล่ำมะพร้าว | 1              | 3.33   |
| ผลิตภัณฑ์หนัง          | 1              | 3.33   |
| กระเป๋าหนังวัว         | 1              | 3.33   |
| น้ำพริกเผา             | 2              | 6.67   |
| ข้าวเกรียบ             | 2              | 6.67   |
| น้ำพริกแกง             | 1              | 3.33   |
| น้ำวุ้นหางจระเข้       | 1              | 3.33   |

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

| ผลิตภัณฑ์ชุมชน               | จำนวนผลิตภัณฑ์ | ร้อยละ |
|------------------------------|----------------|--------|
| ผลิตภัณฑ์ผ้าใยบัว            | 1              | 3.33   |
| ผลิตภัณฑ์ลูกดินเป็ดน้ำ       | 1              | 3.33   |
| ผลิตภัณฑ์พืชอัด              | 1              | 3.33   |
| ผลิตภัณฑ์แผ่นอัดหญ้าแฝก      | 1              | 3.33   |
| ผลิตภัณฑ์บำรุงหน้า           | 2              | 6.67   |
| ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว            | 3              | 10.00  |
| สบู่เหลว                     | 3              | 10.00  |
| แชมพู                        | 4              | 13.33  |
| ผลิตภัณฑ์ปรับสภาพเส้นผม      | 2              | 6.67   |
| ผลิตภัณฑ์เส้นจักสานพลาสติก   | 1              | 3.33   |
| ดอกไม้ประดิษฐ์จากวัสดุแปรรูป | 1              | 3.33   |
| รวม                          | 30             | 100    |

4.1.2 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

#### 4.1.2.1 กลุ่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มที่ได้รับ มผช. ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.30$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้านการบริหารจัดการ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการตลาด และด้านสมาชิกกลุ่ม โดยมีค่าเฉลี่ย 4.77, 4.77, 4.73, 4.66, 4.64 และ 4.61 ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมาก ได้แก่ ด้านนโยบายรัฐบาล และด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.44 และ 4.31 ตามลำดับ และด้านที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับปานกลาง คือ ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.98

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

(1) ด้านการเงิน มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ การจ่ายเงินปันผลกำไรตรงเวลา การวางแผนการเงินก่อนการลงทุน การทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใส ประธานกลุ่มมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุม ดูแลการรับ-จ่ายเงินปัน

ผล การจัดทำงบประมาณ รายรับ-รายจ่ายประจำปี และการทบทวนบัญชีการเงินเพื่อนำมาใช้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประโยชน์

(2) ด้านการบริหารจัดการ มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ การกำหนดเป้าหมายและทิศทางของกลุ่มมีความชัดเจน การจัดโครงสร้างองค์กรและกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการและสมาชิกมีความชัดเจน การเปิดโอกาสให้คณะกรรมการและสมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การจัดบุคคลเข้าทำงานมีความเหมาะสมกับลักษณะงาน การกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับ มีความชัดเจน และการรายงาน ประเมินผล และการแก้ไขปรับปรุงการปฏิบัติงานเพื่อให้กลุ่มมีประสิทธิภาพ

(3) ด้านการตลาด มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การวางแผนการตลาด การนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าและเทศกาลต่าง ๆ การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด การกำหนดราคาขายเพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกัน การวางแผนการจัดจำหน่าย และการกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่ายที่แน่นอน นอกนั้นอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ การประชาสัมพันธ์ถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ่านสื่อต่าง ๆ และการส่งเสริมการขายหรือจัดโปรโมชั่นอย่างสม่ำเสมอ

(4) ด้านการผลิต มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ การวางแผนการผลิตสินค้า การตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนวางจำหน่าย กำหนดคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาผลิตสินค้า การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมาตรฐานตามที่วางไว้ การกำหนดขั้นตอนและกระบวนการผลิต การคิดค้น ปรับปรุง วิธีการใหม่ ๆ ในการผลิตสินค้า การเตรียมการและจัดหาวัตถุดิบมีความเพียงพอทันต่อความต้องการ ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายทั้งในด้านรูปแบบ สี สัน และลวดลาย และการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

(5) ด้านภาวะผู้นำ มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ความสามารถในการมองการณ์ไกล ความสามารถในการกระตุ้นให้สมาชิกเกิดการยอมรับเป้าหมายของกลุ่ม ความสามารถในการนำข้อดี ข้อจำกัด โอกาส อุปสรรค และวิธีการที่เหมาะสมมาใช้ในการพัฒนากลุ่ม ความสามารถในการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิก การสร้างบรรยากาศ ความคุ้นเคยและความสัมพันธ์อันดีภายในกลุ่ม ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการทำงาน ความสามารถในการติดต่อประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่ม ความสามารถในการแก้ไขปัญหาหรือข้อขัดแย้ง

ภายในกลุ่ม และความสามารถในการวางแผนการทำงานอย่างรอบคอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(6) ด้านสมาชิกกลุ่ม มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สมาชิกมีส่วนร่วมในการประเมินผล สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน สมาชิกมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และสมาชิกมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน ส่วนการพัฒนาทักษะความรู้ของสมาชิกโดยการจัดอบรมศึกษาดูงานอยู่ในระดับมาก

(7) ด้านนโยบายรัฐบาล มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมากที่สุด ได้แก่ นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ช่วยให้คนในท้องถิ่นมีงานทำไม่ต้องไปทำงานที่อื่น และช่วยให้มีรายได้เพิ่มขึ้น นอกนั้นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้มากขึ้น ช่วยสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป ช่วยสนับสนุนการทำงานของกลุ่ม และช่วยให้กลุ่มประสบความสำเร็จ

(8) ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การสนับสนุนด้านการตลาด และการเยี่ยมชมจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน นอกนั้นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ การอบรมให้ความรู้ การสนับสนุนด้านการบริหารจัดการ การสนับสนุนด้านการเงิน การสนับสนุนด้านการผลิต และการสนับสนุนด้านเอกสารเผยแพร่

(9) ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ การแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และข่าวสารต่าง ๆ การให้คำปรึกษา ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การแลกเปลี่ยนทรัพยากรและปัจจัยการผลิต และการเพิ่มจำนวนและขยายเครือข่าย

#### 4.1.2.2 กลุ่มที่ไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมากที่สุด คือ ด้านสมาชิกกลุ่ม โดยมีค่าเฉลี่ย 4.51 ส่วนด้านที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมาก ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงิน ด้านการผลิต และด้านการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.44, 4.29, 4.23, 4.22 และ 3.63 ตามลำดับ และด้านที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับปานกลาง คือ ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย และด้านนโยบายรัฐบาล โดยมีค่าเฉลี่ย 3.34 และ 2.94 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

(1) ด้านการเงิน มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ การวางแผนการเงินก่อนการลงทุน ประธานกลุ่มมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุม ดูแลรับ-จ่ายเงินปันผล การจ่ายเงินปันผลกำไรตรงเวลา การทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใส การจัดทำงบประมาณ รายรับ-รายจ่ายประจำปี และการทบทวนบัญชีการเงินเพื่อนำมาใช้ประโยชน์

(2) ด้านการบริหารจัดการ มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมากที่สุด คือ การกำหนดเป้าหมายและทิศทางของกลุ่มมีความชัดเจน นอกนั้นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ การจัดบุคคลเข้าทำงานมีความเหมาะสมกับลักษณะงาน การจัดโครงสร้างองค์กรและกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการและสมาชิกมีความชัดเจน การเปิดโอกาสให้คณะกรรมการและสมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การรายงาน ประเมินผล และการแก้ไขปรับปรุงการปฏิบัติงานเพื่อให้กลุ่มมีประสิทธิภาพ และการกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับ มีความชัดเจน

(3) ด้านการตลาด มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมาก ได้แก่ การกำหนดราคาขายเพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกัน การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด การประชาสัมพันธ์ถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ่านสื่อต่าง ๆ การวางแผนการตลาด และการกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่ายที่แน่นอน นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ การนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าและเทศกาลต่าง ๆ การวางแผนการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขายหรือจัดโปรโมชันอย่างสม่ำเสมอ

(4) ด้านการผลิต มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนวางจำหน่าย กำหนดคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาผลิตสินค้า และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมาตรฐานตามที่วางไว้ นอกนั้นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ การเตรียมการและจัดหาวัตถุดิบมีความเพียงพอทันต่อความต้องการ การวางแผนการผลิตสินค้า การกำหนดขั้นตอนและกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายทั้งในด้านรูปแบบ สี สัน และลวดลาย การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง การคิดค้น ปรับปรุงวิธีการใหม่ ๆ ในการผลิตสินค้า และการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

(5) ด้านภาวะผู้นำ มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมากที่สุด

ได้แก่ มีความสามารถในการวางแผนการทำงานอย่างรอบคอบ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำงาน ความสามารถในการติดต่อประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ความสามารถในการแก้ไขปัญหาหรือข้อขัดแย้งภายในกลุ่ม และความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่ม นอกนั้นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ ความสามารถในการมองเห็นไกล ความสามารถในการกระตุ้นให้สมาชิกเกิดการยอมรับเป้าหมายของกลุ่ม ความสามารถในการนำข้อดี ข้อจำกัด โอกาส อุปสรรค และวิธีการที่เหมาะสมมาใช้เพื่อพัฒนากลุ่ม ความสามารถในการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิก และการสร้างบรรยากาศ ความคุ้นเคยและความสัมพันธ์อันดีภายในกลุ่ม

(6) ด้านสมาชิกกลุ่ม มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่มีผลต่อการได้รับ มพช. ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน สมาชิกมีความเพียงพอต่อการดำเนินงาน และสมาชิกมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ นอกนั้นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ สมาชิกมีส่วนร่วมในการประเมินผล และการพัฒนาทักษะความรู้ของสมาชิกโดยการจัดอบรม ศึกษาดูงาน

(7) ด้านนโยบายรัฐบาล มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ช่วยสนับสนุนการทำงานของกลุ่ม ช่วยให้คนในท้องถิ่นมีงานทำไม่ต้องไปทำงานที่อื่น ช่วยให้มีความได้เพิ่มขึ้น ช่วยสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป ช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้มากขึ้น และช่วยให้กลุ่มประสบความสำเร็จ

(8) ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่มีผลต่อการได้รับ มพช. ในระดับมาก ได้แก่ การสนับสนุนด้านการเงิน การสนับสนุนด้านการบริหารจัดการ การเชื่อมโยงจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การอบรมให้ความรู้ การสนับสนุนด้านการตลาด และการสนับสนุนด้านการผลิต ส่วนการสนับสนุนด้านเอกสารเผยแพร่อยู่ในระดับปานกลาง

(9) ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ การแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และข่าวสารต่าง ๆ การให้คำปรึกษา ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การเพิ่มจำนวนและขยายเครือข่าย และการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและปัจจัยการผลิต



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

| ปัจจัย                                                                                       | ระดับความคิดเห็น    |       |           |          |                        |       |           |          |           |       |           |          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------|-----------|----------|------------------------|-------|-----------|----------|-----------|-------|-----------|----------|
|                                                                                              | กลุ่มที่ได้รับ มผช. |       |           |          | กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. |       |           |          | รวม       |       |           |          |
|                                                                                              | $\bar{x}$           | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ | $\bar{x}$              | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ | $\bar{x}$ | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ |
| <b>ปัจจัยภายในกลุ่ม</b>                                                                      |                     |       |           |          |                        |       |           |          |           |       |           |          |
| <b>1. ด้านการเงิน</b>                                                                        |                     |       |           |          |                        |       |           |          |           |       |           |          |
| 1.1 การวางแผนการเงินก่อนการลงทุน                                                             | 4.79                | 0.426 | มากที่สุด | 2        | 4.43                   | 0.852 | มาก       | 1        | 4.61      | 0.639 | มากที่สุด | 1        |
| 1.2 การจัดทำงานประมาณ รายรับ-รายจ่ายประจำปี                                                  | 4.78                | 0.325 | มากที่สุด | 3        | 4.07                   | 0.987 | มาก       | 4        | 4.43      | 0.656 | มาก       | 4        |
| 1.3 การทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใส                                                     | 4.79                | 0.327 | มากที่สุด | 2        | 4.21                   | 0.982 | มาก       | 3        | 4.50      | 0.655 | มากที่สุด | 3        |
| 1.4 การทบทวนบัญชีการเงินเพื่อนำมาใช้ประโยชน์                                                 | 4.71                | 0.469 | มากที่สุด | 4        | 4.07                   | 0.961 | มาก       | 4        | 4.39      | 0.715 | มาก       | 5        |
| 1.5 การจ่ายเงินปันผลกำไรตรงเวลา                                                              | 4.80                | 0.427 | มากที่สุด | 1        | 4.21                   | 0.704 | มาก       | 3        | 4.50      | 0.566 | มากที่สุด | 3        |
| 1.6 ประธานกลุ่มมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุม ดูแลการรับ-จ่ายเงินปันผล                  | 4.79                | 0.294 | มากที่สุด | 2        | 4.36                   | 0.842 | มาก       | 2        | 4.58      | 0.568 | มากที่สุด | 2        |
| <b>เฉลี่ย (Mean) ด้านการเงิน</b>                                                             | 4.77                | 0.378 | มากที่สุด | -        | 4.23                   | 0.888 | มาก       | -        | 4.50      | 0.633 | มากที่สุด | -        |
| <b>2. ด้านการบริหารจัดการ</b>                                                                |                     |       |           |          |                        |       |           |          |           |       |           |          |
| 2.1 การกำหนดเป้าหมายและทิศทางของกลุ่มมีความชัดเจน                                            | 4.79                | 0.426 | มากที่สุด | 1        | 4.57                   | 0.514 | มากที่สุด | 1        | 4.68      | 0.470 | มากที่สุด | 1        |
| 2.2 การจัดโครงสร้างองค์กรและกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการและสมาชิกมีความชัดเจน | 4.79                | 0.406 | มากที่สุด | 1        | 4.29                   | 0.714 | มาก       | 3        | 4.54      | 0.560 | มากที่สุด | 2        |

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

| ปัจจัย                                                                             | ระดับความคิดเห็น    |       |           |          |                        |       |         |          |           |       |           |          |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------|-----------|----------|------------------------|-------|---------|----------|-----------|-------|-----------|----------|
|                                                                                    | กลุ่มที่ได้รับ มพข. |       |           |          | กลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. |       |         |          | รวม       |       |           |          |
|                                                                                    | $\bar{x}$           | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ | $\bar{x}$              | S.D.  | แปลผล   | ลำดับที่ | $\bar{x}$ | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ |
| 2.3 การกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับ มีความชัดเจน                                       | 4.64                | 0.633 | มากที่สุด | 3        | 4.07                   | 0.797 | มาก     | 5        | 4.40      | 0.715 | มาก       | 3        |
| 2.4 การเปิดโอกาสให้คณะกรรมการและสมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น               | 4.79                | 0.426 | มากที่สุด | 1        | 4.29                   | 0.681 | มาก     | 3        | 4.54      | 0.554 | มากที่สุด | 2        |
| 2.5 การจัดบุคคลเข้าทำงานมีความเหมาะสมกับลักษณะงาน                                  | 4.71                | 0.459 | มากที่สุด | 2        | 4.36                   | 0.633 | มาก     | 2        | 4.54      | 0.546 | มากที่สุด | 2        |
| 2.6 การรายงาน ประเมินผล และการแก้ไขปรับปรุงการปฏิบัติงานเพื่อให้กลุ่มมีประสิทธิภาพ | 4.64                | 0.236 | มากที่สุด | 3        | 4.21                   | 0.699 | มาก     | 4        | 4.34      | 0.468 | มาก       | 4        |
| <b>เฉลี่ย (Mean) ด้านการบริหารจัดการ</b>                                           | 4.73                | 0.431 | มากที่สุด | -        | 4.29                   | 0.673 | มาก     | -        | 4.51      | 0.552 | มากที่สุด | -        |
| <b>3. ด้านการตลาด</b>                                                              |                     |       |           |          |                        |       |         |          |           |       |           |          |
| 3.1 การกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่ายที่แน่นอน                                         | 4.64                | 0.633 | มากที่สุด | 3        | 3.57                   | 0.998 | มาก     | 5        | 4.11      | 0.816 | มาก       | 5        |
| 3.2 การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด                                     | 4.79                | 0.326 | มากที่สุด | 2        | 3.86                   | 0.987 | มาก     | 2        | 4.33      | 0.657 | มาก       | 2        |
| 3.3 การกำหนดราคาขายเพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกัน                                        | 4.79                | 0.306 | มากที่สุด | 2        | 4.36                   | 0.645 | มาก     | 1        | 4.58      | 0.480 | มากที่สุด | 1        |
| 3.4 การวางแผนการตลาด                                                               | 4.86                | 0.263 | มากที่สุด | 1        | 3.71                   | 1.067 | มาก     | 4        | 4.29      | 0.665 | มาก       | 3        |
| 3.5 การวางแผนการจัดจำหน่าย                                                         | 4.79                | 0.405 | มากที่สุด | 2        | 3.36                   | 0.982 | ปานกลาง | 7        | 4.08      | 0.881 | มาก       | 6        |
| 3.6 การส่งเสริมการขาย หรือการจัดโปรโมชั่นอย่างสม่ำเสมอ                             | 4.07                | 0.567 | มาก       | 5        | 2.79                   | 1.088 | ปานกลาง | 8        | 3.34      | 0.828 | ปานกลาง   | 7        |

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

| ปัจจัย                                                      | ระดับความคิดเห็น    |       |           |          |                        |       |           |          |           |       |           |          |
|-------------------------------------------------------------|---------------------|-------|-----------|----------|------------------------|-------|-----------|----------|-----------|-------|-----------|----------|
|                                                             | กลุ่มที่ได้รับ มพช. |       |           |          | กลุ่มที่ไม่ได้รับ มพช. |       |           |          | รวม       |       |           |          |
|                                                             | $\bar{x}$           | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ | $\bar{x}$              | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ | $\bar{x}$ | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ |
| 3.7 การนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าและเทศกาลต่าง ๆ  | 4.86                | 0.363 | มากที่สุด | 1        | 3.46                   | 1.016 | ปานกลาง   | 6        | 4.16      | 0.690 | มาก       | 4        |
| 3.8 การประชาสัมพันธ์ถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ่านสื่อต่าง ๆ      | 4.36                | 0.529 | มาก       | 4        | 3.79                   | 0.825 | มาก       | 3        | 4.08      | 0.677 | มาก       | 6        |
| <b>เฉลี่ย (Mean) ด้านการตลาด</b>                            | 4.64                | 0.424 | มากที่สุด | -        | 3.63                   | 0.951 | มาก       | -        | 4.14      | 0.688 | มาก       | -        |
| <b>4. ด้านการผลิต</b>                                       |                     |       |           |          |                        |       |           |          |           |       |           |          |
| 4.1 การวางแผนการผลิตสินค้า                                  | 4.93                | 0.267 | มากที่สุด | 1        | 4.29                   | 0.725 | มาก       | 4        | 4.61      | 0.496 | มากที่สุด | 3        |
| 4.2 การกำหนดขั้นตอนและกระบวนการผลิต                         | 4.79                | 0.345 | มากที่สุด | 3        | 4.21                   | 0.599 | มาก       | 5        | 4.50      | 0.472 | มากที่สุด | 4        |
| 4.3 กำหนดคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาผลิตสินค้า                 | 4.86                | 0.263 | มากที่สุด | 2        | 4.50                   | 0.550 | มากที่สุด | 2        | 4.68      | 0.407 | มากที่สุด | 2        |
| 4.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง                 | 4.86                | 0.263 | มากที่สุด | 2        | 3.93                   | 1.041 | มาก       | 7        | 4.40      | 0.652 | มาก       | 5        |
| 4.5 การคิดค้น ปรับปรุงวิธีการใหม่ ๆ ในการผลิตสินค้า         | 4.79                | 0.326 | มากที่สุด | 3        | 3.86                   | 1.031 | มาก       | 8        | 4.33      | 0.679 | มาก       | 7        |
| 4.6 การตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนวางจำหน่าย              | 4.93                | 0.267 | มากที่สุด | 1        | 4.71                   | 0.511 | มากที่สุด | 1        | 4.82      | 0.389 | มากที่สุด | 1        |
| 4.7 การเตรียมการจัดหาวัตถุดิบมีความเพียงพอทันต่อความต้องการ | 4.57                | 0.214 | มากที่สุด | 4        | 4.43                   | 0.656 | มาก       | 3        | 4.50      | 0.435 | มากที่สุด | 4        |

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

| ปัจจัย                                                        | ระดับความคิดเห็น    |       |           |          |                        |       |           |          |           |       |           |          |
|---------------------------------------------------------------|---------------------|-------|-----------|----------|------------------------|-------|-----------|----------|-----------|-------|-----------|----------|
|                                                               | กลุ่มที่ได้รับ มพช. |       |           |          | กลุ่มที่ไม่ได้รับ มพช. |       |           |          | รวม       |       |           |          |
|                                                               | $\bar{x}$           | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ | $\bar{x}$              | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ | $\bar{x}$ | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ |
| 4.8 ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย ทั้งในด้านรูปแบบ สี สัน และลวดลาย | 4.57                | 0.256 | มากที่สุด | 4        | 4.14                   | 0.849 | มาก       | 6        | 4.36      | 0.553 | มาก       | 6        |
| 4.9 การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์                           | 4.57                | 0.246 | มากที่สุด | 4        | 3.64                   | 1.183 | มาก       | 9        | 4.11      | 0.715 | มาก       | 8        |
| 4.10 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมาตรฐานตามที่วางไว้                     | 4.86                | 0.363 | มากที่สุด | 2        | 4.50                   | 0.715 | มากที่สุด | 2        | 4.68      | 0.539 | มากที่สุด | 2        |
| <b>เฉลี่ย (Mean) ด้านการผลิต</b>                              | 4.77                | 0.281 | มากที่สุด | -        | 4.22                   | 0.786 | มาก       | -        | 4.50      | 0.534 | มากที่สุด | -        |
| <b>5. ด้านภาวะผู้นำ</b>                                       |                     |       |           |          |                        |       |           |          |           |       |           |          |
| 5.1 ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการทำงาน                      | 4.64                | 0.633 | มากที่สุด | 2        | 4.57                   | 0.514 | มากที่สุด | 2        | 4.61      | 0.574 | มากที่สุด | 1        |
| 5.2 ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน                              | 4.71                | 0.469 | มากที่สุด | 1        | 4.50                   | 0.470 | มากที่สุด | 3        | 4.61      | 0.470 | มากที่สุด | 1        |
| 5.3 ความสามารถในการวางแผนการทำงานอย่างรอบคอบ                  | 4.50                | 0.450 | มากที่สุด | 4        | 4.64                   | 0.398 | มากที่สุด | 1        | 4.57      | 0.424 | มากที่สุด | 2        |
| 5.4 ความสามารถในการแก้ไขปัญหาหรือข้อขัดแย้งภายในกลุ่ม         | 4.57                | 0.546 | มากที่สุด | 3        | 4.50                   | 0.470 | มากที่สุด | 3        | 4.54      | 0.508 | มากที่สุด | 3        |
| 5.5 ความสามารถในการติดต่อประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง         | 4.64                | 0.397 | มากที่สุด | 2        | 4.57                   | 0.552 | มากที่สุด | 2        | 4.61      | 0.475 | มากที่สุด | 1        |
| 5.6 ความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่ม                   | 4.64                | 0.397 | มากที่สุด | 2        | 4.50                   | 0.470 | มากที่สุด | 3        | 4.57      | 0.434 | มากที่สุด | 2        |
| 5.7 ความสามารถในการมองการณ์ไกล                                | 4.71                | 0.369 | มากที่สุด | 1        | 4.43                   | 0.514 | มาก       | 4        | 4.57      | 0.442 | มากที่สุด | 2        |

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

| ปัจจัย                                                                                     | ระดับความคิดเห็น    |       |           |          |                        |       |           |          |           |       |           |          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------|-----------|----------|------------------------|-------|-----------|----------|-----------|-------|-----------|----------|
|                                                                                            | กลุ่มที่ได้รับ มผช. |       |           |          | กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. |       |           |          | รวม       |       |           |          |
|                                                                                            | $\bar{x}$           | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ | $\bar{x}$              | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ | $\bar{x}$ | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ |
| 5.8 ความสามารถในการกระตุ้นให้สมาชิกเกิดการยอมรับเป้าหมายของกลุ่ม                           | 4.71                | 0.469 | มากที่สุด | 1        | 4.36                   | 0.435 | มาก       | 5        | 4.54      | 0.452 | มากที่สุด | 3        |
| 5.9 ความสามารถในการนำข้อดี ข้อจำกัด โอกาส อุปสรรค และวิธีการที่เหมาะสมมาใช้ในการพัฒนากลุ่ม | 4.71                | 0.369 | มากที่สุด | 1        | 4.36                   | 0.435 | มาก       | 5        | 4.54      | 0.402 | มากที่สุด | 3        |
| 5.10 ความสามารถในการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิก                                        | 4.71                | 0.469 | มากที่สุด | 1        | 4.21                   | 0.599 | มาก       | 6        | 4.46      | 0.534 | มาก       | 4        |
| 5.11 การสร้างบรรยากาศ ความคุ้นเคยและความสัมพันธ์อันดีภายในกลุ่ม                            | 4.71                | 0.349 | มากที่สุด | 1        | 4.21                   | 0.599 | มาก       | 6        | 4.46      | 0.474 | มาก       | 4        |
| <b>เฉลี่ย (Mean) ด้านผู้นำ</b>                                                             | 4.66                | 0.447 | มากที่สุด | -        | 4.44                   | 0.496 | มาก       | -        | 4.55      | 0.472 | มากที่สุด | -        |
| <b>6. ด้านสมาชิกกลุ่ม</b>                                                                  |                     |       |           |          |                        |       |           |          |           |       |           |          |
| 6.1 สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน                                                     | 4.64                | 0.545 | มากที่สุด | 4        | 4.71                   | 0.611 | มากที่สุด | 2        | 4.68      | 0.578 | มากที่สุด | 3        |
| 6.2 สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน                                                         | 4.71                | 0.316 | มากที่สุด | 2        | 4.79                   | 0.426 | มากที่สุด | 1        | 4.75      | 0.371 | มากที่สุด | 1        |
| 6.3 สมาชิกมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์                                                     | 4.69                | 0.369 | มากที่สุด | 3        | 4.71                   | 0.469 | มากที่สุด | 2        | 4.70      | 0.419 | มากที่สุด | 2        |
| 6.4 สมาชิกมีส่วนร่วมในการประเมินผล                                                         | 4.73                | 0.312 | มากที่สุด | 1        | 4.43                   | 0.756 | มาก       | 3        | 4.58      | 0.534 | มากที่สุด | 4        |
| 6.5 การพัฒนาทักษะความรู้ของสมาชิกโดยการจัดอบรมศึกษาดูงาน                                   | 4.29                | 0.723 | มาก       | 5        | 3.93                   | 1.078 | มาก       | 4        | 4.11      | 0.901 | มาก       | 5        |
| <b>เฉลี่ย (Mean) ด้านสมาชิกกลุ่ม</b>                                                       | 4.61                | 0.453 | มากที่สุด | -        | 4.51                   | 0.668 | มากที่สุด | -        | 4.56      | 0.561 | มากที่สุด | -        |

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

| ปัจจัย                                                                                  | ระดับความคิดเห็น    |       |           |          |                        |       |         |          |           |       |       |          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------|-----------|----------|------------------------|-------|---------|----------|-----------|-------|-------|----------|
|                                                                                         | กลุ่มที่ได้รับ มผช. |       |           |          | กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. |       |         |          | รวม       |       |       |          |
|                                                                                         | $\bar{x}$           | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ | $\bar{x}$              | S.D.  | แปลผล   | ลำดับที่ | $\bar{x}$ | S.D.  | แปลผล | ลำดับที่ |
| <b>เฉลี่ยรวม (Grand Mean) ปัจจัยภายในกลุ่ม</b>                                          | 4.69                | 0.402 | มากที่สุด | -        | 4.22                   | 0.743 | มาก     | -        | 4.46      | 0.573 | มาก   | -        |
| <b>ปัจจัยภายนอกกลุ่ม</b>                                                                |                     |       |           |          |                        |       |         |          |           |       |       |          |
| <b>7. ด้านนโยบายรัฐบาล</b>                                                              |                     |       |           |          |                        |       |         |          |           |       |       |          |
| 7.1 นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ช่วยสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป | 4.43                | 0.938 | มาก       | 3        | 2.93                   | 1.592 | ปานกลาง | 2        | 3.68      | 1.265 | มาก   | 3        |
| 7.2 นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ช่วยสนับสนุนการทำงานของกลุ่ม                          | 4.41                | 0.838 | มาก       | 4        | 3.00                   | 1.569 | ปานกลาง | 1        | 3.71      | 1.204 | มาก   | 2        |
| 7.3 นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้มากขึ้น               | 4.44                | 0.956 | มาก       | 2        | 2.86                   | 1.460 | ปานกลาง | 3        | 3.65      | 1.208 | มาก   | 4        |
| 7.4 นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีส่วนช่วยให้กลุ่มประสบความสำเร็จ                     | 4.36                | 1.008 | มาก       | 5        | 2.86                   | 1.237 | ปานกลาง | 3        | 3.61      | 1.123 | มาก   | 5        |
| 7.5 นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ช่วยให้คนในท้องถิ่นมีงานทำไม่ต้องไปทำงานที่อื่น       | 4.50                | 0.941 | มากที่สุด | 1        | 3.00                   | 1.569 | ปานกลาง | 1        | 3.75      | 1.255 | มาก   | 1        |
| 7.6 นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ช่วยให้มีรายได้เพิ่มขึ้น                              | 4.50                | 0.941 | มากที่สุด | 1        | 3.00                   | 1.519 | ปานกลาง | 1        | 3.75      | 1.230 | มาก   | 1        |
| <b>เฉลี่ย (Mean) ด้านนโยบายรัฐบาล</b>                                                   | 4.44                | 0.937 | มาก       | -        | 2.94                   | 1.491 | ปานกลาง | -        | 3.69      | 1.214 | มาก   | -        |

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

| ปัจจัย                                                        | ระดับความคิดเห็น    |       |           |          |                        |       |         |          |           |       |         |          |
|---------------------------------------------------------------|---------------------|-------|-----------|----------|------------------------|-------|---------|----------|-----------|-------|---------|----------|
|                                                               | กลุ่มที่ได้รับ มพข. |       |           |          | กลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. |       |         |          | รวม       |       |         |          |
|                                                               | $\bar{x}$           | S.D.  | แปลผล     | ลำดับที่ | $\bar{x}$              | S.D.  | แปลผล   | ลำดับที่ | $\bar{x}$ | S.D.  | แปลผล   | ลำดับที่ |
| 8. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน                   |                     |       |           |          |                        |       |         |          |           |       |         |          |
| 8.1 การสนับสนุนด้านการเงิน                                    | 4.21                | 1.122 | มาก       | 5        | 4.00                   | 1.018 | มาก     | 1        | 4.11      | 1.070 | มาก     | 3        |
| 8.2 การสนับสนุนด้านการบริหารจัดการ                            | 4.29                | 0.914 | มาก       | 4        | 4.00                   | 1.028 | มาก     | 1        | 4.15      | 0.971 | มาก     | 2        |
| 8.3 การสนับสนุนด้านการตลาด                                    | 4.64                | 0.533 | มากที่สุด | 1        | 3.57                   | 1.042 | มาก     | 3        | 4.11      | 0.788 | มาก     | 3        |
| 8.4 การสนับสนุนด้านการผลิต                                    | 4.07                | 0.981 | มาก       | 6        | 3.50                   | 1.045 | มาก     | 4        | 3.79      | 1.013 | มาก     | 4        |
| 8.5 การอบรมให้ความรู้                                         | 4.36                | 0.546 | มาก       | 3        | 3.86                   | 1.051 | มาก     | 2        | 4.11      | 0.799 | มาก     | 3        |
| 8.6 การสนับสนุนด้านเอกสารเผยแพร่                              | 4.07                | 0.989 | มาก       | 6        | 3.29                   | 1.331 | ปานกลาง | 5        | 3.68      | 1.160 | มาก     | 5        |
| 8.7 การเชื่อมโยงจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน                     | 4.50                | 0.760 | มากที่สุด | 2        | 4.00                   | 1.038 | มาก     | 1        | 4.25      | 0.899 | มาก     | 1        |
| <b>เฉลี่ย (Mean) ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน</b> | 4.31                | 0.835 | มาก       | -        | 3.74                   | 1.079 | มาก     | -        | 4.03      | 0.957 | มาก     | -        |
| 9. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย                       |                     |       |           |          |                        |       |         |          |           |       |         |          |
| 9.1 การแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และข่าวสารต่าง ๆ           | 3.14                | 1.501 | ปานกลาง   | 1        | 3.43                   | 1.555 | ปานกลาง | 1        | 3.29      | 1.528 | ปานกลาง | 1        |
| 9.2 การให้คำปรึกษาช่วยเหลือเกื้อกูลกัน                        | 3.14                | 1.463 | ปานกลาง   | 1        | 3.43                   | 1.551 | ปานกลาง | 1        | 3.29      | 1.507 | ปานกลาง | 1        |
| 9.3 การแลกเปลี่ยนทรัพยากรและปัจจัยการผลิต                     | 2.93                | 1.493 | ปานกลาง   | 2        | 3.21                   | 1.572 | ปานกลาง | 3        | 3.07      | 1.533 | ปานกลาง | 2        |
| 9.4 การเพิ่มจำนวนและขยายเครือข่าย                             | 2.71                | 1.538 | ปานกลาง   | 3        | 3.29                   | 1.590 | ปานกลาง | 2        | 3.00      | 1.564 | ปานกลาง | 3        |
| <b>เฉลี่ย (Mean) ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย</b>     | 2.98                | 1.501 | ปานกลาง   | -        | 3.34                   | 1.567 | ปานกลาง | -        | 3.16      | 1.534 | ปานกลาง | -        |



#### 4.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากตารางที่ 4.4 พบว่า การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกทวิ (Binary stepwise logistic regression) จากตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร มีเพียง 3 ตัวแปรที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ การผลิต สมาชิกกลุ่ม และนโยบายรัฐบาล โดยการผลิตและสมาชิกกลุ่มมีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนโยบายรัฐบาลมีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่สามารถอธิบายความแปรปรวนในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก พบว่า สถิติทดสอบ Cox & Snell  $R^2$  มีค่าเท่ากับร้อยละ 47.80 และสถิติทดสอบ Nagelkerke  $R^2$  มีค่าเท่ากับร้อยละ 63.70 การทำนายถูกต้องร้อยละ 85.70 โดยตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีค่าเป็นบวก ได้แก่ ด้านการผลิต ( $\text{Exp}(B) = 348.612$ ) และด้านนโยบายรัฐบาล ( $\text{Exp}(B) = 3.220$ ) ตามลำดับ กล่าวคือ หากมีการวางแผนหรือการจัดการด้านการผลิตที่ดี จะส่งผลต่อการได้รับ มผช. เพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันหากนโยบายรัฐบาลมีการประชาสัมพันธ์ สนับสนุน หรือส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด จะส่งผลต่อการได้รับ มผช. เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ส่วนตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ ได้แก่ ด้านสมาชิกกลุ่ม ( $\text{Exp}(B) = 0.025$ ) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเมื่อสมาชิกกลุ่มไม่ได้รับการเพิ่มทักษะความรู้ จะส่งผลต่อการได้รับ มผช. เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.4 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

| ตัวแปร                  | B       | S.E.  | Wald   | Exp(B)   |
|-------------------------|---------|-------|--------|----------|
| การผลิต                 | 5.854   | 3.123 | 3.513  | 348.612* |
| สมาชิกกลุ่ม             | -3.686  | 2.110 | 3.052  | 0.025*   |
| นโยบายรัฐบาล            | 1.170   | 0.513 | 5.196  | 3.220**  |
| ค่าคงที่                | -14.450 | 9.183 | 2.476  | 0.00     |
| Prediction accuracy (%) |         |       | 85.7   |          |
| -2Log-likelihood        |         |       | 20.626 |          |
| Cox and Snell $R^2$     |         |       | 0.478  |          |
| Nagelkerke $R^2$        |         |       | 0.637  |          |
| Chi-square              |         |       | 9.182  |          |
| Significant (p-value)   |         |       | 0.240  |          |

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01; \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 4.1.4 ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

##### 4.1.4.1 ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 1.89$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับปานกลาง คือ ด้านการผลิต โดยมีค่าเฉลี่ย 2.51 ส่วนด้านที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อย ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ด้านนโยบายรัฐบาล ด้านการเงิน และด้านการบริหารจัดการ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.28, 2.26, 1.89, 1.88, 1.77 และ 1.68 ตามลำดับ และด้านที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านสมาชิกกลุ่ม และด้านภาวะผู้นำ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.22 และ 1.99 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

(1) ด้านการเงิน พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับน้อยทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ ขาดการวางแผนการเงินก่อนการลงทุน อัตราดอกเบี้ยสูง ขาดเงินทุนหมุนเวียน ไม่มีแหล่งเงินกู้ ขาดความเข้าใจในการทำระบบบัญชี ปัญหานี้สิน และการจ่ายเงินปันผลจากการเป็นหุ้นส่วนไม่มีความเป็นธรรม

(2) ด้านการบริหารจัดการ พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กฎระเบียบ ข้อบังคับไม่ชัดเจน การแบ่งหน้าที่การทำงานไม่มีความชัดเจน ขาดการวางแผนดำเนินงานที่ชัดเจน การจัดบุคคลเข้าทำงานไม่มีความเหมาะสม และขาดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานระหว่างผู้นำและสมาชิก

(3) ด้านการตลาด พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแข่งขันด้านราคาสูง และคู่แข่งมีจำนวนมาก นอกนั้นอยู่ในระดับน้อยทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ กลุ่มลูกค้าลดลง ยอดขายต่ำลง ขาดการประชาสัมพันธ์ สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีน้อย ขาดการวางแผนการตลาด และขาดการติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด

(4) ด้านการผลิต พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับมาก คือ ต้นทุนการผลิตสูง นอกนั้นอยู่ในระดับน้อยทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต ขาดความรู้ด้านการออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จำนวนแรงงานไม่เพียงพอ และประเภทสินค้าไม่มีความหลากหลาย

(5) ด้านภาวะผู้นำ พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับน้อยที่สุดทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ ขาดความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการทำงาน ขาดความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ขาดความสามารถในการติดต่อประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และขาดความสามารถในการแก้ไขปัญหา

(6) ด้านสมาชิกกลุ่ม พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับน้อยที่สุดทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ สมาชิกมีความเพียงพอต่อการดำเนินงาน สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การพัฒนาทักษะความรู้ของสมาชิกโดยการจัดอบรมศึกษาดูงาน สมาชิกมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และสมาชิกมีส่วนร่วมในการประเมินผล

(7) ด้านนโยบายรัฐบาล พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับน้อยทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีส่วนทำให้เกิดการลอกเลียนแบบสินค้า ไม่มีส่วนทำให้กลุ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น และไม่มีความต่อเนื่อง

(8) ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับน้อยทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และขาดการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน

(9) ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับน้อยทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ ขาดการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และข่าวสารต่าง ๆ ไม่มีการเพิ่มจำนวนและขยายเครือข่าย ขาดการให้คำปรึกษา ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และขาดการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและปัจจัยการผลิต

#### 4.1.4.2 ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มที่ไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.46$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย ด้านการตลาด ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ด้านการผลิต และด้านนโยบายรัฐบาล โดยมีค่าเฉลี่ย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.92, 2.91, 2.82, 2.74 และ 2.69 ส่วนด้านที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อย ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการบริหารจัดการ และด้านสมาชิกกลุ่ม โดยมีค่าเฉลี่ย 2.06, 1.94 และ 1.58 ตามลำดับ และด้านที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อยที่สุด คือ ด้านภาวะผู้นำ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.46

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

(1) ด้านการเงิน พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับน้อยทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ ขาดความเข้าใจในการทำระบบบัญชี ขาดการวางแผนการเงินก่อนการลงทุน ขาดเงินทุนหมุนเวียน ไม่มีแหล่งเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยสูง การจ่ายเงินปันผลจากการเป็นหุ้นส่วนไม่มีความเป็นธรรม และปัญหาหนี้สิน

(2) ด้านการบริหารจัดการ พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับน้อยทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ กฎระเบียบข้อบังคับไม่ชัดเจน ขาดการวางแผนดำเนินงานที่ชัดเจน การจัดบุคคลเข้าทำงานไม่มีความเหมาะสม ขาดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานระหว่างผู้นำและสมาชิก และการแบ่งหน้าที่การทำงานไม่มีความชัดเจน

(3) ด้านการตลาด พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับมาก คือ ขาดการประชาสัมพันธ์ นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีน้อย ขาดการวางแผนการตลาด กลุ่มลูกค้าลดลง ยอดขายต่ำลง คู่แข่งมีจำนวนมาก มีการแข่งขันด้านราคาสูง และขาดการติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด (4)

ด้านการผลิต พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับปานกลาง ได้แก่ ต้นทุนการผลิตสูง ขาดความรู้ด้านการออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จำนวนแรงงานไม่เพียงพอ และขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต ส่วนประเภทสินค้าไม่มีความหลากหลายพบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อย ( 5)

ด้านภาวะผู้นำ พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อย ได้แก่ ขาดความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน และขาดความสามารถในการแก้ไขปัญหา นอกนั้นอยู่ในระดับน้อยที่สุดทั้งหมด ได้แก่ ขาดความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการทำงาน และขาดความสามารถในการติดต่อประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(6) ด้านสมาชิกกลุ่ม พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อย ได้แก่ สมาชิกมีส่วนร่วมในการรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลประโยชน์ สมาชิกมีส่วนร่วมในการประเมินผล การพัฒนาทักษะความรู้ของสมาชิกโดยการจัดอบรมศึกษาดูงาน และสมาชิกมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน ส่วนสมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงานพบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อยที่สุด

(7) ด้านนโยบายรัฐบาล พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีส่วนทำให้เกิดการลอกเลียนแบบสินค้า ไม่มีส่วนทำให้กลุ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น และไม่มีความต่อเนื่อง

(8) ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ ขาดการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน และขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

(9) ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย พบปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกหัวข้ออยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยเรียงลำดับดังนี้ ขาดการให้คำปรึกษา ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ขาดการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและปัจจัยการผลิต ขาดการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และข่าวสารต่าง ๆ และไม่มีการเพิ่มจำนวนและขยายเครือข่าย

ตารางที่ 4.5 ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

| ปัญหา                                                   | ระดับปัญหา          |       |       |          |                        |       |       |          |           |       |       |          |
|---------------------------------------------------------|---------------------|-------|-------|----------|------------------------|-------|-------|----------|-----------|-------|-------|----------|
|                                                         | กลุ่มที่ได้รับ มผช. |       |       |          | กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. |       |       |          | รวม       |       |       |          |
|                                                         | $\bar{x}$           | S.D.  | แปลผล | ลำดับที่ | $\bar{x}$              | S.D.  | แปลผล | ลำดับที่ | $\bar{x}$ | S.D.  | แปลผล | ลำดับที่ |
| <b>ปัญหาภายในกลุ่ม</b>                                  |                     |       |       |          |                        |       |       |          |           |       |       |          |
| <b>1. ปัญหาด้านการเงิน</b>                              |                     |       |       |          |                        |       |       |          |           |       |       |          |
| 1.1 ขาดการวางแผนการเงินก่อนการลงทุน                     | 2.00                | 0.784 | น้อย  | 1        | 2.07                   | 0.616 | น้อย  | 2        | 2.04      | 0.700 | น้อย  | 1        |
| 1.2 ขาดเงินทุนหมุนเวียน                                 | 1.86                | 0.663 | น้อย  | 3        | 2.07                   | 0.730 | น้อย  | 2        | 1.97      | 0.697 | น้อย  | 3        |
| 1.3 ไม่มีแหล่งเงินทุน                                   | 1.86                | 0.535 | น้อย  | 3        | 2.07                   | 0.616 | น้อย  | 2        | 1.97      | 0.576 | น้อย  | 3        |
| 1.4 อัตราดอกเบี้ยสูง                                    | 1.93                | 1.072 | น้อย  | 2        | 2.07                   | 0.730 | น้อย  | 2        | 2.00      | 0.901 | น้อย  | 2        |
| 1.5 ปัญหานี้สิน                                         | 1.57                | 0.646 | น้อย  | 5        | 1.93                   | 0.616 | น้อย  | 4        | 1.75      | 0.631 | น้อย  | 6        |
| 1.6 ขาดความเข้าใจในการทำระบบบัญชี                       | 1.64                | 0.633 | น้อย  | 4        | 2.21                   | 0.975 | น้อย  | 1        | 1.93      | 0.804 | น้อย  | 4        |
| 1.7 การจ่ายเงินปันผลจากการเป็นหุ้นส่วนไม่มีความเป็นธรรม | 1.57                | 0.514 | น้อย  | 5        | 2.00                   | 0.679 | น้อย  | 3        | 1.79      | 0.597 | น้อย  | 5        |
| <b>เฉลี่ย (Mean) ปัญหาด้านการเงิน</b>                   | 1.77                | 0.493 | น้อย  | -        | 2.06                   | 0.647 | น้อย  | -        | 1.92      | 0.570 | น้อย  | -        |
| <b>2. ปัญหาด้านการบริหารจัดการ</b>                      |                     |       |       |          |                        |       |       |          |           |       |       |          |
| 2.1 ภาระเบี้ยขี้บั้งกับไม่ชัดเจน                        | 2.00                | 0.961 | น้อย  | 1        | 2.00                   | 0.679 | น้อย  | 1        | 2.00      | 0.820 | น้อย  | 1        |
| 2.2 ขาดการวางแผนดำเนินงานที่ชัดเจน                      | 1.57                | 0.514 | น้อย  | 3        | 2.00                   | 0.555 | น้อย  | 1        | 1.79      | 0.535 | น้อย  | 2        |
| 2.3 การแบ่งหน้าที่การทำงานไม่มีความชัดเจน               | 1.71                | 0.611 | น้อย  | 2        | 1.86                   | 0.535 | น้อย  | 3        | 1.79      | 0.573 | น้อย  | 2        |
| 2.4 การจัดบุคคลเข้าทำงานไม่มีความเหมาะสม                | 1.57                | 0.646 | น้อย  | 3        | 1.93                   | 0.616 | น้อย  | 2        | 1.75      | 0.631 | น้อย  | 3        |

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

| ปัญหา                                                   | ระดับปัญหา          |       |         |          |                        |       |         |          |           |       |         |          |
|---------------------------------------------------------|---------------------|-------|---------|----------|------------------------|-------|---------|----------|-----------|-------|---------|----------|
|                                                         | กลุ่มที่ได้รับ มผช. |       |         |          | กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. |       |         |          | รวม       |       |         |          |
|                                                         | $\bar{x}$           | S.D.  | แปลผล   | ลำดับที่ | $\bar{x}$              | S.D.  | แปลผล   | ลำดับที่ | $\bar{x}$ | S.D.  | แปลผล   | ลำดับที่ |
| 2.5 ขาดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานระหว่างผู้นำและสมาชิก | 1.57                | 0.646 | น้อย    | 3        | 1.93                   | 0.616 | น้อย    | 2        | 1.75      | 0.631 | น้อย    | 3        |
| เฉลี่ย (Mean) ปัญหาด้านการบริหารจัดการ                  | 1.68                | 0.468 | น้อย    | -        | 1.94                   | 0.504 | น้อย    | -        | 1.81      | 0.486 | น้อย    | -        |
| 3. ปัญหาด้านการตลาด                                     |                     |       |         |          |                        |       |         |          |           |       |         |          |
| 3.1 ขาดการวางแผนการตลาด                                 | 1.79                | 0.699 | น้อย    | 5        | 2.86                   | 0.663 | ปานกลาง | 3        | 2.33      | 0.681 | น้อย    | 6        |
| 3.2 ขาดการติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด       | 1.79                | 0.699 | น้อย    | 5        | 2.64                   | 0.745 | ปานกลาง | 6        | 2.22      | 0.722 | น้อย    | 7        |
| 3.3 สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีน้อย                       | 1.93                | 1.207 | น้อย    | 4        | 3.21                   | 0.975 | ปานกลาง | 2        | 2.57      | 1.091 | ปานกลาง | 5        |
| 3.4 กลุ่มลูกค้าลดลง                                     | 2.43                | 1.089 | น้อย    | 2        | 2.79                   | 0.802 | ปานกลาง | 4        | 2.61      | 0.946 | ปานกลาง | 4        |
| 3.5 ยอดขายต่ำลง                                         | 2.43                | 1.089 | น้อย    | 2        | 2.79                   | 0.802 | ปานกลาง | 4        | 2.61      | 0.946 | ปานกลาง | 4        |
| 3.6 มีการแข่งขันด้านราคาสูง                             | 2.86                | 1.460 | ปานกลาง | 1        | 2.71                   | 0.825 | ปานกลาง | 5        | 2.79      | 1.143 | ปานกลาง | 3        |
| 3.7 คู่แข่งมีจำนวนมาก                                   | 2.86                | 1.351 | ปานกลาง | 1        | 2.79                   | 0.893 | ปานกลาง | 4        | 2.83      | 1.122 | ปานกลาง | 2        |
| 3.8 ขาดการประชาสัมพันธ์                                 | 2.21                | 0.893 | น้อย    | 3        | 3.57                   | 1.089 | มาก     | 1        | 2.89      | 0.991 | ปานกลาง | 1        |
| เฉลี่ย (Mean) ปัญหาด้านการตลาด                          | 2.28                | 0.835 | น้อย    | -        | 2.91                   | 0.589 | ปานกลาง | -        | 2.60      | 0.712 | ปานกลาง | -        |
| 4. ปัญหาด้านการผลิต                                     |                     |       |         |          |                        |       |         |          |           |       |         |          |
| 4.1 ต้นทุนการผลิตสูง                                    | 3.57                | 1.505 | มาก     | 1        | 3.14                   | 1.231 | ปานกลาง | 1        | 3.36      | 1.368 | ปานกลาง | 1        |
| 4.2 จำนวนแรงงานไม่เพียงพอ                               | 2.21                | 1.051 | น้อย    | 4        | 2.57                   | 0.756 | ปานกลาง | 3        | 2.39      | 0.904 | น้อย    | 4        |

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

| ปัญหา                                                                                | ระดับปัญหา          |       |            |          |                        |       |            |          |           |       |            |          |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------|------------|----------|------------------------|-------|------------|----------|-----------|-------|------------|----------|
|                                                                                      | กลุ่มที่ได้รับ มพข. |       |            |          | กลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. |       |            |          | รวม       |       |            |          |
|                                                                                      | $\bar{x}$           | S.D.  | แปลผล      | ลำดับที่ | $\bar{x}$              | S.D.  | แปลผล      | ลำดับที่ | $\bar{x}$ | S.D.  | แปลผล      | ลำดับที่ |
| 4.3 ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต                                                         | 2.36                | 1.277 | น้อย       | 2        | 2.50                   | 0.650 | ปานกลาง    | 4        | 2.43      | 0.964 | น้อย       | 3        |
| 4.4 ขาดความรู้ด้านการออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์                                       | 2.29                | 0.914 | น้อย       | 3        | 3.07                   | 0.997 | ปานกลาง    | 2        | 2.68      | 0.956 | ปานกลาง    | 2        |
| 4.5 ประเภทสินค้าไม่มีความหลากหลาย                                                    | 2.21                | 0.949 | น้อย       | 4        | 2.43                   | 0.756 | น้อย       | 5        | 2.32      | 0.853 | น้อย       | 5        |
| <b>เฉลี่ย (Mean) ปัญหาด้านการผลิต</b>                                                | 2.51                | 0.969 | ปานกลาง    | -        | 2.74                   | 0.540 | ปานกลาง    | -        | 2.63      | 0.755 | ปานกลาง    | -        |
| <b>5. ปัญหาด้านภาวะผู้นำ</b>                                                         |                     |       |            |          |                        |       |            |          |           |       |            |          |
| 5.1 ขาดความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการทำงาน                                          | 1.21                | 0.426 | น้อยที่สุด | 1        | 1.43                   | 0.514 | น้อยที่สุด | 2        | 1.32      | 0.470 | น้อยที่สุด | 2        |
| 5.2 ขาดความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน                                                  | 1.21                | 0.426 | น้อยที่สุด | 1        | 1.50                   | 0.519 | น้อย       | 1        | 1.36      | 0.473 | น้อยที่สุด | 1        |
| 5.3 ขาดความสามารถในการแก้ไขปัญหา                                                     | 1.14                | 0.363 | น้อยที่สุด | 2        | 1.50                   | 0.519 | น้อย       | 1        | 1.32      | 0.441 | น้อยที่สุด | 2        |
| 5.4 ขาดความสามารถในการติดต่อประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง | 1.21                | 0.426 | น้อยที่สุด | 1        | 1.43                   | 0.514 | น้อยที่สุด | 2        | 1.32      | 0.470 | น้อยที่สุด | 2        |
| <b>เฉลี่ย (Mean) ปัญหาด้านภาวะผู้นำ</b>                                              | 1.19                | 0.369 | น้อยที่สุด | -        | 1.46                   | 0.402 | น้อยที่สุด | -        | 1.33      | 0.386 | น้อยที่สุด | -        |
| <b>6. ปัญหาด้านสมาชิกกลุ่ม</b>                                                       |                     |       |            |          |                        |       |            |          |           |       |            |          |
| 6.1 สมาชิกมีความเพียงพอต่อการดำเนินงาน                                               | 1.36                | 0.842 | น้อยที่สุด | 1        | 1.57                   | 0.514 | น้อย       | 2        | 1.47      | 0.678 | น้อยที่สุด | 1        |
| 6.2 สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน                                                   | 1.29                | 0.611 | น้อยที่สุด | 2        | 1.43                   | 0.514 | น้อยที่สุด | 3        | 1.36      | 0.563 | น้อยที่สุด | 4        |
| 6.3 สมาชิกมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์                                               | 1.14                | 0.363 | น้อยที่สุด | 3        | 1.64                   | 0.497 | น้อย       | 1        | 1.39      | 0.430 | น้อยที่สุด | 3        |
| 6.4 สมาชิกมีส่วนร่วมในการประเมินผล                                                   | 1.07                | 0.267 | น้อยที่สุด | 4        | 1.64                   | 0.497 | น้อย       | 1        | 1.36      | 0.382 | น้อยที่สุด | 4        |

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

| ปัญหา                                                                          | ระดับปัญหา          |       |            |          |                        |       |         |          |           |       |            |          |
|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------|------------|----------|------------------------|-------|---------|----------|-----------|-------|------------|----------|
|                                                                                | กลุ่มที่ได้รับ มผช. |       |            |          | กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. |       |         |          | รวม       |       |            |          |
|                                                                                | $\bar{x}$           | S.D.  | แปลผล      | ลำดับที่ | $\bar{x}$              | S.D.  | แปลผล   | ลำดับที่ | $\bar{x}$ | S.D.  | แปลผล      | ลำดับที่ |
| 6.5 การพัฒนาทักษะความรู้ของสมาชิกโดยการจัดอบรมศึกษาดูงาน                       | 1.29                | 0.611 | น้อยที่สุด | 2        | 1.64                   | 0.633 | น้อย    | 1        | 1.47      | 0.622 | น้อยที่สุด | 1        |
| เฉลี่ย (Mean) ปัญหาด้านสมาชิกกลุ่ม                                             | 1.22                | 0.449 | น้อยที่สุด | -        | 1.58                   | 0.432 | น้อย    | -        | 1.40      | 0.441 | น้อยที่สุด | 2        |
| เฉลี่ยรวม (Grand Mean) ปัญหาภายในกลุ่ม                                         | 1.78                | 0.490 | น้อย       | -        | 2.11                   | 0.340 | น้อย    | -        | 1.95      | 0.415 | น้อย       | -        |
| ปัญหานอกกลุ่ม                                                                  |                     |       |            |          |                        |       |         |          |           |       |            |          |
| 7. ปัญหาด้านนโยบายรัฐบาล                                                       |                     |       |            |          |                        |       |         |          |           |       |            |          |
| 7.1 นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่มีความต่อเนื่อง                            | 1.71                | 0.914 | น้อย       | 3        | 2.64                   | 1.216 | ปานกลาง | 2        | 2.18      | 1.065 | น้อย       | 3        |
| 7.2 นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีส่วนทำให้เกิดการลอกเลียนแบบสินค้า           | 2.00                | 1.359 | น้อย       | 1        | 2.71                   | 1.204 | ปานกลาง | 1        | 2.36      | 1.282 | น้อย       | 1        |
| 7.3 นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่มีส่วนทำให้กลุ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น | 1.93                | 1.207 | น้อย       | 2        | 2.71                   | 1.204 | ปานกลาง | 1        | 2.32      | 1.206 | น้อย       | 2        |
| เฉลี่ย (Mean) ปัญหาด้านนโยบายรัฐบาล                                            | 1.88                | 1.114 | น้อย       | -        | 2.69                   | 1.201 | ปานกลาง | -        | 2.29      | 1.158 | น้อย       | -        |
| 8. ปัญหาด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน                               |                     |       |            |          |                        |       |         |          |           |       |            |          |
| 8.1 ขาดการการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน                              | 1.86                | 0.949 | น้อย       | 2        | 2.86                   | 1.167 | ปานกลาง | 1        | 2.36      | 1.058 | น้อย       | 1        |

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

| ปัญหา                                                              | ระดับปัญหา          |       |       |          |                        |       |         |          |           |       |         |          |
|--------------------------------------------------------------------|---------------------|-------|-------|----------|------------------------|-------|---------|----------|-----------|-------|---------|----------|
|                                                                    | กลุ่มที่ได้รับ มผช. |       |       |          | กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. |       |         |          | รวม       |       |         |          |
|                                                                    | $\bar{x}$           | S.D.  | แปลผล | ลำดับที่ | $\bar{x}$              | S.D.  | แปลผล   | ลำดับที่ | $\bar{x}$ | S.D.  | แปลผล   | ลำดับที่ |
| 8.2 ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน                        | 1.93                | 0.997 | น้อย  | 1        | 2.79                   | 1.251 | ปานกลาง | 2        | 2.36      | 1.124 | น้อย    | 1        |
| <b>เฉลี่ย (Mean) ปัญหาด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน</b> | 1.89                | 0.944 | น้อย  | -        | 2.82                   | 1.186 | ปานกลาง | -        | 2.36      | 1.065 | น้อย    | -        |
| <b>9. ปัญหาด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย</b>                |                     |       |       |          |                        |       |         |          |           |       |         |          |
| 9.1 ขาดการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และข่าวสารต่าง ๆ             | 2.36                | 1.008 | น้อย  | 1        | 2.86                   | 1.027 | ปานกลาง | 3        | 2.61      | 1.018 | ปานกลาง | 2        |
| 9.2 ขาดการให้คำปรึกษา ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน                         | 2.21                | 0.893 | น้อย  | 2        | 3.07                   | 0.997 | ปานกลาง | 1        | 2.64      | 0.945 | ปานกลาง | 1        |
| 9.3 ขาดการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและปัจจัยการผลิต                       | 2.14                | 0.864 | น้อย  | 3        | 2.93                   | 0.917 | ปานกลาง | 2        | 2.54      | 0.891 | ปานกลาง | 4        |
| 9.4 ไม่มีการเพิ่มจำนวนและขยายเครือข่าย                             | 2.36                | 0.929 | น้อย  | 1        | 2.86                   | 0.949 | ปานกลาง | 3        | 2.61      | 0.939 | ปานกลาง | 2        |
| <b>เฉลี่ย (Mean) ปัญหาด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย</b>     | 2.26                | 0.890 | น้อย  | -        | 2.92                   | 0.947 | ปานกลาง | -        | 2.59      | 0.919 | ปานกลาง | 3        |
| <b>เฉลี่ยรวม (Grand Mean) ปัญหาภายนอกกลุ่ม</b>                     | 2.01                | 0.791 | น้อย  | -        | 2.81                   | 0.998 | ปานกลาง | -        | 2.41      | 0.895 | น้อย    | 5        |
| <b>เฉลี่ยรวม (Grand Mean) ปัญหาทั้ง 9 ด้าน</b>                     | 1.89                | 0.546 | น้อย  | -        | 2.46                   | 0.610 | น้อย    | -        | 2.18      | 0.578 | น้อย    | -        |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## 4.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. โดยเปรียบเทียบกลุ่มที่มีผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

### 4.2.1 ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

4.2.1.1 กลุ่มที่ได้รับ มผช. ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี

4.2.1.2 กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่

4.2.1.3 เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และ ไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

### 4.2.2 ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม

4.2.2.1 กลุ่มที่ได้รับ มผช. ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง

4.2.2.2 กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตร

พัฒนา

4.2.2.3 เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และ ไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภท

เครื่องดื่ม

### 4.2.3 ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า/ เครื่องแต่งกาย

4.2.3.1 กลุ่มที่ได้รับ มผช. ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางนาดี

4.2.3.2 กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร

4.2.3.3 เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และ ไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า/

เครื่องแต่งกาย

### 4.2.4 ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก

4.2.4.1 กลุ่มที่ได้รับ มผช. ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนศิลปะประดิษฐ์อำแพง

4.2.4.2 กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้ม

4.2.4.3 เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และ ไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/

ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก

### 4.2.5 ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา

4.2.5.1 กลุ่มที่ได้รับ มผช. ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรกรแก้วบางยาง

4.2.5.2 กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนบุญสว่างหมู่บ้านบำรุงราษฎร์

อ้อมน้อย

4.2.5.3 เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และ ไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภท

สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา

## 4.2.1 ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

### 4.2.1.1 วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี (ผลิตภัณฑ์หลัก: น้ำพริกเผากุ้ง 3 รส)

#### 1. ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี ตั้งอยู่เลขที่ 59 หมู่ 5 ตำบลกาหลง อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสาคร บ้านนาขวางเป็นชุมชนเล็ก ๆ มีพื้นที่ส่วนใหญ่ทำนาเกลือและทำประมงน้ำกร่อย (เลี้ยงกุ้ง ปลาธรรมชาติ) ในช่วงหนึ่งเกิดปัญหาราคาเกลือตกต่ำ ชาวบ้านไม่สามารถจำหน่ายเกลือได้ ทำให้ขาดรายได้ คุณสุกัญญา คงมณีก็ประสบปัญหานี้เช่นกัน

“เราจะต้องมองหาช่องทางอื่น จะต้องทำอาชีพอื่นเพื่อให้มีรายได้ จากนั้นก็ได้รวมกลุ่มกับคนในชุมชน ส่วนใหญ่จะเป็นแม่บ้าน จำนวน 12 คน มาร่วมกันคิดว่าจะทำอะไรเพื่อให้อยู่รอด จึงเริ่มทำพวงหรีด ดอกไม้จันทน์ เย็บผ้า ทำไข่เค็ม และกล้วยฉาบ แต่ไปไม่รอด วันหนึ่งเจ้าอาวาสวัดนาขวางต้องการให้ทางกลุ่มทำน้ำพริก เพื่อมาแจกจ่ายให้ญาติโยมที่มาร่วมงานบุญของวัด เมื่อญาติโยมได้ชิมน้ำพริกที่ทางกลุ่มทำก็พากันชื่นชมว่ารสชาติอร่อย ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาทางกลุ่มก็ผลิตน้ำพริกและขายดีมาโดยตลอด จนในปี พ.ศ. 2541 ได้รวมกลุ่มเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกาหลง และจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรีในปี พ.ศ. 2548” (สุกัญญา คงมณี, 2560)



ภาพที่ 4.1 วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี

#### 2. ด้านการเงิน

ในการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนครั้งแรกได้ระดมเงินทุนกับสมาชิกคนละ 300 บาท จำนวน 7 คน เป็นทุนดำเนินการเริ่มต้น จำนวน 2,100 บาท นำมาซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ และพระครูสุนทรพัฒนาภรณ์ เจ้าอาวาสวัดนาขวาง สนับสนุนเงินในการจัดตั้งกลุ่ม จำนวน 20,000 บาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม ในแต่ละปีเงินปันผลที่ได้ส่วนมากทางกลุ่มจะนำมาต่อเติมสถานที่ทำเป็นศูนย์เรียนรู้ ซ่อมแซมหรือซื้อเครื่องจักร การจ่ายเงินปันผลให้สมาชิกจะมอบเป็นสิ่งของมากกว่าเงิน สมาชิกจะได้รับค่าจ้างแรงงาน 300 บาทต่อวัน จะจ่ายค่าจ้างแรงงานเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุก ๆ 15 วัน มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายเป็นประจำทุกวัน สมาชิกสามารถตรวจสอบบัญชี และสามารถเปิดเผยข้อมูลทางการเงินได้

วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรีมีผลิตภัณฑ์เป็นน้ำพริกแปรรูปจากอาหารทะเลหลากหลายหลายสูตรกว่า 30 ชนิด จะมีอยู่ 2 ประเภท คือ น้ำพริกแบบเปียกและน้ำพริกแบบแห้ง โดยในแต่ละเดือนทางกลุ่มสามารถผลิตน้ำพริกได้ 650-700 กิโลกรัม ต้นทุนการผลิต 1 กิโลกรัม ราคา 100 บาท จะจำหน่ายน้ำพริก 1 กิโลกรัม ราคา 165 บาท ดังนั้นมีต้นทุนในการทำน้ำพริก 65,000-70,000 บาทต่อเดือน และมีรายได้จากการจำหน่าย 107,250-115,500 บาทต่อเดือน

### 3. ด้านการบริหารจัดการ

วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรีมีเป้าหมายของกลุ่ม คือ ส่งเสริมและสนับสนุนให้สมาชิกกลุ่มและชุมชน มีความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าเกษตร ทั้งการผลิต การเพิ่มมูลค่า การบริการ และการตลาด รวมทั้งการเสริมสร้าง พัฒนาคุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจของครัวเรือนและชุมชน อันจะนำไปสู่ความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ สำหรับกฎ ระเบียบในการอยู่ร่วมกันของกลุ่ม ไม่มีกฎที่แน่นอน เพราะสมาชิกทุกคนรู้หน้าที่ของตนเอง โครงสร้างกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี มีคณะกรรมการกลุ่มตามตำแหน่ง ดังต่อไปนี้

|                          |         |             |
|--------------------------|---------|-------------|
| 1. คุณสุกัญญา คงฉนิ      | ตำแหน่ง | ประธานกลุ่ม |
| 2. คุณชลดา นิลประเสริฐ   | ตำแหน่ง | รองประธาน   |
| 3. คุณจำเนียร อยู่อินทร์ | ตำแหน่ง | เหรัญญิก    |
| 4. คุณอารียา ไตรีน       | ตำแหน่ง | เลขานุการ   |
| 5. คุณปราณี กำเนิดน้อย   | ตำแหน่ง | กรรมการ     |
| 6. คุณบุปผา อยู่เทศะ     | ตำแหน่ง | กรรมการ     |
| 7. คุณสุกฤตา เกตุเรือง   | ตำแหน่ง | กรรมการ     |

กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกกลุ่ม ประกอบด้วย

-การร่วมกันผลิตน้ำพริกแปรรูปจากอาหารทะเล โดยเน้นการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาแปรรูปบนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นอันเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม ก่อให้เกิดรายได้เสริมให้กับสมาชิกกลุ่มและชุมชน

-การประชุมกลุ่มเดือนละ 1 ครั้ง

-ร่วมกิจกรรมสาธารณประโยชน์ในชุมชนตามวันสำคัญและเทศกาลสำคัญ เช่น วันเด็ก วันสงกรานต์ งานวัดประจำปี เป็นต้น และมีการสนับสนุนเงินในการดำเนินกิจกรรม

ชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-เป็นศูนย์เรียนรู้ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน ซึ่งการทำกิจกรรมและการดำเนินงานของกลุ่ม จะยึดหลักการเรียนรู้ หลักการมีส่วนร่วม หลักการพึ่งพาตนเอง และหลักการของกระบวนการกลุ่ม ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จของกลุ่ม



ภาพที่ 4.2 แผนงานและตัวชี้วัดความเข้มแข็งของกลุ่ม

#### 4. ด้านการตลาด

วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี สามารถจัดการตลาดตามหลักการตลาดแบบ 4P ได้ดังต่อไปนี้

-ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) น้ำพริกแปรรูปจากอาหารทะเลกว่า 30 ชนิด มี 2 ประเภท คือ น้ำพริกแบบเปียก และน้ำพริกแบบแห้ง ซึ่งน้ำพริกแบบเปียก ได้แก่ น้ำพริกเผากุ้ง 3 รส น้ำพริกเผปลาทุย น้ำพริกเผปลาอย่าง น้ำพริกเผไข่เค็ม น้ำพริกลงเรือ น้ำพริกตาแดง น้ำพริกตาแดงแมงดา น้ำพริกตาแดงปลา น้ำพริกทะเลรวมพล น้ำพริกเผเห็ดหอม น้ำพริกมะขาม น้ำพริกปลาร้า สับ น้ำพริกเผธัญพืช น้ำพริกเผเม็ดมะม่วง น้ำพริกตาแดงเจ และน้ำพริกมะขามเจ ส่วนน้ำพริกแบบแห้ง ได้แก่ สลัดผัดพริกขิง กุ้งเสียบทรงเครื่อง กุ้งเสียบ 3 รส น้ำพริกทะเลเดือด น้ำพริกสวรรค์ น้ำพริกนรกปลาทุย น้ำพริกนรกกุ้ง น้ำพริกนรกปลาอินทรี น้ำพริกนรกแมงดา น้ำพริกนรกปลากะพง น้ำพริกโปรตีนเกษตรผัดพริกขิง และน้ำพริกสวรรค์เจ

-ด้านราคา (Price) บรรจุภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายมี 2 แบบ คือ แบบขวดแก้ว ขนาดบรรจุ 300 กรัม ราคา 50 บาท และแบบกระปุกพลาสติก ขนาดบรรจุ 100 กรัม ราคา 30 บาท

-ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จะจำหน่ายที่วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี หน้าศาลากลางจังหวัดสมุทรสาคร ร้านอาหารครัวคุณดา งานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี งานแสดงสินค้าที่ห้างสรรพสินค้า The Mall สาขาบางแคและสาขาบางกะปิ ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำอัมพวา และหน้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสมุทรสาครเป็นประจำทุกต้นเดือน

-ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางเว็บไซต์ [thaitambon.com](http://thaitambon.com), Facebook น้ำพริกคุณตา สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และ องค์การบริหารส่วนตำบลกาหลงสนับสนุนการจัดทำแผ่นพับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



ภาพที่ 4.3 ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแปรรูปของกลุ่ม

## 5. ด้านการผลิต

วัตถุดิบที่นำมาผลิตน้ำพริกในส่วนเนื้อสัตว์ ได้แก่ กุ้ง และปลาต่าง ๆ จะซื้อจากตลาดชายทะเลหมู่ 7 โดยจะใช้วัตถุดิบอย่างดี มีการคัดเลือกอย่างพิถีพิถัน ถ้าเป็นพืชผักสมุนไพร เช่น ตะไคร้ พริก จิง ข่า ใบมะกรูด ทางกลุ่มจะปลูกเอง หากไม่เพียงพอจะซื้อจากตลาดภายในชุมชน น้ำพริกที่ทางกลุ่มผลิตขายมีรสชาติที่หลากหลาย น้ำพริกบางชนิดจะผลิตและจัดจำหน่ายในช่วงเทศกาลเท่านั้น เช่น น้ำพริกตาแดงเจ น้ำพริกมะขามเจ น้ำพริกโปรตีนเกษตรผัดพริกจิง และน้ำพริกสวรรค์เจ ขั้นตอนการผลิตจะเริ่มจากโขลกพริก หอม กระเทียมเข้าด้วยกัน แล้วปรุงรสด้วย น้ำตาล น้ำปลา และน้ำมะขามเปียก แล้วนำไปผัดกับกุ้งแห้ง ปลาป่น หรือวัตถุดิบอื่น ๆ ตามรสชาติที่ต้องการ เมื่อผลิตเสร็จแล้วจะมีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนการบรรจุทุกครั้ง ซึ่งทางกลุ่มได้มีการพัฒนาตราสินค้า และจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของกลุ่มภายใต้ชื่อว่า “น้ำพริกคุณตา”

## 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำกลุ่มหรือประธานกลุ่มในปัจจุบัน คือ นางสาวกัญญา คงฉนิ อายุ 55 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 สถานภาพสมรส ดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มมา 11 ปี รายได้ 33,000 บาทต่อเดือน คุณสาวกัญญาเป็นผู้นำที่จัดตั้งขึ้น โดยการยกมือให้คะแนนของสมาชิกกลุ่ม มีภาวะผู้นำ ดังต่อไปนี้

-เป็นคนขยัน ใฝ่หาความรู้ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

-เป็นผู้ที่มีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่ต้องการ

เข้ามาทำกิจกรรมกับกลุ่มและชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีความเป็นผู้นำ รับฟังความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่ม
- เป็นที่ยอมรับนับถือของสมาชิกกลุ่ม ทำให้สมาชิกกลุ่มเกิดความรัก ความสามัคคี
- มีความสามารถในการกระตุ้นให้สมาชิกกลุ่มเกิดการยอมรับเป้าหมายของกลุ่ม
- รางวัลทรงเกียรติที่คุณสุกัญญา คงมณี ได้รับ คือ ใน ปี พ.ศ. 2555 ผ่านการฝึกอบรมหลักสูตร “ผู้นำการพัฒนา” จากกรมพัฒนาชุมชน และได้รับการคัดเลือกให้เป็นแม่ดีเด่นผู้เป็นเกษตรกร ประจำปี 2558 จากสมาคมสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์



ภาพที่ 4.4 คุณสุกัญญา คงมณี ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี  
ที่มา : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2560)

## 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

ในการจัดตั้งกลุ่มเริ่มแรกขณะเป็นกลุ่มไม่เป็นทางการมีสมาชิกกลุ่ม 12 คน เมื่อมาจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนเหลือสมาชิกกลุ่มเพียง 7 คน และในปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่ม 35 คน ซึ่งสมาชิกกลุ่มเป็นบุคคลในชุมชนทั้งหมด สมาชิกมีความเพียงพอ และมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มทุกคนตั้งแต่การวางแผนการผลิตสินค้าชนิดใหม่ การประชุมกลุ่ม ตลอดจนร่วมกันประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่ม ในอดีตมีการเพิ่มทักษะความรู้ให้แก่สมาชิก โดยการพาศึกษาดูงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนงบประมาณในการศึกษาดูงาน

## 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี ได้เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยน้ำพริกเผากุ้ง 3 รสได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว ในปี พ.ศ. 2553 และน้ำพริกเผปลาพริกหอมได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว ในปี พ.ศ. 2555 ซึ่งทางเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มเข้ารับการคัดสรรสินค้า OTOP เป็นประจำทุกปี เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทำให้กลุ่มเกิดความเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น นำรายได้มาสู่กลุ่มและชุมชน มีหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาสนับสนุน กลุ่ม จนทำให้กลุ่มเกิดความเข้มแข็ง ขณะนี้มีการวางแผนส่งออกน้ำพริกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศจีน เวียดนาม มาเลเซีย พม่า และลาว

#### 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนทางกลุ่ม ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร องค์การบริหารส่วนตำบลกาหลง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสมุทรสาคร สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร และวัดนาขาง

9.1 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนก่อนที่กลุ่มได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ได้แก่

- พระครูสุนทรพัฒนารักษ์ (เจ้าอาวาสวัดนาขาง) สนับสนุนเงินในการจัดตั้งกลุ่ม จำนวน 20,000 บาท ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร ชักชวนให้เข้าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สนับสนุนเงิน จำนวน 50,000 บาท

9.2 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนหลังจากกลุ่มได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ได้แก่

- สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร เข้ามาฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสมุทรสาคร ให้การสนับสนุนด้านการตลาด จัดสรรพื้นที่จำหน่ายสินค้าบริเวณธนาคารเป็นประจำทุกเดือน
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร ให้การสนับสนุนเกี่ยวกับองค์ความรู้ และการต่ออายุใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
- องค์การบริหารส่วนตำบลกาหลง สนับสนุนการจัดทำแผ่นพับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อประชาสัมพันธ์กลุ่ม

#### 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี ไม่มีเครือข่ายในการจัดหาวัตถุดิบ หรือเครือข่ายในการส่งเสริมการตลาดให้กับทางกลุ่ม แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการพบปะกับประธานและสมาชิกกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่น ๆ มากกว่า ซึ่งจะพบปะกันในการประชุม อบรม ให้ความรู้ หรืองานแสดงและจัดจำหน่ายสินค้าที่หน่วยงานต่าง ๆ เป็นผู้จัดขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 11. มาตรฐานและเครื่องหมายต่าง ๆ ที่ได้รับ

วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรีได้รับมาตรฐานและเครื่องหมายต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

-มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ได้รับใบรับรองครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2547 และขอการรับรองเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ในระหว่างวันที่ 30 ก.ค. 2556 – 29 ก.ค. 2559 ได้รับอนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมผช. กับน้ำพริกเผากุ้ง 3 รส มาตรฐานเลขที่ มผช 4/ 2552

-เครื่องหมาย อย. จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

-มาตรฐาน GMP กำลังอยู่ในขั้นตอนการขอการรับรอง

## 12. วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรีกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรีมีผลิตภัณฑ์หลัก คือ น้ำพริกแปรรูปจากอาหารทะเลกว่า 30 ชนิด แต่น้ำพริกที่ผลิตมากที่สุด คือ น้ำพริกเผากุ้ง 3 รส น้ำพริกปลาหมึก และน้ำพริกกุ้งเสียบ 3 รส ในช่วงระยะเวลา 1 มกราคม 2556 – 31 ธันวาคม 2559 น้ำพริกเผากุ้ง 3 รส ได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) อนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมผช. มาตรฐานเลขที่ มผช 4/ 2552

“การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า อีกทั้งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ น้ำพริกของกลุ่มได้รับความสนใจ และกำลังมีแผนการขยายตลาดส่งออกไปยังต่างประเทศ หากใบรับรองมผช. นี้หมดอายุ ก็จะขอการรับรองต่ออีก เนื่องจากเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะดำเนินการติดต่อกับทางกลุ่มก่อนที่จะใบรับรองจะหมดอายุ” (สุกัญญา คงมณี. 2560)

ข้อเสนอแนะต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นมาตรฐานพื้นฐานของสินค้าชุมชนที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนควรขอรับการรับรองเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในสินค้า ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนกระทั่งการบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ ในปัจจุบันมีสินค้าชุมชนผลิตออกมาจำหน่ายหลายวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสินค้ามีลักษณะใกล้เคียงกันมาก หากสินค้าใดได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนก็จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้านั้นมากกว่าสินค้าที่ไม่ได้รับมาตรฐาน

### 13. ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี

ขณะนี้มีการส่งเสริมการเกษตรร่วมกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มองเห็นความพร้อมของกลุ่มจัดทำเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิสาหกิจชุมชน แต่ในความเป็นจริงแล้วแผนการท่องเที่ยวและกิจกรรมยังไม่มีชัดเจน ทางกลุ่มอยากได้ตารางเพื่อช่วยในการอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว จึงอยากให้นหน่วยงานเข้ามาทบทวนและร่วมกันพัฒนาจัดทำแผนการท่องเที่ยวให้ชัดเจนสมบูรณ์

#### 4.2.1.2 วิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่ (ผลิตภัณฑ์หลัก: น้ำพริกเผา 3 รส)

##### 1. ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่ ตั้งอยู่เลขที่ 51 หมู่ 4 ตำบลหนองนกไข่ อำเภอกะทู้มูแบน จังหวัดสมุทรสาคร อาชีพหลักดั้งเดิมของชาวบ้านในตำบลหนองนกไข่ คือ การทำนาปลูกข้าว สามารถทำได้ปีละ 2 ครั้ง โดยอาศัยน้ำฝนและน้ำจากแหล่งน้ำธรรมชาติ แต่บางปีไม่สามารถทำนาได้เพราะเกิดอุทกภัยและประสบปัญหาน้ำกร่อย ต่อมาจึงได้ปรับเปลี่ยนมาเป็นการทำสวนผลไม้ ได้แก่ แตงโม แก้วมังกร มะม่วง ฝรั่ง เป็นต้น โดยฝรั่งจะเป็นพืชที่ชาวบ้านปลูกมากที่สุด จากนั้นก็ประสบอุทกภัยอีกครั้ง บางปีก็ประสบปัญหาน้ำแห้ง น้ำกร่อย หรือน้ำเค็ม เพราะบริเวณที่ตั้งของตำบลหนองนกไข่ห่างจากทะเลเพียง 100 กิโลเมตร ซึ่งในสมัยก่อนยังไม่มีประตูละบายน้ำเหมือนในปัจจุบัน และชาวบ้านประสบปัญหาการระบาดของศัตรูพืชร่วมด้วย จึงปรับเปลี่ยนมาปลูกกล้วยไม้ และเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ตำบลหนองนกไข่มีชื่อเสียงในการผลิตกล้วยไม้ตัดดอกมาจนถึงปัจจุบัน

“ในช่วงเช้าชาวบ้านจะเข้าทำงานในสวนของตนเอง พอตอนช่วงบ่ายมีเวลาว่าง ฉันเลยชวนเพื่อนบ้าน 15 คน มารวมกลุ่มหารายได้เสริม มีแนวคิดว่าจะต้องใช้วัตถุดิบภายในชุมชน ในช่วงแรกร่วมกันทำเครื่องดื่มน้ำ เช่น น้ำว่านหางจระเข้ น้ำมะนาวผสมน้ำผึ้ง และน้ำฝรั่ง ตอนนั้นขายดีมาก แต่ต่อมามีการลอกเลียนแบบสินค้าจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น เลยเปลี่ยนมาทำน้ำพริกแล้วรสชาติเป็นที่ถูกใจ ก็ทำน้ำพริกต่อมาถึงวันนี้ แล้วจดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในปี พ.ศ. 2548” (อารีย์ ศรีจินดา. 2560)

##### 2. ด้านการเงิน

เริ่มแรกของการจัดตั้งกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนในขณะนั้นมีสมาชิก จำนวน 15 คน ระดมทุนคนละ 100 บาท มีทุนดำเนินการเริ่มต้นทั้งสิ้น 1,500 บาท นำมาจัดซื้อวัตถุดิบในการผลิตน้ำพริก ซึ่งการจ่ายเงินค่าจ้างแรงงานจะจ่ายเป็นครั้งต่อครั้งที่ร่วมกันผลิต สำหรับการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จ่ายเงินปันผลจะมีเงินมอบให้สมาชิกกลุ่ม 300 บาทต่อปี เนื่องจากทางกลุ่มไม่ได้มีปริมาณผลิตน้ำพริกมากเพราะส่วนใหญ่จะเน้นขายในชุมชน มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกลุ่ม โดยประธานและเหรัญญิกกลุ่มได้เข้าร่วมการฝึกอบรมทำบัญชีจากกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ทำให้มีความรู้ในการทำบัญชี

ใน 1 เดือนจะผลิตน้ำพริกทั้งสิ้น 4 ครั้ง ครั้งละ 17 กิโลกรัม ให้ค่าแรงงานตอบแทนสมาชิกครั้งละ 500 บาท โดยให้สมาชิกที่ร่วมกันผลิตหารแบ่งกันเอง ต้นทุนการผลิตน้ำพริกครั้งละ 1,900 บาท จำหน่ายน้ำพริกกิโลกรัมละ 180 บาท หากขายปลีกจะขายขีดละ 20 บาท ดังนั้นจะมีต้นทุนการผลิต 7,600 บาทต่อเดือน และมีรายได้จากการจำหน่าย 12,240 บาทต่อเดือน

### 3. ด้านการบริหารจัดการ

เป้าหมายของการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่ คือ ต้องการให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้เสริมเพิ่มเติมจากการประกอบอาชีพหลัก ไม่มีกฎ ระเบียบ ในการอยู่ร่วมกันอย่างเป็นทางการลายลักษณ์อักษร สมาชิกกลุ่มทุกคนในช่วงเช้าจะทำงานในสวนของตนเองก่อน เมื่อเสร็จจากการทำสวนแล้ว ในช่วงเวลา 10.00-15.00 น. จะมาร่วมกันผลิตน้ำพริก สำหรับโครงสร้างกลุ่มตามตำแหน่งหน้าที่ มีดังนี้

|                             |         |             |
|-----------------------------|---------|-------------|
| 1. คุณอารีย์ ศรีจินดา       | ตำแหน่ง | ประธานกลุ่ม |
| 2. คุณช่อนกลิ่น ปุจฉากาญจน์ | ตำแหน่ง | รองประธาน   |
| 3. คุณตำรินทร์ ปุจฉากาญจน์  | ตำแหน่ง | เหรัญญิก    |
| 4. คุณโสภี อำนวยเลขา        | ตำแหน่ง | เลขานุการ   |
| 5. คุณสำเริง นิยมณี         | ตำแหน่ง | กรรมการ     |
| 6. คุณราตรี จินสมบุญ        | ตำแหน่ง | กรรมการ     |
| 7. คุณวราภรณ์ บุญชู         | ตำแหน่ง | กรรมการ     |

กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกกลุ่ม ประกอบด้วย

- ร่วมกันผลิตน้ำพริกโดยเน้นจำหน่ายตลาดภายในชุมชน

- วิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่เป็นต้นแบบศูนย์เรียนรู้ก่อนที่หน่วยงานภาครัฐ

จะมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน มีทั้งบุคคลภายในและภายนอกชุมชน รวมทั้งชาวต่างชาติเข้ามาศึกษาดูงานในการให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปอาหาร

- ร่วมส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณีภายในชุมชน สนับสนุนเงินทุนในการจัดงานและประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ของชุมชน

#### 4. ด้านการตลาด

วิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่ สามารถจัดการตลาดตามหลักการตลาดแบบ 4P ได้ดังต่อไปนี้

-ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) วิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่เป็นกลุ่มผลิตน้ำพริก ซึ่งผลิตภัณฑ์หลักที่ผลิตมากที่สุด คือ น้ำพริกเผา 3 รส ได้ผ่านการรับรองเครื่องหมาย ออ. จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ส่วนน้ำพริกนรกปลาย่าง น้ำพริกปลา ร้า น้ำพริกเมี่ยงกุ้ง เป็นต้น จะผลิตเมื่อไปออกร้านจำหน่ายในงานแสดงสินค้าใหญ่ ๆ เท่านั้น



ภาพที่ 4.5 น้ำพริกเผา 3 รสของวิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่

-ด้านราคา (Price) น้ำพริกเผา 3 รส ขายส่งในราคากิโลกรัมละ 180 บาท หากขายปลีกจะจำหน่ายในราคาจืดละ 20 บาท

-ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จะจำหน่าย ตลาดภายในชุมชน คือ ตลาดนัดหน้าวัดหนองนกไข่ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังนกไข่ และที่หน้าบ้านของประธานกลุ่มซึ่งเป็นร้านขายของชำ

-ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทาง เว็บไซต์ [thaitambon.com](http://thaitambon.com) และการบอกปากต่อปากของคนในชุมชน

#### 5. ด้านการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้จะซื้อจากตลาดนัดหน้าวัดหนองนกไข่ ซึ่งพ่อค้าจะรับซื้อมาจากตลาดศรีเมือง จังหวัดราชบุรีอีกทอดหนึ่ง วัตถุดิบที่ใช้มีการคัดสรรอย่างดี ต้องไม่เน่าเสีย ไม่เป็นเชื้อรา ไม่มีการกักตุนวัตถุดิบไว้ใช้ในการผลิตครั้งต่อไป ในอดีตผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อเสียงให้กับกลุ่ม คือ น้ำพริกเมี่ยงกุ้ง แต่ในปัจจุบันน้ำพริกดังกล่าวทางกลุ่มไม่ได้ผลิตเป็นสินค้าหลัก เนื่องจากมีราคาสูงคนในชุมชนไม่นิยมซื้อมาบริโภค จะผลิตเมื่อออกงานขายสินค้าใหญ่ ๆ เท่านั้น สำหรับสินค้าหลักที่ผลิตในปัจจุบัน คือ น้ำพริกเผา 3 รส มีขั้นตอนการผลิตดังนี้ น้ำพริกแห้ง หอม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระเทียมมาคั่วให้มีกลิ่นหอม เมื่อคั่วเสร็จแล้วก็นำไปโขลกรวมกันให้ละเอียด ประรสด้วยน้ำมะขามเปียก น้ำปลา น้ำตาลปี๊บ และเกลือป่น ประูให้ได้ 3 รส เปรี้ยว เค็ม หวาน จากนั้นนำไปผัดในน้ำมันพืช ผัดจนหอมและเป็นเนื้อเดียวกัน เมื่อผัดเสร็จแล้วรอให้เย็นจึงนำไปบรรจุถุงขายได้ ลักษณะเด่นของน้ำพริกเผา 3 รสของกลุ่มจะแห้ง ไม่มีน้ำมันลอยขึ้นมา และไม่ใส่วัตถุกันเสีย ทำให้เป็นที่ถูกใจของผู้บริโภค ก่อนการจำหน่ายจะมีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทุกครั้ง สำหรับความหลากหลายของผลิตภัณฑ์นั้น ขณะนี้ทางกลุ่มไม่ได้คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ขึ้นมา เนื่องจากสมาชิกมีน้อย กำลังการผลิตมีไม่มาก และส่วนใหญ่จะเน้นขายตลาดภายในชุมชนเป็นหลัก

## 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำกลุ่มหรือประธานกลุ่มในปัจจุบัน คือ นางอารีย์ ศรีจินดา อายุ 67 ปี 4 เดือน จบการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 6 สถานภาพสมรส ดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มมา 11 ปี รายได้ 8,000 บาทต่อเดือน คุณอารีย์เป็นผู้นำธรรมชาติ มีอาชีพหลัก คือ ค้าขาย ส่วนอาชีพรอง คือ เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่ และเป็นวิทยากรในการให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปอาหาร ซึ่งจะมีหน่วยงานภาครัฐติดต่อมาให้เป็นวิทยากรอยู่เสมอ มีภาวะผู้นำ ดังต่อไปนี้

- เป็นผู้ที่มีความเอื้อเฟื้อ เสียสละตนเองเพื่อส่วนรวมและชุมชน
- เป็นผู้ที่ชอบถ่ายทอดความรู้ในเรื่องการแปรรูปอาหารให้กับบุคคลที่สนใจอยู่เสมอ
- เป็นคนขยัน ใฝ่หาความรู้ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- เป็นคนจริงจังกับงาน ลงมือทำงานด้วยตนเอง
- เป็นผู้ที่มองการณ์ไกล ต้องการให้คนในชุมชนมีอาชีพและมีรายได้เสริม
- เป็นผู้ที่สมาชิกกลุ่มให้ความเคารพนับถือ และไว้วางใจในการดำเนินงาน



ภาพที่ 4.6 คุณอารีย์ ศรีจินดา ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่

## 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

ในการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเริ่มแรกมีสมาชิก จำนวน 15 คน ปัจจุบันเหลือสมาชิกกลุ่ม จำนวน 6 คน ซึ่งสมาชิกมีความเพียงพอต่อการดำเนินงานผลิตน้ำพริก ในอดีตมีการเพิ่มทักษะความรู้แก่สมาชิก โดยการไปศึกษาดูงานที่วิสาหกิจชุมชนเขมชาติ (กลุ่มสายใยต้นกล้าแปรรูปสมุนไพร) วิสาหกิจชุมชนไม้กวาดดอกหญ้าบ้านห้วยเสือ จังหวัดกาญจนบุรี และวิสาหกิจชุมชนบ้านสารภี จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการศึกษาดูงาน

## 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

วิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่ ได้ส่งผลิตภัณฑ์น้ำพริกเมี่ยงกุ้งเข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ระดับ 3 ดาว ในปี พ.ศ. 2546 จากนั้นก็มีโอกาสได้นำสินค้าไปจำหน่ายในงานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ศูนย์การแสดงผลสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี

“ตอนที่เรานำน้ำพริกไปขาย น้ำพริกเรามีความแปลกใหม่ มีคนเข้ามาซื้อมากมาย ขายได้วันละ 10,000 บาท สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นมายื่นดูน้ำพริก และซื้อน้ำพริกของกลุ่มเราไป พอปีต่อมาเรานำน้ำพริกไปขายอีก วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่นก็ลอกเลียนแบบน้ำพริกของกลุ่มเรา ทำให้ยอดขายลดลง” (อารีย์ ศรีจินดา, 2560)

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 เป็นต้นมาวิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่ไม่ได้เข้าร่วมในแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ศูนย์การแสดงผลสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี เนื่องจากสมาชิกในครอบครัวของคุณอารีย์ป่วย และการจัดสรรบุรุษขายสินค้าภายในงานมีพื้นที่ลดลง กล่าวคือ ในอดีตจะจัดสรรหนึ่งบูธต่อหนึ่งวิสาหกิจชุมชน แต่ปัจจุบันจัดสรรหนึ่งบูธต่อสองวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่ได้ส่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเข้าคัดสรรสินค้า OTOP เป็นประจำทุกปี แต่สินค้าได้รับระดับ 3 ดาวเสมอ รวมทั้งน้ำพริกเผา 3 รสที่เป็นผลิตภัณฑ์ในขณะนี้ด้วยเช่นกัน ตั้งแต่ในปี พ.ศ. 2557 ก็ไม่ได้ส่งสินค้าเข้าคัดสรรอีก เนื่องจากทางกลุ่มมองว่า สินค้าที่ผลิตมีน้อยและเน้นการขายภายในชุมชนจึงไม่จำเป็นต้องเข้าคัดสรรดาว อีกทั้งมีขั้นตอนยุ่งยากและไม่สะดวกในการเดินทาง

## 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

หลังจากที่สินค้าของกลุ่มได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ให้การสนับสนุนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและทำฉลากผลิตภัณฑ์ ซึ่งในอดีตทางกลุ่มจะบรรจุน้ำพริกลงในกระปุกและขวดแก้ว จากนั้นจะติดฉลากเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังกล่าวแล้วนำไปจำหน่าย แต่ในปัจจุบันทางกลุ่มบรรจุน้ำพริกถนอมพลาสติกแทน เนื่องจากสินค้าขายได้น้อยเน้นขายตลาดภายในชุมชน ขณะนี้สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร มีงบประมาณมายังกลุ่ม จำนวน 50,000 บาท ให้ทางกลุ่มเขียนโครงการเพื่อสนับสนุนการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน ซึ่งกำลังรอการอนุมัติงบประมาณดังกล่าว หากทางกลุ่มได้รับงบประมาณนี้จะนำไปจัดซื้อเครื่องจักรมาช่วยในการผลิต

#### 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

วิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่มีเครือข่าย คือ วิสาหกิจชุมชนคลองจินดา พัฒนียงยืน จังหวัดนครปฐม ซึ่งจะฝากขายผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผา 3 รสของกลุ่ม นอกจากนี้ยังมีร้านเปาปราโมทย์ ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาชุมชนซอยเจียม เป็นเครือข่ายในการรับซื้อแฮมพุดสมุนไพร เจลล้างหน้าว่านหางจระเข้ที่ชุมชนอริย์ผลิตเองภายในครอบครัว ซึ่งเกิดเครือข่ายโดยการพบปะกันตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ

#### 11. วิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่กับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

ในอดีตวิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่ มีผลิตภัณฑ์เริ่มแรก คือ เครื่องดื่มน้ำมะนาวผสมน้ำผึ้ง และน้ำฝรั่ง ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่ในปัจจุบันทางกลุ่มไม่ได้ผลิตเครื่องดื่มดังกล่าว และการรับรอง มผช. ก็หมดอายุแล้ว ในช่วงระยะเวลา 1 มกราคม 2556 – 31 ธันวาคม 2559 วิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่ไม่มีผลิตภัณฑ์ใดที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ข้อเสนอแนะต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นมาตรฐานที่มีขั้นตอนในการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ยุ่งยากและหลายขั้นตอน อย่างไรก็ตามทางกลุ่มก็เข้าใจในเรื่องของขั้นตอนการตรวจสอบ เนื่องจากการได้รับรองมาตรฐานนั้นผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณภาพและเป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐานโดยแท้จริง

“ขณะนี้ที่ไม่ขอมาตรฐาน มผช. เพราะที่กำลังการผลิตน้ำพริกของกลุ่มมีน้อย และต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อนำสินค้าไปส่งตรวจ ถ้าในอนาคตสามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น ก็จะไปขอรับการรับรอง มผช. อย่างแน่นอน” (อริย์ ศรีจินดา. 2560)

## 12. ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่

-ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นเพราะซื้อวัตถุดิบมาจากพ่อค้าในตลาดนัดภายในชุมชน หากทางกลุ่มแบกรับภาระต้นทุนการผลิตไม่ไหว ในอนาคตอาจจะขายสินค้าในราคาที่เพิ่มขึ้น

-สมาชิกกลุ่มต้องการเครื่องจักรเพื่อช่วยในกระบวนการผลิต หากได้รับการสนับสนุนเครื่องจักรแล้ว ก็ต้องเพิ่มการขายตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้วยเช่นกัน จึงอยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนเกี่ยวกับการจัดหาตลาด

### 4.2.1.3 เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

#### 1. สภาพทั่วไป

กลุ่มที่นำมาศึกษาเป็นกลุ่มผลิตน้ำพริกเผเป็นสินค้าหลัก จัดตั้งกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนใน ปี พ.ศ. 2548 การรวมกลุ่มเกิดขึ้นเนื่องจากต้องการให้คนในชุมชนมีรายได้เสริม อีกทั้งการผลิตน้ำพริกเป็นกระบวนการที่ไม่ซับซ้อน สามารถหาวัตถุดิบได้ง่าย เป็นที่นิยมของคนทั้งภายในและภายนอกชุมชน

#### 2. ด้านการเงิน

การระดมทุนครั้งแรกในการจัดตั้งกลุ่มได้ระดมทุนจากสมาชิก นำมาจัดซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ ร่วมกันผลิตและนำไปจำหน่าย นำรายได้มาพัฒนากลุ่ม และต่อ ยอดการผลิตในครั้งต่อไป มีการปรับปรุงรสชาติ พัฒนาน้ำพริกให้มีความหลากหลายตามความต้องการของลูกค้า กลุ่มที่ได้รับ มผช. มีรายได้จากการจำหน่ายมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายที่มีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้

#### 3. ด้านการบริหารจัดการ

เป้าหมายของกลุ่ม คือ การสนับสนุนและส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้ การกำหนดกฎ ระเบียบ ไม่มีความชัดเจนแน่นอน สามารถยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ สมาชิกและผู้นำทำกิจกรรมร่วมกัน ได้แก่ ร่วมกันผลิตน้ำพริก การประชุมกลุ่ม การจัดตั้งกลุ่มเป็นศูนย์การเรียนรู้ ตลอดจนการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนในวันสำคัญและเทศกาลต่าง ๆ

#### 4. ด้านการตลาด

สินค้าหลักเป็นน้ำพริกเผที่มีความสด สะอาด ปราศจากวัตถุกันเสีย การจำหน่ายมีทั้งการขายปลีกและขายส่ง ในส่วนของสถานที่จำหน่าย จะจำหน่าย ณ สถานที่ผลิต แต่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มที่ได้รับ มพข. มีสถานที่จำหน่ายมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. นอกจากนี้ตลาดเป้าหมายยังแตกต่างกันด้วย กล่าวคือ กลุ่มที่ได้รับ มพข. เน้นการจำหน่ายตลาดภายนอกชุมชน ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. เน้นจำหน่ายยังตลาดภายในชุมชน สืบเนื่องมาจากกำลังการผลิตของทั้งสองกลุ่มแตกต่างกัน ในด้านการประชาสัมพันธ์มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ [thaitambon.com](http://thaitambon.com) เช่นเดียวกัน แต่เว็บไซต์ดังกล่าวไม่ได้แสดงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน และกลุ่มที่ได้รับ มพข. มีช่องทางการประชาสัมพันธ์มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข.

## 5. ด้านการผลิต

แหล่งวัตถุดิบมาจากทั้งภายในและภายนอกชุมชน แต่เนื่องจากกลุ่มที่ได้รับ มพข. มีสถานที่ตั้งกลุ่มอยู่ใกล้กับตลาดที่มีความหลากหลายของวัตถุดิบมากกว่า จึงทำให้กลุ่มสามารถพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายรสชาติมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. นอกจากนี้ น้ำพริกที่ผลิตเสร็จแล้ว จะมีการตรวจสอบคุณภาพก่อนนำไปจำหน่ายทุกครั้ง

## 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำของทั้งสองกลุ่มดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มตั้งแต่มีการเริ่มจัดตั้งกลุ่มมาจนถึงปัจจุบัน เป็นระยะเวลา 11 ปี โดยกลุ่มที่ได้รับ มพข. ผู้นำมาจากการจัดตั้ง ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. เป็นผู้นำตามธรรมชาติ มีภาวะผู้นำ คือ มีความขยัน ใฝ่หาความรู้ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นที่ยอมรับนับถือของสมาชิกกลุ่ม และมีความเอื้อเฟื้อ เสียสละตนเองเพื่อส่วนรวมและชุมชน

## 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

สมาชิกกลุ่มเป็นบุคคลภายในชุมชนทั้งหมด มีความเพียงพอต่อการดำเนินงาน มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของกลุ่ม ในอดีตมีการเพิ่มทักษะ/ศึกษาดูงานให้กับสมาชิกกลุ่ม โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนด้านเงินทุนในการศึกษาดูงาน แต่ปัจจุบันไม่มีการพาไปศึกษาดูงานดังกล่าวแล้ว เนื่องจากสมาชิกกลุ่มเป็นผู้สูงอายุ ไม่สะดวกในการเดินทางไกล

## 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

วิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์เข้าจัดสรรเป็นสินค้า OTOP และมีโอกาสได้นำสินค้าไปจำหน่ายที่งานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ศูนย์การแสดงสินค้า และการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ทำให้กลุ่มเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น นอกจากนี้กลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. ยังถูกลดเลียนแบบสินค้าอีกด้วย

### 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนมีหลายหน่วยงาน เข้ามาสนับสนุนในด้านเงินทุน การให้ความรู้ในด้านการผลิตสินค้า การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ตลอดจนการให้ความรู้และการต่ออายุใบรับรอง มผช. โดยกลุ่มที่ได้รับ มผช. มีหน่วยงานเข้ามาสนับสนุนมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช.

### 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

เครือข่ายเกิดขึ้นจากการพบปะกันตามงานแสดงสินค้า หรือการจัดประชุมตามสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มที่ได้รับ มผช. ไม่มีเครือข่ายในการติดต่อประสานงาน เนื่องจากการดำเนินงานของกลุ่มทางกลุ่มสามารถจัดหาวัตถุดิบได้เองและเพียงพอ อีกทั้งยังมีตลาดมากพอที่สามารถกระจายและจำหน่ายสินค้าได้

### 11. มาตรฐานที่ได้รับ

กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ได้รับเพียงเครื่องหมาย อย. จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเท่านั้น ในอดีตทางกลุ่มเคยได้รับ มผช. แต่ได้รับการรับรองในผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น เมื่อใบรับรองหมดอายุก็ไม่ได้ขอรับการต่ออายุใบรับรอง เนื่องจากยุติการผลิตผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เพราะขายไม่ดี ส่วนกลุ่มที่ได้รับ มผช. ยังได้รับการรับรองเครื่องหมาย อย. ด้วยเช่นกัน และกำลังอยู่ในขั้นตอนการขอรับรองมาตรฐาน GMP อีกด้วย

### 12. ปัญหาและอุปสรรค

กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ประสบกับปัญหาต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากรับซื้อวัตถุดิบมาจากพ่อค้าที่รับซื้อวัตถุดิบมาจากตลาดภายนอกชุมชนอีกทอดหนึ่ง และสมาชิกกลุ่มมีความต้องการเครื่องจักรเพื่อช่วยในกระบวนการผลิต เพื่อต้องการเพิ่มกำลังการผลิต ส่วนกลุ่มที่ได้รับ มผช. ประสบปัญหาแผนจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนที่ไม่ชัดเจน ซึ่งมีกรมส่งเสริมการเกษตรร่วมกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เข้ามาทำแผนการท่องเที่ยว ทางกลุ่มจึงอยากให้องค์กรดังกล่าว เข้ามาทบทวนและจัดทำแผนให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าว สามารถนำมาเปรียบเทียบและแสดงข้อมูลได้ดังตารางที่ 4.6  
มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.6 เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และ ไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

| ข้อมูล                         | วิสาหกิจชุมชน                                                                                                                                                |                                                                                             |
|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                | พัฒนาสาครบุรี                                                                                                                                                | หนองนกไข่                                                                                   |
| 1. สภาพทั่วไป                  |                                                                                                                                                              |                                                                                             |
| 1.1 การได้รับ มผช.             | ได้รับ                                                                                                                                                       | ไม่ได้รับ                                                                                   |
| 1.2 ตำบล                       | กาหลง                                                                                                                                                        | หนองนกไข่                                                                                   |
| 1.3 อำเภอ                      | เมือง                                                                                                                                                        | กระทุ่มแบน                                                                                  |
| 1.4 ผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่ม      | น้ำพริกเผากุ้ง 3 รส                                                                                                                                          | น้ำพริกเผา 3 รส                                                                             |
| 1.5 ปีที่จัดตั้งกลุ่ม          | 2548                                                                                                                                                         | 2548                                                                                        |
| 2. ด้านการเงิน                 |                                                                                                                                                              |                                                                                             |
| 2.1 ทุนดำเนินการเริ่มต้น (บาท) | 2,100                                                                                                                                                        | 1,500                                                                                       |
| 2.2 การระดมทุนครั้งแรก         | สมาชิก                                                                                                                                                       | สมาชิก                                                                                      |
| 2.3 ต้นทุนการผลิต (บาท/เดือน)  | 65,000-70,000                                                                                                                                                | 7,600                                                                                       |
| 2.4 รายได้ของกลุ่ม (บาท/เดือน) | 107,250-115,500                                                                                                                                              | 12,240                                                                                      |
| 3. ด้านการบริหารจัดการ         |                                                                                                                                                              |                                                                                             |
| 3.1 เป้าหมายของกลุ่ม           | -ส่งเสริมและสนับสนุนให้สมาชิกกลุ่มมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สามารถพึ่งพาตนเองได้                                                                                | -เพื่อให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้เสริม เพิ่มเติมจากการประกอบอาชีพหลัก                            |
| 3.2 กฎ ระเบียบ                 | -ไม่มีกฎ ระเบียบแน่นอน สามารถยืดหยุ่นได้                                                                                                                     | -ไม่มีกฎ ระเบียบแน่นอน สามารถยืดหยุ่นได้                                                    |
| 3.3 กิจกรรมที่เกิดขึ้น         | -ร่วมกันผลิตน้ำพริกแปรรูป<br>-ประชุมกลุ่มเดือนละ 1 ครั้ง<br>-ร่วมกิจกรรมกับชุมชนในวันสำคัญ<br>-จัดตั้งกลุ่มเป็นศูนย์การเรียนรู้ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน | -ร่วมกันผลิตน้ำพริก<br>-จัดตั้งกลุ่มเป็นศูนย์การเรียนรู้<br>-ส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณีในชุมชน |
| 4. ด้านการตลาด                 |                                                                                                                                                              |                                                                                             |
| 4.1 ผลิตภัณฑ์                  | -น้ำพริกแปรรูปจากอาหารทะเล<br>กว่า 30 ชนิด<br>-สด สะอาด                                                                                                      | -น้ำพริกเผา 3 รส<br>-ไม่ใส่วัตถุกันเสีย                                                     |
| 4.2 ราคา                       | -แบบขวดแก้ว 300 กรัม<br>ราคา 50 บาท<br>-แบบกระปุกพลาสติก 100 กรัม<br>ราคา 30 บาท                                                                             | -ขายส่ง ราคาโลกรัมละ 180 บาท<br>-ขายปลีก ราคาขีดละ 20 บาท                                   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

| ข้อมูล                       | วิสาหกิจชุมชน                                                                                              |                                                                                  |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
|                              | พัฒนาสาครบุรี                                                                                              | หนองนกไข่                                                                        |
| 4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย     | -สถานที่ผลิต<br>-หน้าศาลากลางจังหวัด<br>-ร้านอาหารครัวคุณตา<br>-ออกงานแสดงสินค้า<br>-หน้า ธ.ก.ส. สมุทรสาคร | -สถานที่ผลิต<br>-ตลาดนัดในชุมชน<br>-ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง<br>บ้านวังนกไข่ |
| 4.4 การส่งเสริมการตลาด       | -www.thaitambon.com<br>-Facebook น้ำพริกคุณตา<br>-แผ่นพับ                                                  | -www.thaitambon.com<br>-การบอกปากต่อปาก                                          |
| 5. ด้านการผลิต               |                                                                                                            |                                                                                  |
| 5.1 แหล่งวัตถุดิบ            | -ภายในชุมชน<br>-ภายนอกชุมชน                                                                                | -ภายนอกชุมชน                                                                     |
| 5.2 สถานที่จัดหาวัตถุดิบ     | -ปลูกเอง<br>-ตลาดชายทะเลหมู่ 7 สมุทรสาคร                                                                   | -รับซื้อจากพ่อค้าที่นำมาจาก<br>ตลาดศรีเมือง ราชบุรี                              |
| 5.3 การตรวจสอบคุณภาพ         | มี                                                                                                         | มี                                                                               |
| 5.4 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ | หลากหลาย                                                                                                   | ไม่หลากหลาย                                                                      |
| 6. ด้านภาวะผู้นำ             |                                                                                                            |                                                                                  |
| 6.1 เพศ                      | หญิง                                                                                                       | หญิง                                                                             |
| 6.2 ชื่อ-สกุล                | คุณสุกัญญา คงมณี                                                                                           | คุณอริย์ ศรีจินดา                                                                |
| 6.3 อายุ (ปี)                | 55                                                                                                         | 67                                                                               |
| 6.4 การศึกษา                 | มัธยมศึกษาปีที่ 3                                                                                          | ประถมศึกษาปีที่ 6                                                                |
| 6.5 สถานภาพสมรส              | สมรส                                                                                                       | สมรส                                                                             |
| 6.6 รายได้ต่อเดือน (บาท)     | 33,000                                                                                                     | 8,000                                                                            |
| 6.7 ลักษณะผู้นำ              | จัดตั้งขึ้น                                                                                                | ธรรมชาติ                                                                         |
| 6.8 ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง (ปี) | 11                                                                                                         | 11                                                                               |
| 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม           |                                                                                                            |                                                                                  |
| 7.1 ลักษณะของสมาชิก          | ภายในชุมชน                                                                                                 | ภายในชุมชน                                                                       |
| 7.2 จำนวนสมาชิกเริ่มแรก (คน) | 7                                                                                                          | 15                                                                               |
| 7.3 จำนวนสมาชิกปัจจุบัน (คน) | 35                                                                                                         | 6                                                                                |
| 7.4 ความเพียงพอของสมาชิก     | เพียงพอ                                                                                                    | เพียงพอ                                                                          |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

| ข้อมูล                                         | วิสาหกิจชุมชน                                                                                                        |                                                               |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
|                                                | พัฒนาสาครบุรี                                                                                                        | หนองนกไข่                                                     |
| 7.5 การมีส่วนร่วมของสมาชิก                     | -ร่วมผลิตสินค้า<br>-ร่วมประชุมกลุ่ม<br>-ร่วมวางแผนการผลิต<br>-ร่วมประเมินผลการดำเนินงาน                              | -ร่วมผลิตสินค้า                                               |
| 7.6 การเพิ่มทักษะ/ ศึกษาดูงาน                  | เคยมี                                                                                                                | เคยมี                                                         |
| 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์) |                                                                                                                      |                                                               |
| 8.1 การเข้าคัดสรร OTOP                         | เข้ารับ                                                                                                              | เข้ารับ                                                       |
| 8.2 ปีที่เข้ารับ และระดับดาว                   | -2553 น้ำพริกเผากุ้ง 3 รส<br>ได้ระดับ 5 ดาว<br>-2555 น้ำพริกเผาลาหุหอม<br>ได้ระดับ 5 ดาว                             | -2546 น้ำพริกเผากุ้ง 3 รส<br>ได้ระดับ 3 ดาว                   |
| 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน    |                                                                                                                      |                                                               |
| 9.1 หน่วยงานที่สนับสนุน                        | -วัดนาขวาง<br>-สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด<br>-สำนักงานเกษตรจังหวัด<br>-ธ.ก.ส. สมุทรสาคร<br>-สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด | -กรมทรัพย์สินทางปัญญา<br>-สำนักงานพัฒนาชุมชน<br>จังหวัด       |
| 9.2 การสนับสนุน                                | -เงินทุน<br>-ให้ความรู้ด้านการผลิต<br>-การตลาด<br>-การต่ออายุใบรับรอง มผช.                                           | -จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า<br>และทำฉลากผลิตภัณฑ์<br>-เงินทุน |
| 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย       |                                                                                                                      |                                                               |
| 10.1 เครือข่าย                                 | ไม่มี                                                                                                                | มี                                                            |
| 10.2 ชื่อเครือข่าย                             | -                                                                                                                    | -วิสาหกิจชุมชนคลองจินดา<br>พัฒนายั่งยืน                       |
| 10.3 จังหวัด                                   | -                                                                                                                    | -นครปฐม                                                       |
| 10.4 การขยายเครือข่าย                          | ไม่มี                                                                                                                | ไม่มี                                                         |
| 11. มาตรฐานที่ได้รับ                           | -มผช.<br>-อย.                                                                                                        | -อย.                                                          |
| 12. ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่ม                    | -แผนจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร<br>วิสาหกิจชุมชนไม่ชัดเจน                                                              | -ต้นทุนการผลิตสูง<br>-ต้องการเครื่องจักรช่วยในการ<br>ผลิต     |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.2.2 ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม

### 4.2.2.1 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง (ผลิตภัณฑ์หลัก: เครื่องดื่มว่านหางจระเข้)

#### 1. ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง ตั้งอยู่เลขที่ 70/3 หมู่ที่ 1 ตำบลหลักสอง อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร อาชีพหลักของชาวบ้านตำบลหลักสอง คือ ทำสวนผลไม้ สวนผัก และปลูกว่านหางจระเข้ส่งโรงงาน ต่อมาในปี พ.ศ. 2538 ประสบปัญหาน้ำท่วมโรงงานที่รับซื้อว่านหางจระเข้ทางภาคตะวันออกปิดตัวลง ไม่มารับซื้อว่านหางจระเข้ของชาวบ้าน ทำให้ชาวบ้านไม่สามารถจำหน่ายว่านหางจระเข้ได้ ในขณะนั้นคุณสุดาทิพย์ มีแสงเงิน หรือป้าแดง เป็นสมาชิกกลุ่มสตรีทำสวนผลไม้ ได้เดินทางมาเยี่ยมญาติที่ตำบลหลักสอง ซึ่งญาติของป้าแดงส่วนใหญ่จะมีอาชีพปลูกว่านหางจระเข้ได้พูดคุยกันเรื่องปัญหาว่านหางจระเข้ไม่มีที่รับซื้อ ป้าแดงและคุณขวัญชัย เกตุแก้ว เห็นว่า ควรแก้ปัญหาเรื่องว่านหางจระเข้ด้วยตัวเอง จึงไปขอความรู้จากคุณป้าวันดี มหาวิโร ขององค์ความรู้ในเรื่องของการแปรรูปว่านหางจระเข้ และร่วมคิดกันว่า จะผลิตเครื่องดื่มว่านหางจระเข้

“ตอนนั้นป้ากำลังเรียน กศน. บ้านแพ้วอยู่ ทุก ๆ วันอังคาร คุณป้าวันดีมหาวิโร จะมาเป็นวิทยากรในการให้ความรู้และสอนทำเครื่องดื่มว่านหางจระเข้ ร่วมคิด ร่วมทำ ลองผิดลองถูกไปเรื่อย ๆ จนคิดว่าเครื่องดื่มว่านหางจระเข้เป็นที่น่าพอใจแล้ว และได้จัดตั้งกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการขึ้น โดยเริ่มจากกลุ่มคนที่สนใจมีทั้งสิ้น 6 คน หลังจากสร้างกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการขึ้น ทางกลุ่มกศน.บ้านแพ้ว ได้มีการจัดโครงการศึกษาดูงานที่ศูนย์เกษตรธรรมชาติวิเศษ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดสุพรรณบุรี แล้วได้นำเครื่องดื่มว่านหางจระเข้ให้กลุ่มกศน. อื่น ๆ ชิม เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ขึ้น ได้รับทั้งคำชมและคำติแล้วนำกลับมาแก้ไข” (สุดาทิพย์ มีแสงเงิน, 2560)

ขณะนั้นทางกลุ่มได้ทำเครื่องดื่มว่านหางจระเข้ 2 แบบ คือ 1. เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ผสมน้ำใบเตย และ 2. เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ผสมน้ำมะลิ ซึ่งคนส่วนใหญ่ชอบแบบน้ำใบเตยมากกว่าน้ำมะลิ และน้ำมะลิป้าแดงยังเป็นห่วงเรื่องสุขภาพของผู้บริโภคในเรื่องของสารเคมีตกค้างจากดอกมะลิ หากจะนำมะลิมาทำเป็นน้ำ จะต้องปลูกมะลิเองและป้าแดงมองว่า จะต้องใช้ระยะเวลาอีกทั้งยังเพิ่มต้นทุนการผลิต จึงผลิตแต่เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ผสมน้ำใบเตยมาตลอด

ต่อมาในปี พ.ศ. 2548 มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จึงได้มีมติให้จัดตั้งและจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน ใช้ชื่อว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง หมู่ 1 เมื่อวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2548 และดำเนินงานมาจนถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 4.7 ภาพถ่ายอาคารแปรรูปผลผลิตของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง

## 2. ด้านการเงิน

ในระยะเริ่มแรกได้ระดมทุนจากสมาชิก คนละ 3,000 บาท จำนวน 15 คน รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 45,000 บาท โดยนำมาใช้ในการจัดตั้งกลุ่ม ซื้อวัตถุดิบ อุปกรณ์ต่าง ๆ ตลอดจนบรรจุกัณท์ มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ซึ่งมีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และการจ่ายเงินปันผลจะจ่ายปีละ 1 ครั้ง ซึ่งกำไรที่ได้จากการผลิตเครื่องดื่มน้ำหวานหางจระเข้ จะถูกจัดสรรออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนแรก เป็นกองทุนออมทรัพย์เพื่อการผลิต ใช้ในการซ่อมบำรุงอุปกรณ์หรืออาคารสถานที่ในการผลิต ส่วนที่สอง เป็นกองทุนเพื่อสาธารณประโยชน์ และส่วนที่สาม กำไรที่เหลือจากกองทุนต่าง ๆ จะปันผลไปสู่สมาชิกกลุ่ม ในขณะนี้ทางกลุ่มยังไม่ประสบปัญหาทางการเงิน มีเพียงแต่เป็นหนี้สินกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ซึ่งกู้ยืมมาทำการสร้างอาคารศูนย์แปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เพื่อใช้ในการผลิตเครื่องดื่มน้ำหวานหางจระเข้ และเป็นศูนย์เรียนรู้ ศึกษาดูงานให้กับคณะดูงานที่สนใจ

ต้นทุนการผลิตเครื่องดื่มน้ำหวานหางจระเข้อยู่ที่ซี่ซี่ละ 0.015 บาท ซึ่งในหนึ่งวันสามารถผลิตได้ 500-800 กิโลกรัม (500,000-800,000 ซีซี) ต้นทุนการผลิต 7,500-12,000 บาทต่อวัน โดยราคาขายเครื่องดื่มน้ำหวานหางจระเข้อยู่ที่ซี่ซี่ละ 0.025 บาท มีรายได้จากการจำหน่าย 12,500-20,000 บาทต่อวัน ซึ่งใน 1 เดือน จะทำการผลิตทั้งสิ้น 26 วัน ดังนั้นจะมีต้นทุนการผลิต 195,000-312,000 บาทต่อเดือน และมีรายได้จากการจำหน่าย 325,000-520,000 บาทต่อเดือน

### 3. ด้านการบริหารจัดการ

เป้าหมายและทิศทางของกลุ่ม คือ เพื่อแก้ไขปัญหาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ และสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่บุคคลในชุมชน สำหรับกฎระเบียบของกลุ่ม มีหลักในการอยู่ร่วมกันที่ว่า ต้องมีความสามัคคี รักใคร่ปรองดองกัน เพราะถ้าสมาชิกไม่ปรองดองกันจะทำให้กลุ่มไปไม่รอด หากมีการทะเลาะกันภายในกลุ่มถ้ากระทำผิดครบ 3 ครั้ง จะพ้นจากการเป็นสมาชิกทันที หากสมาชิกคนใดจะหยุดงานให้แจ้งก่อน เพื่อที่จะหาสมาชิกคนอื่นมาทำงานแทน ในส่วนของโครงสร้างกลุ่ม มีคณะกรรมการกลุ่มตามตำแหน่ง ดังต่อไปนี้

|                             |         |             |
|-----------------------------|---------|-------------|
| 1. คุณสุชาติพิทย์ มีแสงเงิน | ตำแหน่ง | ประธานกลุ่ม |
| 2. คุณอรรณ วงษ์สวรรค์       | ตำแหน่ง | รองประธาน   |
| 3. คุณเดือนเพ็ญ ดวงจินดา    | ตำแหน่ง | เหรัญญิก    |
| 4. คุณภัทรภรณ์ มีแสงเงิน    | ตำแหน่ง | เลขานุการ   |
| 5. คุณวิไล มรรคเจริญ        | ตำแหน่ง | กรรมการ     |
| 6. คุณสมศรี เกตุศิริ        | ตำแหน่ง | กรรมการ     |
| 7. คุณมานิช สายแจ้ง         | ตำแหน่ง | กรรมการ     |

กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกกลุ่ม ประกอบด้วย

- การร่วมกันแปรรูปเครื่องดื่มว่านหางจระเข้
- การจัดประชุมสรุปงานประจำทุกเดือนและประจำปี
- จัดตั้งกลุ่มเป็นศูนย์การเรียนรู้และเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการแปรรูปผลผลิต และร่วมกิจกรรมสาธารณประโยชน์ในชุมชน
- การทำกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มเกิดจากการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์ โดยทางกลุ่มยึดหลักนี้มาโดยตลอด ทำให้กลุ่มไม่ประสบปัญหาใด ๆ ในการบริหารจัดการกลุ่ม

### 4. ด้านการตลาด

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหลักสอง หมู่ 1 สามารถจัดการตลาดตามหลักการตลาดแบบ 4P ได้ดังต่อไปนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เครื่องดื่มว่านหางจระเข้มีความสด สะอาดรสชาติถูกใจผู้บริโภค และไม่ใส่วัตถุกันเสีย สามารถเก็บได้นาน 1 เดือน หากเก็บไว้ในตู้เย็น บรรจุภัณฑ์ที่ใช้มี 2 ประเภท คือ แบบแก้วพลาสติก ขนาดบรรจุ 250 มิลลิลิตร และแบบขวดพลาสติก ขนาดบรรจุ 210 มิลลิลิตร และ 250 มิลลิลิตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.8 เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ผสมน้ำใบเตย

-ด้านราคา (Price) บรรจุภัณฑ์แบบแก้วพลาสติก ขนาดบรรจุ 250 มิลลิลิตร ราคาแก้วละ 10 บาท แบบขวดพลาสติก ขนาดบรรจุ 210 มิลลิลิตร ราคาโหลละ 80 บาท และขนาด 250 มิลลิลิตร ราคาโหลละ 100 บาท หากจำหน่ายแยกเป็นซีซี จะจำหน่ายซีซีละ 0.025 บาท

-ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จะจำหน่ายที่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง ซึ่งลูกค้าประจำจะกำหนดยอดสั่งซื้อไว้ล่วงหน้า และมารับผลิตภัณฑ์ที่กลุ่ม นอกจากนี้มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หน้าศาลากลางจังหวัดสมุทรสาครเป็นประจำทุกเดือน งานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี รวมทั้งยังมีห้างสรรพสินค้าชั้นนำมารับซื้อว่านหางจระเข้เป็นซีซี และนำไปติดฉลากเป็นผลิตภัณฑ์ของตนเอง ได้แก่ สยามแมคโคร ท็อปส์ มาร์เก็ต MaxValue และเดอะมอลล์ เป็นต้น

-ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางเว็บไซต์ [thaitambon.com](http://thaitambon.com), Facebook น้ำหนึ่งว่านหางจระเข้ในน้ำใบเตย สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร และสำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร ได้จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์กลุ่ม สำหรับการส่งเสริมการขายจะมีในช่วงเทศกาลสำคัญ คือ การซื้อสินค้าครบ 100 ขวด จะแถมฟรีอีก 10 ขวด



ภาพที่ 4.9 แผ่นพับประชาสัมพันธ์ของกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5. ด้านการผลิต

วัตถุดิบหลักที่ใช้จะเป็นว่านหางจระเข้ แต่เดิมนั้นพื้นที่ในตำบลหลักสอง และพื้นที่ใกล้เคียงปลูกว่านหางจระเข้เป็นจำนวนมาก แต่ปัจจุบันดินเสื่อมสภาพทำให้ได้ผลผลิตลดลง ทางกลุ่มจึงเป็นผู้ปลูกเองโดยเป็นพื้นที่ญาติ ๆ ของสมาชิกกลุ่ม ซึ่งปลูกในพื้นที่จังหวัดราชบุรี มีเครือข่ายในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งปัจจุบันมีอยู่จำนวน 120 ราย โดยรับซื้อว่านหางจระเข้ราคากิโลกรัมละ 4 บาท จำสมาชิกและคนในชุมชนปอกเปลือกราคากิโลกรัมละ 1.20 บาท สำหรับการผลิตเครื่องดื่มว่านหางจระเข้ในปัจจุบันมีการใช้ทั้งเครื่องจักรและกำลังคนร่วมกัน เริ่มผลิตโดยนำว่านหางจระเข้มาล้างน้ำให้สะอาดก่อนที่จะนำไปปอกเปลือก จากนั้นปอกเปลือกออกให้เหลือแต่เนื้อว่านหางจระเข้ที่มีสีขาวใส เสร็จแล้วนำมาหั่นเป็นชิ้นบาง ๆ ด้วยเครื่องหั่นก่อนจะนำมาล้างทำความสะอาดอีกครั้ง แล้วนำไปตากในน้ำเดือดที่ 80-100 องศาเซลเซียส แล้วใช้ตะแกรงตักขึ้นมาใส่ลงในน้ำเชื่อมที่เตรียมเอาไว้ก่อนนำไปบรรจุขวด จากนั้นก็เข้าสู่ขั้นตอนการน็อคด้วยความเย็น -50 องศาเซลเซียส เพื่อฆ่าเชื้อโรค มีการตรวจสอบการปรุงรสโดยอาศัยความชำนาญจากสมาชิก มีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนการจำหน่าย โดยเมื่อบรรจุว่านหางจระเข้ลงบรรจุภัณฑ์ ทางกลุ่มจะครอบฝาแต่ไม่ได้ปิดสนิท แล้วตรวจเช็คสิ่งเจือปนทุกขวด หากพบจะทำการเทสิ่งเจือปนทิ้งและตรวจนับจำนวนสิ่งเจือปน แต่โดยส่วนใหญ่ทางกลุ่มไม่พบสิ่งเจือปนในเครื่องดื่ม

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไม่ได้มีเพียงเครื่องดื่มว่านหางจระเข้ผสมน้ำใบเตยเท่านั้น ยังมีการสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์โดยการผลิตเครื่องดื่มชนิดอื่น ๆ ได้แก่ น้ำว่านหางจระเข้ในน้ำอุ่น น้ำว่านหางจระเข้ในน้ำเก็กฮวย น้ำลูกสำรอง น้ำตะไคร้ น้ำอัญชัน น้ำกระเจี๊ยบ น้ำมะตูม และน้ำเสาวรส ซึ่งกำลังการผลิตน้อยมากเมื่อเทียบกับน้ำว่านหางจระเข้ผสมน้ำใบเตย หรือจะผลิตก็ต่อเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าไว้ล่วงหน้าเท่านั้น โดยกำลังการผลิตเครื่องดื่มว่านหางจระเข้ผสมน้ำใบเตยอยู่ที่ 500-800 กิโลกรัมต่อวัน ในหนึ่งสัปดาห์จะผลิต 6 วัน หยุดทุกวันอาทิตย์ ลักษณะการผลิตจะผลิตเป็น 2 แบบ คือ แบบที่หนึ่งทางกลุ่มผลิตและขายเองจะใช้ตราสินค้า “เพชรน้ำหนึ่ง” ส่วนแบบที่สองทางกลุ่มจะเป็นผู้ผลิตน้ำว่านหางจระเข้สำเร็จรูป ส่งให้ลูกค้าไปติดฉลากตราสินค้าของตนเอง

## 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำกลุ่มหรือประธานกลุ่มในปัจจุบัน คือ นางสาวทิพย์ มีแสงเงิน หรือป้าแดง อายุ 60 ปี จบการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 สถานภาพสมรส ดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มมา 11 ปี รายได้ 10,000 บาทต่อเดือน ป้าแดงเป็นผู้นำธรรมชาติ มีภาวะผู้นำ ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เป็นผู้ที่มีความพร้อมที่จะเสียสละเวลาส่วนตัวเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม
- เป็นผู้ที่มีศักยภาพในการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่ต้องการเข้ามา

ทำกิจกรรมกับกลุ่มและชุมชน

- มีความเป็นผู้นำ รับฟังความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่ม
- มีความรอบคอบ นอบน้อม เป็นที่ยอมรับนับถือของสมาชิกกลุ่ม
- เป็นคนขยัน ใฝ่หาความรู้ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- เป็นคนจริงจังกับงาน ลงมือทำงานด้วยตนเอง
- เป็นผู้มีความสามารถในการโน้มน้าวและชักจูงบุคคลอื่น ให้เข้ามามีส่วน

ร่วมในการรับรู้ปัญหา จนสามารถแก้ไขปัญหาคได้

- มีความรับผิดชอบต่อน้ำที่และรับผิดชอบต่อผลประโยชน์ส่วนรวม
- รางวัลทรงเกียรติที่คุณสุดาทิพย์ มีแสงเงิน ได้รับ คือ ใน ปี พ.ศ. 2552 ผ่าน

การฝึกอบรมหลักสูตร “ผู้นำการพัฒนา” จากกรมพัฒนาชุมชน และเป็นผู้นำสตรีดีเด่นด้านการดำเนินชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง ประจำปี พ.ศ. 2552



ภาพที่ 4.10 คุณสุดาทิพย์ มีแสงเงิน ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหลักสอง

## 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

ในขณะที่ยังเป็นกลุ่มไม่เป็นทางการมีสมาชิกกลุ่มเพียง 5-6 คน ในช่วงระดมทุนครั้งแรกในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนมีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 15 คน และในปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มถึง 30 คน ซึ่งสมาชิกกลุ่มเป็นบุคคลในชุมชนทั้งหมด และสมาชิกมีความเพียงพอต่อการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม ระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มหรือการผลิตเครื่องดื่มว่านหางจระเข้ คือ 08.00-16.00 น. ซึ่งเวลาเลิกงานอาจมีการยืดหยุ่นได้ ขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิตในแต่ละวันตามยอดการสั่งซื้อของลูกค้า แต่จะไม่เกินเวลาถึง 19.00 น. เนื่องจากทางกลุ่มจะไม่รบกวนเวลาครอบครัวของสมาชิก เพราะทุกคนต้องมีหน้าที่ในการรับผิดชอบต่อครอบครัว ซึ่งค่าแรงงานของสมาชิกจะอยู่ที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วันละ 300 บาท แต่หากสมาชิกคนใดมาทำงานก่อนเวลา มาจัดเตรียมวัตถุดิบ หรือมาเตรียมความพร้อม จะได้รับค่าล่วงเวลาชั่วโมงละ 40 บาท และทุก ๆ 15 วัน จะมีการจ่ายค่าจ้างแรงงาน สำหรับการเพิ่มทักษะความรู้ให้แก่สมาชิกโดยการศึกษาดูงานภายนอก ทางกลุ่มไม่มีการจัดการดูงานให้แก่สมาชิก เนื่องจากปริมาณการผลิตเครื่องคั่วในแต่ละวันมีปริมาณมาก หากพาสมาชิกไปดูงานจะทำการผลิตไม่ทันตามยอดการสั่งซื้อของลูกค้า โดยส่วนใหญ่ทางกลุ่มจะส่งตัวแทนกลุ่มไปอบรมหรือศึกษาดูงาน ซึ่งคุณสุชาติพิทย์ มีแสงเงิน จะเป็นตัวแทนกลุ่มในการอบรมหรือศึกษาดูงาน

#### 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง ได้เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์และได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว ในปี พ.ศ. 2555 ซึ่งทางกลุ่มเข้ารับการคัดสรรสินค้า OTOP เป็นประจำทุกปี ทำให้กลุ่มเกิดความเปลี่ยนแปลง คือ สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น และมีหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาสนับสนุนกลุ่มมากขึ้น ซึ่งมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มีผลต่อการได้รับการคัดสรรสินค้า OTOP อย่างมาก หากกลุ่มใดได้รับ มผช. กลุ่มนั้นจะมีโอกาสได้รับการคัดสรรสินค้า OTOP ที่มีระดับดาวเพิ่มขึ้น แต่ในปีที่ผ่านมามีกลุ่มที่ขอรับการเข้าคัดสรรสินค้า OTOP ไม่มาก ถึงแม้ทางหน่วยงานจะมีการชี้แจงไม่ต้องได้รับมาตรฐานใด ๆ ก็สามารถขอเข้ารับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ได้ หากสินค้ามีคุณภาพและราคามีความเหมาะสม

#### 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนกลุ่ม ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร องค์การบริหารส่วนตำบลหลักสอง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และกสน. อำเภอบ้านแพ้ว

9.1 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนก่อนที่กลุ่มได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ได้แก่

- ศูนย์การศึกษานอกกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอบ้านแพ้ว (กสน.บ้านแพ้ว) ให้การสนับสนุนการศึกษาดูงานที่ศูนย์เกษตรธรรมชาติวิเศษ อำเภอแกลง จังหวัดสระบุรี

- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรสาคร ให้คำแนะนำและเข้ามาดูแลเกี่ยวกับเครื่องหมาย อย.

- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ให้การสนับสนุนเรื่องแหล่งเงินทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9.2 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนหลังจากกลุ่มได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ได้แก่

-สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร จัดสรรงบประมาณยุทธศาสตร์จังหวัดสมุทรสาคร ปี พ.ศ. 2552 เพื่อก่อสร้างอาคารศูนย์แปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

-ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ให้การสนับสนุนสินเชื่อ เพื่อก่อสร้างอาคารศูนย์แปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ออกแบบฉลากตราสินค้าติดขวดบรรจุภัณฑ์ และสนับสนุนงบประมาณจำนวน 20,000 บาท

-สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร ให้การสนับสนุนเกี่ยวกับองค์ความรู้ และการต่ออายุใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

-สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร ให้การสนับสนุนการคัดสรรสินค้า OTOP และการจัดหาตลาดให้กับกลุ่ม

-สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านแพ้วและสำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร สนับสนุนการจัดทำแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์กลุ่ม

## 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

เครือข่ายของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง ส่วนใหญ่จะเป็นเครือข่ายผู้ปลูกว่านหางจระเข้ที่ส่งให้กับทางกลุ่ม มีจำนวนทั้งสิ้น 120 ราย โดยส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนในจังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์มีบ้างเล็กน้อย นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายในการช่วยจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ทางเครือข่ายจะนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปจำหน่ายที่หน้าศาลากลางจังหวัดสมุทรสาคร และตลาดถนนคนเดินพันท้ายนรสิงห์ในทิวไร่มะรุเก็ด

## 11. มาตรฐานและเครื่องหมายต่าง ๆ ที่ได้รับ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง หมู่ 1 ได้รับมาตรฐานและเครื่องหมายต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

-มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ได้รับใบรับรองครั้งแรกเมื่อ ปี พ.ศ. 2546 และขอการรับรองต่อมาจนถึงปัจจุบัน ในระหว่างวันที่ 4 ต.ค. 2556 – 3 ต.ค. 2559 ได้รับอนุญาตให้แสดงเครื่องหมาย มผช. กับว่านหางจระเข้ มาตรฐานเลขที่ มผช 127/ 2556

-เครื่องหมาย ออ. ได้รับ ปี พ.ศ. 2543 เลขที่ 74-2-01542-2-0001

-มาตรฐานระบบการจัดการคุณภาพการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (GAP) พ.ศ. 2555 รหัสรับรอง กษ 03-9001-2552-33383545037 รหัสแปลง 740307-0090-0002 ชนิดพืชว่านหางจระเข้ จากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

-เครื่องหมาย Q เป็นเครื่องหมายแสดงให้เห็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีคุณภาพ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และปลอดภัย ให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจระบบการผลิตและผลิตภัณฑ์เป็นไปตามมาตรฐาน

-เครื่องหมาย มก.-ร.ก.ส. เป็นเครื่องหมายการประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหาร โดยดำเนินการวิเคราะห์ ทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหาร ภายใต้งานบริการของศูนย์ บริการประกันคุณภาพอาหาร ซึ่งเป็นที่ยอมรับของ อย. และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

## 12. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสองกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง มีผลิตภัณฑ์หลัก คือ เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ผสมน้ำใบเตย และมีผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้แก่ น้ำว่านหางจระเข้ในน้ำองุ่น น้ำว่านหางจระเข้ในน้ำเก็กฮวย น้ำลูกตำรอง น้ำตะไคร้ น้ำอัญชัน น้ำกระเจียน น้ำมะตูม และน้ำเสาวรส ซึ่งกำลังการผลิตน้อยมากเมื่อเทียบกับน้ำว่านหางจระเข้ผสมน้ำใบเตย หรือจะผลิตก็ต่อเมื่อลูกค้ามีการสั่งซื้อไว้ล่วงหน้าเท่านั้น ในช่วงระยะเวลา 1 มกราคม 2556 – 31 ธันวาคม 2559 เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ผสมน้ำใบเตย ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) อนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมผช. มาตรฐานเลขที่ มผช 127/ 2556

“การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้ลูกค้าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ สามารถจำหน่ายได้มากขึ้น และยังนำไปสู่การจำหน่ายยังห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ หากทางกลุ่มไม่ได้รับ มผช. จะไม่สามารถวางขายในห้างสรรพสินค้าได้ เพราะมีการตรวจสอบที่เข้มงวดกว่าการวางขายในท้องตลาดทั่วไป หากใบรับรองมผช. นี้หมดอายุ ก็จะขอการรับรองต่ออีก เพราะขั้นตอนไม่ยุ่งยากและทางหน่วยงานภาครัฐมีการสนับสนุนให้มีการรับรองมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง ช่วงเวลา ก่อนที่ใบรับรองจะหมดอายุ ทางสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดจะติดต่อมาให้ทางกลุ่มเตรียมผลิตภัณฑ์ไปทำการตรวจ ส่วนขั้นตอนการดำเนินการต่าง ๆ จะมีเจ้าหน้าที่มารับผิดชอบทั้งหมด โดยที่ทางกลุ่มไม่ต้องวุ่นวายหรือทำอะไรเลย และไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการขอใบรับรอง ซึ่งทางกลุ่มจะขอรับรองอย่างต่อเนื่อง” (สุชาติพิทย์ มีแสงเงิน. 2560)

ข้อเสนอแนะต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ในปัจจุบันการผลิตสินค้าต่าง ๆ จะต้องมีการรับรองมาตรฐาน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในสินค้า ซึ่งในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ชุมชนในประเทศไทยมีมาก หลายผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพและมาตรฐาน ทำให้ผู้บริโภคไม่ยอมซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้กระทบผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มอื่น ๆ ด้วย ดังนั้นจึงอยากให้วิสาหกิจชุมชนหรือผู้ผลิตชุมชนอื่น ๆ หันมาให้ความสำคัญ และขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่เพียงแต่ มผช. เพียงอย่างเดียว มาตรฐานอื่น ๆ ก็มีความสำคัญเช่นกัน

### 13. ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง

-ปัญหาด้านคู่แข่งการผลิตเครื่องดื่มน้ำหวานจะเข้าไปในพื้นที่ใกล้เคียง มีกลุ่มผลิตเครื่องดื่มน้ำหวานจะเพิ่มขึ้น ทำให้กลุ่มลูกค้ารายย่อยลดลง แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มมากนัก เนื่องจากตอนนี้ทางกลุ่มมีลูกค้าหลัก คือ ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและมีแนวโน้มการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้น แต่ถ้าหากคู่แข่งลดลงทางกลุ่มจะมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

-ขณะนี้ทางกลุ่มมีความสนใจเรื่องการบรรจุผลิตภัณฑ์แบบร้อน หรือฮอตฟิลล์ (Hot Fill) ซึ่งเป็นการบรรจุอาหารเหลวที่ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อน แล้วนำไปบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่ผ่านการฆ่าเชื้อ โดยจะใช้ความร้อนจากตัวผลิตภัณฑ์เพื่อฆ่าเชื้อในบรรจุภัณฑ์และฝาอย่างทั่วถึง และคงอุณหภูมิไว้ระยะหนึ่ง เพื่อให้ความร้อนทำลายจุลินทรีย์และสร้างสภาพสุญญากาศภายในบรรจุภัณฑ์ หลังจากนั้นจะทำให้เย็นลง ซึ่งการบรรจุร้อนแบบฮอตฟิลล์ จะช่วยลดการใช้น้ำแข็ง และไม่ต้องใช้ห้องเย็นในการขนส่ง เป็นการประหยัดต้นทุนของกลุ่มมากขึ้น หากทางกลุ่มลงทุนซื้อเครื่องจักรเพื่อมาใช้ในการบรรจุแบบฮอตฟิลล์นี้ จะทำให้ทางกลุ่มมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น แต่ไม่ทราบว่าจะคุ้มทุนในการผลิตหรือไม่ จึงอยากให้หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามาช่วยคิดจุดคุ้มทุน เพื่อใช้ในการตัดสินใจว่าควรซื้อเครื่องจักรหรือไม่

#### 4.2.2.2 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา (ผลิตภัณฑ์หลัก: เครื่องดื่มน้ำหวานจะเข้)

##### 1. ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา ตั้งอยู่เลขที่ 64/1 หมู่ที่ 4 ตำบลเกษตรพัฒนา อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ในอดีตชาวบ้านในตำบลเกษตรพัฒนาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนผลไม้ เมื่อผลไม้ไม่สามารถจำหน่ายได้หมด ก็จะนำมาแปรรูปเป็นผลไม้หยี

“ตอนนั้นคนในชุมชน ใคร ๆ ก็ทำผลไม้หยี ถ้าหากเรายังทำผลไม้หยีต่อไป จะไม่สามารถขายได้ ต้องหาช่องทางที่จะผลิตสินค้าอย่างอื่น แต่ยังไม่มีความหมายว่าจะผลิตสินค้าอะไร จนกระทั่งวันหนึ่งแม่ของฉันปวดท้อง แต่ไม่มีเงินพาไปรักษาที่โรงพยาบาล ฉันเคยเห็นคนแก่ในหมู่บ้านนำว่านหางจระเข้มากินแก้ปวดท้อง เลยลองนำว่านหางจระเข้มาต้มทำเป็นเครื่องดื่ม จนแม่มีอาการดีขึ้น ในช่วงนั้นมีโรงงานมาจ้างชาวบ้านให้ปลูกว่านหางจระเข้พอดี พอเก็บเกี่ยวได้ 2 ครั้ง โรงงานก็ไม่มารับซื้ออีก ทำให้คนปลูกว่านหางจระเข้ไม่สามารถขายได้ ฉันเลยใช้โอกาสนี้รับซื้อว่านหางจระเข้จากชาวบ้าน แล้วนำมาเป็นวัตถุดิบทำเครื่องดื่มน้ำหวานจะเข้ ปรับปรุงให้มีรสชาติดีขึ้น แล้วทำเครื่องดื่มนี้แทนการทำผลไม้หยี สร้างรายได้มาสู่ครอบครัว ” (สมศรี เกตุแก้ว, 2560)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องคั่วว่านหางจระเข้มีรสชาติดี สามารถดับกระหายได้ เป็นที่ต้องการของคนภายในและภายนอกชุมชน ทำให้คุณสมศรีผลิตไม่ทัน จึงได้ประชาสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน แล้วรวมเป็นกลุ่มแม่บ้านขึ้นในปี พ.ศ. 2540 หลังจากนั้นสหกรณ์การเกษตรบ้านแพ้ว ได้มาแนะนำ ให้รวมกลุ่มและจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน เพื่อต้องการให้คนในพื้นที่มีงานทำ จึงจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนในปี พ.ศ. 2548 และดำเนินงานมาจนถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 4.11 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา

## 2. ด้านการเงิน

ในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนในช่วงแรก มีสมาชิกจำนวน 50 คน ระดมเงินทุนคนละ 200 บาท เป็นทุนดำเนินการเริ่มแรกทั้งสิ้น 10,000 บาท และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านแพ้ว สนับสนุนเงินจำนวน 30,000 บาท เพื่อใช้ในการสร้างสถานที่จัดตั้งกลุ่ม จัดซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์การผลิต ในการจ่ายเงินปันผลจะจ่ายทุก ๆ 15 วัน โดยสมาชิกกลุ่มจะได้รับค่าแรง 300 บาทต่อวัน แต่หากเป็นสมาชิกสูงอายุจะได้รับค่าแรง 250 บาทต่อวัน ทุก ๆ สิ้นปีจะมีโบนัสให้กับสมาชิกกลุ่มโดยมีข้อตกลง คือ ถ้ามาทำงาน 15 วันแล้วหยุดไม่เกิน 2 วันจะได้รับค่าแรงฟรี 1 วัน หมายความว่า ถ้าใน 1 เดือนลาหยุดไม่เกิน 4 วัน จะได้รับเงินโบนัส 600 บาท ดังนั้นถ้าสมาชิกกลุ่มสามารถทำได้จะได้รับโบนัส 7,200 บาทต่อปี นอกจากนี้สมาชิกกลุ่มจะได้รับเสื้อเป็นของที่ระลึกทุก ๆ ปี มีการกินเลี้ยงสังสรรค์กัน ถ้าผลกำไรต่อปีไม่มากจะทำกับข้าวเลี้ยงกันในกลุ่ม แต่หากได้รับผลกำไรมาก จะมีการจัดโต๊ะเงินให้กับสมาชิกกลุ่ม และมีการมอบรางวัลพนักงานดีเด่นเป็นประจำทุกปี โดยสมาชิกกลุ่มจะเป็นผู้ลงคะแนนโหวต ทางกลุ่มมีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และทำบัญชีเป็นประจำสม่ำเสมอ

ต้นทุนการผลิตเครื่องคั่วว่านหางจระเข้อยู่ที่ขวดละ 5 บาท ในหนึ่งวันสามารถผลิตและจำหน่ายได้ 300 โหล หรือ 3,600 ขวด โดยจำหน่ายในราคาโหลละ 82 บาท ใน 1 เดือน จะทำการผลิต 26 วัน ดังนั้นจะมีต้นทุนการผลิต 780,000 บาทต่อเดือน และมีรายได้จากการจำหน่าย 639,600 บาทต่อเดือน นอกจากนี้ทางกลุ่มยังมีการผลิตเครื่องคั่วชนิดอื่น ๆ นอกเหนือจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้ำว่านหางจระเข้ด้วย แต่ขอการสั่งซื้อน้อยมากจะทำการผลิตเมื่อลูกค้าเป็นผู้สั่งซื้อสินค้าล่วงหน้าเท่านั้น

### 3. ด้านการบริหารจัดการ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา มีเป้าหมายของกลุ่ม คือ เพื่อต้องการให้คนในชุมชนมีงานทำและมีรายได้ มีกฎ ระเบียบในการอยู่ร่วมกัน คือ เข้าทำงานตรงตามเวลา คือ 08.00-16.00 น. หากสมาชิกกลุ่มคนใดได้รับค่าแรง 300 บาทต่อวัน จะต้องมาถึงที่กลุ่มเวลา 07.00 น. เพื่อมาเตรียมงานก่อน สำหรับการประชุมกลุ่ม 2 เดือน ประชุม 1 ครั้ง เนื่องจากสมาชิกมาทำงานร่วมกันจะมีการพูดคุยกันเป็นประจำทุกวันอยู่แล้ว ในส่วนของโครงสร้างกลุ่ม มีคณะกรรมการกลุ่มตามตำแหน่ง ดังต่อไปนี้

|                           |         |             |
|---------------------------|---------|-------------|
| 1. คุณสมศรี เกตุแก้ว      | ตำแหน่ง | ประธานกลุ่ม |
| 2. คุณสำรวย จำสาคร        | ตำแหน่ง | รองประธาน   |
| 3. คุณอุษณีย์ จันทร์เรือง | ตำแหน่ง | เหรัญญิก    |
| 4. คุณนงเยาว์ ดาวพ่อง     | ตำแหน่ง | เลขานุการ   |
| 5. คุณปราณี รัสมิ         | ตำแหน่ง | กรรมการ     |

กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกกลุ่ม ประกอบด้วย

- การร่วมกันแปรรูปเครื่องสำอางว่านหางจระเข้
- การจัดงานสังสรรค์ของกลุ่มประจำปี
- ร่วมกิจกรรมสาธารณประโยชน์ในชุมชนตามวันสำคัญและเทศกาลต่าง ๆ

เช่น วันเด็ก วันสงกรานต์ งานวัดประจำปี เป็นต้น

### 4. ด้านการตลาด

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา สามารถจัดการตลาดตามหลักการตลาดแบบ 4P ได้ดังต่อไปนี้

-ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เครื่องสำอางว่านหางจระเข้ผลิตจากว่านหางจระเข้ ออร์แกนิก พิถีพิถันตั้งแต่กระบวนการปลูก จะต้องปลอดสารพิษและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เครื่องสำอางมีความหวานที่ 11 องศาบริกซ์ รสชาติอร่อย ถูกใจผู้บริโภค ไม่ใส่วัตถุกันเสีย หากเก็บไว้ในตู้เย็นสามารถเก็บได้นาน 1 เดือน



ภาพที่ 4.12 เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา

-ด้านราคา (Price) บรรจุภัณฑ์แบบขวดพลาสติกมีให้เลือก 2 แบบ คือ แบบขวดเหลี่ยมและขวดกลม ขนาดบรรจุ 250 มิลลิตรเท่ากัน ราคาโหลละ 82 บาท

-ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จะจำหน่ายที่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา ซึ่งลูกค้าประจำเป็นร้านค้าปลีกในท้องถิ่นและโรงพยาบาลบ้านแพ้ว จะกำหนดยอดสั่งซื้อไว้ล่วงหน้าและมารับผลิตภัณฑ์ที่กลุ่ม ทั้งนี้ทางกลุ่มมีการผลิตเครื่องดื่มว่านหางจระเข้ให้กับวิวารินทร์ (VIVALIN) เป็นแบรนด์สินค้าประเภทเครื่องดื่มสำหรับคนรักสุขภาพ ซึ่งจะนำไปจำหน่ายยังท็อปส์ มาร์เก็ต, MaxValue และ Central Food Hall อีกทอดหนึ่ง นอกจากนี้ทางกลุ่มยังไปจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในงานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานีอีกด้วย

-ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางเว็บไซต์ [thaitambon.com](http://thaitambon.com) และ Facebook น้ำว่านหางจระเข้ชนาธิป

## 5. ด้านการผลิต

วัตถุดิบหลัก คือ ว่านหางจระเข้ ส่วนใหญ่มาจากบริเวณใกล้เคียงกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีพื้นที่ปลูกจำนวน 20-30 ไร่ และจากจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 10 ไร่ รับซื้อในราคาดิโกลกรัมละ 4 บาท สำหรับการผลิตเครื่องดื่มว่านหางจระเข้ในปัจจุบัน จะมีการใช้ทั้งเครื่องจักรและกำลังคนร่วมกัน เครื่องดื่มมีความหวานที่ 11 องศาบริกซ์ ซึ่งจะมีการใช้เครื่องตรวจความหวานทุกครั้ง เพื่อเป็นการรักษามาตรฐานและระดับความหวานให้คงที่ แต่หากลูกค้ามีความต้องการความหวานที่ลดลงสำหรับนำไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคที่รักสุขภาพในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร จะใช้ความหวานที่ 9 องศาบริกซ์ นอกจากเครื่องดื่มว่านหางจระเข้แล้ว ยังมีเครื่องดื่มประเภทอื่น ๆ ได้แก่ น้ำว่านหางจระเข้ผสมน้ำผึ้ง น้ำว่านหางจระเข้ผสมน้ำอุนั้น น้ำตะไคร้ น้ำเล้าก้วย น้ำเก็กฮวย และน้ำกระเจี๊ยบ เครื่องดื่มเหล่านี้จะผลิตตามที่ลูกค้าสั่งซื้อไว้ล่วงหน้าเท่านั้น ทุกครั้งก่อนการจำหน่ายมีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยตรวจเช็คสิ่งเจือปนทุกขวด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

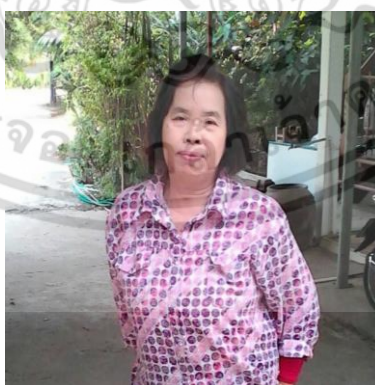


ภาพที่ 4.13 เครื่องดื่มว่านหางจระเข้พร้อมจัดจำหน่าย

## 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำกลุ่มหรือประธานกลุ่มในปัจจุบัน คือ นางสาวสมศรี เกตุแก้ว อายุ 63 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 4 สถานภาพสมรส ดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มมา 11 ปี รายได้ 10,000 บาทต่อเดือน คุณสมศรีเป็นผู้นำธรรมชาติ มีภาวะผู้นำ ดังต่อไปนี้

- เป็นผู้ที่มีวาทศิลป์ในการพูด สามารถพูดโน้มน้าว ชักจูงให้บุคคลรอบข้าง เข้ามารวมกลุ่มได้
- เป็นผู้ที่ชอบช่วยเหลือบุคคลอื่น อยากให้ผู้อื่นมีอาชีพและมีรายได้
- เป็นผู้ที่มีความสามารถในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- เป็นผู้ที่สร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิกกลุ่ม
- เป็นผู้ที่สร้างบรรยากาศ ความอบอุ่น และความสัมพันธ์อันดีภายในกลุ่ม
- เป็นคนขยัน ใฝ่หาความรู้ และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์



ภาพที่ 4.14 คุณสมศรี เกตุแก้ว ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา

## 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

สมาชิกกลุ่มทั้งหมดเป็นบุคคลในชุมชน ในระยะเริ่มแรกของการจัดตั้งกลุ่มเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีสมาชิก จำนวน 50 คน ปัจจุบันมีสมาชิก จำนวน 30 คน ซึ่งสมาชิกมีความเพียงพอและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานทุกคน มีการแบ่งงานตามหน้าที่ ตามทักษะความถนัดของแต่ละคน เวลาเข้าทำงาน คือ 08.00-16.00 น. ได้รับค่าจ้างแรงงาน 300 บาทต่อวัน แต่หากเป็นสมาชิกสูงอายุจะได้รับค่าแรง 250 บาทต่อวัน ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ หรือช่วงปิดภาคเรียนทางกลุ่มจะรับนักเรียนเข้ามาทำงานในรูปแบบ Part Time ได้รับค่าจ้างแรงงานชั่วโมงละ 20 บาท สำหรับการเพิ่มทักษะความรู้ หรือการศึกษาดูงานแก่สมาชิก จะมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิต และบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่ม เนื่องจากกำลังการผลิตเครื่องดื่มกับจำนวนสมาชิกมีความเพียงพอกันพอดี ไม่สามารถหยุดการผลิตหลายวันได้

#### 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา ได้เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปี พ.ศ. 2544 เครื่องดื่มหวานหางจระเข้ได้รับการคัดเลือกเป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของตำบลเกษตรพัฒนา ต่อมาในปี พ.ศ. 2546 ได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาว และในปี พ.ศ. 2552 ได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว ซึ่งนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เอื้อต่อการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา กล่าวคือ ทำให้กลุ่มสามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และยังช่วยให้หน่วยงานต่าง ๆ เข้ามานับสนับสนุนให้คำแนะนำ รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและเทคนิคในการผลิต ตลอดจนบรรจุภัณฑ์และการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์

#### 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนในช่วงแรกของการจัดตั้งกลุ่ม คือ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านแพ้ว สนับสนุนเงินจำนวน 30,000 บาท เพื่อใช้ในการสร้างสถานที่จัดตั้งกลุ่ม จัดซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์การผลิต ต่อมาสหกรณ์การเกษตรบ้านแพ้วให้การสนับสนุนด้านความรู้ เชิญวิทยากรมาให้ความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการผลิต และมีนโยบายให้สินเชื่อกับทางกลุ่ม นอกจากนี้สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร และสำนักงานเทศบาลตำบลเกษตรพัฒนา จัดสรรงบประมาณหน่วยงานละ 500,000 บาท นำมาปลูกสร้างอาคารเก็บบรรจุภัณฑ์ และสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์

#### 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

ตั้งแต่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา ได้ปรับราคาสินค้าเพิ่มขึ้น เนื่องจากต้องชำระภาษี เครือข่ายที่เป็นฐานลูกค้าเก่าจึงลดลง และลูกค้ารายใหญ่ 2 ราย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่ตั้งซื้อสินค้า ทำให้ทางกลุ่มมีกำลังการผลิตลดลงถึง 40 เปอร์เซ็นต์ เหลือเพียงเครือข่ายที่จัดหา  
ว่านหางจระเข้ที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบ ซึ่งอยู่ในพื้นที่ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

#### 11. มาตรฐานและเครื่องหมายต่าง ๆ ที่ได้รับ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา ได้รับมาตรฐานและ  
เครื่องหมายต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

-มาตรฐาน GMP ในขอบข่ายการผลิตน้ำว่านหางจระเข้พร้อมดื่ม ได้รับ  
การรับรองระหว่างวันที่ 16 ธันวาคม 2559 – 16 ธันวาคม 2561

-เครื่องหมาย อย. เลขที่ 74-2-02644-2-0008

#### 12. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนากับมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา มีผลิตภัณฑ์หลัก คือ  
เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ และมีผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้แก่ น้ำว่านหางจระเข้ผสมน้ำผึ้ง น้ำว่านหางจระเข้  
ผสมน้ำอุนั้น น้ำตะไคร้ น้ำเก็กฮวย น้ำเก็กฮวย และน้ำกระเจี๊ยบ ซึ่งกำลังการผลิตน้อยมาก จะผลิต  
เมื่อลูกค้าสั่งซื้อไว้ล่วงหน้าเท่านั้น ในช่วงระยะเวลา 1 มกราคม 2556 – 31 ธันวาคม 2559 วิสาหกิจ  
ชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนาไม่มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

“เมื่อก่อนกลุ่มเราเคยได้รับรอง มพช. แต่เราไม่รู้ว่าการรับรอง มพช. มีวัน  
หมดอายุ เลยไม่ได้ติดตามและต่ออายุการรับรองต่อ ตอนนี้นำกำลังทำเรื่องขอการรับรอง มพช.  
เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ อยู่ กำลังอยู่ในระหว่างขั้นตอนดำเนินการ” (สมศรี เกตุแก้ว. 2560)

ข้อเสนอแนะต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน การที่สินค้าได้รับ  
รองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จะทำให้สินค้าสามารถจำหน่ายได้มากขึ้น เนื่องจากสร้างความ  
เชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า ในทุกวันนี้ที่กลุ่มสามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าได้  
ส่วนหนึ่งมาจากที่ในอดีตเคยได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน อย่างไรก็ตามถึงแม้มาตรฐาน  
ผลิตภัณฑ์ชุมชนจะมีข้อดี แต่การประชาสัมพันธ์หรือการติดต่อจากเจ้าหน้าที่เมื่อไปรับรองหมดอายุ  
ยังไม่มีความต่อเนื่อง จึงอยากให้เจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาประชาสัมพันธ์ในเรื่อง  
ดังกล่าว

#### 13. ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา

-ขณะนี้กลุ่มลูกค้าลดลง ทำให้กำลังการผลิตลดลงด้วยเช่นกัน จึงอยากให้  
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาส่งเสริมและขยายตลาดให้กับกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-เครื่องดื่มน้ำหวานหาวจะเข้ หากไม่มีการเก็บในอุณหภูมิที่เหมาะสมจะมีส่วนในการเก็บรักษาลดลง จึงอยากให้มีการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการยืดอายุผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

#### 4.2.2.3 เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม

##### 1. สภาพทั่วไป

กลุ่มที่นำมาศึกษาเป็นกลุ่มที่มีสินค้าหลัก คือ เครื่องดื่มน้ำหวานหาวจะเข้ ซึ่งทั้งสองกลุ่มเป็นกลุ่มที่มีการครองส่วนแบ่งทางการตลาดเครื่องดื่มน้ำหวานหาวจะเข้มากที่สุดในจังหวัดสมุทรสาคร จัดตั้งกลุ่มในปี พ.ศ. 2548 เพื่อต้องการแก้ปัญหาราคาส่งผลิตทางการเกษตรตกต่ำ และสร้างความแตกต่างของสินค้าให้สามารถจำหน่ายได้

##### 2. ด้านการเงิน

การระดมเงินทุนในระยะเริ่มแรกได้ระดมเงินทุนจากสมาชิกกลุ่ม นำมาจัดซื้อวัตถุดิบ อุปกรณ์ต่าง ๆ ตลอดจนบรรจุภัณฑ์ ทั้งสองกลุ่มมีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย เป็นประจำสม่ำเสมอ และมีรายได้ต่อเดือนใกล้เคียงกัน

##### 3. ด้านการบริหารจัดการ

เป้าหมายของกลุ่ม คือ เพื่อต้องการแก้ไขปัญหาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ และต้องการให้คนในชุมชนมีอาชีพ และสร้างรายได้ มีกฎ ระเบียบในการดำเนินงาน คือ จะต้องมีความสามัคคี รักใคร่ ประองคองกัน เข้าทำงานตรงเวลา หากสมาชิกต้องการจะหยุดงาน จะต้องแจ้งทางกลุ่มให้ทราบก่อน เนื่องจากกำลังการผลิตเครื่องดื่มต่อวันสูงมาก จะต้องหาสมาชิกคนอื่น ๆ มาปฏิบัติงานแทน ส่วนกิจกรรมที่เกิดขึ้น คือ การร่วมกันแปรรูปเครื่องดื่ม มีการประชุมกลุ่มเดือนละ 1 ครั้ง การจัดงานสังสรรค์ประจำปี และการร่วมกิจกรรมกับชุมชนในวันสำคัญต่าง ๆ

##### 4. ด้านการตลาด

สินค้าหลัก คือ เครื่องดื่มน้ำหวานหาวจะเข้ที่มีความสด สะอาด รสชาติถูกใจผู้บริโภค และไม่ใส่วัตถุกันเสีย มีการจำหน่ายสินค้า ณ สถานที่ผลิต การสั่งซื้อของลูกค้า และการออกงานแสดงสินค้าต่าง ๆ มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางเว็บไซต์ [thaitambon.com](http://thaitambon.com) และ Facebook ของกลุ่ม

## 5. ด้านการผลิต

วัตถุดิบที่นำมาใช้มาจากทั้งภายในและภายนอกชุมชน บริเวณจังหวัดใกล้เคียง มีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนนำไปจำหน่าย ทั้งสองกลุ่มมีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายนอกเหนือจากน้ำว่านหางจระเข้ แต่จะทำการผลิตเมื่อลูกค้ามีการสั่งซื้อล่วงหน้าไว้เท่านั้น

## 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำทั้งสองกลุ่มดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มตั้งแต่มีการเริ่มจัดตั้งกลุ่มมาจนถึงปัจจุบัน เป็นระยะเวลา 11 ปี เป็นผู้นำตามธรรมชาติ มีภาวะผู้นำ คือ ชอบช่วยเหลือบุคคลอื่น อยากให้คนในชุมชนมีอาชีพและมีรายได้ เป็นผู้ที่สร้างบรรยากาศ ความอบอุ่น และความสัมพันธ์อันดีภายในกลุ่ม มีความขยัน ใฝ่หาความรู้ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีความสามารถในการพูดโน้มน้าว ชักจูงบุคคลอื่น ๆ

## 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

สมาชิกกลุ่มทั้งหมดเป็นบุคคลภายในชุมชน จำนวนสมาชิกในปัจจุบันของกลุ่มที่ได้รับ มผช. มีจำนวนเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับการจัดตั้งกลุ่มเริ่มแรก ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. มีจำนวนสมาชิกกลุ่มลดลง สมาชิกของทั้งสองกลุ่มมีความเพียงพอและมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ในอดีตมีการพาสมาชิกกลุ่มไปศึกษาดูงาน แต่ปัจจุบันไม่มีการพาสมาชิกไปศึกษาดูงานภายนอกกลุ่มแล้ว เนื่องจากปริมาณการผลิตต่อวันมีปริมาณมาก โดยส่วนใหญ่มักจะส่งตัวแทนกลุ่มไปอบรมหรือศึกษาดูงาน หรือมีหน่วยงานเข้ามาอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกในกลุ่ม

## 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

วิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรเป็นสินค้า OTOP และได้รับคัดสรรเป็นสินค้าระดับ 5 ดาว ซึ่งนโยบายดังกล่าวทำให้สินค้าของกลุ่มเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และยังช่วยให้หน่วยงานต่างๆ เข้ามาสนับสนุนกลุ่มอีกด้วย

## 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนมีหลากหลายหน่วยงาน เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด เป็นต้น ซึ่งเข้ามาให้การสนับสนุนในด้านเงินทุน สินเชื่อ ความรู้ในกระบวนการผลิต การเข้าคัดสรรสินค้า OTOP และการต่ออายุใบรับรอง มผช.

#### 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

วิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มมีเครือข่ายในการจัดหาวัตถุดิบหลักของกลุ่ม นั่นคือ วานหางจระเข้ ซึ่งเป็นเครือข่ายที่อยู่จังหวัดใกล้เคียง ณ ปัจจุบันยังไม่มีการขายจำนวนของเครือข่าย

#### 11. มาตรฐานที่ได้รับ

วิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มได้รับเครื่องหมาย ออ. แต่วิสาหกิจชุมชนที่ได้รับ มพช. จะได้รับมาตรฐานอื่น ๆ มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มพช. ได้แก่ เครื่องหมาย Q มก.-ช.ก.ส. และGAP

#### 12. ปัญหาและอุปสรรค

วิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มประสบปัญหาที่คล้ายคลึงกัน คือ การเก็บรักษาและการยืดอายุของผลิตภัณฑ์ ซึ่งขณะนี้ไม่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาให้ความรู้ในด้านเทคโนโลยีการยืดอายุของเครื่องดื่ม และทางกลุ่มอยู่ในขั้นตอนตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีดังกล่าว

จากข้อมูลในข้างต้น สามารถนำมาเปรียบเทียบและแสดงข้อมูลได้ดังตารางที่ 4.7 มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.7 เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และ ไม่ได้รับ มพช. ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม

| ข้อมูล                    | วิสาหกิจชุมชน                          |                                      |
|---------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------|
|                           | กลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง               | กลุ่มสตรีสหกรณ์<br>บ้านเกษตรพัฒนา    |
| 1. สภาพทั่วไป             |                                        |                                      |
| 1.1 การได้รับมพช          | ได้รับ                                 | ไม่ได้รับ                            |
| 1.2 ตำบล                  | หลักสอง                                | เกษตรพัฒนา                           |
| 1.3 อำเภอ                 | บ้านแพ้ว                               | บ้านแพ้ว                             |
| 1.4 ผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่ม | เครื่องดื่มวานหางจระเข้<br>ผสมน้ำใบเตย | เครื่องดื่มวานหางจระเข้<br>ออร์แกนิก |
| 1.5 ปีที่จัดตั้งกลุ่ม     | 2548                                   | 2548                                 |

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

| ข้อมูล                         | วิสาหกิจชุมชน                                                                                                                                                       |                                                                                                                        |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                | กลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง                                                                                                                                            | กลุ่มสตรีสหกรณ์<br>บ้านเกษตรพัฒนา                                                                                      |
| 2. ด้านการเงิน                 |                                                                                                                                                                     |                                                                                                                        |
| 2.1 ทุนดำเนินการเริ่มต้น (บาท) | 45,000                                                                                                                                                              | 10,000                                                                                                                 |
| 2.2 การระดมทุนครั้งแรก         | สมาชิก                                                                                                                                                              | สมาชิก                                                                                                                 |
| 2.3 ต้นทุนการผลิต (บาท/เดือน)  | 195,000-312,000                                                                                                                                                     | 468,000                                                                                                                |
| 2.4 รายได้ของกลุ่ม (บาท/เดือน) | 325,000-520,000                                                                                                                                                     | 639,600                                                                                                                |
| 3. ด้านการบริหารจัดการ         |                                                                                                                                                                     |                                                                                                                        |
| 3.1 เป้าหมายของกลุ่ม           | -แก้ไขปัญหาลผลิตทางการเกษตร<br>ตกต่ำ<br>-สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้<br>ให้กับคนในชุมชน                                                                         | -เพื่อต้องการให้คนในชุมชนมี<br>งานทำและมีรายได้                                                                        |
| 3.2 กฎ ระเบียบ                 | -สามัคคี รักใคร่ ประองคอง<br>-ทะเลาะเบาะแว้งกันภายในกลุ่ม<br>ครบ 3 ครั้ง พ้นจากการเป็นสมาชิก<br>กลุ่ม<br>-มีการแจ้งให้ทราบก่อนการหยุด<br>งาน                        | -เข้าทำงานตรงเวลา                                                                                                      |
| 3.3 กิจกรรมที่เกิดขึ้น         | -ร่วมกันแปรรูปเครื่องดื่ม<br>-ประชุมกลุ่มเดือนละ 1 ครั้ง<br>-จัดตั้งกลุ่มเป็นศูนย์การเรียนรู้และ<br>เผยแพร่องค์ความรู้ด้านการแปรรูป<br>ผลิต<br>-ร่วมกิจกรรมกับชุมชน | -ร่วมกันแปรรูปเครื่องดื่ม<br>-จัดงานสังสรรค์ประจำปี<br>-ร่วมกิจกรรมกับชุมชนใน<br>วันสำคัญและเทศกาลต่าง ๆ               |
| 4. ด้านการตลาด                 |                                                                                                                                                                     |                                                                                                                        |
| 4.1 ผลิตภัณฑ์                  | -เครื่องดื่ม สด สะอาด<br>-รสชาติเป็นที่ต้องการ<br>-ไม่ใส่วัตถุกันเสีย                                                                                               | -ผลิตจากว่านหางจระเข้<br>แกลนคร<br>-รสชาติถูกใจผู้บริโภค<br>-ไม่ใส่วัตถุกันเสีย<br>-ควบคุมความหวานที่ 11<br>องศาบริกซ์ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

| ข้อมูล                       | วิสาหกิจชุมชน                                                                                                                                                                        |                                                                                      |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|                              | กลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง                                                                                                                                                             | กลุ่มสตรีสหกรณ์<br>บ้านเกษตรพัฒนา                                                    |
| 4.2 ราคา                     | -แบบแก้วพลาสติก 250 มล.<br>ราคา 10 บาท<br>-แบบขวดพลาสติก 210 มล.<br>ราคาโหลละ 80 บาท<br>-แบบขวดพลาสติก 250 มล.<br>ราคาโหลละ 100 บาท<br>-ขายส่งแบบแยกเป็นซีซี<br>ราคาซีซีละ 0.025 บาท | -แบบขวดเหลี่ยม 250 มล.<br>ราคาโหลละ 82 บาท<br>-แบบขวดกลม 250 มล.<br>ราคาโหลละ 82 บาท |
| 4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย     | -สถานที่ผลิต<br>-หน้าศาลากลางจังหวัด<br>-ออกงานแสดงสินค้า<br>-การสั่งซื้อของลูกค้า                                                                                                   | -สถานที่ผลิต<br>-โรงพยาบาลบ้านแพ้ว<br>-การสั่งซื้อของลูกค้า                          |
| 4.4 การส่งเสริมการตลาด       | -www.thaitambon.com<br>-Facebook น้ำหนึ่งว่านหางจระเข้<br>ในน้ำใบเตย<br>-แผ่นพับ<br>-ซื้อ 100 ขวด แถมฟรี 10 ขวด                                                                      | -www.thaitambon.com<br>-Facebook น้ำว่านหางจระเข้<br>ชนาธิป                          |
| 5. ด้านการผลิต               |                                                                                                                                                                                      |                                                                                      |
| 5.1 แหล่งวัตถุดิบ            | -ภายในชุมชน<br>-ภายนอกชุมชน                                                                                                                                                          | -ภายในชุมชน<br>-ภายนอกชุมชน                                                          |
| 5.2 สถานที่จัดหาวัตถุดิบ     | -สมุทรสาคร<br>-ราชบุรี<br>-ประจวบคีรีขันธ์                                                                                                                                           | -สมุทรสาคร<br>-สมุทรสงคราม                                                           |
| 5.3 การตรวจสอบคุณภาพ         | มี                                                                                                                                                                                   | มี                                                                                   |
| 5.4 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ | หลากหลาย                                                                                                                                                                             | หลากหลาย                                                                             |
| 6. ด้านภาวะผู้นำ             |                                                                                                                                                                                      |                                                                                      |
| 6.1 เพศ                      | หญิง                                                                                                                                                                                 | หญิง                                                                                 |
| 6.2 ชื่อ-สกุล                | คุณสุดาทิพย์ มีแสงเงิน                                                                                                                                                               | คุณสมศรี เกตุแก้ว                                                                    |
| 6.3 อายุ (ปี)                | 60                                                                                                                                                                                   | 63                                                                                   |
| 6.4 การศึกษา                 | มัธยมศึกษาปีที่ 6                                                                                                                                                                    | ประถมศึกษาปีที่ 4                                                                    |
| 6.5 สถานภาพสมรส              | สมรส                                                                                                                                                                                 | สมรส                                                                                 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

| ข้อมูล                                         | วิสาหกิจชุมชน                                                                                                                                         |                                                                                                                               |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                | กลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง                                                                                                                              | กลุ่มสตรีสหกรณ์<br>บ้านเกษตรพัฒนา                                                                                             |
| 6.6 รายได้ต่อเดือน (บาท)                       | 10,000                                                                                                                                                | 10,000                                                                                                                        |
| 6.7 ลักษณะผู้นำ                                | ธรรมชาติ                                                                                                                                              | ธรรมชาติ                                                                                                                      |
| 6.8 ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง (ปี)                   | 11                                                                                                                                                    | 11                                                                                                                            |
| 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม                             |                                                                                                                                                       |                                                                                                                               |
| 7.1 ลักษณะของสมาชิก                            | ภายในชุมชน                                                                                                                                            | ภายในชุมชน                                                                                                                    |
| 7.2 จำนวนสมาชิกเริ่มแรก (คน)                   | 15                                                                                                                                                    | 50                                                                                                                            |
| 7.3 จำนวนสมาชิกปัจจุบัน (คน)                   | 30                                                                                                                                                    | 30                                                                                                                            |
| 7.4 ความเพียงพอของสมาชิก                       | เพียงพอ                                                                                                                                               | เพียงพอ                                                                                                                       |
| 7.5 การมีส่วนร่วมของสมาชิก                     | -ร่วมกันผลิตสินค้า<br>-ร่วมคิดและตัดสินใจ<br>-ร่วมประชุมกลุ่ม<br>-ร่วมรับผลประโยชน์                                                                   | -ร่วมผลิตสินค้า<br>-ร่วมกิจกรรมประจำปี                                                                                        |
| 7.6 การเพิ่มทักษะ/ ศึกษาดูงาน                  | เคยมี                                                                                                                                                 | เคยมี                                                                                                                         |
| 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์) |                                                                                                                                                       |                                                                                                                               |
| 8.1 การเข้าคัดสรร OTOP                         | เข้ารับ                                                                                                                                               | เข้ารับ                                                                                                                       |
| 8.2 ปีที่เข้ารับ และระดับดาว                   | -2555 เครื่องดื่มน้ำหวานหางกระเซ<br>ผสมน้ำใบเตย ได้ระดับ 5 ดาว                                                                                        | -2552 เครื่องดื่มน้ำหวานหาง<br>กระเซ ได้ระดับ 5 ดาว                                                                           |
| 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน    |                                                                                                                                                       |                                                                                                                               |
| 9.1 หน่วยงานที่สนับสนุน                        | -กสน. บ้านแพ้ว<br>-สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด<br>-ร.ก.ส. สมุทรสาคร<br>-สำนักงานเกษตรจังหวัด<br>-สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด<br>-สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด | -สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ<br>บ้านแพ้ว<br>-สหกรณ์การเกษตรบ้านแพ้ว<br>-สำนักงานเกษตรจังหวัด<br>-สำนักงานเทศบาลตำบล<br>เกษตรพัฒนา |
| 9.2 การสนับสนุน                                | -การศึกษาดูงาน<br>-ให้คำแนะนำเกี่ยวกับ อย.<br>-เงินทุน<br>-สินเชื่อ<br>-การต่ออายุใบรับรอง มพช.<br>-การเข้าคัดสรร OTOP                                | -เงินทุน<br>-ความรู้ด้านการผลิต<br>-สินเชื่อ<br>-สร้างอาคารเก็บบรรจุภัณฑ์<br>และสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์                       |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

| ข้อมูล                                   | วิสาหกิจชุมชน                                                      |                                                          |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
|                                          | กลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง                                           | กลุ่มสตรีสหกรณ์<br>บ้านเกษตรพัฒนา                        |
| 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย |                                                                    |                                                          |
| 10.1 เครือข่าย                           | มี                                                                 | มี                                                       |
| 10.2 ชื่อเครือข่าย                       | -ผู้ปลูกว่านหางจระเข้                                              | -ผู้ปลูกว่านหางจระเข้                                    |
| 10.3 จังหวัด                             | -ราชบุรี<br>-ประจวบคีรีขันธ์                                       | -ประจวบคีรีขันธ์                                         |
| 10.4 การขยายเครือข่าย                    | ไม่มี                                                              | ไม่มี                                                    |
| 11. มาตรฐานที่ได้รับ                     | -มผช.<br>-อย.<br>-GAP<br>-เครื่องหมาย Q<br>-มก.-ธ.ก.ส.             | -GMP<br>-อย.                                             |
| 12. ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่ม              | -คู่แข่งในพื้นที่ใกล้เคียง<br>-การเก็บรักษาและยืดอายุ<br>ผลิตภัณฑ์ | -กลุ่มลูกค้าลดลง<br>-การเก็บรักษาและยืดอายุ<br>ผลิตภัณฑ์ |

#### 4.2.3 ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า/ เครื่องแต่งกาย

##### 4.2.3.1 วิสาหกิจชุมชนกระเป๋านั่งนาดี ตำบลนาดี (ผลิตภัณฑ์หลัก: กระเป๋านั่งวัว, ผลิตภัณฑ์หนัง)

###### 1. ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนกระเป๋านั่งนาดี ตั้งอยู่เลขที่ 31/515 หมู่ที่ 4 ตำบลนาดี อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสาคร ในอดีตคุณจันทร์เพ็ญ โพธิ์สุวรรณ มีประสบการณ์ทำงานเป็นพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมกระเป๋านั่งในกรุงเทพมหานคร จนกระทั่งวันหนึ่งคุณจันทร์เพ็ญ ถูกปลดออกจากการเป็นพนักงาน เนื่องจากโรงงานกระเป๋านั่งทำการปิดตัวลง จึงเดินทางกลับมาอยู่กับครอบครัวและเริ่มทำอุตสาหกรรมกระเป๋านั่งขนาดเล็กกับครอบครัว รับทำและซ่อมกระเป๋าร้อยมา จนกระทั่งมีลูกค้ามากขึ้นไม่สามารถซ่อมและผลิตกระเป๋ได้ทันตามความต้องการของลูกค้า ต่อมาสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร มองเห็นว่า กระเป๋านั่งของคุณจันทร์เพ็ญมีคุณภาพดี สามารถส่งเสริมให้เป็นสินค้าชุมชนได้ จึงแนะนำให้คุณจันทร์เพ็ญชักชวนคนอื่น ๆ ในท้องถิ่นที่สนใจมารวมตัวจัดตั้งกลุ่ม โดยการรวบรวมสมาชิกในหมู่บ้านเคหะชุมชนมหาชัย ซึ่งส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของสำนักงานเพื่อการพัฒนาคน ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใหญ่เป็นแม่บ้านในหมู่บ้าน สามีจะออกไปทำงานนอกบ้าน เริ่มแรกมีจำนวนสมาชิกกลุ่ม 10 คน ถ่ายทอดความรู้ในการทำกระเป๋าน้ำหนักให้กับสมาชิกกลุ่มได้ฝึกหัด เรียนรู้การเย็บกระเป๋าน้ำหนัก และพัฒนาฝีมือจนสามารถผลิตกระเป๋าน้ำหนักที่มีคุณภาพ จัดตั้งเป็นกลุ่มสตรีหัตถกรรมเครื่องหนังตำบลนาดีในปี พ.ศ. 2541 ได้รับงบประมาณจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาครให้ทุนสนับสนุน จำนวน 77,000 บาท เป็นงบประมาณมิยาซาวา และในปี พ.ศ. 2545 ทางองค์การบริหารส่วนตำบลนาดีได้จัดสรรงบประมาณให้กับกลุ่มอีก จำนวน 100,000 บาท จนกระทั่งปี พ.ศ. 2548 ทางกลุ่มได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนกระเป๋าน้ำหนักนาดีและดำเนินกิจการมาจนถึงปัจจุบัน

## 2. ด้านการเงิน

ในระยะเริ่มแรกของการจัดตั้งกลุ่มมีสมาชิกกลุ่มจำนวน 10 คน ระดมเงินทุนในการจัดตั้งกลุ่ม คนละ 1,500 บาท เป็นจำนวนเงิน 15,000 บาท และได้รับการจัดสรรงบประมาณจากองค์การบริหารส่วนตำบลนาดีเพิ่มเติม รวมเป็นทุนดำเนินการเริ่มแรก จำนวน 300,000 บาท นำมาจัดซื้อเครื่องจักรและวัตถุดิบในการทำกระเป๋าน้ำหนัก มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายที่มีความชัดเจน โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ จ่ายเงินปันผลกำไรตรงเวลา โดยประธานกลุ่มมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลการรับ-จ่ายเงินปันผล ในช่วงเริ่มแรกมีรายได้จากการจำหน่ายกระเป๋า 45,000 บาทต่อเดือน สมาชิกกลุ่มมีรายได้คนละประมาณ 2,000-3,000 บาทต่อเดือน ซึ่งขึ้นอยู่กับฝีมือแรงงานของแต่ละคน

ต้นทุนค่าวัตถุดิบและค่าบรรจุภัณฑ์ประมาณ 15,000 บาทต่อเดือน ค่าขนส่งสินค้าไม่เสียค่าใช้จ่าย เนื่องจากลูกค้าจะเป็นผู้มารับสินค้าด้วยตนเอง ทางกลุ่มสามารถผลิตกระเป๋าได้เดือนละประมาณ 100 ชิ้น ในระดับราคา 800-1,200 บาท และทำให้กลุ่มมีรายได้ 80,000-120,000 บาทต่อเดือน

## 3. ด้านการบริหารจัดการ

เป้าหมายและทิศทางของกลุ่ม คือ เพื่อต้องการให้คนในชุมชนมีรายได้ ไม่ต้องไปทำงานยังพื้นที่อื่น เป็นการส่งเสริมและพัฒนาความรู้ในการผลิตกระเป๋าน้ำหนักให้แก่บุคคลที่มีความสนใจ สำหรับกฎระเบียบของกลุ่มก็ไม่มี ความซับซ้อน คือ มาทำงานตรงตามเวลา ไม่อู้งาน ไม่ทะเลาะเบาะแว้งซึ่งกันและกัน ต้องมีความสามัคคีกัน ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่จะเป็นแม่บ้านที่รวมกลุ่มกันตั้งแต่เป็นกลุ่มสตรีอยู่แล้ว โดยทุกคนรู้หน้าที่ของตนเองเป็นอย่างดี สำหรับโครงสร้างกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนกระเป๋าน้ำหนักนาดีมีแกนนำหลัก คือ คุณจันทร์เพ็ญ โพธิ์สุวรรณ เป็นประธานกลุ่ม คุณอากาศ โพธิ์สุวรรณ เป็นรองประธานกลุ่ม และคุณกัญญา จันทร์เมฆา เป็นเหรัญญิกและฝ่ายการตลาด

กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในกลุ่ม คือ สมาชิกกลุ่มร่วมกันผลิต ร่วมออกแบบ

รูปแบบกระเป๋าน้ำหนักให้มีความหลากหลาย นอกจากนี้ทางกลุ่มยังมีการทำกิจกรรมร่วมกับเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุคคลภายนอกกลุ่ม คือ ให้ความรู้ ฝึกอบรมหลักสูตรอาชีพเสริมการออกแบบและผลิตเครื่องหนัง โดยองค์การบริหารส่วนตำบลนาดี จะประชาสัมพันธ์และให้การสนับสนุนด้านอาคารสถานที่ สำหรับใช้ในการฝึกอบรมและทำการผลิต

#### 4. ด้านการตลาด

วิสาหกิจชุมชนกระเป๋าหนังนาดี สามารถจัดการตลาดตามหลักการตลาดแบบ 4P ได้ดังต่อไปนี้

-ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) วิสาหกิจชุมชนกระเป๋าหนังนาดีเป็นกลุ่มผลิตสินค้าเครื่องหนังประเภทกระเป๋าถือ กระเป๋าหนังวัว กระเป๋าใส่สตางค์ เข็มขัด และพวงกุญแจ

-ด้านราคา (Price) ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะมีราคาแตกต่างกันไป หากเป็นกระเป๋าใส่สตางค์ขนาดเล็ก กระเป๋าใส่เหรียญ หรือเป็นพวงกุญแจที่ผลิตจากหนังที่เหลือจากการผลิตกระเป๋า จะมีราคาเริ่มต้นที่ 20-80 บาท หากเป็นกระเป๋าถือหนังวัวสำหรับสุภาพสตรี จะมีราคาเริ่มต้นที่ 300-2,500 บาท ขึ้นอยู่กับขนาดของกระเป๋าและความยาก-ง่ายในการออกแบบผลิตภัณฑ์

-ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จะจำหน่ายที่หน้าศาลากลางจังหวัดสมุทรสาครเป็นประจำทุกเดือน งานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี นอกเหนือจากนี้ยังมีลูกค้ามารับซื้อ และนำไปติดตราเป็นผลิตภัณฑ์ของตนเองแล้วนำไปขายทางเว็บไซต์อีกทอดหนึ่ง



ภาพที่ 4.15 ร้านค้าออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชนกระเป๋าหนังนาดี

ที่มา : Thai Commerce (2017)

-ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางเว็บไซต์ thaitambon.com, otoptoday.com, thaicommercestore.com ภายได้เครื่องหมายการค้า โดยใช้ชื่อว่า “Nadia Leather” นอกจากนี้ยังเคยได้ออกรายการโทรทัศน์มากมาย เช่น รายการสาย

ตรง อบต. ทางช่อง 3 รายการสมอส่องไทย ทางช่อง 5 รายการอรุณรุ่งที่เมืองไทย ทางช่อง 9 รวมถึง นิตยสารกุลสตรี และการประชาสัมพันธ์ผ่านแผ่นพับของจังหวัดสมุทรสาคร

## 5. ด้านการผลิต

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตกระเป๋า คือ หนังวัวฟอก หมุด เข็มกลัด มาจาก ภายนอกชุมชน ส่วนใหญ่หาซื้อได้จากในกรุงเทพมหานคร บริเวณวงเวียนใหญ่และถนนเลียบป่า ซึ่ง ราคาวัตถุดิบมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ มีเครื่องจักรในการผลิตระดับพื้นฐาน (จักรเย็บ อุตสาหกรรม) ที่เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน แต่ขาดความรู้เกี่ยวกับเครื่องจักรสำหรับใช้ผลิต ชิ้นงานที่มีการออกแบบที่ซับซ้อน ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มมีการพัฒนา และออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่อยู่เสมอและพัฒนาเทคนิคใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เช่น การอัดลายหนัง การลงสีหนัง และมีการนำเอาเศษหนังที่เหลือจากการตัดมาเย็บปะต่อเข้าด้วยกัน เพื่อทำผลิตภัณฑ์ ประเภทหนังปะ ซึ่งต้องอาศัยเครื่องจักรและเทคนิคฝีมือที่มีความพิเศษมากขึ้น เพื่อสร้างความ หลากหลายและยกระดับราคาสินค้า อีกทั้งยังมีการใช้วัตถุดิบให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจากเศษ หนังที่เหลือ นำมาผลิตเป็นสินค้าชนิดใหม่ที่มีราคาถูกลง โดยสมาชิกกลุ่มจะเป็นผู้ออกแบบสินค้า และตรวจสอบคุณภาพสินค้า ความประณีตในการเย็บด้วยตนเอง

“สินค้าของกลุ่มได้รับความนิยมและขายดี จึงได้รับการสนับสนุนจาก สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสมุทรสาครให้สร้างตราสินค้าของกลุ่มขึ้น ซึ่งทางกลุ่มได้มีการพัฒนาตรา สินค้าและจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของกลุ่มภายใต้ชื่อว่า “นาเดียร์” โดยในอดีตใช้ชื่อ “นาดี” ตามชื่อตำบลที่ตั้งของกลุ่ม แต่ไม่สามารถจดทะเบียนได้เนื่องจากเป็นชื่อทั่วไป” (จันทร์เพ็ญ โพธิ สุวรรณ. 2560)

## 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำกลุ่มหรือประธานกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนกระเป๋าหนังนาดีในปัจจุบัน คือ นางจันทร์เพ็ญ โพธิสุวรรณ หรือป้าปู้ อายุ 50 ปี จบการศึกษาสูงสุดระดับประกาศนียบัตร วิชาชีพเทคนิค (ปวท.) สถานภาพสมรส ดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มมา 11 ปี รายได้ 10,000 บาทต่อ เดือน มีอาชีพเสริมเป็นวิทยากรในการให้ความรู้ การฝึกอบรมหลักสูตรอาชีพเสริมการออกแบบ และผลิตเครื่องหนังให้กับบุคคลที่สนใจ เมื่อมีหน่วยงานใดติดต่อเข้ามาจะเป็นวิทยากรให้เสมอ ป้า ปู้เป็นผู้นำธรรมชาติ มีภาวะผู้นำ ดังต่อไปนี้

-เป็นผู้ที่มีความสามารถในการพูดโน้มน้าวใจให้บุคคลอื่น ๆ เข้าร่วมกลุ่ม และสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับบุคคลเหล่านั้นได้

-เป็นผู้ที่สมาชิกกลุ่มและบุคคลในชุมชนให้ความเคารพและนับถือ ทำให้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มมีความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

-เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาและออกแบบสินค้าใหม่อยู่เสมอ

-เป็นผู้ที่ใฝ่หาความรู้อยู่เสมอ หมั่นศึกษาเทคนิคหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

-เป็นผู้ที่สามารถติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้เข้ามาสนับสนุนการทำงานของกลุ่ม จนทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ

-เป็นผู้รับฟังที่ดี ยอมรับความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มแล้วนำมาปรับใช้ในการทำงาน



ภาพที่ 4.16 คุณจันทร์เพ็ญ โพธิสุวรรณ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางาดี

#### 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางาดี มีจำนวนสมาชิกกลุ่มทั้งสิ้น 16 คน โดยเป็นบุคคลภายในหมู่บ้านเกาะชุมชนมหาชัยทั้งหมด สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกลุ่ม การประชุมกลุ่ม การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม ตลอดจนการร่วมรับผลประโยชน์ สำหรับการเพิ่มทักษะความรู้หรือการศึกษาดูงานของสมาชิกกลุ่ม ทางกลุ่มไม่มีการจัดกิจกรรมดังกล่าว เนื่องจากความต้องการสินค้าของลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สมาชิกไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน ทำให้ไม่สามารถหยุดงานได้นอกจากวันหยุดประจำของกลุ่ม คือ วันอาทิตย์หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์และเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ทั้งนี้สมาชิกกลุ่มทั้งหมดเป็นวัยกลางคน มีขีดความสามารถในการผลิตค่อนข้างจำกัด แรงงานที่เป็นวัยทำงานในชุมชนเข้าไปทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม เคยมีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการฝึกสอนการผลิตให้กับเด็กนักเรียนในชุมชนเพื่อเป็นแรงงานเสริมให้กับกลุ่ม แต่ช่วยลดปัญหาได้เพียงระยะสั้นในช่วงที่เด็กนักเรียนปิดภาคเรียนเท่านั้น

#### 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

วิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางาดีได้เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่ง  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ และได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาว ในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งทางกลุ่มเข้ารับการคัดสรรสินค้า OTOP อย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งวิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางนาได้ได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว ในปี พ.ศ. 2549, 2553, 2554, 2555 และ 2559 ทำให้กลุ่มเกิดความเปลี่ยนแปลง คือ สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น มีหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาสนับสนุนกลุ่มมากขึ้น ทั้งในด้านการอบรมเกี่ยวกับการตลาด การพัฒนาการดูแลผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริมการขาย

## 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางนา ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลนาดี สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสมุทรสาคร สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสมุทรสาคร

9.1 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนก่อนได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ได้แก่

- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร ให้ทุนสนับสนุน จำนวน 77,000 บาท เป็นงบประมาณมิยาฮาวาในการจัดตั้งกลุ่ม
- องค์การบริหารส่วนตำบลนาดี จัดสรรงบประมาณ จำนวน 100,000 บาท นำมาใช้ในการจัดซื้อเครื่องจักรและวัตถุดิบในการผลิต
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร สนับสนุนด้านการตลาด ให้งบประมาณ จำนวน 40,000 บาท
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสมุทรสาคร สนับสนุนด้านการตลาดจัดหาตลาดให้ทางกลุ่ม โดย ธ.ก.ส. สั่งซื้อสินค้าจากทางกลุ่ม เพื่อนำมาเป็นสินค้าสมนาคุณให้กับลูกค้าของธนาคาร

9.2 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนหลังได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ได้แก่

- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร ให้การสนับสนุนองค์ความรู้ และการต่ออายุใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
- องค์การบริหารส่วนตำบลนาดี ให้สินเชื่อกับทางกลุ่มโดยไม่คิดดอกเบี้ย เพื่อนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม และขยายอาคารสถานที่ที่ใช้ในการฝึกอบรมและทำการผลิต จำนวน 640,000 บาท

-สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสมุทรสาคร ให้การสนับสนุนการสร้างตราสินค้าของกลุ่ม เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดและทางกลุ่มได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของกลุ่มภายใต้ชื่อว่า “นาเดียร์”



ภาพที่ 4.17 การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ  
ที่มา : สำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานสมุทรสาคร (2559)

#### 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

จากการที่วิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางนาดีได้จัดตั้งกลุ่มขึ้นมาเป็นระยะเวลานาน มีผู้นำที่เข้มแข็ง ทำให้กลุ่มมีความสัมพันธ์กันอย่างเหนียวแน่นแล้ว นอกจากนี้กลุ่มยังมีความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP กับจังหวัดอื่น ๆ ที่มีการผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์กระเป๋านางแท้ จังหวัดปทุมธานี วิสาหกิจชุมชนกลุ่มประดิษฐ์เครื่องหนังบ้านศรีลังกา จังหวัดนนทบุรี และกลุ่มอาชีพผลิตกระเป๋านางในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยวิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางนาดีและเครือข่ายได้พบปะกันที่งานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็คเมืองทองธานีเป็นประจำ จึงได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ เทคนิคการผลิตต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

#### 11. วิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางนาดีกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

วิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางนาดีได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเพียงมาตรฐานเดียวเท่านั้น ในอดีตทางกลุ่มเริ่มขอรับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2547 แต่ทางสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครไม่ออกใบรับรองให้ เนื่องจากตรวจพบเชื้อราในหนังที่กลุ่มนำมาผลิต ซึ่งทางกลุ่มก็เร่งดำเนินการปรับปรุงแก้ไข จนสามารถได้ใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนครั้งแรกในปี พ.ศ. 2549 และทางกลุ่มก็ขอการรับรอง มผช. อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นมาตรฐานที่ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม สามารถเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มได้ หากใบรับรองมผช. นี้หมดอายุ ก็จะขอการรับรองต่ออีก เนื่องจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเป็นผู้ดูแลเรื่องการออกใบรับรอง เมื่อใบรับรองหมดอายุ ก็จะติดต่อมายังกลุ่มแล้วดำเนินการต่อใบรับรองให้ และไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ” (จันทร์เพ็ญ โพธิ์สุวรรณ. 2560)

ในช่วงระยะเวลา 1 มกราคม 2556 – 31 ธันวาคม 2559 วิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางนาดีได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 2 ประเภท คือ กระเป๋านางนาดี มาตรฐานเลขที่ มผช. 592/2547 และผลิตภัณฑ์หนัง มาตรฐานเลขที่ มผช. 595/2547

ข้อเสนอแนะต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน การขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในครั้งแรกมีความยุ่งยากและขั้นตอนมาก แต่ถือว่าเป็นสิ่งที่ดีที่ช่วยในการพัฒนาจุดด้อยหรือปัญหาสินค้าของกลุ่ม และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่ได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว เป็นเพราะส่วนหนึ่งมาจากมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่ง มผช. ทำให้กลุ่มต้องผลิตสินค้าที่มีคุณภาพทุกขั้นตอน เพราะถ้ากลุ่มได้รับมผช. แล้วแต่ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพแย่ง เพื่อลดต้นทุนการผลิตก็จะถูกยกเลิกการได้รับใบรับรอง ดังนั้น มผช. จึงเป็นการบังคับให้สมาชิกกลุ่มผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมาโดยตลอด หลังจากที่ได้รับ มผช. แล้ว ขั้นตอนการขอการรับรองใบอนุญาตต่อเมื่อหมดอายุก็ไม่ใช้เรื่องยากอีกต่อไป เพราะทางสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดจะเข้ามาดูแลและดำเนินการให้เอง

## 12. ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางนาดี

-ปัญหาการขาดแรงงานในการผลิต ขณะนี้ตลาดมีความต้องการสินค้าเป็นจำนวนมาก แต่กำลังการผลิตของกลุ่มไม่เพียงพอ แรงงานการผลิตของกลุ่มทั้งหมดเป็นวัยกลางคน เคยมีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการฝึกสอนการผลิตให้กับเด็กนักเรียนในชุมชน เพื่อเป็นแรงงานเสริมให้กับกลุ่ม แต่ช่วยลดปัญหาได้เพียงระยะสั้นในช่วงที่เด็กนักเรียนปิดภาคเรียนเท่านั้น และหน่วย งานภาครัฐในท้องถิ่นพยายามให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหาด้านแรงงาน แต่ไม่จริงจังและต่อเนื่อง จึงไม่ประสบความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

-วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกระเป๋ามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และวัตถุดิบที่ทางกลุ่มนำมาใช้ไม่ได้มาจากชุมชน ต้องนำมาจากแหล่งผลิตอื่น ทำให้ในอนาคตหากลูกค้ายังสั่งสินค้าอยู่ ทางกลุ่มอาจจะต้องปรับราคาสินค้าเพิ่มขึ้น

-ขณะนี้ทางกลุ่มต้องการเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่ม แต่ประสบปัญหาแรงงานไม่เพียงพอ ดังนั้นทางกลุ่มมีแผนที่จะซื้อเครื่องจักรเข้ามาช่วยในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิต แต่จะต้องขอสินเชื่อจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเครื่องจักรที่จะนำมาใช้ในการผลิตนั้น จะต้องสามารถผลิตสินค้าที่มีความซับซ้อนในการออกแบบได้ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและสามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น

#### 4.2.3.2 วิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร (ผลิตภัณฑ์หลัก: เสื้อผ้าสำเร็จรูป)

##### 1. ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร ตั้งอยู่เลขที่ 285/11 ตำบลตลาดกระทุ่มแบน อำเภอกะทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ในอดีตคุณอาภา บุญวิรัตน์ มีอาชีพเย็บเสื้อผ้าส่งโรงงานผลิตเสื้อ ต่อมาในปี พ.ศ. 2541 โรงงานมีความต้องการเพิ่มกำลังการผลิตมากขึ้น คุณอาภาจึงรวมกลุ่มกับเพื่อนบ้านใกล้เคียง จำนวน 30 คน เย็บเสื้อผ้าส่งโรงงานดังกล่าว และจัดตั้งเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรตลาดกระทุ่มแบนในปีนั้น ต่อมาในปี พ.ศ. 2548 มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จึงมีหน่วยงานเข้ามาให้ทางกลุ่มแม่บ้านจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนใช้ชื่อว่า วิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร โดยจดทะเบียนในปีดังกล่าว ได้รับเงินสนับสนุนในการจัดตั้งกลุ่มจากสหกรณ์การเกษตรกระทุ่มแบน จำนวน 2,200 บาท และดำเนินงานมาจนถึงปัจจุบัน

##### 2. ด้านการเงิน

การระดมทุนขณะจัดตั้งกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนมีสมาชิก จำนวน 7 คน ระดมทุนคนละ 100 บาท และได้รับเงินสนับสนุนในการจัดตั้งกลุ่มจากสหกรณ์การเกษตรกระทุ่มแบน จำนวน 2,200 บาท มีทุนดำเนินการเริ่มต้นทั้งสิ้น 2,900 บาท ซึ่งเงินทุนดังกล่าวนำมาจัดซื้ออุปกรณ์เย็บผ้า ได้แก่ กระดุม ด้าย และผ้าต่าง ๆ

“ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่ม คือ จะมีลูกค้าสั่งสินค้าว่าต้องการเสื้อผ้าประเภทใด ป้าจะเป็นคนรับออเดอร์แล้วแจกจ่ายงานไปยังสมาชิกกลุ่ม ป้าเป็นคนออกแบบ สร้างแบบตัดหรือแพตเทิร์น (Pattern) ลงบนกระดาษแล้วนำมาวางลงบนผ้า และตัดออกมาเป็นส่วน ๆ สมาชิกกลุ่มจะมีหน้าที่ในการเย็บประกอบแต่ละส่วนเข้าด้วยกันเท่านั้น หากสมาชิกกลุ่มสามารถส่งงานเย็บเสื้อผ้าได้ตรงตามเวลาที่รับเงินได้ทุกครั้งหลังจากที่ส่งงาน” (อาภา บุญวิรัตน์. 2560)

ในแต่ละปีจะมีการจ่ายเงินปันผลให้กับสมาชิกกลุ่มในช่วงสิ้นปี ซึ่งจะจ่ายเป็นเงินสดให้สมาชิกกลุ่มนำไปใช้จ่าย จำนวน 1,000-1,500 บาท เงินปันผลจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับผลกำไรในแต่ละปี วิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพรมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายเป็นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประจำวัน

วิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร มีผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอยู่ 2 ประเภท คือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่ม และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ประชาชนกลุ่มเป็นผู้ผลิตเอง โดยไม่ผ่านกระบวนการกลุ่ม ใน 1 เดือน สามารถจำหน่ายโดยแยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ได้ดังต่อไปนี้

### 1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป จะผลิตอยู่ 3 ชนิด คือ

-เสื้อซาฟารี มีต้นทุนการผลิตตัวละ 540 บาท จำหน่ายราคาตัวละ 900 บาท สามารถจำหน่ายได้ประมาณ 10 ตัว ดังนั้นมีต้นทุนการผลิต 5,400 บาทต่อเดือน และมีรายได้จากการจำหน่าย 9,000 บาทต่อเดือน

-เสื้อและกางเกงจากผ้าลินินญี่ปุ่น มีต้นทุนการผลิตตัวละ 450 บาท จำหน่ายราคาตัวละ 750 บาท สามารถจำหน่ายได้ประมาณ 20 ตัว ดังนั้นมีต้นทุนการผลิต 9,000 บาทต่อเดือน และมีรายได้จากการจำหน่าย 15,000 บาทต่อเดือน

-กางเกงผ้าขาวม้า มีต้นทุนการผลิตตัวละ 100 บาท จำหน่ายราคาตัวละ 199 บาท สามารถจำหน่ายได้ประมาณ 35 ตัว ดังนั้นมีต้นทุนการผลิต 3,500 บาทต่อเดือน และมีรายได้จากการจำหน่าย 6,965 บาทต่อเดือน

2. ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร จะเป็นแชมพู ครีมนวดผม สบู่ ครีมปรับสภาพเส้นผม ครีมลบกลิ่นรื้อรอยบนใบหน้า เป็นต้น ในแต่ละเดือนจะมีต้นทุนการผลิตอยู่ที่ 1,000-1,200 บาท และมีรายได้จากการจำหน่าย 3,500-4,000 บาท

ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร มีต้นทุนการผลิต 18,900-19,100 บาทต่อเดือน และมีรายได้จากการจำหน่าย 34,465-34,965 บาทต่อเดือน

### 3. ด้านการบริหารจัดการ

วิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร มีเป้าหมายของกลุ่ม คือ เพื่อต้องการให้คนภายในชุมชนมีรายได้ สามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ ในส่วนของกฎระเบียบในการอยู่ร่วมกัน จะยึดหยุ่น เพราะสมาชิกแต่ละคนรู้หน้าที่ของตนเอง สมาชิกทุกคนจะต้องทำหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย กล่าวคือ ประชาชนกลุ่มจะเป็นผู้มอบหมายงานในการเย็บผ้าให้สมาชิก ซึ่งจะมีกำหนดเวลาในการส่งงาน ถ้าสมาชิกไม่สามารถส่งงานได้ตรงตามเวลาบ่อยครั้งหรือเย็บผ้าไม่มีความประณีตเรียบร้อย จะถูกลดงานลงซึ่งจะมีผลต่อรายได้ของสมาชิกเอง มีโครงสร้างกลุ่มและตำแหน่งหน้าที่ดังต่อไปนี้

|                              |         |             |
|------------------------------|---------|-------------|
| 1. คุณอาภา บุญวิรัตน์        | ตำแหน่ง | ประธานกลุ่ม |
| 2. คุณวรวิทย์ บุญรัตนทองเลิศ | ตำแหน่ง | รองประธาน   |
| 3. คุณอนอมศรี ทิพย์สุวรรณ    | ตำแหน่ง | เหรัญญิก    |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|                         |         |           |
|-------------------------|---------|-----------|
| 4. คุณนนทรี นิลเนตรมิตร | ตำแหน่ง | เลขานุการ |
| 5. คุณพรนิภา ไพรสีม่วง  | ตำแหน่ง | กรรมการ   |
| 6. คุณเกษรา ไหลงาม      | ตำแหน่ง | กรรมการ   |
| 7. คุณศิรดา กล้ากลีกร   | ตำแหน่ง | กรรมการ   |

กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในกลุ่ม ประกอบด้วย

-สมาชิกกลุ่มร่วมกันเย็บผ้า สร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว

-มีการเรียกประชุมกลุ่ม โดยเฉลี่ย 2 เดือน 1 ครั้ง หรือหากช่วงใดมีการสั่งซื้อเสื้อผ้าเข้ามามาก จะเรียกประชุมสมาชิกกลุ่มเฉพาะกิจ

#### 4. ด้านการตลาด

วิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร สามารถจัดการตลาดตามหลักการตลาดแบบ 4P ได้ดังต่อไปนี้

-ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย โดยผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มจะเป็นผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เช่น แชมพู ครีม นวดผสม สบู่ ครีมปรับสภาพเส้นผม ครีมลบเลือนริ้วรอยบนใบหน้า เป็นต้น

-ด้านราคา (Price) เสื้อผ้าสำเร็จรูป จะผลิตอยู่ 3 ชนิด คือ เสื้อชาฟารี จำหน่ายราคาตัวละ 900 บาท เสื้อและกางเกงจากผ้าลินินญี่ปุ่น จำหน่ายราคาตัวละ 750 บาท และกางเกงผ้าขาวม้า จำหน่ายราคาตัวละ 199 บาท ส่วนผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ได้แก่ แชมพูและครีม นวดผสม อัญชัน ราคาขวดละ 129 บาท เซรั่มผสมอัญชัน ราคาขวดละ 299 บาท ครีมปรับสภาพเส้นผมโดยไม่ต้องล้างออก ราคาขวดละ 169 บาท ครีมลบเลือนริ้วรอยบนใบหน้า ราคากระปุกละ 599 บาท และครีมล้างหน้าน้ำมันมะกอก ราคาขวดละ 299 บาท ซึ่งผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรได้เครื่องหมาย อย. รับรองทั้งหมด

-ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จะจำหน่ายที่ตลาดน้ำหนองพะองคังในวันเสาร์-อาทิตย์ และช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ นอกเหนือจากนี้ยังจำหน่ายหน้าศาลากลางจังหวัดสมุทรสาครทุกต้นเดือน และจำหน่ายที่ถนนคนเดินมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา เป็นประจำทุกวันศุกร์

-ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางเว็บไซต์ [thaitambon.com](http://thaitambon.com) และ Facebook สมุนไพรอาภาพรเอิร์ธ สำหรับการส่งเสริมการขาย หากซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรครบ 1 โหล จะแถมฟรีอีก 1 ชิ้น



ภาพที่ 4.18 เสื้อผ้าสำเร็จรูปของวิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร



ภาพที่ 4.19 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร

## 5. ด้านการผลิต

แหล่งที่มาของวัตถุดิบทั้งการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรมาจากภายนอกชุมชน วัตถุดิบในการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปซื้อมาจากพาหุรัด ลำเพ็ง และโรงงานผ้าในจังหวัดสมุทรสาคร โดยคุณอาภาเป็นผู้ออกแบบเสื้อผ้าให้มีความทันสมัย สวมใส่สบาย จากนั้นจะสร้างแบบตัดหรือแพตเทิร์น (Pattern) ลงกระดาษสร้างแบบ แล้วตัดแยกเป็นชิ้นส่วนต่าง ๆ แล้วนำส่งให้สมาชิกเป็นผู้นำไปเย็บ เมื่อสมาชิกกลุ่มเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปเสร็จแล้ว จะต้องตรวจสอบคุณภาพและความเรียบร้อยของตะเข็บ หากพบข้อบกพร่องจะต้องแก้ไขทันที แล้วนำส่งคุณอาภา จากนั้นสมาชิกกลุ่มจะได้รับเงินค่าจ้างในการเย็บ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปของกลุ่มยังได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานพาณิชย์จังหวัดสมุทรสาคร ให้สร้างตราสินค้าของกลุ่มขึ้น ซึ่งได้มีการพัฒนาตราสินค้า และจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของกลุ่มภายใต้ชื่อว่า “อาภาพร” ส่วนวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรซื้อจากร้านขายยาเจ้ากรมเปือ และร้านเวชพงศ์โอสด แต่ในส่วนของพืชสมุนไพรจะปลูกเอง

“ในอดีตเคยให้สมาชิกกลุ่มร่วมกันผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร แต่ไม่สามารถทำได้ตรงตามมาตรฐานการผลิต ป้าและสามีจึงเป็นผู้ผลิตเอง ซึ่งผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับมาตรฐาน ISO9001:2008 จากคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กระทรวงสาธารณสุขด้วย” (อาภา บุญวิรัตน์. 2560)

## 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำกลุ่มหรือประธานกลุ่ม คือ นางสาวอาภา บุญวิรัตน์ หรือป้าหมวย อายุ 61 ปี 10 เดือน ดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มมาเป็นระยะเวลา 11 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส มีรายได้ 12,000 บาทต่อเดือน ปัจจุบันมีอาชีพหลักเป็นประธานกลุ่ม และฝ่ายการตลาดของกลุ่ม ส่วนอาชีพรองเป็นวิทยากรสอนศิลปะประดิษฐ์ ป้าหมวยเป็นผู้นำธรรมชาติ มีภาวะผู้นำ ดังต่อไปนี้

- มีความขยัน อดทนและมีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง
- มีความละเอียดและรอบคอบในการทำงาน ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนการผลิต ตลอด จนการตรวจสอบผลิตภัณฑ์
- เป็นผู้ที่ชอบถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับศิลปะประดิษฐ์ให้กับทุกคนที่สนใจ
- เป็นผู้เสียสละช่วยเหลืองานสาธารณประโยชน์ เป็นทั้งประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำหนองพระองค์ และประชาสัมพันธ์งานสินค้าชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร แม้ไม่ได้รับค่าตอบแทน
- เป็นผู้ที่สมาชิกกลุ่มให้ความเคารพนับถือและเชื่อใจในการดำเนินงาน



ภาพที่ 4.20 คุณอาภา บุญวิรัตน์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร ตั้งแต่เริ่มจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจนถึงปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่ม จำนวน 7 คนมาโดยตลอด และเป็นผู้สูงอายุ ในช่วงเวลาหนึ่งมีสมาชิกกลุ่มเพิ่มขึ้น แต่สมาชิกกลุ่มดังกล่าวมีฝีมือการเย็บผ้าไม่ประณีต เรียบร้อย ทำให้สินค้าของกลุ่มเสียหายและเสียเวลาในการแก้ไข ประธานกลุ่มจึงไม่ให้งานกับสมาชิกกลุ่มดังกล่าว ลักษณะการดำเนินงานของสมาชิก คือ รับงานเย็บผ้าซึ่งจะแยกเป็นชิ้นส่วนจากประธานกลุ่มแล้ว สมาชิกกลุ่มจะนำไปเย็บที่บ้านพักของตนเอง เมื่อประกอบชิ้นงานเสร็จแล้วก็นำมาส่งที่ศูนย์อาภา เมื่อตรวจชิ้นงานแล้วไม่มีปัญหาใด ๆ สมาชิกกลุ่มก็จะได้รับค่าแรงต่อชิ้นงาน ในช่วงเทศกาลปีใหม่ ของทุกปีจะมีการเลี้ยงสังสรรค์กันภายในกลุ่ม สำหรับการศึกษาดูงานเพิ่มทักษะของสมาชิกกลุ่ม ไม่มีการจัดกิจกรรมดังกล่าว เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุไม่สะดวกในการเดินทาง

## 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

วิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร ได้เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP โดยเสื้อผ้าฟรี ได้ระดับ 3 ดาว ในปี พ.ศ. 2556 และผลิตภัณฑ์สมุนไพร ได้แก่ แชมพูอัญชัน ครีมนวดผมอัญชัน และครีมปรับสภาพเส้นผมโดยไม่ต้องล้างออก ได้ระดับ 4 ดาว

“ตั้งแต่สินค้าของกลุ่มได้รับคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ช่วยผลักดันให้กลุ่มเป็นที่รู้จัก สามารถจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น แต่ก็ทำให้ผลิตภัณฑ์และตราสินค้าของกลุ่ม ถูกลอกเลียนแบบจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่นเช่นเดียวกัน” (อาภา บุญวิรัตน์, 2560)

## 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

ในระยะเริ่มแรกที่จัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน ได้รับเงินสนับสนุนในการจัดตั้งกลุ่มจากสหกรณ์การเกษตรกระทุ่มแบน จำนวน 2,200 บาท ต่อมาศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8 ให้การสนับสนุนเงินทุนในการจัดซื้อวัสดุ และอุปกรณ์ จำนวน 4,000 บาท สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และสำนักงานพาณิชย์จังหวัดสมุทรสาครได้สนับสนุนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าภายใต้ชื่อว่า “อาภาพร”

## 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

เครือข่ายของวิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร คือ แรงงานฝีมือในการเย็บผ้า โดยอยู่ในตำบลอ้อมน้อย ซึ่งเป็นตำบลใกล้เคียง หากในช่วงใดมีการสั่งซื้อเข้ามามาก แล้วสมาชิกกลุ่มร่วมกันประเมินว่าไม่สามารถผลิตได้ทันเวลา ทางกลุ่มจะส่งชิ้นส่วนผ้าที่ออกแบบเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และตัดออกมาเป็นชิ้นให้กับเครือข่ายไปเย็บประกอบ มีเครือข่ายจำนวน 10-14 คน การเกิดเครือข่ายเกิดจากการร่วมงานกันในอดีตและการบอกต่อปากต่อปากของสมาชิกกลุ่ม ซึ่งในปัจจุบันมีแรงงานที่ต้องการเย็บผ้าเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ทางกลุ่มไม่สามารถกระจายงานให้ทุกคนได้หมด เนื่องจากจะต้องให้งานกับสมาชิกกลุ่มของตนเองก่อนเพื่อให้สมาชิกมีรายได้ และฝีมือการเย็บของสมาชิกกลุ่มมีความประณีต เรียบร้อย ไว้วางใจได้

#### 11. วิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพรกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

วิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพรมีผลิตภัณฑ์หลัก คือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เช่น แชมพู ครีมนวดผม สบู่ ครีมปรับสภาพเส้นผม ครีมลบเลือนริ้วรอยบนใบหน้า เป็นต้น ในช่วงระยะเวลา 1 มกราคม 2556 – 31 ธันวาคม 2559 วิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพรไม่มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน แต่ในอดีตผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปเคยได้รับมผ. แต่ทางกลุ่มไม่ทราบวันหมดอายุในการรับรองจึงไม่ได้ต่ออายุ ซึ่งในขณะนี้ทางกลุ่มกำลังขอการรับรอง มผ. เสื้อผ้าสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรอยู่

ข้อเสนอแนะต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นข้อบังคับในกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ และได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จึงเป็นผลดีต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค อย่างไรก็ตามในการขอรับรองมผ. จะต้องมีการนำผลิตภัณฑ์ไปตรวจสอบและใช้จำนวนผลิตภัณฑ์หลายชิ้น หน่วยงานและเจ้าหน้าที่ควรมีการกำหนดจำนวนผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน ผู้ขอรับการรับรองจะได้ไม่เสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

#### 12. ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร

-สมาชิกกลุ่มเป็นผู้สูงอายุเริ่มมีปัญหาเรื่องสุขภาพ ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง

-ปัจจุบันยอดขายสินค้าของกลุ่มลดลง จึงอยากได้รับการสนับสนุนด้านการเงิน เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบฉลากสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

#### 4.2.3.3 เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า/ เครื่องแต่งกาย

##### 1. สภาพทั่วไป

วิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มมีจุดเริ่มต้นจากการทำธุรกิจภายในครอบครัว เมื่อความต้องการของลูกค้าเพิ่มขึ้น จึงต้องเพิ่มกำลังการผลิตและแรงงานในครัวเรือนไม่เพียงพอ จึงเกิดการรวมกลุ่มกับบุคคลในชุมชนและเพื่อนบ้านใกล้เคียง จากนั้นได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนขึ้นในปี พ.ศ. 2548

##### 2. ด้านการเงิน

ในระยะเริ่มแรกของการจัดตั้งกลุ่มได้ระดมเงินทุนจากสมาชิกกลุ่ม และได้รับการสนับสนุนเงินทุนเพิ่มเติมจากหน่วยงานในท้องถิ่น นำเงินทุนที่ได้มาจัดซื้ออุปกรณ์และวัสดุ เพื่อใช้ในการผลิต วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. มีรายได้จากการจำหน่ายมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช.

##### 3. ด้านการบริหารจัดการ

วิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มมีเป้าหมายของการจัดตั้งกลุ่ม คือ เพื่อให้คนในชุมชนมีรายได้ ส่วนกฎ ระเบียบของกลุ่มนั้น ไม่มีกฎ ระเบียบที่แน่นอน สามารถยืดหยุ่นได้ แต่สมาชิกจะต้องรู้หน้าที่ของตนเอง กิจกรรมที่เกิดขึ้น ได้แก่ การร่วมกันผลิตสินค้า การประชุมกลุ่ม ตลอดจนการให้ความรู้ ฝึกอบรมหลักสูตรอาชีพเสริมให้กับบุคคลที่สนใจ

##### 4. ด้านการตลาด

กลุ่มที่ได้รับ มผช. จะมีสินค้าหลัก คือ กระเป๋าน้ำ และผลิตภัณฑ์จากหนัง ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. จะมีสินค้าหลักเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งทั้งสองกลุ่มมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และมีคุณภาพ มีช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ หน้าศาลากลางจังหวัด การออกงานแสดงสินค้า เป็นต้น ส่วนการส่งเสริมการตลาดกลุ่มที่ได้รับ มผช. จะมีช่องทางการส่งเสริมการตลาดมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช.

##### 5. ด้านการผลิต

แหล่งวัตถุดิบของทั้งสองกลุ่มมาจากภายนอกชุมชน และราคาวัตถุดิบมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนการจำหน่ายทุกครั้ง สินค้ามีรูปแบบที่มี

ความหลากหลาย แต่กลุ่มที่ได้รับ มผช. จะมีการออกแบบสินค้าใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ไม่มีการออกแบบสินค้าใหม่ และไม่มีการสร้างความแตกต่างของสินค้า

#### 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำของทั้งสองกลุ่มดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มตั้งแต่มีการเริ่มจัดตั้งกลุ่มมาจนถึงปัจจุบัน เป็นระยะเวลา 11 ปี เป็นผู้นำตามธรรมชาติ มีภาวะผู้นำ คือ เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถพัฒนาและออกแบบสินค้ารูปแบบใหม่อยู่เสมอ เป็นผู้ที่มีความสามารถในการพูดโน้มน้าวใจให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกลุ่ม และสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับบุคคลเหล่านั้นได้

#### 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

สมาชิกกลุ่มทั้งหมดเป็นบุคคลภายในชุมชน กลุ่มที่ได้รับ มผช. สมาชิกไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. มีจำนวนสมาชิกกลุ่มเท่าเดิมนับตั้งแต่มีการจัดตั้งกลุ่มขึ้นมา แต่จำนวนสมาชิกมีความเพียงพอต่อการดำเนินงาน ทั้งสองกลุ่มไม่มีการเพิ่มทักษะ/ การศึกษาดูงานให้กับสมาชิกกลุ่ม

#### 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

วิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มได้รับการคิดสรรเป็นสินค้า OTOP กลุ่มที่ได้รับ มผช. ได้รับระดับความมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ช่วยผลักดันให้กลุ่มเป็นที่รู้จัก และสามารถจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น แต่ก็ทำให้เกิดการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ด้วยเช่นกัน

#### 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

วิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มมีหน่วยงานเข้ามาสนับสนุนกลุ่ม มีทั้งหน่วยงานในท้องถิ่น ตลอดจนหน่วยงานในระดับจังหวัด เข้ามาให้การสนับสนุนด้านเงินทุน ให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน การสร้างตราสินค้า และการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

#### 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. มีเครือข่ายเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดใกล้เคียง และไม่มีการขยายจำนวนของเครือข่าย ส่วนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. มีเครือข่ายเป็นบุคคลที่มีฝีมือในการเย็บผ้า ซึ่งอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร และมีการเพิ่มจำนวนของเครือข่าย

## 11. มาตรฐานที่ได้รับ

ในช่วงระยะเวลา 1 มกราคม 2556 - 31 ธันวาคม 2559 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. ได้รับเพียงมาตรฐานเดียว คือ มผช. ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ได้รับเครื่องหมายอย. จากผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพร

## 12. ปัญหาและอุปสรรค

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. ประสบปัญหาต้นทุนการผลิตสูงขึ้น และจำนวนแรงงานไม่เพียงพอ จึงต้องการสินเชื่อมาจัดซื้อเครื่องจักร ส่วนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ประสบปัญหาสมาชิกกลุ่มเป็นผู้สูงอายุ ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง และยอดขายสินค้าลดลง

จากข้อมูลในข้างต้น สามารถนำมาเปรียบเทียบและแสดงข้อมูลได้ดังตารางที่ 4.8 มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และ ไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า/ เครื่องแต่งกาย

| ข้อมูล                         | วิสาหกิจชุมชน                                                                             |                                      |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
|                                | กระเป๋านางนาคี                                                                            | ตลาดเกษตรสมุนไพร                     |
| 1. สภาพทั่วไป                  |                                                                                           |                                      |
| 1.1 การได้รับ มผช.             | ได้รับ                                                                                    | ไม่ได้รับ                            |
| 1.2 ตำบล                       | นาดี                                                                                      | ตลาดกระทุ่มแบน                       |
| 1.3 อำเภอ                      | เมือง                                                                                     | กระทุ่มแบน                           |
| 1.4 ผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่ม      | -กระเป๋านางวัว<br>-ผลิตภัณฑ์หนัง                                                          | -เสื้อผ้าสำเร็จรูป                   |
| 1.5 ปีที่จัดตั้งกลุ่ม          | 2548                                                                                      | 2548                                 |
| 2. ด้านการเงิน                 |                                                                                           |                                      |
| 2.1 ทุนดำเนินการเริ่มต้น (บาท) | 300,000                                                                                   | 2,900                                |
| 2.2 การระดมทุนครั้งแรก         | สมาชิกและหน่วยงานในท้องถิ่น                                                               | สมาชิกและหน่วยงานในท้องถิ่น          |
| 2.3 ต้นทุนการผลิต (บาท/เดือน)  | 15,000                                                                                    | 18,900-19,100                        |
| 2.4 รายได้ของกลุ่ม (บาท/เดือน) | 80,000-120,000                                                                            | 34,465-34,965                        |
| 3. ด้านการบริหารจัดการ         |                                                                                           |                                      |
| 3.1 เป้าหมายของกลุ่ม           | -เพื่อให้คนในชุมชนมีรายได้<br>-ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ในการผลิตกระเป๋านางให้กับผู้ที่สนใจ | -เพื่อต้องการให้คนภายในชุมชนมีรายได้ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

| ข้อมูล                   | วิสาหกิจชุมชน                                                                                                            |                                                                                                                       |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                          | กระเป๋านางนาคี                                                                                                           | ตลาดเกษตรสมุนไพร                                                                                                      |
| 3.2 กฎ ระเบียบ           | -เข้าทำงานตรงเวลา<br>-ไม่ทะเลาะเบาะแว้งกัน<br>-รู้หน้าที่ของตนเอง                                                        | -ไม่มีกฎ ระเบียบแน่นอน<br>สามารถยืดหยุ่นได้                                                                           |
| 3.3 กิจกรรมที่เกิดขึ้น   | -ร่วมกันผลิต ออกแบบ รูปแบบ กระเป๋า<br>-ให้ความรู้ ฝึกอบรมหลักสูตร อาชีพเสริมการออกแบบและผลิต เครื่องหนังให้กับผู้ที่สนใจ | -ร่วมกันเย็บผ้า<br>-ประชุมกลุ่ม 2 เดือน 1 ครั้ง                                                                       |
| 4. ด้านการตลาด           |                                                                                                                          |                                                                                                                       |
| 4.1 ผลิตภัณฑ์            | -ผลิตภัณฑ์หลากหลาย<br>-มีคุณภาพ<br>-เป็นที่ต้องการ                                                                       | -ผลิตภัณฑ์หลากหลาย<br>-มีคุณภาพ                                                                                       |
| 4.2 ราคา                 | -ขนาดเล็ก ราคา 20-80 บาท<br>-กระเป๋าถือสุภาพสตรี<br>ราคา 300-2,500 บาท                                                   | -เสื้อผ้าฟรี ราคา 900 บาท<br>-เสื้อและกางเกงจากผ้าลินิน<br>ญี่ปุ่น ราคาตัวละ 750 บาท<br>-กางเกงผ้าขาวม้า ราคา 199 บาท |
| 4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย | -หน้าศาลากลางจังหวัด<br>-ออกงานแสดงสินค้า<br>-การสั่งซื้อของลูกค้า                                                       | -ตลาดน้ำหนองปรือ<br>-หน้าศาลากลางจังหวัด<br>-มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา                                                  |
| 4.4 การส่งเสริมการตลาด   | -www.thaitambon.com<br>-www.otoptoday.com<br>-www.thaicommercestore.com<br>-แผ่นพับ                                      | - www.thaitambon.com<br>-Facebook สมุนไพรอาหาร<br>เฮิร์บ                                                              |
| 5. ด้านการผลิต           |                                                                                                                          |                                                                                                                       |
| 5.1 แหล่งวัตถุดิบ        | -ภายนอกชุมชน                                                                                                             | -ภายนอกชุมชน                                                                                                          |
| 5.2 สถานที่จัดหาวัตถุดิบ | -วงเวียนใหญ่ กรุงเทพฯ<br>-ถนนเสือป่า กรุงเทพฯ                                                                            | -ลำเพ็ญ กรุงเทพฯ<br>-พาหุรัด กรุงเทพฯ<br>-โรงงานผ้าในจังหวัด<br>สมุทรสาคร                                             |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

| ข้อมูล                                         | วิสาหกิจชุมชน                                                                                       |                                     |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
|                                                | กระเป๋านางนาดี                                                                                      | ตลาดเกษตรสมุนไพร                    |
| 5.3 การตรวจสอบคุณภาพ                           | มี                                                                                                  | มี                                  |
| 5.4 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์                   | หลากหลาย                                                                                            | หลากหลาย                            |
| 6. ด้านภาวะผู้นำ                               |                                                                                                     |                                     |
| 6.1 เพศ                                        | หญิง                                                                                                | หญิง                                |
| 6.2 ชื่อ-สกุล                                  | คุณจันทร์เพ็ญ โพธิ์สุวรรณ                                                                           | คุณอาภา บุญวิรัตน์                  |
| 6.3 อายุ (ปี)                                  | 50                                                                                                  | 62                                  |
| 6.4 การศึกษา                                   | ปวท.                                                                                                | ปริญญาตรี                           |
| 6.5 สถานภาพสมรส                                | สมรส                                                                                                | สมรส                                |
| 6.6 รายได้ต่อเดือน (บาท)                       | 10,000                                                                                              | 12,000                              |
| 6.7 ลักษณะผู้นำ                                | ธรรมชาติ                                                                                            | ธรรมชาติ                            |
| 6.8 ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง (ปี)                   | 11                                                                                                  | 11                                  |
| 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม                             |                                                                                                     |                                     |
| 7.1 ลักษณะของสมาชิก                            | ภายในชุมชน                                                                                          | ภายในชุมชน                          |
| 7.2 จำนวนสมาชิกเริ่มแรก (คน)                   | 10                                                                                                  | 7                                   |
| 7.3 จำนวนสมาชิกปัจจุบัน (ปี)                   | 16                                                                                                  | 7                                   |
| 7.4 ความเพียงพอของสมาชิก                       | ไม่เพียงพอ                                                                                          | เพียงพอ                             |
| 7.5 การมีส่วนร่วมของสมาชิก                     | -ร่วมผลิตสินค้า<br>-ร่วมประชุมกลุ่ม<br>-ร่วมจัดกิจกรรมของกลุ่ม<br>-ร่วมรับผลประโยชน์                | -ร่วมผลิตสินค้า<br>-ร่วมประชุมกลุ่ม |
| 7.6 การเพิ่มทักษะ/ศึกษาดูงาน                   | ไม่มี                                                                                               | ไม่มี                               |
| 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์) |                                                                                                     |                                     |
| 8.1 การเข้าคัดสรร OTOP                         | เข้ารับ                                                                                             | เข้ารับ                             |
| 8.2 ปีที่เข้ารับ และระดับดาว                   | -2547 กระเป๋านางนา<br>ได้ระดับ 4 ดาว<br>-2549, 2553, 2554, 2555, 2559<br>กระเป๋านางนาได้ระดับ 5 ดาว | -2556 เสื้อชาฟารี<br>ได้ระดับ 3 ดาว |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

| ข้อมูล                                      | วิสาหกิจชุมชน                                                                                                                            |                                                                                                                        |
|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                             | กระเป๋านางดี                                                                                                                             | ตลาดเกษตรสมุนไพร                                                                                                       |
| 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน |                                                                                                                                          |                                                                                                                        |
| 9.1 หน่วยงานที่สนับสนุน                     | -สำนักงานพัฒนาชุมชน<br>-อบต. นาดี<br>-สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด<br>-ร.ก.ส. สมุทรสาคร<br>-สำนักงานพาณิชย์จังหวัด                          | -สหกรณ์การเกษตรกระทุ่มแบน<br>-ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8<br>-สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด<br>-สำนักงานพาณิชย์จังหวัด |
| 9.2 การสนับสนุน                             | -เงินทุน<br>-การตลาด<br>-การต่ออายุใบรับรอง มผช.<br>-สินเชื่อไม่คิดดอกเบี้ย<br>-การสร้างตราสินค้า                                        | -เงินทุน<br>-ให้ความรู้เกี่ยวกับ มผช.<br>-จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า                                                   |
| 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย    |                                                                                                                                          |                                                                                                                        |
| 10.1 เครือข่าย                              | มี                                                                                                                                       | มี                                                                                                                     |
| 10.2 ชื่อเครือข่าย                          | -วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพ<br>ผลิตภัณฑ์กระเป๋านางดี<br>-วิสาหกิจชุมชนกลุ่มประดิษฐ์<br>เครื่องหนังบ้านศรีลังกา<br>-กลุ่มอาชีพผลิตกระเป๋านาง | -แรงงานฝีมือเย็บผ้า                                                                                                    |
| 10.3 จังหวัด                                | -ปทุมธานี<br>-นนทบุรี<br>-พระนครศรีอยุธยา                                                                                                | -สมุทรสาคร                                                                                                             |
| 10.4 การขยายเครือข่าย                       | ไม่มี                                                                                                                                    | มี                                                                                                                     |
| 11. มาตรฐานที่ได้รับ                        | -มผช.                                                                                                                                    | -อย.                                                                                                                   |
| 12. ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่ม                 | -แรงงานไม่เพียงพอ<br>-ต้นทุนการผลิตสูง<br>-ต้องการสินเชื่อเพื่อจัดซื้อ<br>เครื่องจักร                                                    | -สมาชิกกลุ่มเป็นผู้สูงอายุ<br>-ยอดขายสินค้าลดลง                                                                        |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.2.4 ผลกระทบประเภทของใช้/ ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก

4.2.4.1 วิสาหกิจชุมชนศิลปะประดิษฐ์ตำบลอำแพง (ผลิตภัณฑ์หลัก: ผลิตภัณฑ์จากผ้าใยบัว, ดอกไม้ประดิษฐ์จากธนบัตร, ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว, ผลิตภัณฑ์จากกระดาษ, ผลิตภัณฑ์จากลูกดินเป็ดน้ำ และผลิตภัณฑ์จากสานเส้นพลาสติก)

##### 1. ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนศิลปะประดิษฐ์ตำบลอำแพง ตั้งอยู่เลขที่ 123 หมู่ที่ 2 ตำบลอำแพง อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ชาวบ้านในตำบลอำแพงตั้งบ้านเรือนอาศัยอยู่ตามแนวคลองอำแพงกับคลองตาข่า และบางส่วนกระจายอยู่ตามที่ดินของตนเอง ชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ การเลี้ยงปลาสด เลี้ยงกุ้ง ปลูกมะพร้าว ข้าว ข่า พุทรา แก้วมังกร มะม่วง และรับจ้าง เมื่อตำบลอำแพงได้รับการคัดเลือกให้ก่อตั้งศูนย์สามวัยสานใยรักแห่งครอบครัวนำร่องแห่งแรกของประเทศไทย ทางศูนย์สามวัย ฯ จึงมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย เช่น การให้ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพ การถ่ายทอดความรู้ด้านการเกษตรและการขยายพันธุ์พืชตามแนวเศรษฐกิจแบบพอเพียง การเสริมสร้างความรู้ด้านศิลปะประดิษฐ์ กิจกรรมนันทนาการ เป็นต้น ทำให้ผู้สูงอายุในท้องถิ่นหรือผู้ที่มีความรู้ด้านศิลปะประดิษฐ์ได้แสดงความสามารถ และถ่ายทอดความรู้ไปสู่บุคคลอื่น ๆ

คุณวรรณ แซ่ลือ เป็นผู้มีที่ความรู้เกี่ยวกับศิลปะประดิษฐ์หลายประเภท ได้ประดิษฐ์สินค้าจากวัสดุเหลือใช้ เช่น นำกล่องนมมาประดิษฐ์เป็นหมวก นำถุงนมพลาสติกมาประดิษฐ์เป็นผ้ากันเปื้อน นำเส้นพลาสติกมาสานทำเป็นกระเป๋า เป็นต้น ซึ่งนำรายได้มาสู่ครอบครัว และถ่ายทอดความรู้ให้กับเพื่อน ๆ และคนในชุมชนที่ศูนย์สามวัยฯ เมื่อทางองค์การบริหารส่วนตำบลอำแพงได้จัดงานจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ปีวรรณมีความต้องการที่จะนำสินค้าที่ตนและเพื่อน ๆ ประดิษฐ์ไปจำหน่าย แต่ทางผู้จัดงานปฏิเสธ เนื่องจากเป็นสินค้าที่ไม่ได้เกิดจากการรวมกลุ่ม และแนะนำให้ปีวรรณไปจัดตั้งกลุ่มขึ้นมา โดยปีวรรณได้รวมกลุ่มกับเพื่อนบ้านใกล้เคียง จำนวน 17 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ และได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนศิลปะประดิษฐ์ตำบลอำแพง ขึ้นในวันที่ 23 กันยายน 2551 แต่ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนได้ยุติการดำเนินงานมาเป็นระยะเวลากว่า 1 ปีแล้ว เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุมีปัญหาเรื่องสุขภาพ

##### 2. ด้านการเงิน

ในการจัดตั้งกลุ่มเริ่มแรกสมาชิกกลุ่มไม่ได้ร่วมระดมเงินทุนกัน สถานีอนามัยบ้านช่องสาร ตำบลอำแพง จึงได้สนับสนุนเงินในการจัดตั้งกลุ่ม รวมถึงการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ จำนวน 5,000 บาท โดยแพทย์ที่ประจำอยู่สถานีอนามัยดังกล่าวในขณะนั้นได้เสนอ นายชายชัย สุทรชื่น ให้มาดำรงตำแหน่งเหรัญญิกของกลุ่ม เนื่องจากมีความรู้ความสามารถในการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำบัญชี ทางกลุ่มมีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายเป็นประจำทุกเดือน มีการจ่ายเงินปันผลเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งในการจ่ายเงินปันผล นายชาญชัยจะเป็นผู้จ่ายเงินให้กับสมาชิกกลุ่ม โดยขึ้นอยู่กับชิ้นงานที่สมาชิกทำ ถ้าทำชิ้นงานได้ดีมีคุณภาพ และมีจำนวนมากก็จะได้รับเงินปันผลมาก ซึ่งจะมีการสอบถามจากสมาชิก กลุ่มคนอื่น ๆ ก่อนการจ่ายเงินปันผล

หลังจากที่ได้จัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขึ้น มีเจ้าหน้าที่ และบุคคลทั้งภายในและภายนอกชุมชนเข้ามาศึกษาดูงานด้านงานประดิษฐ์จากทางกลุ่ม ทำให้วิสาหกิจชุมชนมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้า ใน 1 เดือน มีการจำหน่ายสินค้า ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์จากผ้าใยบัว จะประดิษฐ์เป็นช่อดอกไม้ มีต้นทุนการผลิตช่อละ 390 บาท จำหน่ายในราคาช่อละ 800 บาท สามารถผลิตและจำหน่ายได้ 13 ช่อ ดังนั้นจะมีต้นทุนการผลิต 5,070 บาท และมีรายได้จากการจำหน่าย 10,400 บาท

2. ผลิตภัณฑ์ลูกดินปั้นน้ำ นำมาประดิษฐ์เป็นของตกแต่งรูปสัตว์ต่าง ๆ มีต้นทุนชุดละ 50 บาท จำหน่ายในราคาชุดละ 150 บาท สามารถผลิตและจัดจำหน่ายได้ 50 ชุด ดังนั้นจะมีต้นทุน 2,500 บาท และมีรายได้จากการจำหน่าย 7,500 บาท

3. ผลิตภัณฑ์จักสานเส้นพลาสติก นำมาประดิษฐ์เป็นกระเป๋า ตะกร้า ที่ใส่เหรียญ เครื่องเขียนต่าง ๆ จะมี 3 ขนาด คือ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก มีรายละเอียดดังนี้

-ขนาดใหญ่ มีราคาระหว่าง 350-400 บาท มีต้นทุนการผลิตชิ้นละ 200 บาท สามารถผลิตและจัดจำหน่ายได้ 20 ชิ้น ดังนั้นจะมีต้นทุนการผลิต 4,000 บาท และมีรายได้จากการจำหน่าย 7,000-8,000 บาท

-ขนาดกลาง มีราคาระหว่าง 150-300 บาท มีต้นทุนการผลิตชิ้นละ 80-150 บาท สามารถผลิตและจัดจำหน่ายได้ 30 ชิ้น ดังนั้นจะมีต้นทุนการผลิต 2,400-4,500 บาท และมีรายได้จากการจำหน่าย 4,500-9,000 บาท

-ขนาดเล็ก มีราคาระหว่าง 25-100 บาท ไม่มีต้นทุนการผลิต เนื่องจากนำเส้นพลาสติกที่เหลือจากการผลิตชิ้นงานขนาดใหญ่และขนาดกลางกลับมาใช้ สามารถผลิตและจัดจำหน่ายได้ 50 ชิ้น ดังนั้นจะมีรายได้จากการจำหน่าย 1,250-5,000 บาท

ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนศิลปะประดิษฐ์ตำบลอำแพง มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยเดือนละ 3,350 บาท และมีรายได้จากการจำหน่ายเฉลี่ยเดือนละ 23,690 บาท

### 3. ด้านการบริหารจัดการ

การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนศิลปะประดิษฐ์ตำบลอำแพง มีเป้าหมายเพื่อให้สมาชิกกลุ่มสามารถจำหน่ายสินค้าได้ง่ายขึ้น กฎ ระเบียบของกลุ่ม คือ เข้าทำงานตรงตามเวลา ระหว่าง 08.30-14.30 น. ตั้งใจประดิษฐ์และผลิตชิ้นงานให้ประณีต มีคุณภาพ มีโครงสร้างกลุ่มดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|                          |         |             |
|--------------------------|---------|-------------|
| 1. คุณวรรณฯ แซ่ลื้อ      | ตำแหน่ง | ประธานกลุ่ม |
| 2. คุณวราภรณ์ ภูทอง      | ตำแหน่ง | รองประธาน   |
| 3. คุณชาญชัย สุนทรชื่น   | ตำแหน่ง | เหรัญญิก    |
| 4. คุณอารีรัตน์ ทองนุ่น  | ตำแหน่ง | เลขานุการ   |
| 5. คุณทอง ทรัพย์ประเสริฐ | ตำแหน่ง | กรรมการ     |
| 6. คุณนงลักษณ์ ศรีสุระ   | ตำแหน่ง | กรรมการ     |
| 7. คุณสุเทพ ภูทอง        | ตำแหน่ง | กรรมการ     |

กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกกลุ่ม ประกอบด้วย

- ร่วมกันประดิษฐ์และผลิตสินค้าที่มีความประณีต สวยงาม และมีคุณภาพ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากผ้าใยบัว ผลิตภัณฑ์ลูกดินเป็ดน้ำ ผลิตภัณฑ์จักสานเส้นพลาสติก เป็นต้น
- จัดการประชุม พุดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รับรู้ปัญหาซึ่งกันและกัน เป็นประจำทุกเดือน
- เผยแพร่ความรู้ด้านงานศิลปะประดิษฐ์ให้กับบุคคลที่สนใจ
- ให้ความร่วมมือกับองค์กรท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนที่บึงกรวิทยาพัฒนา (วัดสุนทรสถิต) ในพระราชูปถัมภ์ องค์การบริหารส่วนตำบลอำแพง องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสาคร สถานีอนามัยบ้านช่องสาร เป็นต้น ในการให้ความรู้บุคลากรเกี่ยวกับงานประดิษฐ์ หรือทางกลุ่มผลิตสินค้าให้นักเรียนไปจำหน่าย แล้วเงินที่ได้จากการจำหน่ายนำไปสมทบทุนให้กับทางโรงเรียนเพื่อให้โรงเรียนนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

#### 4. ด้านการตลาด

วิสาหกิจชุมชนศิลปะประดิษฐ์ตำบลอำแพง สามารถจัดการตลาดตามหลักการตลาดแบบ 4P ได้ดังต่อไปนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ซึ่งผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มจะเป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าใยบัว ผลิตภัณฑ์ลูกดินเป็ดน้ำ ผลิตภัณฑ์จักสานเส้นพลาสติก เป็นต้น โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีคุณภาพและได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนทุกประเภท
- ด้านราคา (Price) ผลิตภัณฑ์จากผ้าใยบัวจะประดิษฐ์เป็นช่อดอกไม้จำหน่ายในราคาช่อละ 800 บาท ผลิตภัณฑ์ลูกดินเป็ดน้ำนำมาประดิษฐ์เป็นของตกแต่งรูปสัตว์จำหน่ายในราคาช่อละ 150 บาท ผลิตภัณฑ์จักสานเส้นพลาสติกนำมาประดิษฐ์เป็นกระเป๋า ตะกร้า ที่ใส่เหรียญ เครื่องเขียนต่าง ๆ จะมี 3 ขนาด คือ ขนาดใหญ่ (ราคา 350-400 บาท) ขนาดกลาง (ราคา 150-300 บาท) และขนาดเล็ก (ราคา 25-100 บาท)

-ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จะจำหน่ายที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศูนย์สามวัยสานใยรักแห่งครอบครัวอำเภ ซึ่งลูกค้าจะเป็นผู้ที่เข้ามาดูงาน และรับการฝึกอบรมงาน ศิลปะประดิษฐ์จากทางกลุ่ม นอกเหนือจากนี้ทางกลุ่มเคยได้รับการคัดเลือกไปจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ งานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี มหกรรมสุดยอดโอท็อป ล้านนา ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษา จังหวัดเชียงใหม่ และงาน OTOP ทั่วไทยชายแดนใต้ ณ ศูนย์ประชุมนานาชาติ จลองศิริราชสมบัติครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

-ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่าน ทางเว็บไซต์ [thaitambon.com](http://thaitambon.com) สำหรับการส่งเสริมการขายจะมีการแถมสินค้าให้กับผู้ที่ซื้อสินค้าที่มี ยอดซื้อตั้งแต่ 400 บาทขึ้นไป เช่น หากซื้อตะกร้าจักสานจากเส้นพลาสติกในราคา 400 บาท จะแถม ที่ใส่เหรียญจักสานจากเส้นพลาสติกในราคา 40-50 บาท เป็นต้น



ภาพที่ 4.21 ผลิตภัณฑ์จักสานเส้นพลาสติกของวิสาหกิจชุมชนศิลปะประดิษฐ์ตำบลอำเภ



ภาพที่ 4.22 ผลิตภัณฑ์จากลูกดินปั้นน้ำของวิสาหกิจชุมชนศิลปะประดิษฐ์ตำบลอำเภ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5. ด้านการผลิต

วัสดุที่ใช้ในงานประดิษฐ์มาจากทั้งภายในและภายนอกชุมชน วัสดุที่มาจากภายในชุมชน คือ ลูกดินเปิดน้ำ จะนำมาใช้กับการผลิตผลิตภัณฑ์ลูกดินเปิดน้ำ จะรับซื้อจากคนในชุมชน ราคาลูกละ 1-4 บาท ขึ้นอยู่กับขนาดของลูกดินเปิด นำลูกดินเปิดไปตากจนแห้ง ลอกเปลือกออก ทำความสะอาดแล้วนำมาประดิษฐ์เป็นรูปสัตว์ หรือของใช้ต่าง ๆ สำหรับวัสดุที่มาจากภายนอกชุมชน จะนำมาใช้กับการจักสานเส้นพลาสติก โดยซื้อมาจากวงเวียนใหญ่ ส่วนวัสดุที่นำมาประดิษฐ์ดอกไม้จากผ้าใยบัว ซื้อมาจากสนามหลวง 2 ทุกชิ้นงานมีการตรวจสอบคุณภาพจากสมาชิกภายในกลุ่ม หากชิ้นงานใดไม่เรียบร้อยจะต้องแก้ไขปรับปรุงชิ้นงานใหม่ เพราะทางกลุ่มยึดถือเรื่องความประณีตและคุณภาพเป็นหลัก ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอ เช่น ที่คาดผมรูปสัตว์จากผ้าใยบัว ช่อดอกไม้จากธนบัตร พิมเสนเครื่องหอมสมุนไพรเป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ไม่ได้ทำจำหน่าย ส่วนใหญ่จะทำเป็นผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง เพื่อให้นักเรียนได้นำไปศึกษา และแจกจ่ายให้กับเด็ก ๆ

## 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำกลุ่มหรือประธานกลุ่มตั้งแต่มีการจัดตั้งกลุ่มจนถึงกลุ่มยุติการดำเนินงาน คือ นางวรรณ แซ่ล้อ หรือป้าวรรณ อายุ 60 ปี ดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มมาเป็นระยะเวลา 8 ปี จบการ ศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษาปีที่ 4 สถานภาพสมรส ปัจจุบันมีอาชีพหลักคือ ขายผลไม้ที่ตลาดนัดพันท้ายนรสิงห์ในท่มีร์เก็ต เป็นประจำทุกวันเสาร์-อาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ หรือช่วงเทศกาลสำคัญ ผลไม้ที่นำมาจำหน่ายรับซื้อมาจากตลาดทะเลไทย แล้วนำมาแกะขายใส่แพ็คหรือถุง มีรายได้ 15,000 บาทต่อเดือน ส่วนอาชีพรองเป็นวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับงานศิลปะประดิษฐ์ โดยจะมืองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสาคร (อบจ.) มอบหมายงานให้ มีค่าตอบแทนวันละ 200 บาท แต่ถือว่างานเป็นวิทยากรในช่วงนี้ลดลงกว่าในอดีตมาก ป้าวรรณเป็นผู้นำที่จัดตั้งขึ้น โดยการยกมือลงคะแนนเสียงของสมาชิกกลุ่ม มีภาวะความเป็นผู้นำ ดังต่อไปนี้

-เป็นผู้รักในงานศิลปะ มีความคิดสร้างสรรค์ ประดิษฐ์งานศิลปะใหม่ ๆ

ออกมาเสมอ

-เป็นผู้ที่ลงมือทำจริง ทำให้สมาชิกกลุ่มยกย่องและยอมรับในตัวของผู้นำ

-เป็นผู้ที่ชอบถ่ายทอดความรู้ ไม่ปิดบัง ใ้กับทุกคนที่สนใจงานศิลปะ

ประดิษฐ์

-เป็นผู้เสียสละช่วยเหลืองานของชุมชน โดยไม่เคยสนใจว่า ตนเองจะต้อง

เหนื่อยยากเพียงใด เพียงแต่ขอให้งานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี



ภาพที่ 4.23 คุณวรรณ แซ่ลือ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศิลปประดิษฐ์ตำบลอำแพง

## 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

ในการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศิลปประดิษฐ์ตำบลอำแพง เริ่มแรกมีสมาชิกทั้งสิ้น 17 คน ซึ่งเป็นคนในชุมชนทั้งหมด สมาชิกมีความเพียงพอต่อการดำเนินงานของกลุ่ม และสมาชิกกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานเกษตรจังหวัด ไปศึกษาดูงานที่หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรี และหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบบ้านน้ำทรัพย์ จังหวัดเพชรบุรี ก่อนที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะยุติการดำเนินงานลง มีสมาชิกเหลือเพียง 6 คน เนื่องจากเริ่มแรกที่จัดตั้งกลุ่ม มีป้าวรรณเพียงคนเดียวที่มีความรู้เกี่ยวกับงานศิลปประดิษฐ์ เมื่อป้าวรรณถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกคนอื่น ๆ และบุคคลภายนอกกลุ่ม จึงเปรียบเสมือนเป็นดาบสองคมที่เข้ามายุติการดำเนินงานของกลุ่มด้วย

“คนในชุมชนที่เข้ามาดูศึกษาดูงานกับกลุ่ม ก็ได้นำความรู้นี้ไปประกอบอาชีพ ทำเป็นผลิตภัณฑ์ของตนเอง ทำให้กลุ่มไม่สามารถจำหน่ายสินค้าภายในชุมชนได้ และสมาชิกกลุ่มบางส่วน เมื่อมีความรู้เกี่ยวกับศิลปประดิษฐ์แล้ว ก็ออกจากกลุ่มไปจัดตั้งเป็นกลุ่มของตนเองแต่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน ทุกวันนี้ถึงแม้ว่าจะไม่มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนแล้ว สมาชิกกลุ่มบางส่วนก็ยังผลิตงานศิลปประดิษฐ์ออกมาจำหน่าย สร้างรายได้เลี้ยงครอบครัวอยู่ เป็นการผลิตเอง ขายเองภายในครอบครัว แต่หากมีเทศกาลหรืองานสำคัญ หน่วยงานในท้องถิ่นก็ให้ป้าทำสินค้าขึ้น ถ้าป้าทำไม่ทันก็จะกระจายงานไปยังอดีตสมาชิกกลุ่มคนอื่น ๆ ” (วรรณ แซ่ลือ, 2560)

## 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

ในปี พ.ศ. 2557 มีเจ้าหน้าที่จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร ติดต่อมาให้กลุ่มส่งผลงานศิลปประดิษฐ์ เพื่อเข้าคัดสรรเป็นสินค้า OTOP แต่ป้าวรรณได้ปฏิเสธเจ้าหน้าที่ไป โดยให้เหตุผลว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“ในการคัดสรรสินค้า OTOP จะต้องมีการนำสินค้าตัวอย่างไปตรวจ ซึ่งในการผลิตสินค้าทุกคนจะผลิตชิ้นงานของตนเอง เมื่อส่งเข้าคัดสรรและประกาศดาว จะรู้ว่าชิ้นงานไหนเป็นของสมาชิกคนใด ถ้าสมาชิกกลุ่มคนใดได้ระดับความมากกว่าสมาชิกคนอื่น จะเป็นการข่มขวัญหรือตัดกำลังใจสมาชิกคนที่ได้ค่าน้อยกว่า จึงตัดปัญหาโดยการไม่ส่งชิ้นงานเข้าคัดสรรสินค้า OTOP” (วรรณ แซ่ลือ, 2560)

สำหรับนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มมองว่า นโยบายไม่มีผลต่อการดำเนิน งานหรือการขับเคลื่อนกลุ่ม เนื่องจากสินค้าที่ผลิตเป็นเครื่องใช้ ของประดับตกแต่ง ผู้บริโภคจะมองไปที่ตัวสินค้า ถ้าสินค้าสวยถูกใจ และมีคุณภาพก็จะเลือกซื้อ

#### 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

ในระยะเริ่มแรกของการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศิลปประดิษฐ์ตำบลอำแพง สถานีอนามัยบ้านช่องสาร ตำบลอำแพง ได้สนับสนุนเงิน จำนวน 5,000 บาท ในการจัดตั้งกลุ่ม รวมถึงการจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ ต่อมา กศน. ตำบลอำแพง สนับสนุนเงิน จำนวน 10,000 บาท และองค์การบริหารส่วนตำบลอำแพง จัดสรรงบประมาณ จำนวน 20,000 บาท เพื่อใช้ในการจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์ในการผลิต ในปี พ.ศ. 2553 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร ได้เข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และการต่ออายุใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

#### 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

วิสาหกิจชุมชนศิลปประดิษฐ์ตำบลอำแพง มีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มงานกะลาเอกบ้านกระโจมทอง ตำบลหลักสอง อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จุดเริ่มต้นของการเป็นเครือข่ายกัน คือ ได้พบปะกันตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ได้พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับศิลปปะงานประดิษฐ์ซึ่งกันและกัน เมื่อทางกลุ่มไปจำหน่ายสินค้าที่งานแสดงสินค้าต่าง ๆ ก็จะมีการฝากจำหน่ายสินค้าของอีกกลุ่มหนึ่ง จนเกิดความสนิทสนม ความรักใคร่เอื้ออาทรต่อกัน และติดต่อกันจนถึงปัจจุบัน

#### 11. วิสาหกิจชุมชนศิลปประดิษฐ์ตำบลอำแพงกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ในปี พ.ศ. 2553 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครได้เข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้สมาชิกกลุ่มมีความสนใจที่จะขอรับการรับรอง ซึ่งการขอรับการรับรองในครั้งแรกไม่ผ่านการรับรอง จึงนำข้อผิดพลาดไปปรับปรุงและขอการรับรองใหม่อีกครั้ง จนได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ในช่วงระยะเวลา 1 มกราคม 2556 – 31 ธันวาคม

2559 วิสาหกิจชุมชนศิลปประดิษฐ์ตำบลอำแพงได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 7 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์จากผ้าใยบัว มาตรฐานเลขที่ มพข. 413/2547 ดอกไม้ประดิษฐ์จากวัสดุแปรรูป (ดอกไม้ประดิษฐ์จากธนบัตรและดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว) มาตรฐานเลขที่ มพข. 25/2546 ผลิตภัณฑ์ลูกบิด มาตรฐานเลขที่ มพข. 193/2546 ผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์จากกระดาษ มาตรฐานเลขที่ มพข. 651/2547 ผลิตภัณฑ์ลูกตีนเป็ดน้ำ มาตรฐานเลขที่ มพข. 1127/2549 และผลิตภัณฑ์จักสานเส้นพลาสติก มาตรฐานเลขที่ มพข. 20/2546

“ถ้ากลุ่มยังไม่ล้มเลิกก็จะขอรับการรับรองต่อ เพราะการขอรับการรับรองไม่ใช่เรื่องที่ย่างยาก มีเจ้าหน้าที่เข้ามาดำเนินการให้ทุกขั้นตอนและไม่เสียค่าใช้จ่าย” (วรรณ แซ่ลือ. 2560)

ข้อเสนอแนะต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ตั้งแต่วิสาหกิจชุมชนศิลปประดิษฐ์ตำบลอ่าแพงได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้กลุ่มสามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น มีคนภายนอกชุมชนเข้ามาศึกษาดูงานมากขึ้นอีกด้วย การได้รับมพข. เป็นการยกระดับสินค้าให้มีมูลค่าและคุณค่ามากขึ้น สร้างความมั่นใจให้ทั้งผู้ผลิตและผู้ซื้อสินค้าด้วยเช่นกัน

## 12. ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนศิลปประดิษฐ์ตำบลอ่าแพง

หากทางกลุ่มได้มีโอกาสกลับมาดำเนินกิจกรรมกลุ่มร่วมกันอีกครั้ง สิ่งที่เป็นปัญหาที่สุด คือ การไม่มีสถานที่ในการทำกิจกรรมกลุ่มและไม่มีศูนย์การเรียนรู้เป็นของกลุ่มเอง สมาชิกกลุ่มทุกคนพร้อมให้ความรู้แก่บุคคลที่สนใจ เพราะอยากให้ความรู้เหล่านี้ได้ส่งต่อไปยังลูกหลาน อยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนในเกี่ยวกับการก่อสร้างสถานที่ การประชาสัมพันธ์สินค้า และหาตลาดจำหน่ายสินค้าให้กับทางกลุ่ม

### 4.2.4.2 วิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้ม (ผลิตภัณฑ์หลัก: ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น)

#### 1. ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้ม ตั้งอยู่เลขที่ 58/2 หมู่ที่ 3 ตำบลสวนส้ม อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ชาวบ้านในตำบลสวนส้มมีอาชีพหลักทำสวนและเลี้ยงปลาสลิด มีวิถีการดำเนินชีวิตแบบเรียบง่าย ในปี พ.ศ. 2540 ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจส่งผลกระทบทุกพื้นที่แม้แต่ตำบลสวนส้มด้วย ปัญหาดังกล่าวเรื้อรังมาเป็นระยะเวลานานจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2543 คุณสุกัญญา คงวิจิตร ได้รับคำชักชวนจากเพื่อนบ้านซึ่งเป็นอาจารย์สอนดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่นอยู่ที่ห้างสรรพสินค้าแมคโคร สาขาบางขุนศรี ให้ไปลงคอร์สเรียนดอกไม้ประดิษฐ์

โดยจะลดราคาค่าเรียนให้เป็นพิเศษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“ฉันชวนน้องสาวอีก 2 คน ไปเรียนด้วยกัน ตอนนั้นที่ไปเรียน อาจารย์สอน ทำดอกบัว พอกลับมาบ้าน เลยมาลองฝึก ลองถูก ออกแบบดอกไม้อย่างอื่นให้ แล้วลองไปขายที่ ตลาดนัดแถวบ้าน ผลตอบรับดีมาก ทำให้มีรายได้” (สุกัญญา คงวิจิตร. 2560)

จากนั้นอีก 3 เดือนต่อมา ก็จัดตั้งเป็นกลุ่มสตรีแม่บ้านดอกไม้ประดิษฐ์ มีจำนวนสมาชิก 22 คน โดยเป็นเพื่อนบ้านใกล้เคียง คุณสุกัญญาและน้องสาวที่ไปเรียนด้วยกันได้ถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิก แต่ด้วยการประดิษฐ์ดอกไม้มันนั้น จะต้องใช้ความประณีตละเอียดอ่อน ทำให้สมาชิกบางคนถอนตัวออกไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2548 สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดสมุทรสาครแนะนำให้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน และได้จัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้ม ในปีดังกล่าว ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้มได้ยุติการดำเนินงานมาเป็นระยะเวลา 3 ปีแล้ว เนื่องจากสมาชิกกลุ่มแยกย้ายกันไปแต่งงานมีครอบครัว



ภาพที่ 4.24 ป้ายชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้ม

## 2. ด้านการเงิน

ในการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนครั้งแรก มีสมาชิกกลุ่ม จำนวน 8 คน สมาชิกไม่มีการระดมเงินทุนในการจัดตั้งกลุ่ม แต่ทางองค์การบริหารส่วนตำบลสวนส้มให้งบประมาณสนับสนุน จำนวน 55,000 บาท เพื่อนำมาใช้ในการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ในการทำดอกไม้ประดิษฐ์ หลังจากจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนขึ้นมา มีเจ้าหน้าที่ หน่วยงาน และบุคคลต่าง ๆ เข้ามาศึกษาดูงานที่กลุ่มเป็นจำนวนมากทั้งจากภายในและต่างประเทศ ทำให้กลุ่มมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมากขึ้น สมาชิกกลุ่มจะได้รับเงินจากการประดิษฐ์ชิ้นงาน 8,000-10,000 บาทต่อคนต่อเดือน ซึ่งจะมีบริษัทมารับซื้อดอกไม้ประดิษฐ์จากกลุ่มเดือนละ 1 ครั้ง โดยจะสั่งซื้อสินค้าไว้ล่วงหน้า สำหรับต้นทุนการผลิตจะอยู่ที่ 40-50 เปอร์เซ็นต์ของราคาจำหน่าย หรือประมาณ 28,800-36,000 บาท รายได้ต่อเดือนของกลุ่มไม่มีความแน่นอน แต่จะอยู่ราว ๆ 64,000-80,000 บาทต่อเดือน หากในเดือนใดได้ไปจำหน่ายที่งานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี จะมีรายได้เมื่อจบงานดังกล่าวถึง 100,000 บาท เป็นประจำทุกครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ภายนอกโดยไม่ผ่านการอนุญาต หากฝ่าฝืนจะถือว่าผิดกฎหมาย และต้องรับผิดชอบต่อเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. ด้านการบริหารจัดการ

เป้าหมายของวิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้ม คือ ต้องการให้คนในชุมชนมีรายได้เสริมจากการประกอบอาชีพหลัก มีกฎ ระเบียบในการอยู่ร่วมกัน คือ สมาชิกจะต้องทำงานในสวนของตนเองให้เสร็จเรียบร้อยก่อน แล้วค่อยมาทำงานประดิษฐ์ที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสมาชิกต้องรู้หน้าที่ของตนเอง เวลาเข้า-ออกในการทำงานที่วิสาหกิจชุมชนไม่มีเวลาตายตัว หรือบางครั้งสมาชิกรับงานไปแล้วทำงานประดิษฐ์ที่บ้านของตนเองก็ได้ เพียงแต่ต้องส่งชิ้นงานให้ตรงตามเวลา หากส่งไม่ตรงตามเวลา หรือชิ้นงานเกิดความผิดพลาด ในครั้งต่อ ๆ ไปจะแจกจ่ายงานให้สมาชิกคนนั้นน้อยลง ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้ของสมาชิกเอง ตั้งแต่ที่ดำเนินงานมายังไม่เคยเกิดเหตุการณ์ดังกล่าวขึ้น สำหรับโครงสร้างกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้ม มีดังต่อไปนี้

|                           |         |             |
|---------------------------|---------|-------------|
| 1. คุณสุกัญญา คงวิจิตร    | ตำแหน่ง | ประธานกลุ่ม |
| 2. คุณกนกวรรณ มีเงิน      | ตำแหน่ง | รองประธาน   |
| 3. คุณจรัสศรี เทศน์แก้ว   | ตำแหน่ง | เหรัญญิก    |
| 4. คุณบรรจง กาลิโส        | ตำแหน่ง | เลขานุการ   |
| 5. คุณลักขณา มาลาสา       | ตำแหน่ง | กรรมการ     |
| 6. คุณศันสนีย์ จันทร์พ่วง | ตำแหน่ง | กรรมการ     |
| 7. คุณสิรินทิพย์ จันทวงศ์ | ตำแหน่ง | กรรมการ     |

กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกกลุ่ม ประกอบด้วย

- ร่วมกันประดิษฐ์ดอกไม้ประดิษฐ์ที่มีความประณีต สวยงาม และมีคุณภาพ
- จัดการประชุมกลุ่ม แจกจ่ายงานให้กับสมาชิกเป็นประจำทุกเดือน
- เป็นศูนย์การเรียนรู้ศิลปะประดิษฐ์ เผยแพร่ความรู้ให้กับบุคคลที่สนใจทั้ง

ภายในและต่างประเทศ

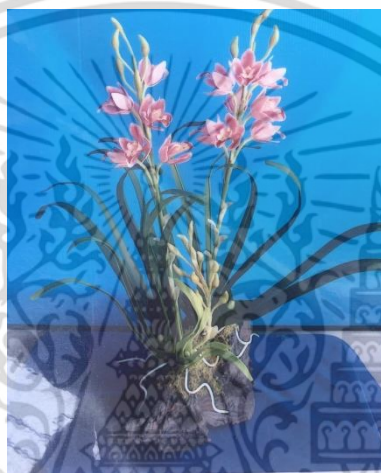
### 4. ด้านการตลาด

วิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้ม สามารถจัดการตลาดตามหลักการตลาดแบบ 4P ได้ดังต่อไปนี้

-ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะเป็นดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น ซึ่งจะประดิษฐ์เป็นดอกกล้วยไม้สกุลต่าง ๆ เป็นหลัก ได้แก่ แคทลียา (CATTLEYA) แวนด้า (VANDA) ฟาแลนอปซิส (PHALAENOPSIS) หวาย (DENDROBIUM) ช้าง (RHYNCHOSTYLIS) และรองเท้านารี (PAPHIOPEDILUM) นอกจากนี้ยังมีการประดิษฐ์ดอกบัว และดอกไม้ต่าง ๆ อีกด้วย



ภาพที่ 4.25 กล้วยไม้สกุลช้าง 5 ช่อ ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น บนตอไม้ขนาดใหญ่



ภาพที่ 4.26 กล้วยไม้สกุลแคทลียา 2 ช่อ ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น บนตอไม้ขนาดเล็ก



ภาพที่ 4.27 ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่นในกระถางขนาดเล็ก

-ด้านราคา (Price) ราคาดอกไม้ประดิษฐ์จะแตกต่างกันไปตามขนาด และ บรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถแบ่งได้ ดังนี้ 1) กล้วยไม้สกุลช้าง 5 ช่อ บนตอไม้ขนาดใหญ่ ราคา 10,000 บาท 2) กล้วยไม้สกุลแคทลียา แวนด้า ฟาแลนอปซิส หวาย หรือรองเท้านารี 3 ช่อ บนตอไม้ขนาดใหญ่ ราคา 1,800 บาท 3) กล้วยไม้สกุลแคทลียา แวนด้า ฟาแลนอปซิส หวาย หรือรองเท้านารี 2 ช่อ บนตอไม้ขนาดใหญ่ ราคา 1,500 บาท 4) กล้วยไม้สกุลแคทลียา แวนด้า ฟาแลนอปซิส หวาย หรือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สงวนไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อเผยแพร่ให้นำไปใช้โดยไม่แจ้งชื่อผู้จัดทำ  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รองท้านรี 2 ช่อ บนตอไม้ขนาดเล็ก ราคา 1,200 บาท 5) ดอกไม้ขนาดเล็กในกระถาง ราคา 50 บาท และ 6) ดอกไม้ติดหน้าอก ราคา 50 บาท

-ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จะจำหน่ายที่งานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ศูนย์การส่งเสริมการค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี มหกรรมสุดยอดโอท็อป ล้านนา ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษา จังหวัดเชียงใหม่ และบริษัทรับซื้อดอกไม้ประดิษฐ์ในตำบลหนองนกไข่จะมารับซื้อที่วิสาหกิจชุมชน แล้วนำไปส่งออกยังประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งบริษัทดังกล่าวเป็นลูกค้าที่กลุ่มผลิตและจัดส่งสินค้าให้มากที่สุด

-ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางเว็บไซต์ thaitambon.com สำนักงานเกษตรอำเภอและสำนักงานเกษตรจังหวัด นำสินค้าของกลุ่มไปจัดแสดงที่หน่วยงาน และมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาได้จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์สินค้า

## 5. ด้านการผลิต

วัสดุที่ใช้ในการผลิตดอกไม้ประดิษฐ์ ได้แก่ ดินญี่ปุ่น สีน้ำมัน ตอไม้ กระถางต้นไม้ และอุปกรณ์อื่น ๆ ซื้อมาจากตลาดนัดสวนจตุจักร ซึ่งมาจากภายนอกชุมชนทั้งหมด มีวิธีการผลิต คือ นำดินญี่ปุ่นมาวัดกับสีที่ต้องการ จากนั้นนำมาปั้นและใช้เครื่องมือรีดให้ได้ขนาด และรูปแบบที่ต้องการตามลักษณะของดอกกล้วยไม้หรือดอกไม้ชนิดนั้น ๆ ให้ใกล้เคียงของจริงมากที่สุด นำพู่กันวาดลวดลายที่ต้องการเพิ่มเติมแล้วนำมาเข้าดอกหรือเข้าช่อกัน รอให้ดินและสีน้ำมันแห้ง จากนั้นวางบนตอไม้และบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ ซึ่งบริษัทที่มารับซื้อจะส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ก่อนการจัดส่งหรือจำหน่ายสินค้า สมาชิกทุกคนจะร่วมกันตรวจสอบความเรียบร้อยและคุณภาพของชิ้นงานร่วมกันทุกครั้ง

## 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำกลุ่มหรือประธานกลุ่มตั้งแต่มีการจัดตั้งกลุ่มจนถึงกลุ่มยุติการดำเนินงาน คือ นางสุกัญญา คงวิจิตร อายุ 66 ปี ดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มมาเป็นระยะเวลา 11 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 4 สถานภาพสมรส ปัจจุบันมีอาชีพหลัก คือ เลี้ยงปลา สลิด มีรายได้ 8,500 บาทต่อเดือน ส่วนอาชีพรองเป็นวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับงานศิลปประดิษฐ์ โดยมีหน่วยงานเข้ามาติดต่อ คุณสุกัญญาเป็นผู้นำธรรมชาติ มีภาวะผู้นำ ดังต่อไปนี้

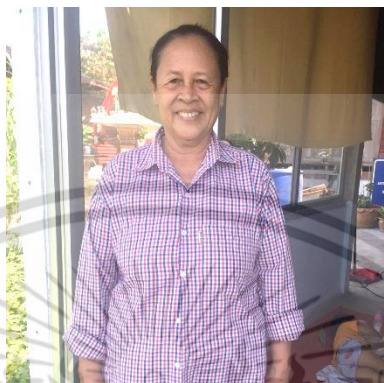
-เป็นผู้ที่มีความเป็นผู้นำสูง เป็นที่รักของสมาชิกกลุ่มและคนในชุมชน

-เป็นผู้ที่ชื่นชอบในงานศิลปะ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ประดิษฐ์งาน

ศิลปะใหม่ ๆ ออกมาเสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง
- เป็นผู้ที่ชอบถ่ายทอดความรู้ให้กับทุกคนที่สนใจงานศิลปะประดิษฐ์
- เป็นผู้ที่มีความสามารถในการติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 4.28 คุณสุกัญญา กองวิจิตร ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้ม

#### 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

ตั้งแต่จัดตั้งวิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้มมีสมาชิกทั้งสิ้น 8 คน ซึ่งเป็นคนในชุมชนทั้งหมด สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของกลุ่ม และสมาชิกกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสมุทรสาคร จัดสรรงบประมาณไปศึกษาดูงานวิสาหกิจชุมชนที่จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำความรู้หรือทักษะที่ได้มาพัฒนากลุ่ม ปัจจุบันสมาชิกกลุ่มได้แต่งงานมีครอบครัวและแยกย้ายกันไป ทำให้กลุ่มไม่มีสมาชิกในการดำเนินงาน จึงต้องยุติการดำเนินงานมาเป็นระยะเวลา 3 ปีแล้ว

#### 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

วิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้ม ได้ส่งผลิตภัณฑ์เข้าร่วมคัดสรรเป็นสินค้า OTOP โดยปี พ.ศ. 2548 ส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรครั้งแรกได้ระดับ 3 ดาว ต่อมาในปี พ.ศ. 2549 และ พ.ศ. 2550 ได้ระดับ 4 ดาวและ 5 ดาว ตามลำดับ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีผลต่อการขับเคลื่อนกลุ่มเป็นอย่างมาก ทำให้เจ้าหน้าที่และหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาสนับสนุนกลุ่มในด้านความรู้ งบประมาณต่าง ๆ รวมทั้งมีคนเข้ามาศึกษาดูงานที่กลุ่มเป็นจำนวนมาก จนทำให้กลุ่มกลายเป็นศูนย์เรียนรู้ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น

#### 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

ในปี พ.ศ. 2548 หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนเริ่มแรกที่มีการจัดตั้งเป็นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิสาหกิจชุมชน คือ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร มีเจ้าหน้าที่ชื่อ คุณอรวิทย์ แสงทอง เข้ามาแนะนำให้อัปเดตเป็นวิสาหกิจชุมชน และคอยให้คำปรึกษา ช่วยเหลือกลุ่มมาโดยตลอด จากนั้นองค์การบริหารส่วนตำบลสวนส้ม ให้งบประมาณสนับสนุน จำนวน 55,000 บาท ต่อมาในปี พ.ศ. 2550 ได้รับเงินสนับสนุน จำนวน 60,000 บาท จากคุณวิมุตี บัวจันทร์ ขณะนั้นดำรงตำแหน่ง ผู้อำนวยการจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อนำมาใช้ในการจัดซื้อตู้โชว์ และโต๊ะทำงาน รวมทั้งเป็นเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครเข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน นำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปตรวจสอบมาตรฐาน และได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เมื่อมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนหมดอายุการรับรอง ทางสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดจะแจ้งมายังกลุ่มแล้วให้ส่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปตรวจสอบและต่ออายุการรับรองให้ และมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่ม

#### 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

วิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้มไม่มีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนใด ๆ เนื่องจากสมาชิกกลุ่มมีจำนวนน้อย ส่วนมากจะใช้เวลาร่วมกันผลิตสินค้าที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งกลุ่มยังเป็นศูนย์เรียนรู้มีหน่วยงานและบุคคลต่าง ๆ เข้ามาศึกษาดูงานอยู่เป็นประจำ ทำให้สมาชิกกลุ่มต้องคอยให้การต้อนรับ จึงไม่มีเวลาในการออกไปนอกสถานที่เพื่อพบปะหรือสร้างเครือข่าย

#### 11. วิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้มกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

วิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้มมีผลิตภัณฑ์ คือ ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น ในช่วงระยะเวลา 1 มกราคม 2556 – 31 ธันวาคม 2559 วิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้มไม่มีผลิตภัณฑ์ใดที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เนื่องจากขณะนั้นใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนหมดอายุพอดี และสมาชิกกลุ่มแยกย้ายกันไปแต่งงานมีครอบครัว ทำให้กลุ่มไม่มีสมาชิกในการดำเนินงาน จึงต้องยุติการดำเนินงาน

“ตอนที่ดอกไม้ประดิษฐ์ของกลุ่มได้รับ มผช. ทำให้บริษัทส่งออกดอกไม้ประดิษฐ์ให้ความสำคัญกับกลุ่มและรับซื้อสินค้าของกลุ่มไปจัดจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง เกิดความเชื่อมั่นและสร้างความมั่นใจในตัวสินค้าตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย จนถึงมือผู้บริโภค ซึ่งขั้นตอนในการขอรับการรับรอง มผช. ไม่มีความยุ่งยาก หากในอนาคตสมาชิกได้กลับมาทำงานเป็นวิสาหกิจชุมชนอีกครั้ง จะส่งผลิตภัณฑ์ขอรับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอีก ” (สุกัญญา คงวิจิตร. 2560)

## 12. ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้ม

-ต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากวัสดุทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตมาจากภายนอกชุมชน ทางกลุ่มไม่สามารถกำหนดราคาได้ จึงต้องใช้วิธีในการซื้อสินค้าจำนวนมาก เพื่อให้มีราคาค่าต้นทุนลดลง

-ปัญหาด้านการตลาด ทางกลุ่มยังไม่มีตลาดเป็นของตนเอง ยังต้องพึ่งพาบริษัทที่สั่งซื้อสินค้าเป็นหลัก จึงอยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาจัดหาตลาดให้ และก่อนที่กลุ่มจะยุติการดำเนินงานขอตั้งซื้อสินค้าก็ลดลงด้วย

-ขาดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตัวสินค้า

### 4.2.4.3 เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และไม่ได้รับ มพข. ผลผลิตขั้นประเภทของใช้/ ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก

#### 1. สภาพทั่วไป

วิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่ม จัดตั้งขึ้นโดยบุคคลที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถเกี่ยวกับศิลปประดิษฐ์ แล้วถ่ายทอดความรู้ไปยังบุคคลอื่น ๆ ภายในชุมชน จนเกิดการรวมตัวกันและจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

#### 2. ด้านการเงิน

ในระยะเริ่มแรกของการจัดตั้งกลุ่ม สมาชิกกลุ่มไม่มีการระดมเงินทุน แต่ทั้งสองกลุ่มได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากหน่วยงานในท้องถิ่น เพื่อนำมาจัดซื้อวัสดุ และอุปกรณ์ กลุ่มที่ได้รับ มพข. มีรายได้จากการจำหน่ายน้อยกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. เนื่องจากกลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. ผลิตสินค้าที่มีความเฉพาะตัวมากกว่ากลุ่มที่ได้รับ มพข. ซึ่งผลิตเพียงสินค้าที่เป็นศิลปประดิษฐ์ทั่วไป

#### 3. ด้านการบริหารจัดการ

เป้าหมายของกลุ่ม คือ ต้องการให้คนในชุมชนมีรายได้เสริม ไม่มีภาระเบียดเบียนที่แน่นอน สามารถยืดหยุ่นได้ กิจกรรมที่เกิดขึ้น คือ สมาชิกมาร่วมกันประดิษฐ์ และผลิตสินค้า มีการประชุมกลุ่มเป็นประจำทุกเดือน และมีการจัดตั้งกลุ่มเป็นศูนย์การเรียนรู้ศิลปประดิษฐ์ให้กับคนในชุมชน และบุคคลอื่นที่มีความสนใจ

#### 4. ด้านการตลาด

ผลผลิตขั้นของกลุ่มที่ได้รับ มพข. มีความหลากหลายมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มพข. ผลิตภัณฑ์ของทั้งสองกลุ่มมีความประณีต สวยงาม สินค้ามีหลากหลายขนาดและมีราคาที่แตกต่างกัน ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายจะจำหน่ายยังงานแสดงสินค้า และการสั่งซื้อของลูกค้า สำหรับการส่งเสริมการตลาดจะประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ [thaitambon.com](http://thaitambon.com) และแผ่นพับ นอกจากนี้กลุ่มที่ได้รับ มพข. จะมีการจัดโปรโมชั่น คือ เมื่อซื้อครบ 400 บาทขึ้นไป จะแถมสินค้าในราคาที่ต่ำกว่า ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. ไม่มีการจัดโปรโมชั่นใด ๆ

## 5. ด้านการผลิต

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มพข. ใช้วัตถุดิบจากทั้งภายในและภายนอกชุมชน ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. ใช้วัตถุดิบจากภายนอกชุมชน ซึ่งสถานที่จัดหาวัตถุดิบของทั้งสองกลุ่มจะมาจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร

## 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำของทั้งสองกลุ่มดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มตั้งแต่มีการเริ่มจัดตั้งกลุ่มมาจนถึงปัจจุบัน กลุ่มที่ได้รับ มพข. ผู้นำมาจากการจัดตั้ง ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. เป็นผู้นำตามธรรมชาติ มีภาวะผู้นำ คือ เป็นผู้ที่ชื่นชอบในงานศิลปะ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ประดิษฐ์งานศิลปะใหม่ ๆ ออกมาเสมอ ชอบถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลที่สนใจงานศิลปะประดิษฐ์ มีความเป็นผู้นำสูง เป็นที่รักของสมาชิกและคนในชุมชน

## 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

สมาชิกกลุ่มของทั้งสองกลุ่มเป็นบุคคลภายในชุมชนทั้งหมด กลุ่มที่ได้รับ มพข. มีจำนวนสมาชิกลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนสมาชิกเมื่อเริ่มจัดตั้งกลุ่ม เนื่องจากเมื่อสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมกับกลุ่มแล้วมีความรู้และทักษะในการประดิษฐ์ ก็จะไปประดิษฐ์สินค้าและจำหน่ายเอง สาเหตุนี้จึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้กลุ่มไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. มีจำนวนสมาชิกเท่าเดิมตั้งแต่มีการจัดตั้งกลุ่มจนถึงปัจจุบัน สมาชิกของทั้งสองกลุ่มมีความเพียงพอและมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ในอดีตมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพาสมาชิกกลุ่มไปศึกษาดูงานเพื่อเพิ่มทักษะ แต่ปัจจุบันไม่มีการจัดกิจกรรมดังกล่าวแล้ว

## 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. เข้ารับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ได้ระดับ 5 ดาว ส่วนกลุ่มที่ได้รับ มพข. ไม่ได้ส่งสินค้าเข้าคัดสรรเป็นสินค้า OTOP เนื่องจากในการคัดสรรสินค้า OTOP จะต้องมีการนำสินค้าตัวอย่างไปตรวจ ซึ่งในการผลิตสินค้าสมาชิกจะผลิตชิ้นงาน

ของตนเอง เมื่อส่งเข้าคัดสรรและประกาศดาว จะรู้ว่าชิ้นไหนเป็นของสมาชิกคนใด ถ้าสมาชิกกลุ่มเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คนใดได้ระดับความมากกว่า จะเป็นการข่มขู่หรือตัดกำลังใจสมาชิกคนที่ได้ค่าน้อยกว่า ผู้นำกลุ่ม จึงไม่ส่งสินค้าเข้าคัดสรรเป็นสินค้า OTOP

#### 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุน ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงาน อุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชน เป็นต้น ได้เข้ามาให้การสนับสนุนกลุ่มเกี่ยวกับเงินทุน การให้ความรู้เกี่ยวกับ มผช. และการต่ออายุใบรับรอง

#### 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. มีเครือข่าย คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกะลาเอกบ้านกระโจมทอง ซึ่งเป็นวิสาหกิจชุมชนใกล้เคียง พบปะกันตามงานแสดงสินค้าได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับศิลปะประดิษฐ์ ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ไม่มีเครือข่ายในการติดต่อประสานงาน เนื่องจากสมาชิกกลุ่มมีจำนวนน้อย ส่วนใหญ่จะใช้เวลาร่วมกันผลิตสินค้า อีกทั้งกลุ่มยังเป็นศูนย์เรียนรู้มีหน่วยงานและบุคคลต่าง ๆ เข้ามาศึกษาดูงานเป็นประจำ จึงไม่มีเวลาในการออกไปนอกสถานที่เพื่อพบปะหรือสร้างเครือข่าย

#### 11. มาตรฐานที่ได้รับ

ในช่วงระยะเวลา 1 มกราคม 2556 – 31 ธันวาคม 2559 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. ได้รับเพียงมาตรฐานเดียว คือ มผช. ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ไม่มีการได้รับมาตรฐานใดๆ

#### 12. ปัญหาและอุปสรรค

ปัญหาหลักของทั้งสองกลุ่ม คือ ไม่มีตลาดจำหน่ายสินค้าของตนเอง กลุ่มที่ได้รับ มผช. ไม่มีการประชาสัมพันธ์กลุ่ม ตลอดจนไม่มีสถานที่ทำกิจกรรมของกลุ่ม ต้องพึ่งพาศูนย์สามวัย ฯ เพื่อขอใช้พื้นที่ในการทำกิจกรรมกลุ่ม สำหรับกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ประสบปัญหาต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น และขาดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตัวสินค้า

จากข้อมูลในข้างต้น สามารถนำมาเปรียบเทียบและแสดงข้อมูลได้ดังตารางที่ 4.9 มีรายละเอียด ดังนี้

**ตารางที่ 4.9** เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และไม่ได้รับ มพข. ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก

| ข้อมูล                         | วิสาหกิจชุมชน                                                                                                                                                                                |                                                                                                                           |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                | ศิลปะประดิษฐ์ตำบลอำแพง                                                                                                                                                                       | บ้านสวนส้ม                                                                                                                |
| <b>1. สภาพทั่วไป</b>           |                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                           |
| 1.1 การได้รับ มพข.             | ได้รับ                                                                                                                                                                                       | ไม่ได้รับ                                                                                                                 |
| 1.2 ตำบล                       | อำแพง                                                                                                                                                                                        | สวนส้ม                                                                                                                    |
| 1.3 อำเภอ                      | บ้านแพ้ว                                                                                                                                                                                     | บ้านแพ้ว                                                                                                                  |
| 1.4 ผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่ม      | -ผลิตภัณฑ์จากผ้าใยบัว<br>-ดอกไม้ประดิษฐ์จากธนบัตร<br>-ดอกไม้ประดิษฐ์จากผ้าใยบัว<br>-ผลิตภัณฑ์ลูกปัด<br>-ผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์จากกระดาษ<br>-ผลิตภัณฑ์จากลูกดินปั้น<br>-ผลิตภัณฑ์จักสานเส้นพลาสติก | -ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น                                                                                              |
| 1.5 ปีที่จัดตั้งกลุ่ม          | 2551                                                                                                                                                                                         | 2548                                                                                                                      |
| <b>2. ด้านการเงิน</b>          |                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                           |
| 2.1 ทุนดำเนินการเริ่มต้น (บาท) | 5,000                                                                                                                                                                                        | 55,000                                                                                                                    |
| 2.2 การระดมทุนครั้งแรก         | หน่วยงานในท้องถิ่น                                                                                                                                                                           | หน่วยงานในท้องถิ่น                                                                                                        |
| 2.3 ต้นทุนการผลิต (บาท/เดือน)  | 3,350                                                                                                                                                                                        | 28,000-36,000                                                                                                             |
| 2.4 รายได้ของกลุ่ม (บาท/เดือน) | 23,690                                                                                                                                                                                       | 64,000-80,000                                                                                                             |
| <b>3. ด้านการบริหารจัดการ</b>  |                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                           |
| 3.1 เป้าหมายของกลุ่ม           | -เพื่อให้สมาชิกสามารถจำหน่ายสินค้าได้ง่ายขึ้น<br>-เพื่อให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้                                                                                                                | -เพื่อให้คนในชุมชนมีรายได้เสริมจากการประกอบอาชีพหลัก                                                                      |
| 3.2 กฎ ระเบียบ                 | -เข้าทำงานตรงเวลา                                                                                                                                                                            | -ไม่มีกฎ ระเบียบแน่นอน<br>สามารถยืดหยุ่นได้                                                                               |
| 3.3 กิจกรรมที่เกิดขึ้น         | -ร่วมกันประดิษฐ์และผลิตสินค้า<br>-จัดประชุมกลุ่มประจำทุกเดือน<br>-เผยแพร่ความรู้ด้านงานศิลปะประดิษฐ์<br>-ให้ความร่วมมือกับองค์กรท้องถิ่น                                                     | -ร่วมกันประดิษฐ์ดอกไม้<br>-ประชุมกลุ่มและแจกจ่ายงานให้แก่สมาชิกเป็นประจำทุกเดือน<br>-จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ศิลปะประดิษฐ์ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| ข้อมูล                       | วิสาหกิจชุมชน                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                              | ศิลปะประดิษฐ์ตำบลอำเภ                                                                                                                                                                                                          | บ้านสวนส้ม                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 4. ด้านการตลาด               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 4.1 ผลิตภัณฑ์                | -ผลิตภัณฑ์หลากหลาย<br>-มีคุณภาพ ประณีต สวยงาม                                                                                                                                                                                  | -เหมือนดอกไม้จริง<br>-ประณีต สวยงาม                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 4.2 ราคา                     | -ช่อดอกไม้จากผ้าใยบัว<br>ราคา 800 บาท<br>-ผลิตภัณฑ์ลูกดินเป็ดน้ำ<br>ราคา 150 บาท<br>-ผลิตภัณฑ์จักสานเส้น<br>พลาสติก มี 3 ขนาด คือ<br>ขนาดใหญ่ ราคา 350-400<br>บาท ขนาดกลาง ราคา 150-<br>300 บาท และขนาดเล็ก ราคา<br>25-100 บาท | -กล้วยไม้สกุลช้าง 5 ช่อ บนตอ<br>ไม้ขนาดใหญ่ ราคา 10,000 บาท<br>-กล้วยไม้ 3 ช่อ บนตอไม้ขนาด<br>ใหญ่ ราคา 1,800 บาท<br>-กล้วยไม้ 2 ช่อ บนตอไม้ขนาด<br>ใหญ่ ราคา 1,500 บาท<br>-กล้วยไม้ 2 ช่อ บนตอไม้ขนาด<br>เล็ก ราคา 1,200 บาท<br>-ดอกไม้ขนาดเล็กในกระถาง<br>ราคา 50 บาท<br>-ดอกไม้ติดหน้าอก<br>ราคา 50 บาท |
| 4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย     | -ศูนย์สามวัยสานใยรักอำเภ<br>-ออกงานแสดงสินค้า                                                                                                                                                                                  | -ออกงานแสดงสินค้า<br>-การสั่งซื้อของลูกค้า                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 4.4 การส่งเสริมการตลาด       | -www.thaitambon.com<br>-ซื้อครบ 400 บาทขึ้นไป<br>แถมสินค้าในราคาต่ำกว่า                                                                                                                                                        | - www.thaitambon.com<br>-แผ่นพับ                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 5. ด้านการผลิต               |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 5.1 แหล่งวัตถุดิบ            | -ภายในชุมชน<br>-ภายนอกชุมชน                                                                                                                                                                                                    | -ภายนอกชุมชน                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 5.2 สถานที่จัดหาวัตถุดิบ     | -วงเวียนใหญ่ กรุงเทพฯ<br>-สนามหลวง 2 กรุงเทพฯ                                                                                                                                                                                  | -ตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพฯ                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 5.3 การตรวจสอบคุณภาพ         | มี                                                                                                                                                                                                                             | มี                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 5.4 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ | หลากหลาย                                                                                                                                                                                                                       | ไม่หลากหลาย                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 6. ด้านภาวะผู้นำ             |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 6.1 เพศ                      | หญิง                                                                                                                                                                                                                           | หญิง                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 6.2 ชื่อ-สกุล                | คุณวรรณ แซ่ลือ                                                                                                                                                                                                                 | คุณสุกัญญา คงวิจิตร                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| ข้อมูล                                         | วิสาหกิจชุมชน                                                                       |                                                                                                                   |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                | ศิลปะประดิษฐ์ตำบลอำแพง                                                              | บ้านสวนส้ม                                                                                                        |
| 6.3 อายุ (ปี)                                  | 60                                                                                  | 66                                                                                                                |
| 6.4 การศึกษา                                   | ประถมศึกษาปีที่ 4                                                                   | ประถมศึกษาปีที่ 4                                                                                                 |
| 6.5 สถานภาพสมรส                                | สมรส                                                                                | สมรส                                                                                                              |
| 6.6 รายได้ต่อเดือน (บาท)                       | 15,000                                                                              | 8,500                                                                                                             |
| 6.7 ลักษณะผู้นำ                                | จัดตั้งขึ้น                                                                         | ธรรมชาติ                                                                                                          |
| 6.8 ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง (ปี)                   | 8                                                                                   | 11                                                                                                                |
| 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม                             |                                                                                     |                                                                                                                   |
| 7.1 ลักษณะของสมาชิก                            | ภายในชุมชน                                                                          | ภายในชุมชน                                                                                                        |
| 7.2 จำนวนสมาชิกเริ่มแรก (คน)                   | 17                                                                                  | 8                                                                                                                 |
| 7.3 จำนวนสมาชิกปัจจุบัน (ปี)                   | 6                                                                                   | 8                                                                                                                 |
| 7.4 ความเพียงพอของสมาชิก                       | เพียงพอ                                                                             | เพียงพอ                                                                                                           |
| 7.5 การมีส่วนร่วมของสมาชิก                     | -ร่วมกันประดิษฐ์และผลิตสินค้า<br>-ร่วมประชุมกลุ่ม                                   | -ร่วมกันประดิษฐ์และผลิตสินค้า<br>-ร่วมประชุมกลุ่ม                                                                 |
| 7.6 การเพิ่มทักษะ/ศึกษาดูงาน                   | เคยมี                                                                               | เคยมี                                                                                                             |
| 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์) |                                                                                     |                                                                                                                   |
| 8.1 การเข้าคัดสรร OTOP                         | ไม่เข้ารับ                                                                          | เข้ารับ                                                                                                           |
| 8.2 ปีที่เข้ารับ และระดับดาว                   | -                                                                                   | -2549 ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินญี่ปุ่น ได้ระดับ 4 ดาว<br>-2550 กล้วยไม้สกุลช้างบนดอกไม้ขนาดใหญ่ ได้ระดับ 5 ดาว         |
| 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน    |                                                                                     |                                                                                                                   |
| 9.1 หน่วยงานที่สนับสนุน                        | -สถานีอนามัยบ้านช่องสาร<br>-กสน. อำแพง<br>-อบต. อำแพง<br>-สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด | -สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด<br>-อบต. สวนส้ม<br>-สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด<br>-มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| ข้อมูล                                   | วิสาหกิจชุมชน                                                                         |                                                                                                                         |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                          | ศิลปะประดิษฐ์ตำบลอำเภ                                                                 | บ้านสวนส้ม                                                                                                              |
| 9.2 การสนับสนุน                          | -เงินทุน<br>-ให้ความรู้เกี่ยวกับ มพช. และ<br>การต่ออายุใบรับรอง                       | -ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการจัดตั้ง<br>กลุ่ม<br>-เงินทุน<br>-ให้ความรู้เกี่ยวกับ มพช. และ<br>การต่ออายุใบรับรอง<br>-แผ่นพับ |
| 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย |                                                                                       |                                                                                                                         |
| 10.1 เครือข่าย                           | มี                                                                                    | ไม่มี                                                                                                                   |
| 10.2 ชื่อเครือข่าย                       | -วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกะลาเอก<br>บ้านกระโจมทอง                                           | -                                                                                                                       |
| 10.3 จังหวัด                             | -สมุทรสาคร                                                                            | -                                                                                                                       |
| 10.4 การขยายเครือข่าย                    | ไม่มี                                                                                 | -                                                                                                                       |
| 11. มาตรฐานที่ได้รับ                     | -มพช.                                                                                 | -                                                                                                                       |
| 12. ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่ม              | -ไม่มีสถานที่ทำกิจกรรมของ<br>กลุ่ม<br>-ขาดการประชาสัมพันธ์<br>-ไม่มีตลาดจำหน่ายสินค้า | -ต้นทุนการผลิตสูง<br>-ไม่มีตลาดเป็นของตนเอง ต้อง<br>พึ่งพาการสั่งซื้อจากลูกค้า<br>-การออกแบบบรรจุภัณฑ์                  |

#### 4.2.5 ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา

4.2.5.1 วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง (ผลิตภัณฑ์หลัก: แชมพูสมุนไพร, ผลิตภัณฑ์ปรับสภาพเส้นผมสมุนไพร, ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดภาชนะ และผลิตภัณฑ์ซักผ้า)

##### 1. ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง ตั้งอยู่เลขที่ 15/3 หมู่ที่ 10 ตำบลบางยาง อำเภอกะทู้มูแบน จังหวัดสมุทรสาคร ชาวบ้านในตำบลบางยางมีอาชีพส่วนใหญ่ทำการเกษตรเพาะปลูกผัก ผลไม้ และทำสวนกล้วยไม้ เนื่องจากพื้นที่ติดกับแม่น้ำท่าจีน หลังจากชาวบ้านทำงานในสวนเสร็จแล้วในช่วงเช้า ก็จะพักผ่อนตามอัธยาศัยในบ้านพักของตนเอง คุณเฉลิมศรี อินทนนท์ ซึ่งดำรงตำแหน่งสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลบางยาง เห็นว่า ถ้าหากงานเสริมหรือเพิ่มทักษะความรู้ให้กับชาวบ้าน จะช่วยให้มีรายได้เสริมเพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“เราเริ่มจากการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือนก่อน เพราะเคยได้รับการอบรมเรื่องการทำสบู่ แชมพู และน้ำยาซักผ้ามาจากอาจารย์ทัศนีย์ จากนั้นก็รวมกลุ่มกับเพื่อนบ้าน และคนในชุมชน จำนวน 20 คน มาร่วมทำสบู่ แชมพู และน้ำยาซักผ้า แรกเริ่มก็ลองผิด ลองถูกกัน ปรับปรุงให้มีสูตรต่าง ๆ หลากหลาย จนประสบความสำเร็จ เมื่อทำเสร็จก็จะแจกจ่ายให้กับผู้ที่มาร่วมทำไปใช้ที่บ้าน” (เฉลิมศรี อินทนนท์. 2560)

เนื่องจากคุณเฉลิมศรีได้ดำรงตำแหน่งสมาชิก อบต. ได้รับฟังข่าวสารเกี่ยวกับการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน จึงไปขอคำปรึกษาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ในปี พ.ศ. 2549 ใช้ชื่อว่า วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง เพราะเกิดจากการที่สมาชิกกลุ่มเป็นแม่บ้านมาจากหมู่ที่ 9 และหมู่ที่ 10 มารวมตัวกัน

## 2. ด้านการเงิน

ในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเริ่มแรกมีสมาชิกกลุ่ม จำนวน 20 คน ระดมทุนคนละ 100 บาท เป็นทุนดำเนินการเริ่มต้นทั้งสิ้น 2,000 บาท นำมาจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์การผลิต สำหรับการจ่ายเงินปันผลผู้สมาชิกจะจ่ายเป็นครั้งต่อครั้งที่สมาชิกฝากจำหน่ายสินค้า กล่าวคือ ในอดีตทางกลุ่มร่วมกันผลิตสินค้าที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน แต่ในปัจจุบันสมาชิกจะมีเวลาในการรวมกลุ่มผลิตสินค้าไม่ตรงกัน ดังนั้นสมาชิกจึงไปผลิตแชมพูหรือน้ำยาซักผ้าเองที่บ้าน แล้วนำมาฝากฝ่ายการตลาดของกลุ่มขาย เมื่อขายสินค้าหมดในแต่ละวัน สมาชิกกลุ่มก็จะรับเงินตามจำนวนสินค้าที่ตนเองผลิต มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายเป็นประจำ

ใน 1 เดือนวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยางมีการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าหลักของกลุ่ม ดังนี้

-แชมพูสมุนไพร ประกอบด้วย แชมพูอัญชันและแชมพูมะกรูด ขนาดบรรจุ 600 มิลลิลิตร ต้นทุนการผลิตขวดละ 30 บาท จำหน่ายราคาขวดละ 130 บาท สามารถจำหน่ายได้ 20 ขวด ดังนั้นมีต้นทุนการผลิต 600 บาท และมีรายได้ 2,600 บาท

-ครีมนวดผมหอมสมุนไพร ประกอบด้วย ครีมนวดผมหอมอัญชันและครีมนวดผมหอมมะกรูด ขนาดบรรจุ 250 มิลลิลิตร ต้นทุนการผลิตขวดละ 20 บาท จำหน่ายราคาขวดละ 70 บาท สามารถจำหน่ายได้ 20 ขวด ดังนั้นมีต้นทุนการผลิต 400 บาท และมีรายได้ 1,400 บาท

-น้ำยาล้างจาน ขนาดบรรจุ 1,500 มิลลิลิตร ต้นทุนการผลิตขวดละ 25 บาท จำหน่ายราคาขวดละ 35 บาท สามารถจำหน่ายได้ 100 ขวด ดังนั้นมีต้นทุนการผลิต 2,500 บาท และมีรายได้ 3,500 บาท

-น้ำยาซักผ้า ขนาดบรรจุ 1,500 มิลลิลิตร ต้นทุนการผลิตขวดละ 28 บาท

จำหน่ายราคาขวดละ 35 บาท สามารถจำหน่ายได้ 100 ขวด ดังนั้นมีต้นทุนการผลิต 2,800 บาท และเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีรายได้ 3,500 บาท

ดังนั้นใน 1 เดือน วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยางจะมีต้นทุนการผลิต 6,300 บาท และมีรายได้ 11,000 บาท

### 3. ด้านการบริหารจัดการ

วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง มีเป้าหมายหลักเพื่อให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มเติมจากการทำการเกษตร และผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในครัวเรือนเพื่อเป็นการลดรายจ่ายของครัวเรือน ทางกลุ่มไม่มีกฎ ระเบียบในการอยู่ร่วมกัน เพียงแต่สมาชิกทุกคนจะต้องไม่สร้างปัญหาให้กับทางกลุ่ม หากในช่วงใดมีขอลดการสั่งซื้อเข้ามามาก ประธานกลุ่มจะเรียกประชุมและกระจายงานให้กับสมาชิกกลุ่มอย่างเท่าเทียม โดยจะถามสมาชิกว่าสามารถผลิตสินค้าได้ในจำนวนเท่าใด และสามารถผลิตได้ตรงตามเวลาที่กำหนด สำหรับโครงสร้างกลุ่มมีดังต่อไปนี้

|                            |         |             |
|----------------------------|---------|-------------|
| 1. คุณเฉลิมศรี อินทนนท์    | ตำแหน่ง | ประธานกลุ่ม |
| 2. คุณสุรภี แซ่ฮึง         | ตำแหน่ง | รองประธาน   |
| 3. คุณกัลยา เพิ่มสุข       | ตำแหน่ง | เหรัญญิก    |
| 4. คุณอัมรินทร์ น้อยบางยาง | ตำแหน่ง | เลขานุการ   |
| 5. คุณคำเปียง บุญศิริวัฒนา | ตำแหน่ง | กรรมการ     |
| 6. คุณเอมอร น้อยบางยาง     | ตำแหน่ง | กรรมการ     |

กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกกลุ่ม ประกอบด้วย

-ร่วมกันผลิตสินค้าที่ใช้ภายในครัวเรือนเป็นหลัก ได้แก่ แคมพู krim นวดผสมสมุนไพร น้ำยาล้างจาน และน้ำยาซักผ้า ซึ่งช่วยลดรายจ่ายของครัวเรือนก่อน เมื่อผลิตสินค้าเกินความต้องการใช้ ก็จะนำมารวมกลุ่มกันขาย

-จัดการประชุม พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รับรู้ปัญหาซึ่งกันและกันเป็นประจำทุกเดือน

-วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง มอบทุนเรียนดีให้กับเด็กนักเรียนในชุมชนที่ตั้งใจเรียนเป็นประจำทุกภาคเรียน โดยจะมอบทุนการศึกษา จำนวน 500 บาท และ 1,000 บาท ให้กับนักเรียนที่สอบได้ที่ 1 ในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา ตามลำดับ

### 4. ด้านการตลาด

วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง สามารถจัดการตลาดตามหลักการตลาดแบบ 4P ได้ดังต่อไปนี้

-ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ได้แก่ แคมพู ๒๕๕๓ และแคมพู ๒๕๕๔ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มะกรูด ขนาดบรรจุ 600 มิลลิลิตร ครีมνωคผมอัญชันและครีมνωคผมมะกรูด ขนาดบรรจุ 250 มิลลิลิตร น้ำยาล้างจาน ขนาดบรรจุ 1,500 มิลลิลิตร และน้ำยาซักผ้า ขนาดบรรจุ 1,500 มิลลิลิตร ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีคุณภาพและได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน



ภาพที่ 4.29 ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง

-ด้านราคา (Price) แชมพูอัญชันและแชมพูมะกรูด ขนาดบรรจุ 600 มิลลิลิตร ราคาขวดละ 130 บาท ครีมνωคผมอัญชันและครีมνωคผมมะกรูด ขนาดบรรจุ 250 มิลลิลิตร ราคาขวดละ 70 บาท น้ำยาล้างจาน ขนาดบรรจุ 1,500 มิลลิลิตร ราคาขวดละ 35 บาท และน้ำยาซักผ้า ขนาดบรรจุ 1,500 มิลลิลิตร ราคาขวดละ 35 บาท

-ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จะจำหน่ายที่วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง หน้าศาลากลางจังหวัดสมุทรสาครเป็นประจำทุกเดือน และร้านบ้านมากมาย ที่สถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาอ้อมน้อย

-ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทาง เว็บไซต์ [thaitambon.com](http://thaitambon.com) การส่งเสริมการขายสำหรับน้ำยาล้างจาน และน้ำยาซักผ้า ปกติจำหน่ายในราคาขวดละ 35 บาท แต่จะจำหน่าย 3 ขวด ในราคา 100 บาท

## 5. ด้านการผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมาจากทั้งภายในและภายนอกชุมชน วัตถุดิบที่มาจากภายในชุมชน คือ อัญชันและมะกรูด ซึ่งสมาชิกกลุ่มเป็นผู้ปลูกเอง สำหรับวัตถุดิบที่มาจากภายนอกชุมชน ถ้านำมาผลิตเป็นน้ำยาซักผ้าหรือน้ำยาล้างจานซื้อจากร้านฮวงฮวด สาขาพุทธมณฑลสาย 4 จังหวัดนครปฐม ส่วนวัตถุดิบที่ผลิตแชมพูและครีมνωคผมซื้อจากร้านศรีสำอางค์ แยกวัดตึกกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่แชมพูและครีมνωคผมสมุนไพรตามท้องตลาดมักจะใส่สารกันเสีย ซึ่งหากใส่มากเกินไปมาตรฐานกำหนดจะเป็นอันตรายต่อหนังศีรษะทำให้เกิดการระคายเคืองได้ วิธีการทำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แชมพูอัญชันและมะกรูดทางกลุ่มจะมีเคล็ดลับในการทำโดยไม่ต้องใส่สารกันเสียลงไป วิธีการ คือนำอัญชันและมะกรูดสดมาต้มในน้ำร้อนน้ำเดือด ระหว่างที่รอก็จะนำส่วนผสมที่ใช้ในการทำแชมพูมาจน เมื่อจนได้ที่แล้วก็จะใส่น้ำส้มอัญชันและมะกรูดที่ยังอุ่นอยู่ลงไปผสมแล้วกวนต่อจนเป็นเนื้อเดียวกัน โดยต้องกวนในทิศทางเดียวกันมิเช่นนั้นจะเกิดฟองอากาศ จากนั้นพักส่วนผสมทิ้งไว้ประมาณ 20 นาทีเพื่อให้ส่วนผสมจับตัวกันจะได้ไม่เหลวจนเกินไป นำไปกรองในผ้าขาวบางเพื่อนำสิ่งเจือปนออก เมื่อเสร็จทุกขั้นตอนเรียบร้อยแล้วก็นำไปบรรจุขวดแล้วนำไปจำหน่ายได้ ซึ่งทางกลุ่มจะผลิตแชมพูและครีมนวดผมเมื่อสินค้าจำหน่ายหมดแล้วเท่านั้นจึงจะผลิตใหม่ เพราะสินค้าไม่มีการใส่วัตถุกันเสีย สามารถเก็บได้เพียง 6 เดือนเท่านั้น ก่อนการนำสินค้าของกลุ่มทุกชนิดไปจำหน่าย จะมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าทุกครั้ง ซึ่งขั้นต้นสมาชิกที่ผลิตจะเป็นผู้ตรวจสอบเอง เมื่อนำสินค้ามาฝากที่กลุ่มขายแล้ว ฝ่ายการตลาด และประธานกลุ่มจะตรวจสอบคุณภาพอีกครั้ง หากพบสิ่งเจือปนที่สามารถหยิบออกได้ก็จะรีบนำออกทันที หากมีสิ่งเจือปนอื่น ๆ มาก เช่น ผุ่นหรือเศษผงต่าง ๆ สินค้าจะไม่นำไปจำหน่าย ซึ่งสมาชิกก็จะนำกลับไปใช้เองในครัวเรือน

#### 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำกลุ่มหรือประธานกลุ่ม คือ นางเฉลิมศรี อินทนนท์ อายุ 59 ปี ดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มมาเป็นระยะเวลา 10 ปี จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาการเลขานุการ สถานภาพสมรส ปัจจุบันมีอาชีพหลักขายม้วนผ้า มีรายได้ 16,000 บาทต่อเดือน ส่วนอาชีพรองเป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับการทำแชมพู ครีมนวดผม น้ำยาล้างจาน และน้ำยาซักผ้า และเป็นสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลบางยาง คุณเฉลิมศรีเป็นผู้นำธรรมชาติ มีภาวะผู้นำ ดังต่อไปนี้

- มีความความรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง
- มีความขยัน อดทนในการทำงาน
- เป็นผู้ที่มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกกลุ่มและบุคคลอื่น ๆ ที่สนใจในเรื่องการทำแชมพู ครีมนวดผม น้ำยาล้างจาน และน้ำยาซักผ้า
- เป็นผู้เสียสละช่วยเหลืองานสาธารณประโยชน์ของชุมชน
- เป็นผู้ที่สมาชิกกลุ่มให้ความเคารพนับถือและไว้วางใจในการทำงาน



ภาพที่ 4.30 คุณเจลิมาศรี อินทนนท์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง

## 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง เริ่มแรกมีจำนวนทั้งสิ้น 20 คน ปัจจุบันเหลือสมาชิกเพียง 14 คน ซึ่งเป็นบุคคลภายในชุมชนทั้งหมด และส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุ สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน มีความรักใคร่ สนับสนุนกันเป็นอย่างดี สำนักงานเกษตรจังหวัดจัดสรรงบประมาณให้สมาชิกกลุ่มได้ไปศึกษาดูงาน โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ในปัจจุบันยังมีงบประมาณจากหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาสนับสนุนการศึกษาดูงานของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง แต่สมาชิกกลุ่มเป็นผู้สูงอายุจึงไม่สะดวกในการร่วมกิจกรรมดังกล่าว ซึ่งทางกลุ่มมักจะส่งตัวแทนกลุ่มหรือประธานกลุ่มไปศึกษาดูงานแทน แล้วนำความรู้ที่ได้มาถ่ายทอดยังสมาชิกอีกทอดหนึ่ง

## 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยางได้เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ในปี พ.ศ. 2553 แชมพูยอชันได้ระดับ 3 ดาว และ ในปี พ.ศ. 2554 แชมพูมะกรูดได้ระดับ 4 ดาว ในปัจจุบันยังมีเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาติดต่อให้ทางกลุ่มส่งสินค้าเข้าคัดสรรเป็นสินค้า OTOP อย่างต่อเนื่อง นโยบายดังกล่าวช่วยผลักดันให้กลุ่มเป็นที่รู้จักสามารถจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น และยังมีโอกาสได้ไปร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานีอีกด้วย ขณะนี้ทางกลุ่มยังได้รับเชิญไปร่วมงานดังกล่าวอยู่เสมอ แต่ไม่สะดวกเรื่องการเดินทาง จึงไม่ได้ไปร่วมงานดังกล่าว

## 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด ให้การสนับสนุนการทำตลาดบรรจุภัณฑ์และการศึกษาดูงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ให้การสนับสนุนการให้ความรู้ คำแนะนำต่าง ๆ เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและการต่ออายุใบรับรอง

#### 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

เครือข่ายของวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง คือ กลุ่มแม่บ้านในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งกลุ่มแม่บ้านดังกล่าวผลิตสินค้าประเภทผ้าปูที่นอนและเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยรู้จักกับคุณเฉลิมศรีจากการรับซื้อผ้าแล้วได้ติดต่อกันมาเป็นเวลานาน ซึ่งทางกลุ่มแม่บ้านเองก็มีการรับซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปจำหน่ายยังกลุ่มตนเอง นอกจากนี้คุณเฉลิมศรีก็ถ่ายทอดความรู้ในการทำแชมพู ครีมนวดผม น้ำยาล้างจาน และน้ำยาซักผ้าให้ด้วย

#### 11. วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยางกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ในปี พ.ศ. 2551 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาครได้เข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและทางกลุ่มได้ขอรับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ในช่วงระยะเวลา 1 มกราคม 2556 – 31 ธันวาคม 2559 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยางได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 5 ประเภท คือ แชมพูผสมสารสกัดจากสมุนไพรดอกอัญชัน มาตรฐานเลขที่ มพช. 92/2552 ผลิตภัณฑ์ปรับสภาพเส้นผมผสมสารสกัดจากดอกอัญชัน มาตรฐานเลขที่ มพช. 93/2553 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดภาชนะที่ใช้ในครัว มาตรฐานเลขที่ มพช. 117/2553 ผลิตภัณฑ์ปรับสภาพเส้นผมมะกรูด มาตรฐานเลขที่ มพช. 93/2553 และแชมพูผสมมะกรูด มาตรฐานเลขที่ มพช. 92/2552

ข้อเสนอแนะต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ตั้งแต่วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยางได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้กลุ่มสามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น

“ผู้บริโภคให้ความเชื่อมั่นในตัวสินค้าว่าผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการขอรับการรับรอง มพช. ก็ไม่ใช่เรื่องยาก ถึงแม้ว่าการขอรับการรับรองครั้งแรกอาจจะมีขั้นตอนและการขอจำนวนผลิตภัณฑ์ที่มากเพื่อนำไปตรวจสอบก็ตาม เมื่อใบรับรองหมดอายุเจ้าหน้าที่จะติดต่อมาจากนั้นจะกำหนดวัน เวลา และสถานที่ในการนำผลิตภัณฑ์ไปตรวจสอบ ซึ่งส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่จะมารับผลิตภัณฑ์ในวันที่กลุ่มไปจำหน่ายสินค้ายังบริเวณหน้าศาลากลางจังหวัดสมุทรสาคร” (เฉลิมศรี อินทนนท์, 2560)

## 12. ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง

-ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น เนื่องจากวัตถุดิบที่ซื้อมาผลิตน้ำยาล้างจานและน้ำยาซักผ้ามีการปรับขึ้นราคา และราคารับรจกัณฑ์ที่ปรับขึ้นด้วยเช่นกัน แต่ทางกลุ่มยังคงราคาขายสินค้าไว้เท่าเดิม โดยวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน ขณะนี้ได้ปรับขึ้นราคาสินค้าแล้ว ดังนั้นภายใน 3 เดือนต่อจากนี้ทางกลุ่มจะปรับราคาสินค้าขึ้นด้วยเช่นกัน

-การเดินทางเพื่อนำสินค้าไปจำหน่ายยังสถานที่ต่าง ๆ ไม่สะดวกในการเดินทาง จึงอยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนหรือขยายตลาดให้กับทางกลุ่ม โดยมารับซื้อสินค้าที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

### 4.2.5.2 วิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบำรุงราษฎร์อ้อมน้อย (ผลิตภัณฑ์หลัก: สบู่พลูควาว)

#### 1. ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบำรุงราษฎร์อ้อมน้อย ตั้งอยู่เลขที่ 349/96 หมู่ที่ 2 ตำบลอ้อมน้อย อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร วิสาหกิจชุมชนนี้เกิดจากการรวมตัวกันของคนในชุมชนหมู่บ้านบำรุงราษฎร์ โดยจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนใน ปี พ.ศ. 2556 มีแกนนำ คือ คุณพิปราย ลัมรักษา ซึ่งคนในชุมชนแถวนั้นเรียกว่า อาจารย์พิปราย มีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่มเพื่อต้องการขายสินค้า และต้องการเงินทุนมาสนับสนุนในการทำธุรกิจผลิตสินค้าสมุนไพร แต่ไม่เป็นที่พอใจใจไว้ ซึ่งคุณพิปรายเข้าใจว่า ถ้าตั้งกลุ่มครบ 1 ปี จะสามารถกู้เงินมาลงทุนได้ แต่เมื่อจัดตั้งกลุ่มครบ 1 ปี ไปขอกู้เงินมาสนับสนุนทางหน่วยงานของรัฐไม่สามารถให้กู้เงินได้ เนื่องจากทางกลุ่มไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน นับตั้งแต่นั้นมาทางกลุ่มก็ดำเนินกิจกรรมในการปลูกพลูควาวต่อมา โดยปลูกบริเวณหลังหมู่บ้านบำรุงราษฎร์ และเช่าพื้นที่บริเวณใกล้เคียงเพิ่มเติม จำนวน 5 ไร่ และนำพลูควาวที่ปลูกมาทำน้ำหมัก ใช้เป็นส่วนผสมในการทำสบู่พลูควาว



ภาพที่ 4.31 ด้านหน้าของวิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบำรุงราษฎร์อ้อมน้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ด้านการเงิน

ในระยะเริ่มแรกของการจัดตั้งกลุ่มคุณพิปรายใช้เงินส่วนตัวของตนเองจำนวน 100,000 บาท นำมาใช้จ่ายในการจัดสถานที่ ทำแปลงปลูกพุดขาว ระบบการให้น้ำ และกระบะตาข่ายเลี้ยงไส้เดือนพันธุ์แอฟริกันไนท์ครอเลอร์ เพื่อนำมูลที่ได้ไปเป็นปุ๋ยในการบำรุงพุดขาวและพืชอื่น ๆ ที่ตนเองปลูก หากมีปุ๋ยมูลไส้เดือนมากเกินไปความต้องการ คุณพิปรายจะนำปุ๋ยดังกล่าวไปถวายให้กับวัดพระธรรมกาย เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการเกษตรของทางวัด ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ด้วยเหตุนี้จึงเป็นปัญหาทางการเงินของกลุ่ม เมื่อไม่มีบัญชีกลุ่มเวลาไปขอสินเชื่อ หรือทำธุรกรรมต่าง ๆ ทางการเงิน ทำให้ไม่สามารถทำเรื่องขอกู้เงินได้

ในการผลิตสบู่พุดขาวมีต้นทุนการผลิตอยู่ที่ก้อนละ 15 บาท นำไปจำหน่ายราคาก้อนละ 25 บาท ในหนึ่งเดือนจะผลิตประมาณ 800-1,000 ก้อน ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบารุงรัชอ้อมน้อย มีต้นทุนการผลิตสบู่พุดขาวต่อเดือน 12,000-15,000 บาท และมีรายได้จากการจำหน่ายสบู่ 20,000-25,000 บาท ซึ่งรายได้ดังกล่าวไม่มีการปันผลสู่สมาชิกกลุ่ม เนื่องจากคุณพิปรายเป็นผู้ลงทุนใช้เงินทุนส่วนตัวของตนเองทั้งหมด

## 3. ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

เป้าหมายและทิศทางของกลุ่ม คือ เพื่อจะขายสินค้าและขอสินเชื่อมาเป็นเงินทุนในการสนับสนุนกิจกรรมของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบารุงรัชอ้อมน้อย ไม่มีกฎระเบียบในการอยู่ร่วมกัน เพราะทุกคนรู้หน้าที่ของตนเอง สำหรับโครงสร้างกลุ่มมีคณะกรรมการกลุ่ม ดังต่อไปนี้

|                           |         |             |
|---------------------------|---------|-------------|
| 1. คุณพิปราย ลิ้มรักษา    | ตำแหน่ง | ประธานกลุ่ม |
| 2. คุณศิริภพ นัทธณรินธรณ์ | ตำแหน่ง | รองประธาน   |
| 3. คุณวชิณี ลิ้มรักษา     | ตำแหน่ง | เหรัญญิก    |
| 4. คุณประหยัด กิมวงศ์เดช  | ตำแหน่ง | กรรมการ     |
| 5. คุณพะยอม เกตุแก้ว      | ตำแหน่ง | กรรมการ     |
| 6. คุณปัญญา มาลีวัตร      | ตำแหน่ง | กรรมการ     |
| 7. คุณบุศยมาศ อุดมะ       | ตำแหน่ง | กรรมการ     |

กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกกลุ่ม ประกอบด้วย

-การปลูกและดูแลพุดขาว ซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการทำสบู่และน้ำหมักเอนไซม์จากธรรมชาติ

-มีการประชุมกลุ่มทุก ๆ 1 เดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-ร่วมกันวิจัยและพัฒนาน้ำหมักเอนไซม์กับสมาชิกและลูกศิษย์ที่สนใจ

-ร่วมทำสาธารณประโยชน์ภายในชุมชน ซึ่งทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบำรุงรัฐอ้อมน้อย มีการให้ยืมอุปกรณ์ที่ใช้ในพิธีสงฆ์ เช่น แก้วน้ำ หม้อ จาน ชาม ช้อน ส้อม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเครื่องเสียงให้ยืมตามงานบุญต่าง ๆ ซึ่งอาจารย์พิปรายเป็นผู้ชื่นชอบในการทำบุญ รักษาศีล และให้ความสำคัญกับพิธีกรรมทางศาสนาเป็นอย่างมาก นอกเหนือจากนี้หากมีการจัดงานวันเด็ก หรือเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ทางวิสาหกิจชุมชนก็จะเป็นผู้ร่วมจัดงานและให้การสนับสนุนด้านการเงินอีกด้วย

#### 4. ด้านการตลาด

วิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบำรุงรัฐอ้อมน้อย สามารถจัดการตลาดตามหลักการตลาดแบบ 4P ได้ดังต่อไปนี้

-ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สบู่พลูขาวเป็นสบู่ก้อนกลีเซอรีน ขนาด 30 กรัม



ภาพที่ 4.32 สบู่พลูขาวของวิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบำรุงรัฐอ้อมน้อย

-ด้านราคา (Price) สบู่พลูขาวที่จำหน่ายมีเพียงขนาดเดียว คือ ขนาด 30 กรัม จำหน่ายราคาก้อนละ 25 บาท

-ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จะจำหน่ายที่งานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ศูนย์การส่งเสริมการค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ซึ่งใน 1 ปี จะมีการจัดงาน 3 ช่วง คือ ช่วงต้นปี กลางปี และส่งท้ายปี แต่ ณ ปัจจุบันทางกลุ่มไม่ได้ไปร่วมงานที่สถานที่ดังกล่าวแล้ว เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูง ขณะนี้ทางกลุ่มได้จำหน่ายสินค้าในพื้นที่ที่ทางวัดพระธรรมกายจัดให้จำหน่ายสินค้า

-ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านทางเว็บไซต์ [thaitambon.com](http://thaitambon.com) หนังสือพิมพ์หลักเมืองนิวส์ (ปัจจุบันไม่ได้ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางนี้แล้ว เนื่องจากแบกรับค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ไม่ไหว) และประชาสัมพันธ์จากการได้เป็นวิทยากรรับเชิญในวัดพระธรรมกาย

## 5. ด้านการผลิต

วัตถุดิบหลักที่ใช้ คือ พลุควาที่ทางกลุ่มปลูกเองบนพื้นที่ 5 ไร่ และจะรับซื้อจากลูกศิษย์ของตน ในพื้นที่อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 4 ไร่ ในราคาระดับโลกริมละ 50 บาท ถึงแม้ว่าทางกลุ่มจะมีพื้นที่มากกว่า แต่ผลผลิตที่ได้มีจำนวนน้อยกว่า และคุณภาพด้อยกว่าทางอำเภออัมพวา เนื่องจากทางอำเภออัมพวาน้ำที่ใช้ในการเพาะปลูกดีกว่า สำหรับวัตถุดิบที่นำมาผลิตสบู่ ซื้อจากร้านฮงฮวด สาขาพุทธมณฑลสาย 4 จังหวัดนครปฐม

วิธีการผลิตสบู่ก้อนกลีเซอรินพลุควา เริ่มต้นจากนำก้อนกลีเซอรินมาหั่นเป็นชิ้น ๆ แล้วนำไปตั้งไฟจนกลีเซอรินละลายทั้งหมด ซึ่งอุณหภูมิที่กลีเซอรินละลายอยู่ที่ 70 องศาเซลเซียส หลังจากนั้นรอให้กลีเซอรินลดอุณหภูมิลงจนเหลือ 50 องศาเซลเซียส แล้วใส่น้ำมันมะพร้าวพลุควา การรอให้กลีเซอรินลดอุณหภูมินี้เป็นเทคนิคสำคัญของการทำสบู่ของกลุ่ม โดยปกติแล้วถ้ากลีเซอรินละลาย ผู้ผลิตสบู่กลุ่มอื่น ๆ จะเติมน้ำมันหอมระเหย หรือสารอื่น ๆ ลงไปเลย แต่เคล็ดลับของกลุ่ม จะรอจนกว่าอุณหภูมิ 50 องศาเซลเซียส เนื่องจากที่อุณหภูมินี้จุลินทรีย์ในน้ำมันมะพร้าวพลุควาจะยังมีชีวิตอยู่ จากนั้นเติมน้ำมันมะพร้าวพลุควาให้เข้ากันแล้วพักไว้ นำแอลกอฮอล์ใส่ขวดสเปรย์ฉีดพ่นไปที่แม่พิมพ์สบู่เบา ๆ แอลกอฮอล์จะช่วยป้องกันไม่ให้เกิดฟองอากาศที่จะเกิดในสบู่ ในขณะที่กำลังเย็นและแข็งตัว จากนั้นยกส่วนผสมที่พักไว้เทใส่แม่พิมพ์ ปล่อยให้สบู่แข็งตัวและแกะออกจากแม่พิมพ์ก็สามารถนำมาจำหน่ายได้ ซึ่งทางกลุ่มมีการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนวางจำหน่ายทุกครั้งโดยการตรวจสอบสิ่งเจือปน หากพบสิ่งเจือปนในขณะที่สบู่ยังไม่แข็งตัวก็จะตักออก แต่ถ้าสบู่แข็งตัวแล้ว จะนำสบู่ก้อนนั้นแยกออกมาไม่นำไปจำหน่าย

นอกเหนือจากสบู่พลุควาแล้วทางกลุ่มยังผลิตบิ๊ยะจากมูลไส้เดือน ซึ่งบิ๊ยะที่ได้จะนำไปใช้ในการปลูกพลุควาของกลุ่ม หากบิ๊ยะมีจำนวนมากเกินความต้องการจะนำไปถวายทางวัดพระธรรมกาย เพื่อใช้ในการเกษตรของทางวัดโดยทางกลุ่มไม่ได้จำหน่ายบิ๊ยะมูลไส้เดือน ขณะนี้ทางกลุ่มกำลังวิจัยและทดลองน้ำหมักเอนไซม์พืชสมุนไพร ทั้งชนิดน้ำและแบบผงอัดแคปซูล โดยอ้างอิงจากงานวิจัยต่าง ๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีลูกศิษย์ของอาจารย์พิปรายมาร่วมวิจัยและทดลอง

## 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำกลุ่มในปัจจุบัน คือ นายพิปราย ลิมรักษา อายุ 60 ปี จบการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพครู (ป.กศ. ชั้นสูง) สถานภาพสมรส ดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มมา 3 ปี ตั้งแต่เริ่มจัดตั้งกลุ่ม มีอาชีพรอง คือ เป็นวิทยากรรับเชิญบรรยายเกี่ยวกับสมุนไพรให้กับศิษยานุศิษย์วัดพระธรรมกาย มีรายได้ 10,000 บาทต่อเดือน อาจารย์พิปรายมีภาวะผู้นำ ดังต่อไปนี้

-เป็นผู้มีความสามารถในการสื่อสาร พูดโน้มน้าวใจผู้อื่นได้

-เป็นผู้มองการณ์ไกล เห็นความสำคัญของสมุนไพรไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เป็นผู้มีความอดทน ลองผิด ลองถูก จนประสบความสำเร็จในการผลิตสินค้า
- เป็นผู้มีความขยัน หมั่นศึกษาหาความรู้อยู่ตลอดเวลา
- เป็นผู้มีความสามารถในการคิดพิจารณา บูรณาการสิ่งต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ศึกษาตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
- เป็นผู้ที่สมาชิก หรือบุคคลอื่น ๆ ให้ความเคารพนับถือ และมีความเชื่อมั่นในตัวผู้นำ
- เป็นผู้ให้ความรู้แก่บุคคลที่สนใจ โดยไม่ปิดกั้นความรู้ มีการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน จนเกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ ๆ



ภาพที่ 4.33 คุณพิชาย ลิ้มรักษา ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบารุงรัชอ้อมน้อย

#### 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

สมาชิกกลุ่มเป็นบุคคลในชุมชน มีจำนวนทั้งสิ้น 12 คน สมาชิกมีความเพียงพอต่อการดำเนินงาน แต่ในความเป็นจริงแล้วการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม อาจารย์พิชายและลูกศิษย์อีก 2 ท่าน จะเป็นแกนนำหลักในการขับเคลื่อนกิจกรรมของกลุ่ม สำหรับสมาชิกกลุ่มคนอื่น ๆ จะมีหน้าที่หรืองานประจำอื่น ๆ ของตนเองที่ไม่เกี่ยวกับกลุ่ม โดยจะทำหน้าที่นั้นเป็นหลักก่อน แต่ถ้าหากในช่วงใดมีการสั่งซื้อของลูกค้ามากเกินไปที่แกนนำหลักจะผลิตได้ สมาชิกคนอื่น ๆ จะมาช่วยในการผลิต สำหรับการเพิ่มทักษะความรู้ หรือการศึกษาดูงานของสมาชิก ทางกลุ่มไม่มีการพาไปศึกษาดูงาน เนื่องจากสมาชิกแต่ละคนมีงานประจำภายนอกกลุ่มที่ตนเองต้องรับผิดชอบอยู่แล้ว

#### 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบารุงรัชอ้อมน้อย มีผลิตภัณฑ์หลักเพียงชนิดเดียว คือ สบู่พลูขาว ซึ่งทางกลุ่มไม่เคยนำผลิตภัณฑ์เข้าจัดสรรเป็นสินค้า OTOP เนื่องจากมีข้อกำหนดต่าง ๆ ก่อนข้างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

“การเข้ารับการคัดสรรสินค้าจะต้องผ่านมาตรฐานต่าง ๆ ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะไม่ได้รับมาตรฐาน แต่ผลิตภัณฑ์ก็ยังสามารถจำหน่ายได้ เนื่องจากเป็นการบอกปากต่อปากของลูกค้า จะได้ไม่ต้องเสียเวลาในการขอมาตรฐาน” (พิปราย ล้อมรักษา. 2560)

สำหรับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มมองว่าเป็นโครงการที่มีประโยชน์ต่อวิสาหกิจชุมชนอย่างแท้จริง ทำให้ทางกลุ่มได้รับโอกาสในการพัฒนาสินค้า ในช่วงแรกมีโอกาสดำเนินจำหน่ายสินค้ายังงานแสดงและจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ศูนย์การแสดงผลสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี ทำให้กลุ่มเป็นที่รู้จัก แต่ด้วยสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทางกลุ่มไม่ได้เข้าร่วมในงานแสดงและจัดจำหน่ายสินค้า OTOP ดังกล่าวแล้ว เนื่องจากเป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่าย และขาดทุนจากการนำสินค้าไปจำหน่ายในครั้งที่ผ่านมา

“ปัจจุบันขณะนี้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่มีความต่อเนื่อง เนื่องจากมีการเปลี่ยนผู้นำหรือคณะทำงาน จึงกลายเป็นการทำงานตามภารกิจหรือแผนปฏิบัติการตามงบประมาณ ไม่ใช่เป็นไปตามแนวนโยบายที่มียุทธศาสตร์ หากมองรวมทั้งระบบทั้งประเทศตอนนี้กำลังประสบปัญหา ซึ่งเกิดจากการขาดผู้นำที่เข้มแข็ง ขาดเจ้าภาพหลัก แบ่งแยกการทำงานที่ไม่มีความสอดคล้อง ไม่มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ ขาดการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน หากสามารถแก้ไขปัญหานี้ หรือมีการเพิ่มสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น จัดสร้างศูนย์สินค้าชุมชนประจำจังหวัด หรือมีการนำสินค้าชุมชนมาวางขายตามสถานีบริการน้ำมันได้ จะช่วยเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้า สร้างงาน และสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนมากขึ้น” (พิปราย ล้อมรักษา. 2560)

#### 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

ในช่วงการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในช่วงแรก มีสำนักงานพัฒนาชุมชนสมุทรสาคร เข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าสู่โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แต่หลังจากนั้นทางกลุ่มมองว่า กลุ่มสามารถขายสินค้าได้เองโดยไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้าโอท็อป ซึ่งมีข้อกำหนดหรือข้อจำกัดต่าง ๆ มากมาย จึงพึ่งพาตนเองมาโดยตลอด ปัจจุบันทางกลุ่มยื่นด้วยลำแข้งของตนเอง และไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาเยี่ยมเยียนหรือสนับสนุนกลุ่ม

#### 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

ปัจจุบันกลุ่มมีเครือข่ายผู้ปลูกพลูควาส่งให้ทางกลุ่ม ซึ่งเป็นลูกศิษย์ของอาจารย์พิปราย อยู่ในพื้นที่ของอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 1 ราย และทางอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 5 ราย ซึ่งขณะนี้การขายเครือข่ายมีจำนวนลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับเมื่อก่อน เนื่องจากปัจจุบันพลูควาไม่ได้เป็นพืชที่นิยม ส่งผลให้ความต้องการใช้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

น้อยลง โดยประสบการณ์ของอาจารย์พิปราช กล่าวว่า พืชสมุนไพรไทยจะมีวงจรอยู่ 7 ปีที่เจ็บหาย แล้วจะกลับมาเป็นที่นิยมใหม่

#### 11. วิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบำรุงรักษาอ้อมน้อยกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

วิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบำรุงรักษาอ้อมน้อย มีผลิตภัณฑ์ชนิดเดียว คือ สบู่พลูขาว ซึ่งในช่วงระยะเวลา 1 มกราคม 2556 – 31 ธันวาคม 2559 ไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เนื่องจากมีขั้นตอนการดำเนินการขอมาตรฐานค่อนข้างมากและยุ่งยาก รวมทั้งมาตรฐานที่หน่วย งานภาครัฐออกมาในหลาย ๆ มาตรฐานไม่มีความสอดคล้องกัน

“มีอยู่ช่วงหนึ่งได้ทำผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้หมัก แล้วเจ้าหน้าที่ภาครัฐแนะนำให้ไปทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เราจึงไปติดต่อขอรับรอง มผช. ที่สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด แต่เจ้าหน้าที่บอกว่า ให้ไปที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เพื่อขอเครื่องหมาย อย. ก่อน เราเลยสับสน แล้วมองว่าจะมี มผช. ทำไม หากมาตรฐานทับซ้อนกัน และไม่สอดคล้องกับมาตรฐานอื่น ๆ เราจึงยกเลิกการผลิตน้ำผลไม้หมักตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา” (พิปราช ลิ้มรักษา, 2560)

ข้อเสนอแนะต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรให้แต่ละหน่วยงาน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องคุยกัน ร่วมหารือกัน วางแผนร่วมกัน เพื่อให้มาตรฐานต่าง ๆ ที่ออกมามีความสอดคล้อง และเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน

#### 12. ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนบุญสว่างบ้านบำรุงรักษาอ้อมน้อย

-ไม่มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกลุ่ม เนื่องจากสมาชิกกลุ่มไม่มีความรู้เรื่องการบัญชี จึงอยากให้นายงานเข้ามาสนับสนุนอบรมให้ความรู้ในเรื่องดังกล่าว หากในอนาคตทางกลุ่มมีการขยายการผลิต หรือพัฒนาสินค้าชนิดใหม่ขึ้น เมื่อไม่มีบัญชีรายรับ-รายจ่ายเวลาไปขอสินเชื่อ หรือทำธุรกรรมต่าง ๆ ทางการเงิน จะทำให้การอนุมัติยากขึ้น

-หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดสรรหรือหาสถานที่ในการจำหน่ายสินค้าชุมชนที่ใกล้เคียงกับสถานที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชน จะได้เป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และเป็นการเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้น

#### 4.2.2.3 เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา

##### 1. สภาพทั่วไป

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. จัดตั้งกลุ่มในปี พ.ศ. 2549 โดยเน้นผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน เพื่อลดรายจ่ายของครัวเรือน ส่วนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. จัดตั้งกลุ่มในปี พ.ศ. 2556 ผลิตสมุนไพรจากพืชมูลา

##### 2. ด้านการเงิน

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. ระดมเงินทุนจากสมาชิก เพื่อนำมาซื้อวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ใช้เงินส่วนตัวของผู้ในกลุ่มมาเป็นทุนดำเนินการเริ่มต้น และมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้ามากกว่ากลุ่มที่ได้รับ มผช. แต่กลุ่มที่ได้รับ มผช. มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกลุ่ม มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ไม่มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย

##### 3. ด้านการบริหารจัดการ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. มีเป้าหมายเพื่อให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มเติมจากการทำการเกษตรหรืออาชีพหลัก ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. มีเป้าหมายในการจัดตั้งกลุ่มเพื่อเป็นช่องทางในการขายสินค้า และการขอสินเชื่อ ทั้งสองกลุ่มไม่มีกฎ ระเบียบที่แน่นอน สามารถยืดหยุ่นได้ กิจกรรมที่เกิดขึ้น ได้แก่ การร่วมกันผลิตสินค้า การประชุมกลุ่มเป็นประจำทุกเดือน การร่วมกิจกรรมกับชุมชนและช่วยเหลือชุมชน

##### 4. ด้านการตลาด

ผลิตภัณฑ์ของทั้งสองกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีคุณภาพ และราคาถูกกว่าท้องตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายของทั้งสองกลุ่มมีไม่มาก เนื่องจากกลุ่มที่ได้รับ มผช. จะติดปัญหาด้านการเดินทาง เพราะสถานที่จัดตั้งกลุ่มอยู่ในพื้นที่ที่การเดินทางไม่สะดวก จึงสามารถจัดจำหน่ายได้เพียงสถานที่ผลิต หน้าศาลากลางจังหวัด และการสั่งซื้อของลูกค้าที่มารับซื้อสินค้ายังกลุ่ม ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นสมุนไพรที่คนทั่วไปไม่นิยม จึงจำหน่ายได้เพียงตลาดที่มีการบอกปากต่อปาก นั่นคือ วัดพระธรรมกาย ผลิตภัณฑ์ของทั้งสองกลุ่มได้ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ [thaitambon.com](http://thaitambon.com) กลุ่มที่ได้รับ มผช. มีการจัดโปรโมชั่น คือ ซื้อน้ำยาล้างจานและน้ำยาซักผ้า 3 ขวด ในราคา 100 บาท ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ไม่มีการจัดโปรโมชั่นใด ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5. ด้านการผลิต

แหล่งวัตถุดิบของทั้งสองกลุ่มมาจากภายในและภายนอกชุมชน สมุนไพรที่นำมาใช้เป็นส่วนผสมทางกลุ่มจะปลูกเอง สำหรับวัตถุดิบอื่น ๆ จะซื้อจากร้านสะดวกซื้อ พืชสมุนไพรสาย 4 จังหวัดนครปฐมเช่นเดียวกัน ก่อนการนำสินค้าไปจำหน่ายมีการตรวจสอบคุณภาพทุกครั้ง หากสินค้าขึ้นใดพบสิ่งสกปรกเจือปน เช่น เศษฝุ่นหรือผง สมาชิกกลุ่มจะนำสินค้ากลับไปใช้เอง

## 6. ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำดำรงตำแหน่งประธานกลุ่มตั้งแต่มีการเริ่มจัดตั้งกลุ่มมาจนถึงปัจจุบัน ผู้นำของทั้งสองกลุ่มเป็นผู้นำตามธรรมชาติ มีภาวะผู้นำ คือ เป็นผู้ที่มีความอดทน อดกลั้น อดทนประสบความสำเร็จในการผลิตสินค้า มีความสามารถในการสื่อสาร โน้มน้าวจิตใจผู้อื่นได้ เป็นผู้ที่สมาชิกกลุ่มให้ความเคารพนับถือและไว้วางใจในการทำงาน ตลอดจนช่วยเหลืองานของชุมชน

## 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม

สมาชิกของทั้งสองกลุ่มเป็นบุคคลภายในชุมชน สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และในอดีตมีการเพิ่มทักษะ/ ศึกษาดูงานให้กับสมาชิก แต่ปัจจุบันไม่มีการจัดกิจกรรมดังกล่าวแล้ว เนื่องจากสมาชิกกลุ่มเป็นผู้สูงอายุ ไม่สะดวกในการเดินทาง ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. สมาชิกไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน กล่าวคือ จะมีผู้นำกลุ่มและสมาชิกอีก 2 คน เป็นแกนนำหลักในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม ส่วนสมาชิกคนอื่น ๆ จะมีหน้าที่หรือทำงานประจำอื่น ๆ ของตนเองที่ไม่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม แต่ถ้าหากช่วงใดมีการสั่งซื้อสินค้าเข้ามาเป็นจำนวนมาก สมาชิกกลุ่มคนอื่น ๆ จะมาช่วยในการผลิต สำหรับการเพิ่มทักษะความรู้/ การศึกษาดูงาน ทางกลุ่มไม่มีการจัดกิจกรรมดังกล่าว เนื่องจากสมาชิกแต่ละคนมีงานประจำที่ตนเองรับผิดชอบอยู่แล้ว

## 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. ได้เข้ารับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ระดับ 3 ดาว (ผลิตภัณฑ์แชมพูอัญชัน) และ 4 ดาว (ผลิตภัณฑ์แชมพูมะกรูด) ทำให้สินค้าสามารถจำหน่ายได้มากขึ้น และมีโอกาสได้ไปออกงานแสดงสินค้า ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ไม่ได้นำผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรสินค้า OTOP เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีเพียงชนิดเดียว และการเข้ารับการคัดสรรจะต้องได้รับมาตรฐานอื่น ๆ มาก่อน ถึงแม้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะไม่ได้มาตรฐานแต่ก็ยังสามารถจำหน่ายได้ เนื่องจากการบอกปากต่อปากของลูกค้า การขอรับมาตรฐานและการเข้ารับการ

การคัดสรรเป็นสินค้า OTOP มีข้อกำหนดต่าง ๆ ก่อนข้างมาก ทำให้เสียเวลาในการดำเนินการ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนกลุ่มที่ได้รับ มผช. ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ให้การสนับสนุนการทำตลาดบรรจุภัณฑ์ และให้ความรู้เกี่ยวกับ มผช. และการต่ออายุใบรับรอง ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. มีหน่วยงานเข้ามาสนับสนุน คือ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าสู่โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

### 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย

วิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มมีเครือข่ายในการดำเนินงาน กลุ่มที่ได้รับ มผช. มีกลุ่มแม่บ้านในจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นเครือข่าย โดยจะนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปจำหน่าย และยังมีการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน สำหรับกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. มีเครือข่ายเป็นผู้ปลูกพลูควาวในจังหวัดสมุทรสงคราม และพื้นที่อำเภอใกล้เคียง ซึ่งขณะนี้จำนวนเครือข่ายลดลงเนื่องจากพลูควาวไม่ได้เป็นพืชที่นิยม

### 11. มาตรฐานที่ได้รับ

ในช่วงระยะเวลา 1 มกราคม 2556 – 31 ธันวาคม 2559 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. ได้รับเพียงมาตรฐานเดียว คือ มผช. ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ไม่มีการได้รับมาตรฐานใดๆ

### 12. ปัญหาและอุปสรรค

ปัญหาหลักของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. คือ ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น และไม่สะดวกในการเดินทางเพื่อนำสินค้าไปจำหน่ายภายนอกกลุ่ม เนื่องจากสถานที่จัดตั้งกลุ่มอยู่ในพื้นที่ที่การเดินทางไม่สะดวก ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ประสบปัญหาในเรื่องของไม่มีความรู้ในการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และไม่มีตลาดหรือสถานที่จำหน่ายสินค้าใกล้กับสถานที่ตั้งของกลุ่ม ซึ่งทำให้กลุ่มมีต้นทุนเพิ่มเป็นค่าเดินทางในการนำสินค้าไปจำหน่าย

จากข้อมูลในข้างต้น สามารถนำมาเปรียบเทียบและแสดงข้อมูลได้ดังตารางที่

#### 4.10 มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบกลุ่มที่ได้รับ และไม่ได้รับ มผช. ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา

| ข้อมูล                         | วิสาหกิจชุมชน                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                   |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                | แม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง                                                                                                                                                                          | บุญสว่างหมู่บ้านบำรุงรักษา<br>อ้อมน้อย                                                                            |
| 1. สภาพทั่วไป                  |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                   |
| 1.1 การได้รับ มผช.             | ได้รับ                                                                                                                                                                                               | ไม่ได้รับ                                                                                                         |
| 1.2 ตำบล                       | บางยาง                                                                                                                                                                                               | อ้อมน้อย                                                                                                          |
| 1.3 อำเภอ                      | กระทุ่มแบน                                                                                                                                                                                           | กระทุ่มแบน                                                                                                        |
| 1.4 ผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่ม      | -แชมพูผสมสารสกัดจากสมุนไพรดอกอัญชัน<br>-ผลิตภัณฑ์ปรับสภาพเส้นผมผสมสารสกัดจากดอกอัญชัน<br>-ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดภาชนะที่ใช้ในครัว<br>-น้ำยาซักผ้า<br>-ผลิตภัณฑ์ปรับสภาพเส้นผมมะกรูด<br>-แชมพูผสมมะกรูด | -สบู่พลูคว                                                                                                        |
| 1.5 ปีที่จัดตั้งกลุ่ม          | 2549                                                                                                                                                                                                 | 2556                                                                                                              |
| 2. ด้านการเงิน                 |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                   |
| 2.1 ทุนดำเนินการเริ่มต้น (บาท) | 2,000                                                                                                                                                                                                | 100,000                                                                                                           |
| 2.2 การระดมทุนครั้งแรก         | สมาชิก                                                                                                                                                                                               | เงินส่วนตัวของผู้นำ                                                                                               |
| 2.3 ต้นทุนการผลิต (บาท/เดือน)  | 6,300                                                                                                                                                                                                | 12,000-15,000                                                                                                     |
| 2.4 รายได้ของกลุ่ม (บาท/เดือน) | 11,000                                                                                                                                                                                               | 20,000-25,000                                                                                                     |
| 3. ด้านการบริหารจัดการ         |                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                   |
| 3.1 เป้าหมายของกลุ่ม           | -เพื่อให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มเติมจากการทำการเกษตร                                                                                                                                                  | -เพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้า<br>-เพื่อต้องการขอสินเชื่อ                                                         |
| 3.2 กฎ ระเบียบ                 | -ไม่มีกฎ ระเบียบแน่นอนสามารถยืดหยุ่นได้                                                                                                                                                              | -ไม่มีกฎ ระเบียบแน่นอนสามารถยืดหยุ่นได้                                                                           |
| 3.3 กิจกรรมที่เกิดขึ้น         | -ร่วมกับผลิตสินค้าที่ใช้ภายในครัวเรือน<br>-จัดประชุมกลุ่มเป็นประจำทุกเดือน<br>-มอบทุนเรียนดีให้กับเด็กภายในชุมชนเป็นประจำทุกภาคเรียน                                                                 | -การปลูกและดูแลพลูคว<br>-ประชุมกลุ่มทุก ๆ 1 เดือน<br>-ร่วมกันวิจัย และพัฒนาน้ำหมักเอนไซม์<br>-ร่วมกิจกรรมกับชุมชน |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เฉพาะภายในเท่านั้น ไม่สามารถเผยแพร่ให้ผู้อื่นได้โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

| ข้อมูล                       | วิสาหกิจชุมชน                                                                                                                                                        |                                                    |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
|                              | แม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง                                                                                                                                          | บุญสว่างหมู่บ้านบำรุงรักษา<br>อ้อมน้อย             |
| 4. ด้านการตลาด               |                                                                                                                                                                      |                                                    |
| 4.1 ผลิตภัณฑ์                | -มีคุณภาพ<br>-ราคาถูกกว่าท้องตลาด<br>-ไม่ใส่วัตถุกันเสีย                                                                                                             | -มีคุณภาพ<br>-ราคาถูกกว่าท้องตลาด                  |
| 4.2 ราคา                     | -แยมพุดชัญและมะกรูด 600 มล. ราคา 130 บาท<br>-ครีมเนยพุดชัญและมะกรูด 250 มล. ราคา 70 บาท<br>-น้ำยาล้างจาน 1,500 มล. ราคา 35 บาท<br>-น้ำยาซักผ้า 1,500 มล. ราคา 35 บาท | -ขนาด 30 กรัม ราคา 25 บาท                          |
| 4.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย     | -สถานที่ผลิต<br>-หน้าศาลากลางจังหวัด<br>-ร้านบ้านมากมี                                                                                                               | -วัดพระธรรมกาย<br>-การบอกปากต่อปาก                 |
| 4.4 การส่งเสริมการตลาด       | -www.thaitambon.com<br>-ชื่อน้ำยาล้างจานและน้ำยาซักผ้า 3 ขวด ในราคา 100 บาท                                                                                          | -www.thaitambon.com<br>-หนังสือพิมพ์หลักเมืองนิวส์ |
| 5. ด้านการผลิต               |                                                                                                                                                                      |                                                    |
| 5.1 แหล่งวัตถุดิบ            | -ภายในชุมชน<br>-ภายนอกชุมชน                                                                                                                                          | -ภายในชุมชน<br>-ภายนอกชุมชน                        |
| 5.2 สถานที่จัดหาวัตถุดิบ     | -ปลูกเอง<br>-ร้านองฮวด พุทธมณฑลสาย 4 นครปฐม<br>-ร้านศรีสำอางค์ กรุงเทพฯ                                                                                              | -ปลูกเอง<br>-ร้านองฮวด พุทธมณฑลสาย 4               |
| 5.3 การตรวจสอบคุณภาพ         | มี                                                                                                                                                                   | มี                                                 |
| 5.4 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ | หลากหลาย                                                                                                                                                             | ไม่หลากหลาย                                        |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

| ข้อมูล                                         | วิสาหกิจชุมชน                                                              |                                                                             |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
|                                                | แม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง                                                | บุญสว่างหมู่บ้านบำรุงรักษา<br>อ้อมน้อย                                      |
| 6. ด้านภาวะผู้นำ                               |                                                                            |                                                                             |
| 6.1 เพศ                                        | หญิง                                                                       | ชาย                                                                         |
| 6.2 ชื่อ-สกุล                                  | คุณเฉลิมศรี อินทนนท์                                                       | คุณพิปราช ลิ้มรักษา                                                         |
| 6.3 อายุ (ปี)                                  | 59                                                                         | 60                                                                          |
| 6.4 การศึกษา                                   | ปวช.                                                                       | ป.กศ. ชั้นสูง                                                               |
| 6.5 สถานภาพสมรส                                | สมรส                                                                       | สมรส                                                                        |
| 6.6 รายได้ต่อเดือน (บาท)                       | 16,000                                                                     | 10,000                                                                      |
| 6.7 ลักษณะผู้นำ                                | ธรรมชาติ                                                                   | ธรรมชาติ                                                                    |
| 6.8 ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง (ปี)                   | 10                                                                         | 3                                                                           |
| 7. ด้านสมาชิกกลุ่ม                             |                                                                            |                                                                             |
| 7.1 ลักษณะของสมาชิก                            | ภายในชุมชน                                                                 | ภายในชุมชน                                                                  |
| 7.2 จำนวนสมาชิกเริ่มแรก (คน)                   | 20                                                                         | 12                                                                          |
| 7.3 จำนวนสมาชิกปัจจุบัน (ปี)                   | 14                                                                         | 12                                                                          |
| 7.4 ความเพียงพอของสมาชิก                       | เพียงพอ                                                                    | เพียงพอ                                                                     |
| 7.5 การมีส่วนร่วมของสมาชิก                     | -ร่วมผลิตสินค้า<br>-ร่วมประชุมกลุ่ม                                        | ไม่มี                                                                       |
| 7.6 การเพิ่มทักษะ/ ศึกษาดูงาน                  | เคยมี                                                                      | ไม่มี                                                                       |
| 8. ด้านนโยบายรัฐบาล (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์) |                                                                            |                                                                             |
| 8.1 การเข้าคัดสรร OTOP                         | เข้ารับ                                                                    | ไม่เคยเข้ารับ                                                               |
| 8.2 ปีที่เข้ารับ และระดับดาว                   | -2553 แชมพูอัญชัน<br>ได้ระดับ 3 ดาว<br>-2554 แชมพูมะกรูด<br>ได้ระดับ 4 ดาว | -                                                                           |
| 9. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน    |                                                                            |                                                                             |
| 9.1 หน่วยงานที่สนับสนุน                        | -สำนักงานเกษตรจังหวัด<br>-สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด                        | -สำนักงานพัฒนาชุมชน<br>จังหวัด                                              |
| 9.2 การสนับสนุน                                | -ทำตลาดบรรจุภัณฑ์<br>-ให้ความรู้เกี่ยวกับ มพข. และ<br>การต่ออายุใบรับรอง   | -ให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนา<br>สินค้าสู่โครงการหนึ่งตำบล<br>หนึ่งผลิตภัณฑ์ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

| ข้อมูล                                   | วิสาหกิจชุมชน                                                            |                                                                                           |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                          | แม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง                                              | บุญสว่างหมู่บ้านบำรุงรักษา<br>อ้อมน้อย                                                    |
| 10. ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย |                                                                          |                                                                                           |
| 10.1 เครือข่าย                           | มี                                                                       | มี                                                                                        |
| 10.2 ชื่อเครือข่าย                       | -กลุ่มแม่บ้านในจังหวัด<br>สุพรรณบุรี                                     | -ผู้ปลูกพลูควา                                                                            |
| 10.3 จังหวัด                             | -สุพรรณบุรี                                                              | -สมุทรสงคราม                                                                              |
| 10.4 การขยายเครือข่าย                    | ไม่มี                                                                    | ไม่มี                                                                                     |
| 11. มาตรฐานที่ได้รับ                     | -มผช.                                                                    | -                                                                                         |
| 12. ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่ม              | -ต้นทุนการผลิตสูง<br>-ไม่สะดวกในการเดินทางไป<br>จำหน่ายสินค้าภายนอกกลุ่ม | -ไม่มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย<br>-ไม่มีตลาดหรือสถานที่จำหน่าย<br>ใกล้กับสถานที่ตั้งกลุ่ม |

ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย ปัจจัยภายในกลุ่ม ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านผู้นำ และด้านสมาชิกกลุ่ม ตลอดจนปัจจัยภายนอกกลุ่ม ได้แก่ ด้านนโยบายรัฐบาล ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย จากการศึกษาเชิงคุณภาพจากวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 10 กลุ่ม โดยแบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์ 5 ประเภท สามารถอธิบายได้ ดังนี้

ด้านการเงิน พบว่า ในการจัดตั้งกลุ่มส่วนใหญ่ระดมทุนจากสมาชิกกลุ่ม มีบางกลุ่มที่ได้รับเงินสนับสนุนจากหน่วยงานในท้องถิ่น และมีเพียงหนึ่งกลุ่มที่ใช้เงินทุนของประธานกลุ่มเป็นเงินทุนในการจัดตั้ง ส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มีรายได้กลุ่มมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. เมื่อเปรียบเทียบตามผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า วิสาหกิจชุมชน จำนวน 9 กลุ่ม มีเป้าหมายของเพื่อให้คนในชุมชนและสมาชิกกลุ่ม มีรายได้ เป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ มีวิสาหกิจชุมชนเพียงหนึ่งกลุ่มที่มีเป้าหมายเพื่อเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้า และเพื่อต้องการขอสินเชื่อ สำหรับกฎ ระเบียบจะไม่มีกฎ ระเบียบแน่นอน ไม่เป็นลายลักษณ์อักษร และสามารถยืดหยุ่นได้ ทุกกลุ่มมีการจัดการประชุมเป็นประจำทุกเดือน และมีการร่วมกิจกรรมสาธารณประโยชน์กับชุมชนตามวันสำคัญและเทศกาลต่าง ๆ

ด้านการตลาด พบว่า วิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพออกมาจำหน่าย วิสาหกิจชุมชนที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลากหลายทั้งตลาดภายในและภายนอกชุมชน มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. นอกจากนี้กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ยังขาดการประชาสัมพันธ์กลุ่มและสินค้าอีกด้วย

ด้านการผลิต พบว่า ส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มีผลิตภัณฑ์หลากหลายทั้งรูปแบบ สี สัน และลวดลาย มีการคิดค้น ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. หรือกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. บางกลุ่ม ถึงแม้จะมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย แต่ผลิตภัณฑ์เหล่านั้น มีลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีการพัฒนารูปแบบ ทำให้ไม่เป็นที่สะดุดตาของผู้บริโภค นอกจากนี้ในด้านการวางแผนการผลิต กลุ่มที่ได้รับ มผช. มีการวางแผนการผลิตสินค้าที่ดีกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. กล่าวคือ มีการวางแผนการผลิตตั้งแต่การกำหนดขั้นตอนและกระบวนการผลิต เริ่มตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบมาจากภายในชุมชน ทำให้สามารถลดต้นทุนในการผลิตสินค้าได้ อีกทั้งวัตถุดิบยังมีความสดใหม่ ส่งผลต่อคุณภาพของสินค้าอีกด้วย

ด้านภาวะผู้นำ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้นำวิสาหกิจชุมชนมีลักษณะเป็นผู้นำธรรมชาติ ซึ่งเกิดจากสถานการณ์ที่ต้องเผชิญและการแก้ไขปัญหา ทำให้มีภาวะผู้นำในหลายด้าน เช่น มีความความรับผิดชอบ มีความขยัน อดทนในการทำงาน สามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกกลุ่มและบุคคลอื่น ๆ ได้ และเป็นผู้เสียสละช่วยเหลืองานสาธารณประโยชน์ของชุมชน เป็นต้น

ด้านสมาชิกกลุ่ม พบว่า ส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนทั้งกลุ่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การรับผลประโยชน์ ตลอดจนร่วมกันประเมินผล นอกจากนี้ในการพัฒนาทักษะความรู้ของสมาชิกโดยการจัดอบรมศึกษาดูงาน ในอดีตทั้งสองกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่ปัจจุบันพบว่า กลุ่มที่ได้รับ มผช. ไม่มีการพัฒนาทักษะความรู้ของสมาชิกโดยการจัดอบรมศึกษาดูงาน เนื่องจากการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้ามีปริมาณสูงมาก ทำให้สมาชิกกลุ่มต้องมาร่วมกันผลิตสินค้า จึงไม่สามารถพาสมาชิกกลุ่มไปศึกษาดูงานได้ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มที่ได้รับ มผช. บางกลุ่ม ยังขาดแคลนแรงงาน สมาชิกกลุ่มไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน เพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า

ด้านนโยบายรัฐบาล พบว่า ส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนทั้งกลุ่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. เข้าร่วมการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP กลุ่มที่ได้รับ มผช. สินค้ามีระดับดาวมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. และยังมีจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP มากกว่าอีกด้วย นโยบายรัฐบาลช่วยให้วิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้มากขึ้น ช่วยให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้เพิ่มมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามนโยบายก็มีส่วนทำให้สินค้าและตราสินค้าของกลุ่มถูกลอกเลียนแบบจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มใดมีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น และถ้าเป็นผลิตภัณฑ์พื้นฐานที่ไม่ต้องใช้ทักษะในการผลิตสูง ผลิตภัณฑ์นั้นจะถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย

ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน พบว่า วิสาหกิจชุมชนทั้งกลุ่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ได้รับการสนับสนุนจากเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน่วยงานในด้านเงินทุน การให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิต การทำตลาดและบรรจุภัณฑ์ แต่กลุ่มที่ได้รับ มผช. จะมีหน่วยงานเข้ามาให้การสนับสนุนมากกว่า และได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งตรงข้ามกับกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. พบว่า หน่วยงานเข้ามาให้การสนับสนุนมีจำนวนน้อย และการสนับสนุนไม่มีความต่อเนื่อง อีกทั้งยังขาดการสนับสนุนในด้านการตลาดและสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์

ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มีการสร้างเครือข่ายมากกว่ากลุ่มที่ได้รับ มผช. เนื่องจากกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ยังประสบปัญหาบางประการจึงต้องพึ่งพาเครือข่าย เกิดเครือข่ายจากการไปออกงานแสดงสินค้าแล้วได้พบปะ พูดคุยกันเป็นประจำ ส่วนกลุ่มที่ได้รับ มผช. ไม่มีการสร้างเครือข่าย เนื่องจากสามารถจัดหาวัตถุดิบ หรือทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตได้เองและเพียงพอ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และ 3) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) โดยใช้เทคนิควิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกัน การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประธานกลุ่มหรือตัวแทนกลุ่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2556 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีจำนวนทั้งหมด 14 กลุ่ม และกลุ่มที่ไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 14 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 28 กลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มที่ได้รับ มผช. จำนวน 5 กลุ่ม และกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. จำนวน 5 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 10 กลุ่ม จำแนกตามประเภทของ มผช. ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า/เครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อหาความสัมพันธ์และเชื่อมโยงโดยการเปรียบเทียบข้อมูล สรุปได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. การวิจัยเชิงปริมาณ

##### 1.1 สภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

จากการศึกษาพบว่า วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาครเป็นประเภทกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 17.86 เมื่อพิจารณากลุ่มที่ได้รับและไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) พบว่ากลุ่มที่ได้รับ มผช. เป็นประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.71 ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. เป็นประเภทการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.15 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับมาตรฐานประเภทแชมพูมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.33 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและสบู่อะไรก็มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.2 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

### 1.2.1 กลุ่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มที่ได้รับ มผช. ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.30$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้านการบริหารจัดการ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการตลาด และด้านสมาชิกกลุ่ม โดยมีค่าเฉลี่ย 4.77, 4.77, 4.73, 4.66, 4.64 และ 4.61 ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมาก ได้แก่ ด้านนโยบายรัฐบาล และด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.44 และ 4.31 ตามลำดับ และด้านที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับปานกลาง คือ ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.98

### 1.2.2 กลุ่มที่ไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมากที่สุด คือ ด้านสมาชิกกลุ่ม โดยมีค่าเฉลี่ย 4.51 ส่วนด้านที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับมาก ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงิน ด้านการผลิต และด้านการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.44, 4.29, 4.23, 4.22 และ 3.63 ตามลำดับ และด้านที่มีผลต่อการได้รับ มผช. ในระดับปานกลาง คือ ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย และด้านนโยบายรัฐบาล โดยมีค่าเฉลี่ย 3.34 และ 2.94 ตามลำดับ

## 1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกทวิ (Binary stepwise logistic regression) จากตัวแปรทั้งหมด 9 ตัวแปร มีเพียง 3 ตัวแปรที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ การผลิต สมาชิกกลุ่ม และนโยบายรัฐบาล โดยการผลิตและสมาชิกกลุ่มมีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนโยบายรัฐบาลมีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การทำนายถูกต้องร้อยละ 85.70 โดยตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมีค่าเป็นบวก ได้แก่ ด้านการผลิต ( $\text{Exp}(B) = 348.612$ ) และด้านนโยบายรัฐบาล ( $\text{Exp}(B) = 3.220$ ) ตามลำดับ กล่าวคือ หากมีการวางแผนหรือการจัดการด้านการผลิตที่ดี จะส่งผลต่อการได้รับ มผช. เพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันหากนโยบายรัฐบาลมีการประชาสัมพันธ์ สนับสนุน หรือส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด

จะส่งผลต่อการได้รับ มผช. เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ส่วนตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ ได้แก่ ด้านเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมาชิกกลุ่ม ( $\text{Exp}(B) = 0.025$ ) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเมื่อสมาชิกกลุ่มไม่ได้รับการเพิ่มทักษะความรู้จะส่งผลต่อการได้รับ มผช. เพิ่มขึ้น

#### 1.4 ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

##### 1.4.1 กลุ่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 1.89$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับปานกลาง คือ ด้านการผลิต โดยมีค่าเฉลี่ย 2.51 ส่วนด้านที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อย ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ด้านนโยบายรัฐบาล ด้านการเงิน และด้านการบริหารจัดการ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.28, 2.26, 1.89, 1.88, 1.77 และ 1.68 ตามลำดับ และด้านที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านสมาชิกกลุ่ม และด้านผู้นำ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.22 และ 1.99 ตามลำดับ

##### 1.4.2 กลุ่มที่ไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.46$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย ด้านการตลาด ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ด้านการผลิต และด้านนโยบายรัฐบาล โดยมีค่าเฉลี่ย 2.92, 2.91, 2.82, 2.74 และ 2.69 ส่วนด้านที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อย ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการบริหารจัดการ และด้านสมาชิกกลุ่ม โดยมีค่าเฉลี่ย 2.06, 1.94 และ 1.58 ตามลำดับ และด้านที่พบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อยที่สุด คือ ด้านผู้นำ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.46

#### 2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย ปัจจัยภายในกลุ่ม ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านผู้นำ และด้านสมาชิกกลุ่ม ตลอดจนปัจจัยภายนอกกลุ่ม ได้แก่ ด้านนโยบายรัฐบาล ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย จากการศึกษาเชิงคุณภาพจากวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 10 กลุ่ม โดยแบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์ 5 ประเภท สามารถอธิบายได้ ดังนี้

ด้านการเงิน พบว่า ในการจัดตั้งกลุ่มส่วนใหญ่ระดมทุนจากสมาชิกกลุ่ม มีบางกลุ่มที่ได้รับเงินสนับสนุนจากหน่วยงานในท้องถิ่น และมีเพียงหนึ่งกลุ่มที่ใช้เงินทุนของประธานกลุ่มเป็น

เงินทุนในการจัดตั้ง ส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มีรายได้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. เมื่อเปรียบเทียบตามผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า วิสาหกิจชุมชน จำนวน 9 กลุ่ม มีเป้าหมายของเพื่อให้คนในชุมชนและสมาชิกกลุ่ม มีรายได้ เป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ มีวิสาหกิจชุมชนเพียงหนึ่งกลุ่มที่มีเป้าหมายเพื่อเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้า และเพื่อต้องการขอสินเชื่อ สำหรับกฎระเบียบจะไม่มีกฎ ระเบียบแน่นอน ไม่เป็นลายลักษณ์อักษร และสามารถยืดหยุ่นได้ ทุกกลุ่มมีการจัดการประชุมเป็นประจำทุกเดือน และมีการร่วมกิจกรรมสาธารณประโยชน์กับชุมชนตามวันสำคัญและเทศกาลต่าง ๆ

ด้านการตลาด พบว่า วิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพออกมาจำหน่าย วิสาหกิจชุมชนที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งตลาดภายในและภายนอกชุมชน มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. นอกจากนี้กลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ยังขาดการประชาสัมพันธ์กลุ่มและสินค้าอีกด้วย

ด้านการผลิต พบว่า ส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มีผลิตภัณฑ์หลากหลายทั้งรูปแบบ สี สัน และลวดลาย มีการคิดค้น ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. หรือกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. บางกลุ่ม ถึงแม้จะมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย แต่ผลิตภัณฑ์เหล่านั้น มีลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีการพัฒนารูปแบบ ทำให้ไม่เป็นที่สะดุดตาของผู้บริโภค นอกจากนี้ในด้านการวางแผนการผลิต กลุ่มที่ได้รับ มผช. มีการวางแผนการผลิตสินค้าที่ดีกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. กล่าวคือ มีการวางแผนการผลิตตั้งแต่การกำหนดขั้นตอนและกระบวนการผลิต เริ่มตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบมาจากภายในชุมชน ทำให้สามารถลดต้นทุนในการผลิตสินค้าได้ อีกทั้งวัตถุดิบยังมีความสดใหม่ ส่งผลต่อคุณภาพของสินค้าอีกด้วย

ด้านภาวะผู้นำ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้นำวิสาหกิจชุมชนมีลักษณะเป็นผู้นำธรรมชาติ ซึ่งเกิดจากสถานการณ์ที่ต้องเผชิญและการแก้ไขปัญหา ทำให้มีภาวะผู้นำในหลายด้าน เช่น มีความความรับผิดชอบ มีความขยัน อดทนในการทำงาน สามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกกลุ่มและบุคคลอื่น ๆ ได้ และเป็นผู้เสียสละช่วยเหลืองานสาธารณประโยชน์ของชุมชน เป็นต้น

ด้านสมาชิกกลุ่ม พบว่า ส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนทั้งกลุ่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การรับผลประโยชน์ ตลอดจนร่วมกันประเมินผล นอกจากนี้ในการพัฒนาทักษะความรู้ของสมาชิกโดยการจัดอบรมศึกษาดูงาน ในอดีตทั้งสองกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่ปัจจุบันพบว่า กลุ่มที่ได้รับ มผช. ไม่มีการพัฒนาทักษะความรู้ของสมาชิกโดยการจัดอบรมศึกษาดูงาน เนื่องจากการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้ามีปริมาณสูงมาก ทำให้สมาชิกกลุ่มต้องมาร่วมกันผลิตสินค้า จึงไม่สามารถพาสมาชิกกลุ่มไปศึกษาดูงานได้ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มที่ได้รับ มผช. บางกลุ่ม ยังขาดแคลนแรงงาน สมาชิกกลุ่มไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน เพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า

ด้านนโยบายรัฐบาล พบว่า ส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนทั้งกลุ่มที่ได้รับมาตรฐานเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. เข้าร่วมการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP กลุ่มที่ได้รับ มผช. สินค้ามีระดับความมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. และยังมีจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP มากกว่าอีกด้วย นโยบายรัฐบาลช่วยให้วิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้มากขึ้น ช่วยให้สมาชิกกลุ่มมีรายได้เพิ่มมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามนโยบายก็มีส่วนทำให้สินค้าและตราสินค้าของกลุ่มถูกลอกเลียนแบบจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มใดมีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นและถ้าเป็นผลิตภัณฑ์พื้นฐานที่ไม่ต้องใช้ทักษะในการผลิตสูง ผลิตภัณฑ์นั้นจะถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย

ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน พบว่า วิสาหกิจชุมชนทั้งกลุ่มที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานในด้านเงินทุน การให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิต การตลาดและบรรจุภัณฑ์ แต่กลุ่มที่ได้รับ มผช. จะมีหน่วยงานเข้ามาให้การสนับสนุนมากกว่า และได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งตรงข้ามกับกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. พบว่า หน่วยงานเข้ามาให้การสนับสนุนมีจำนวนน้อย และการสนับสนุนไม่มีความต่อเนื่อง อีกทั้งยังขาดการสนับสนุนในการตลาดและสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์

ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มีการสร้างเครือข่ายมากกว่ากลุ่มที่ได้รับ มผช. เนื่องจากกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ยังประสบปัญหาบางประการจึงต้องพึ่งพาเครือข่าย เกิดเครือข่ายจากการไปออกงานแสดงสินค้าแล้วได้พบปะ พูดคุยกันเป็นประจำ ส่วนกลุ่มที่ได้รับ มผช. ไม่มีการสร้างเครือข่ายเนื่องจากสามารถจัดหาวัตถุดิบ หรือทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตได้เองและเพียงพอ

## อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า มี 3 ปัจจัยที่มีต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ การผลิต สมาชิกกลุ่ม และนโยบายรัฐบาล ซึ่งด้านการผลิต มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์ในทิศทางบวก แสดงให้เห็นว่า หากมีการวางแผนการผลิตตั้งแต่การกำหนดขั้นตอนและกระบวนการผลิตที่ดี ตลอดจนการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และสร้างความหลากหลายของสินค้า จะส่งผลต่อการได้รับ มผช. เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ประภาพรณ เหล่าวีระกุล (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ของเกษตรกรที่ผ่านมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ที่พบว่ามีการวางแผนหรือการจัดการผลิตที่ดีมีผลต่อการได้รับมาตรฐานเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ธิดิมา หอมวุฒิมวงศ์ (2552) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์ในทิศทางบวก แสดงให้เห็นว่า หากมีการวางแผนการผลิตตั้งแต่การกำหนดขั้นตอนและกระบวนการผลิตที่ดี ตลอดจนการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และสร้างความหลากหลายของสินค้า จะส่งผลต่อการได้รับ มผช. เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ประภาพรณ เหล่าวีระกุล (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ของเกษตรกรที่ผ่านมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดอุบลราชธานี ที่พบว่ามีการวางแผนหรือการจัดการผลิตที่ดีมีผลต่อการได้รับมาตรฐานเพิ่มขึ้น

การได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดพะเยา ที่พบว่า ถ้าผู้ขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ทำการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี โอกาสในการได้รับรองมาตรฐานชุมชนจะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 28.85 เนื่องจากผู้ผลิตชุมชนมีการปรับปรุงกระบวนการผลิต มีความชำนาญในการผลิต และการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการผลิต ทำให้สินค้ามีคุณภาพ

สมาชิกกลุ่ม มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์ในทิศทางลบ แสดงให้เห็นว่า การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มได้รับการพัฒนาทักษะความรู้ โดยการจัดการอบรมศึกษาดูงานน้อยลง จะเห็นได้จากกลุ่มที่ได้รับ มพข. ต้องทำการผลิตตามปริมาณการสั่งซื้อของลูกค้าให้ทันเวลา จึงไม่สามารถหยุดการผลิตสินค้าได้หลายวัน สมาชิกกลุ่มจึงไม่ได้รับการอบรมศึกษาดูงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Joyce Mokamba *et al.* (2012) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดไนโรบี ประเทศเคนยา ที่พบว่า สมาชิกกลุ่มควรได้รับการส่งเสริมโอกาสในการจัดอบรมศึกษาดูงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านทักษะความรู้ ความสามารถของสมาชิก ซึ่งจะนำไปสู่การได้รับมาตรฐานเพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าจะกลุ่มจะได้รับการรับรองมาตรฐานแล้วก็ตาม ก็ต้องมีการพัฒนาทักษะความรู้ การจัดการอบรม ศึกษาดูงานให้แก่สมาชิก เพราะคู่แข่งมีการพัฒนาสินค้าอยู่ตลอดเวลา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติมา หอมวุฒิวงศ์ (2552) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดพะเยา ที่พบว่า ถ้ามีการพัฒนาสมาชิกหรือฝึกอบรมสมาชิกแล้ว โอกาสในการได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากทำให้สมาชิกกลุ่มได้รับความรู้และประสบการณ์ สามารถควบคุมกระบวนการผลิต และตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตสินค้าได้อย่างมีคุณภาพ

นโยบายรัฐบาล มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าสัมประสิทธิ์ในทิศทางบวก แสดงให้เห็นว่า หากมีการสนับสนุน ส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ และการออกนโยบายอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลต่อการได้รับ มพข. เพิ่มขึ้น ซึ่งการได้รับ มพข. สามารถนำสินค้าเข้าจัดสรรเป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ สอดคล้องกับสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (2546) ได้ระบุว่า ประโยชน์ที่ได้จากการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ สินค้าเป็นที่น่าเชื่อถือและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค เป็นการสนับสนุนผู้ผลิตรายย่อยให้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและสนับสนุนด้านการตลาด สามารถนำผลิตภัณฑ์เข้าจัดสรร OTOP Product Champion (ระดับดาว) เป็นต้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่า กลุ่มที่ได้รับ มพข. ได้เข้าร่วมจัดสรรสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีระดับดาวและจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการจัดสรรมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับ มพข. นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรณพ อ่อนมาก (2553) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนธุรกิจเลือก ตำบลแพ่ง อำเภอ

โกสัมพินธ์ จังหวัดมหาสารคาม ที่พบว่า นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ช่วยสนับสนุนให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป อีกทั้งยังส่งเสริมในเรื่องของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ จัดให้มีการอบรมเทคนิคทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และวิธีการขายให้แก่ผู้ผลิต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mbugua Stephen *et al.* (2014) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในตลาดเมืองลิมูรู จังหวัดเคียนบู ประเทศเคนยา ที่พบว่า ภาครัฐมีการออกนโยบายที่สนับสนุนการเติบโตและขยายตัว จะช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับมาตรฐานมากขึ้น และยังช่วยให้ลดความท้าทายที่เผชิญอยู่

## ข้อเสนอแนะ

### 1.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านสมาชิกกลุ่ม และด้านนโยบายรัฐบาล ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังนี้

1) หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ควรเข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิต ทั้งการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย การสร้างตราสัญลักษณ์ ตลอดจนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและเป็นที่น่าสนใจ โดยนำเอาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นหรือลักษณะเฉพาะของตัวสินค้ามาใช้เป็นจุดเด่นในการออกแบบ นอกเหนือจากการออกแบบรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์แล้ว บรรจุภัณฑ์จะต้องสามารถใช้สอยได้จริง นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนควรมีการพัฒนาและยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จะนำไปสู่การได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป

2) สมาชิกกลุ่มควรได้รับการเพิ่มทักษะความรู้ โดยมีการจัดอบรมศึกษาดูงาน เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงระหว่างวิสาหกิจชุมชนด้วยกันเอง หรือจากธุรกิจ SMEs ดังนั้นการเพิ่มทักษะความรู้จึงมีความสำคัญ จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มที่ได้รับ มผช. สมาชิกกลุ่มไม่ได้รับการเพิ่มทักษะ เพราะต้องร่วมกันผลิตสินค้าให้ทันการสั่งซื้อของลูกค้า ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจมีการจัดอบรม ณ วิสาหกิจชุมชน เพื่อช่วยลดระยะเวลาการเดินทาง ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับ มผช. ประสบปัญหาสมาชิกกลุ่มเป็นผู้สูงอายุ จึงไม่สะดวกในการเดินทางไกล ดังนั้นอาจมีการจัดอบรม ณ วิสาหกิจชุมชน หรือการดูงานภายนอกกลุ่มแบบ 1 วัน (เข้าไป-เย็นกลับ) และหากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มใดไม่มีความสะดวกในการพาสมาชิกออกไปศึกษาดูงาน ก็ควรมีการส่งตัวแทนกลุ่มอย่างน้อย 2 คน ไปศึกษาดูงาน เพื่อช่วยกันทำความเข้าใจในความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรม แล้วนำเผยแพร่สู่สมาชิกกลุ่มคนอื่น ๆ ต่อไป อย่างไรก็ตามหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสำรวจความต้องการในการฝึกอบรมของวิสาหกิจชุมชนก่อนการฝึกอบรม เพื่อให้ตรงตามความที่แท้จริงของกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) หน่วยงานภาครัฐ ควรมีการออกนโยบายเพื่อช่วยในการสนับสนุนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ทั้งการส่งเสริม ประชาสัมพันธ์กลุ่ม ผลิตภัณฑ์ และนโยบายให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป โดยนโยบายควรมีความสอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจชุมชนอย่างแท้จริงทั้งในด้านการดำเนินงานของกลุ่ม การสนับสนุนการเติบโตและขยายตัว การแก้ไขปัญหาที่วิสาหกิจชุมชนประสบอยู่ และนโยบายควรมีความต่อเนื่อง

4) ควรจัดหาช่องทางการจำหน่ายสินค้า มีการผลักดันจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าในทุกระดับ อาจเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดยวางจำหน่ายสินค้าชุมชนตามสถานีบริการน้ำมัน ซึ่งจะต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชน รวมทั้งการส่งเสริมประชาสัมพันธ์สินค้าและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เป็นที่รู้จักและมีความต่อเนื่อง

## 1.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ผลิตชุมชนในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดอื่น ๆ เนื่องจากการขอรับรอง มผช. ไม่เพียงแต่วิสาหกิจชุมชนจะขอรับรองมาตรฐานได้ ผู้ผลิตชุมชน อื่น ๆ ได้แก่ กลุ่มหรือสมาชิกของกลุ่มเกษตรกร กลุ่มสหกรณ์ หรือกลุ่มอื่น ๆ เป็นต้น ก็สามารถขอรับรองได้ จึงควรมีการศึกษาและเปรียบเทียบ เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมและแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการได้รับ มผช. ต่อไป

2) ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้ขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินงาน และการให้บริการด้านการรับรอง มผช. ของหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

3) ข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้ คือ จำนวนวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2559 มีจำนวนทั้งหมด 14 กลุ่ม ซึ่งถือว่ามีความน้อย และไม่เป็นไปตามข้อตกลงพื้นฐานของการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก กล่าวคือ การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกต้องใช้ขนาดตัวอย่าง (n) เท่ากับ 30 เท่าของจำนวนตัวแปรทำนาย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ถึงอย่างไรก็ตามวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับ มผช. จำนวน 14 กลุ่ม ก็เป็นประชากรทั้งหมด ผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด และเปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนที่ไม่ได้รับ มผช. ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป หากต้องการแก้ไขปัญหาดังกล่าว จะต้องศึกษาผู้ผลิตชุมชนทั้งหมดในจังหวัดสมุทรสาคร

## บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน. 2546. **ระเบียบว่าด้วยการบริหารราชการแผ่นดิน**. กรุงเทพฯ : กรมการพัฒนาชุมชน.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2548. **การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล**. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาธุรกิจสหกรณ์.
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. 2559. **ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน**. [Online]. Available : <http://www.smce.doae.go.th/ProductCategory/SmceCategory.php>. [26/05/2559].
- กัญญามน อินทว้าง และคณะ. 2554. **การจัดการวิสาหกิจชุมชน**. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- กันยารัตน์ เพ็งพอรู้. 2555. “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตมินบุรี และเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. **การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. 2543. **การจัดการเครือข่าย : กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา**. กรุงเทพฯ : ชัคเชลมีเดีย.
- จันทร์เพ็ญ โพธิ์สุวรรณ ให้สัมภาษณ์, 10 เมษายน 2560. ชลิดา เลิศเกษมผล ผู้สัมภาษณ์. **ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางนาดี**. ที่ทำการวิสาหกิจชุมชนกระเป๋านางนาดี.
- จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย. 2548. **การเงินธุรกิจ**. เชียงราย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- เฉลิมศรี อินทนนท์ ให้สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2560. ชลิดา เลิศเกษมผล ผู้สัมภาษณ์. **ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรเก้าสิบบางยาง**. บ้านพักคุณเฉลิมศรี อินทนนท์.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. 2526. **การบริหารสื่อและเทคโนโลยีการศึกษา**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล. 2550. **วิสาหกิจชุมชนกลไกเศรษฐกิจฐานราก**. กรุงเทพฯ : เอดิชั่น เพรส โปรดักส์.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. 2560. **รายการมองรอบทิศกระชับมิตรชุมชน ตอน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี**. [Online]. Available : <http://www.youtube.com/watch?v=1Hg9Xii38QM>. [14/04/2560].

ธิดิมา หอมวุฒิวังศ์. 2552. “ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดพะเยา.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธีระวัฒน์ จันทิก และ เสรี ชัดแจ้ง. 2557. “การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน.” วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย. 6 (1) : 99-129.

นันทิยา หุตานวัตร. 2546. การพัฒนาองค์กรชุมชน. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน.

นุรน์จมาล แวโด และคณะ. 2554. “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายในและปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรกับความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

ประภาพรรณ เหล่าวีระกุล. 2554. “ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ของเกษตรกรที่ผ่านมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดอุบลราชธานี.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาธุรกิจเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ประสงค์ ประณีตพลกรัง. 2543. การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ : ธนรัชการพิมพ์.

ปัทมา ทัพเสริไฟ. 2534. “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนตัว การสนับสนุนทางสังคมกับการเผชิญภาวะความเครียดของครอบครัวจิตเภทผู้ใหญ่.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการพยาบาล บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปาริฉัตร เครื่องเขียว. 2551. “การประเมินผลการดำเนินงานกิจการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดลำพูนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.” วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปรียาภรณ์ คำนวน. 2551. การควบคุมคุณภาพการผลิต. [Online]. Available : [http://www.annkomnuan.blogspot.com/2008/08/blog-post\\_1614.html](http://www.annkomnuan.blogspot.com/2008/08/blog-post_1614.html). [28/12/2558].

พะยอม วงศ์สารศรี. 2542. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : สุภา.

พระมหาสุทิตย์ อาภากรโร. 2547. เครื่องข่าย : ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ. กรุงเทพฯ : สำนักงานเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. 2548. พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548. [Online]. Available : <http://www.openbase.in.th/http/%252Fwww.panyaThai.or.thWiki/index.php/พระราชบัญญัติส่งเสริมวิ%5>. [28/12/2558].

พัชรหทัย จารุทวีผลนุกุล. 2557. “อิทธิพลของปัจจัยจำแนกประเภทธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีผลต่อการปฏิบัติงานสู่ความเป็นเลิศ.” วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- พัทธธีรา ศรีสุวรรณ. 2555. “การจัดการแปรรูปลำไยของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนบ้านสันป่าเหียง เพื่อให้ได้รับมาตรฐานอาหารและยา ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิชามญช์ โตโหมงาม. 2552. “ปัจจัยทางจิตและการสนับสนุนทางสังคมที่สัมพันธ์กับพฤติกรรม การยอมรับนวัตกรรมด้านการป้องกันโรคเอดส์ของเด็กเร่ร่อนในศูนย์สร้างโอกาสเด็ก กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาศาสตร์ ประยุกต์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิบูล ทีปะปาล. 2535. **การบริหารการบริการการตลาด**. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- พิปาย ลิมรักษา ให้สัมภาษณ์, 7 เมษายน 2560. ชลิดา เลิศเกษมผล ผู้สัมภาษณ์. **ข้อมูลวิสาหกิจ ชุมชนบุญสว่างบ้านบำรุงรัชอ้อมน้อย**. หมู่บ้านบำรุงรัชอ้อมน้อย.
- พิภพ ลิตาภรณ์. 2542. **การบริหารการผลิต**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- เพ็ชรี ฐะปะนีย์. 2549. “งานที่ทำนายของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นบุคคลที่มีสมรรถนะ ทำงานที่โดดเด่น.” **ศึกษาศาสตร์สาร**. 33(1): 147-167.
- เพียงใจ จุณศิริ. 2556. “ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. 2544. **ภาวะผู้นำ**. กรุงเทพฯ : ธนรัชการพิมพ์ จำกัด.
- รัตนา อัทธภูมิสุวรรณ. 2547. **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ : วิ.เจ.พรินติ้ง.
- วรรณ แซ่ลื้อ ให้สัมภาษณ์, 11 เมษายน 2560. ชลิดา เลิศเกษมผล ผู้สัมภาษณ์. **ข้อมูลวิสาหกิจ ชุมชนศิลปะประดิษฐ์อำเภอยะรัง**. บ้านพักคุณวรรณ แซ่ลื้อ.
- วิชัย โสสุวรรณจินดา. 2546. **การบริหารทรัพยากรมนุษย์**. กรุงเทพฯ : โฟร์เพช.
- ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์. 2543. **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สมคิด บางโม. 2545. **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ : วิทย์พัฒน์.
- สมชาย หิรัญกิตติ. 2542. **การบริหารทรัพยากรมนุษย์**. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สมศรี เกตุแก้ว ให้สัมภาษณ์, 13 เมษายน 2560. ชลิดา เลิศเกษมผล ผู้สัมภาษณ์. **ข้อมูลวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านเกษตรพัฒนา**. ที่ทำการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีสหกรณ์ บ้านเกษตรพัฒนา.
- สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร. 2558. **การปกครองจังหวัดสมุทรสาคร**. [Online]. Available : <http://www.samutsakhon.go.th.2014-01-04-19-08-26/2014-01-04-20>. [25/05/2560].

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร. 2556. **สุดยอดผลิตภัณฑ์จังหวัดสมุทรสาคร ปี 2556.**  
สมุทรสาคร : ทำจินครีเอชั่น.

สำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานสมุทรสาคร. 2559. **การฝึกอบรมอาชีพเสริม.** [Online]. Available :  
<http://www.dsd.go.th/samutsakhon/Region/ShowACT/16685?region69>. [12/04/2559].

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. 2546. **โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.** [Online].  
Available : [http:// www.tisi.go.th/cps\\_history.php](http://www.tisi.go.th/cps_history.php). [19/05/2560].

\_\_\_\_\_. 2558. **มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.** [Online]. Available : <http://www.app.tisi.go.th/otop/otop.html/>. [29/01/2559].

\_\_\_\_\_. 2559. **รายชื่อผู้ที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร.**  
[Online]. Available : <http://www.tcps.tisi.go.th/public/certificatelist.aspx?province=74&provincename>. [29/01/2559].

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร. 2554. **รายงานวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร ปี 2554.** กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร, สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2559. **ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสมุทรสาคร.** [Online]. Available :  
[http://www.service.nso.go.th/nso/web/statseries/tables/27400\\_Samut\\_Sakhon/E11116-48-57.xls](http://www.service.nso.go.th/nso/web/statseries/tables/27400_Samut_Sakhon/E11116-48-57.xls). [28/10/2559].

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2556. **หน่วยงานภาครัฐ-เอกชนเสริมศักยภาพ SMEs พร้อมรับ AEC.** [Online]. Available : <http://www.sme.go.th/th/index.php/news1/416-22-smes-aec>. [18/05/2560].

สำนักนายกรัฐมนตรี. 2544. **ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ.** กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.

\_\_\_\_\_. 2560. **การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่จะเป็นกำลังสำคัญที่จะนำพาเศรษฐกิจประเทศไทยเข้มแข็ง.** [Online]. Available : <http://www.thaigov.go.th/news/contents/details/1875>. [27/06/2560].

สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ. 2559. **คลัสเตอร์.** [Online]. Available : [http://www.cm.nesdb.go.th/pop\\_cluster.asp](http://www.cm.nesdb.go.th/pop_cluster.asp). [29/01/2559].

สำรวจ เข้มทองหลวง. 2555. “แนวทางการส่งเสริมเพื่อขอรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกรณีศึกษาสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกาฬสินธุ์.” วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- สุกัญญา คงมณี ให้สัมภาษณ์, 14 เมษายน 2560. ชลิดา เลิศเกษมผล ผู้สัมภาษณ์. **ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี.** ที่ทำการวิสาหกิจชุมชนพัฒนาสาครบุรี.
- สุกัญญา คงวิจิตร ให้สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2560. ชลิดา เลิศเกษมผล ผู้สัมภาษณ์. **ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนบ้านสวนส้ม.** บ้านพักคุณสุกัญญา คงวิจิตร.
- สุคาดวง เรืองรุจิระ. 2540. **การหาข้อมูลทางการตลาด.** กรุงเทพฯ : แม็ค.
- สุดาทิพย์ มีแสงเงิน ให้สัมภาษณ์, 6 เมษายน 2560. ชลิดา เลิศเกษมผล ผู้สัมภาษณ์. **ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง.** อาคารแปรรูปผลผลิตของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรหลักสอง.
- เสรี ชาหลา. 2544. **กระบวนการเรียนรู้ของประชาชน : ก้อนแนวทางพัฒนาชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น.** นครสวรรค์ : สวรรค์วิถีการพิมพ์.
- เสรี พงศ์พิศ. 2548. **ฐานคิดจากแผนแม่บทสู่วิสาหกิจชุมชน.** กรุงเทพฯ : พลังปัญญา.
- เสาวรภัย กุสุมา ณ อยุธยา. 2553. “Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย.” **Executive Journal.** 30(1) : 23-28.
- เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. 2552. “การพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม.” **วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาเกษตรศาสตร์การพัฒนากฎหมาย, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.**
- อรทัย วานิชดี. 2554. **ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ.** [Online]. Available : [http://www.lpn.nfe.go.th/e\\_learning/LESSON1/unit1\\_3.html](http://www.lpn.nfe.go.th/e_learning/LESSON1/unit1_3.html). [28/12/2558].
- อรุณี เกสรอุบล. 2544. “การสำรวจความเครียด การจัดการกับปัญหาและการสนับสนุนทางสังคมของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนนทบุรี.” **วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเกษตรศาสตร์ชุมชน บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**
- อรรณ อ่อนมาก. 2553. “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน : ธุรกิจผลิตภัณฑ์เปลือกกล้วยตากอบผง อำเภอกอสุ่มพิสัย จังหวัดมหาสารคาม.” **วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.**
- อานันท์ ตะนัยศรี. 2555. **วิสาหกิจชุมชน.** [Online]. Available : <http://ophbgo.blogspot.com/>. [28/12/2558].
- อาภา บุญวิรัตน์ ให้สัมภาษณ์, 14 เมษายน 2560. ชลิดา เลิศเกษมผล ผู้สัมภาษณ์. **ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนตลาดเกษตรสมุนไพร. ตลาดน้ำหนองพระองค์.**
- อารีย์ ศรีจินดา ให้สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2560. ชลิดา เลิศเกษมผล ผู้สัมภาษณ์. **ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนหนองนกไข่. บ้านพักคุณอารีย์ ศรีจินดา.**

อำไพ อินทรประเสริฐ. 2542. **ศิลปะการเป็นผู้นำ**. กรุงเทพฯ : ราชภัฏสวนดุสิต.

Bernard, M., Hellin, J., Nyikal, R. and Mburu J. 2010. **Determinants for use of certifies maize seed and the relative importance of transaction costs**. [Online]. Available : <http://www.ageconsearch.umn.edu/bitstream/96423/2/171.%20Determinants%20Use%20of%20Certified%20Maize%20in%20Kenya.pdf>. [12/09/2016].

Cameron, A.C. and Trivedi, P.K. 2005. **Supplement to micro econometrics : method and applications**. New York : Cambridge university press.

Chotithammaporn, W., Sannok, R., Mekhum, W., Rungsisawat, S., Poonpetpun, P. and Wongleedee, K. 2015. “The development of physical distribution center in marketing of small and micro community enterprise (SMCE) product in Bangkontee, Samut Songkram.” **Procedia-Social and Behavioral Science**. 207(2015) : 121-124.

Eggens, L., Van der Werf, M.P. and Bosker, R.J. 2008. “The influence of personal networks and social support on study attainment of students in university education.” **The International Journal of Higher Education Research**. 55(5) : 553-573.

Food and Agriculture Organization of the United Nations. 2011. “Enhancing farmer’s access to markets of certified products: A comparative analysis using a business model approach” **Agricultural management, marketing and finance working document no. 28**.

Fiedler, F.E. 1967. **A theory of leadership effectiveness**. New York : McGraw-Hill.

Greenberg, J. and Baron, A. 1993. **Behavior in organizations : understanding and managing the human side of work**. Ohio : Merril.

Gulick, L. 1936. **Notes on the theory of organization**. New York : Institute of Public Administration.

Hodgetts, R.M. 1999. **Modern human relationship to working**. New York : Dryden.

Joyce, M., Victor, K., John, C., Joseph, K., and Robert, M.M. 2012. “Factor affecting the implementation of product quality standards among small and medium enterprises (SMEs) based in Nairobi Kenya.” **Prime Journal of Business Administration and Management (BAM)**. 2(10) : 726-735.

Jump, N. 1978. **Psychometric theory**. New York : McGraw Hill.

Koontz, H. 1986. **Management**. New York : McGraw-Hill.

Kotler, P. 2003. **Strategic marketing for nonprofit organization**. London : Prentice-Hall.

- Lewin, K., Lippitt, R. and White, R.K. 1939. "Patterns of aggressive behavior in experimentally created social climates." **Journal of Social Psychology.** 10(2) : 271-299.
- Mbugua, S.K., Agnes, N. and Ondabu I.T. 2014. "Factors affecting the performance of small and micro enterprises in Limuru town market of Kiambu County, Kenya." **International Journal of Scientific and Research Publications.** 4(12) : 1-20.
- Mcfarland, D.E. 2001. **Management : principles and practices.** New York : Macmillan.
- Organ, D.W. 1987. **Organization citizenship behavior : the good soldier syndrom.** Massachusetts : Lexinton.
- Organ, D.W. and Konovsky, M. 1989. "Cognitive versus affective determinants of organizational citizenship behavior." **Journal of Applied Psychology.** 74(1) : 157-164.
- Organ, D.W. and Ryan, K. 1995. "A meta-analytic review of attitudinal and dispositional predictors of organizational citizenship behavior." **Personnel Psychology.** 48(4) : 775-802.
- Richardson, D.B. 1994. **Networking.** New York : John Wiley & Sons.
- Ruengdet, K. and Wongsurawat, W. 2010. "Characteristics of successful small and micro community enterprise in rural Thailand." **The Journal of Agricultural Education and Extension.** 16(4) : 385-397.
- Schnake, M. and Dumler, M.P. 1997. "Organizational citizenship behavior : the impact of rewards and reward practice." **Journal of Managerial Issues.** 9(2) : 216-229.
- Simon, H.A. and March, J. 1958. **Organization.** New York : John Wiled and Sons.
- Starkey, P. 1997. **Networking for development.** London : International Forum for Rural Transport and Development.
- Stogdill, R.M. 2000. **Studies in naval leadership.** Pittsburgh : Carnegie Press.
- Tead, O. 2001. **The art of leadership.** New York : McGraw-Hill.
- Thai Commerce. 2017. **Nadia leather.** [Online]. Available : <http://www.nadialeather.thai.commercestore.com/smce.pagenumber-2>. [12/04/2017].
- Thoits, P.A. 1982. "Conceptual methodological and theoretical problem in studying social support as a buffer against life stress." **Journal of Health and Social Behavior.** 24(6) : 145-159.
- Thoits, P.A. 1986. "Social support as coping assistance." **Journal of Consulting and Clinical Psychology.** 54(4) : 416-423.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Wikipedia. 2016. **ที่ตั้งและอาณาเขตจังหวัดสมุทรสาคร**. [Online]. Available : [https://www.en.wikipedia.org/wiki/Samut\\_Sakhon\\_Province](https://www.en.wikipedia.org/wiki/Samut_Sakhon_Province). [12/09/2016].



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1. ประวัติความเป็นมาของจังหวัดสมุทรสาคร

สมุทรสาคร หรือ ที่ชาวบ้านรู้จักและเรียกกันว่า “มหาชัย” จังหวัดเล็ก ๆ บนปากแม่น้ำท่าจีน เป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่มีบันทึกไว้ในพงศาวดารกรุงศรีอยุธยา เมื่อคราวพระเจ้าเสือเสด็จประพาสทางชลมารค

สมุทรสาครเดิมเรียกกันว่า “บ้านท่าจีน” ทั้งนี้เป็นเพราะเมื่อครั้งกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีนั้น ได้มีความสัมพันธ์กับต่างประเทศ เกิดการค้าขายกันอย่างเป็นล่ำเป็นสัน โดยเฉพาะกับชาวจีน ด้วยเหตุที่ชุมชนตั้งอยู่ปากแม่น้ำจึงมีชาวจีนนำเรือสำเภาเข้ามาจอดเทียบท่าค้าขายกันมาก จึงเรียกติดปากกันว่า บ้านท่าจีน กระทั่ง พ.ศ. 2091 สมเด็จพระมหาจักรพรรดิ ได้ยกฐานะบ้านท่าจีนขึ้นเป็นเมืองสาครบุรี เพื่อเป็นเมืองหน้าด่านป้องกันศัตรูข้าศึกที่เข้ามารุกรานทางทะเล

ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์จึงได้เปลี่ยนชื่อเมืองสาครบุรี เป็นเมืองสมุทรสาคร ครั้นถึงรัชกาลของสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 พระองค์ได้ทรงโปรดให้เปลี่ยนคำว่า เมือง เป็น จังหวัด ทั่วประเทศ นับแต่นั้นมาเมืองสมุทรสาครรู้จักกันในชื่อ จังหวัดสมุทรสาคร (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร. 2556)

## 2. ทำเลที่ตั้ง ภูมิประเทศ และภูมิอากาศ

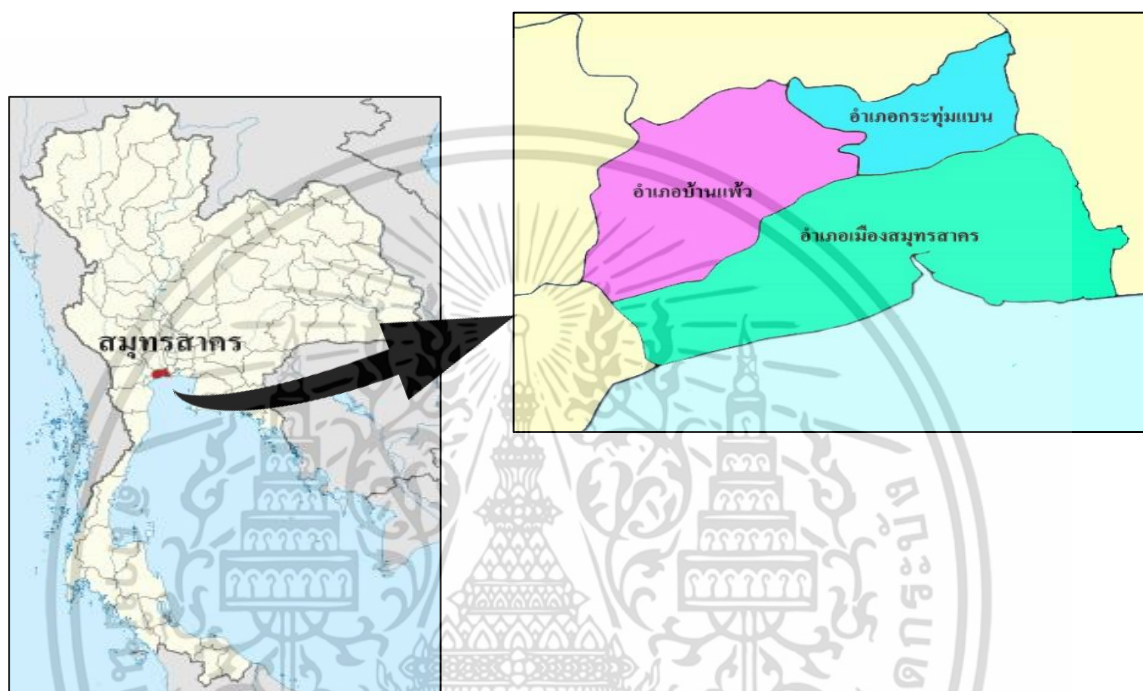
จังหวัดสมุทรสาคร เป็นจังหวัดชายทะเล ตั้งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีนในเขตพื้นที่ตอนล่างทางภาคกลางของประเทศไทย หรือประมาณเส้นรุ้งที่ 13 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 100 องศาตะวันออก อยู่ในเขตปริมณฑลนครหลวง ห่างจากกรุงเทพมหานครตามระยะทางรถไฟสายวงเวียนใหญ่-มหาชัย ประมาณ 30.1 กิโลเมตร และตามระยะทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 35 (พระราม 2) ประมาณ 30 กิโลเมตร มีขนาดพื้นที่ 872.347 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 545,216 ไร่

สภาพภูมิประเทศ พื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่มติดชายฝั่งทะเลและป่าชายเลน ระยะทาง 41.8 กิโลเมตร พื้นที่ด้านทิศตะวันตกของจังหวัด เป็นที่ราบลุ่มในเขตน้ำจืด เขตจังหวัดถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ด้วยแม่น้ำท่าจีน ซึ่งไหลมาจากจังหวัดนครปฐมทางด้านทิศเหนือ ผ่านจังหวัดสมุทรสาคร ไหลลงสู่อ่าวไทยทางตอนใต้ของจังหวัด พื้นที่สูงจากระดับน้ำทะเล ประมาณ 1-2 เมตร ภูมิประเทศเหมาะแก่การทำนา ทำสวน พื้นที่ตอนล่างอยู่ใกล้ทะเลเหมาะแก่การทำนาเกลือ ทำประมง การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำตามชายฝั่ง ได้แก่ กุ้ง และหอยชนิดต่าง ๆ

สภาพภูมิอากาศ จังหวัดสมุทรสาครมีภูมิอากาศแบบฝนเมืองร้อน เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากลมบก ลมทะเล และมีลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดผ่านในช่วงฤดูร้อน จึงทำให้มีความชื้นในอากาศสูง มีฝนตกปานกลาง ปริมาณเฉลี่ย 1,120 มิลลิเมตรต่อปี อุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 28-34 องศาเซลเซียส (สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร. 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

|             |                                           |
|-------------|-------------------------------------------|
| ทิศเหนือ    | ติดกับจังหวัดนครปฐม                       |
| ทิศใต้      | ติดกับอ่าวไทย                             |
| ทิศตะวันออก | ติดกับกรุงเทพมหานคร และจังหวัดสมุทรปราการ |
| ทิศตะวันตก  | ติดต่อกับจังหวัดสมุทรสงคราม               |



ภาพที่ 1 ที่ตั้งและอาณาเขตจังหวัดสมุทรสาคร

ที่มา : Wikipedia, 2016

### 3. การแบ่งเขตการปกครอง

จังหวัดสมุทรสาครแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 3 อำเภอ คือ อำเภอเมืองสมุทรสาคร อำเภอกระทุ่มแบน และอำเภอบ้านแพ้ว แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การแบ่งเขตการปกครองจังหวัดสมุทรสาคร

| อำเภอ          | พื้นที่ (ตร.กม.) | ตำบล | หมู่บ้าน | เทศบาล | องค์การบริหารส่วนตำบล |
|----------------|------------------|------|----------|--------|-----------------------|
| เมืองสมุทรสาคร | 492.040          | 18   | 116      | 5      | 12                    |
| กระทุ่มแบน     | 135.276          | 10   | 76       | 3      | 7                     |
| บ้านแพ้ว       | 245.031          | 12   | 98       | 3      | 7                     |
| รวม            | 872.347          | 40   | 290      | 11     | 26                    |

ที่มา : สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร (2558)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในชั้นก้าวหน้า คือ สามารถพึ่งพาตนเองได้ มองหากลุ่มลูกค้าใหม่ ทนต่อข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ มีความสามารถในการลงทุน และชำระหนี้ได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค อีกทั้งได้รับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP โดยการดำเนินกิจกรรมอาสาแรงงานภายในกลุ่มและชุมชนเป็นหลัก และมีความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ โดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการปฏิบัติกิจกรรมหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่วนวิสาหกิจชุมชนขั้นพื้นฐานนั้น มีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง แต่มีอุปสรรคบางปัจจัยที่ไม่อาจดำเนินกิจกรรมให้พัฒนาขึ้นได้ เช่น การขาดแคลนแรงงาน เงินทุน หรือขาดภาวะผู้นำ เป็นต้น (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร. 2554)

จังหวัดสมุทรสาคร มีวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียน ณ วันที่ 26 พฤษภาคม 2559 จำนวน 145 กลุ่ม โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาครแยกตามอำเภอ

| อำเภอ          | ตำบล           | จำนวนวิสาหกิจชุมชน (กลุ่ม) |
|----------------|----------------|----------------------------|
| เมืองสมุทรสาคร | ท่าทราย        | 5                          |
|                | มหาชัย         | 4                          |
|                | โกรกกราก       | 1                          |
|                | บ้านบ่อ        | 7                          |
|                | บางโทรัด       | 5                          |
|                | กาหลง          | 2                          |
|                | นาโคก          | 1                          |
|                | นาดี           | 3                          |
|                | บางน้ำจืด      | 1                          |
|                | พันท้ายนรสิงห์ | 3                          |
|                | โคกขาม         | 6                          |
|                | บ้านเกาะ       | 4                          |
|                | บางกระเจ้า     | 6                          |
|                | บางหญ้าแพรก    | 2                          |
|                | ชัยมงคล        | 5                          |
| รวม            |                | 55                         |

ที่มา : กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2559)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

| อำเภอ       | ตำบล           | จำนวนวิสาหกิจชุมชน (กลุ่ม) |
|-------------|----------------|----------------------------|
| กระทุ่มแบน  | ตลาดกระทุ่มแบน | 4                          |
|             | อ้อมน้อย       | 3                          |
|             | ท่าไม้         | 2                          |
|             | สวนหลวง        | 9                          |
|             | บางยาง         | 2                          |
|             | คลองมะเดื่อ    | 2                          |
|             | หนองนกไข่      | 4                          |
|             | ดอนไผ่ดี       | 5                          |
|             | แคราย          | 2                          |
|             | ท่าเสา         | 4                          |
|             | รวม            | 37                         |
| บ้านแพ้ว    | บ้านแพ้ว       | 6                          |
|             | หลักสาม        | 8                          |
|             | ยกกระบัตร์     | 8                          |
|             | โรงเข้         | 5                          |
|             | หนองสองห้อง    | 2                          |
|             | หนองบัว        | 2                          |
|             | หลักสอง        | 4                          |
|             | เจ็ดริ้ว       | 2                          |
|             | คลิงตัน        | 3                          |
|             | อำแพง          | 5                          |
|             | สวนส้ม         | 3                          |
|             | เกษตรพัฒนา     | 5                          |
|             | รวม            | 53                         |
| รวมทั้งสิ้น |                | 145                        |

ที่มา : กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2559)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์งานวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แบบสัมภาษณ์งานวิจัยเชิงปริมาณ

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

แบบสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 2 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

ชื่อวิสาหกิจชุมชน .....

ชื่อผู้ให้ข้อมูล .....

ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด .....

ส่วนที่ 1 สภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

1.1 ประเภทกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการผลิตสินค้า

- |                                                     |                                                |                                                  |
|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> การผลิตพืช                 | <input type="checkbox"/> การผลิตปศุสัตว์       | <input type="checkbox"/> การผลิตประมง            |
| <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า    | <input type="checkbox"/> เครื่องจักสาน         | <input type="checkbox"/> ดอกไม้ประดิษฐ์          |
| <input type="checkbox"/> เครื่องจักรกล              | <input type="checkbox"/> ของชำร่วย/ของที่ระลึก | <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์สมุนไพร        |
| <input type="checkbox"/> เครื่องดื่ม                | <input type="checkbox"/> เครื่องประดับ/อัญมณี  | <input type="checkbox"/> เครื่องไม้/เฟอร์นิเจอร์ |
| <input type="checkbox"/> เครื่องหนัง                | <input type="checkbox"/> การผลิตปัจจัยการผลิต  | <input type="checkbox"/> เครื่องปั้น             |
| <input type="checkbox"/> การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ .....          |                                                  |

1.2 การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

- ☐ ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ☐ ไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

1.3 ชื่อมาตรฐานที่ได้รับ

- |                                                   |                                            |                                                     |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์กะลามาพร้าว     | <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์หนัง     | <input type="checkbox"/> กระเป๋านักว้าว             |
| <input type="checkbox"/> น้ำพริกเผา               | <input type="checkbox"/> เค้ก              | <input type="checkbox"/> ข้าวเกรียบ                 |
| <input type="checkbox"/> น้ำพริกแกง               | <input type="checkbox"/> น้ำวุ้นหางจระเข้  | <input type="checkbox"/> เบญจรงค์                   |
| <input type="checkbox"/> เครื่องปั้นดินเผาเซลาดอน | <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์ผ้าใยบัว | <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์จากลูกบิด |
| <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์ลูกดินปั้นน้ำ   | <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์พืชอัด   | <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์แผ่นอัดหญ้าแฝก    |
| <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์บำรุงหน้า       | <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว | <input type="checkbox"/> สบู่เหลว                   |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ( ) แชมพู ( ) แชมพูสำหรับสุนัข ( ) ผลิตภัณฑ์ปรับสภาพเส้นผม  
 ( ) ผลิตภัณฑ์ซักจานเส้นพลาสติก ( ) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดภาชนะที่ใช้ในครัว  
 ( ) ผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์จากกระดาษ ( ) ดอกไม้ประดิษฐ์จากวัสดุแปรรูป  
 ( ) อื่น ๆ .....

1.4 ทุนดำเนินการ.....บาท

1.5 รายได้ของกลุ่มต่อเดือน.....บาท

1.6 จำนวนสมาชิกกลุ่ม.....คน

1.7 ระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม.....ปี

1.8 จำนวนผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน.....ผลิตภัณฑ์

**ส่วนที่ 2 ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของ  
 วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร**

| ปัจจัย                                                                                          | ระดับความคิดเห็น |     |         |      |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|------|------------|
|                                                                                                 | มากที่สุด        | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| <b>ปัจจัยภายในกลุ่ม</b>                                                                         |                  |     |         |      |            |
| <b>2.1 ด้านการเงิน</b>                                                                          |                  |     |         |      |            |
| 2.1.1 การวางแผนการเงินก่อนการลงทุน                                                              |                  |     |         |      |            |
| 2.1.2 การจัดทำงานประมาณ รายรับ-รายจ่ายประจำปี                                                   |                  |     |         |      |            |
| 2.1.3 การทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใส                                                      |                  |     |         |      |            |
| 2.1.4 การทบทวนบัญชีการเงินเพื่อนำมาใช้ประโยชน์                                                  |                  |     |         |      |            |
| 2.1.5 การจ่ายเงินปันผลกำไรตรงเวลา                                                               |                  |     |         |      |            |
| 2.1.6 ประธานกลุ่มมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลการรับ-จ่ายเงินปันผล                    |                  |     |         |      |            |
| <b>3.2 ด้านการบริหารจัดการ</b>                                                                  |                  |     |         |      |            |
| 2.2.1 การกำหนดเป้าหมายและทิศทางของกลุ่มมีความชัดเจน                                             |                  |     |         |      |            |
| 2.2.2 การจัด โครงสร้างองค์กรและกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการและสมาชิกมีความชัดเจน |                  |     |         |      |            |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ปัจจัย                                                                               | ระดับความคิดเห็น |     |         |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|------|------------|
|                                                                                      | มากที่สุด        | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 2.2.3 การกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับ มีความชัดเจน                                       |                  |     |         |      |            |
| 2.2.4 การเปิดโอกาสให้คณะกรรมการและสมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น               |                  |     |         |      |            |
| 2.2.5 การจัดบุคคลเข้าทำงานมีความเหมาะสมกับลักษณะงาน                                  |                  |     |         |      |            |
| 2.2.6 การรายงาน ประเมินผล และการแก้ไขปรับปรุงการปฏิบัติงานเพื่อให้กลุ่มมีประสิทธิภาพ |                  |     |         |      |            |
| <b>2.3 ด้านการตลาด</b>                                                               |                  |     |         |      |            |
| 2.3.1 การกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่ายที่แน่นอน                                         |                  |     |         |      |            |
| 2.3.2 การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด                                     |                  |     |         |      |            |
| 2.3.3 การกำหนดราคาขายเพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกัน                                        |                  |     |         |      |            |
| 2.3.4 การวางแผนการตลาด                                                               |                  |     |         |      |            |
| 2.3.5 การวางแผนการจัดจำหน่าย                                                         |                  |     |         |      |            |
| 2.3.6 การส่งเสริมการขายหรือจัดโปร โมชั่นอย่างสม่ำเสมอ                                |                  |     |         |      |            |
| 2.3.7 การนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าและเทศกาลต่าง ๆ                         |                  |     |         |      |            |
| 2.3.8 การประชาสัมพันธ์ถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ่านสื่อต่าง ๆ                             |                  |     |         |      |            |
| <b>2.4 ด้านการผลิต</b>                                                               |                  |     |         |      |            |
| 2.4.1 การวางแผนการผลิตสินค้า                                                         |                  |     |         |      |            |
| 2.4.2 การกำหนดขั้นตอนและกระบวนการผลิต                                                |                  |     |         |      |            |
| 2.4.3 กำหนดคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาผลิตสินค้า                                        |                  |     |         |      |            |
| 2.4.4 การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง                                        |                  |     |         |      |            |
| 2.4.5 การคิดค้น ปรับปรุงวิธีการใหม่ ๆ ในการผลิตสินค้า                                |                  |     |         |      |            |
| 2.4.6 การตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนวางจำหน่าย                                     |                  |     |         |      |            |
| 2.4.7 การเตรียมการและจัดหาวัตถุดิบมีความเพียงพอทันต่อความต้องการ                     |                  |     |         |      |            |
| 2.4.8 ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย ทั้งในด้านรูปแบบ สี สัน และลวดลาย                      |                  |     |         |      |            |
| 2.4.9 การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์                                                |                  |     |         |      |            |
| 2.4.10 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมาตรฐานตามที่วางไว้                                          |                  |     |         |      |            |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ปัจจัย                                                                                     | ระดับความคิดเห็น |     |         |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|------|------------|
|                                                                                            | มากที่สุด        | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| <b>2.5 ด้านภาวะผู้นำ</b>                                                                   |                  |     |         |      |            |
| 2.5.1 ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการทำงาน                                                 |                  |     |         |      |            |
| 2.5.2 ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน                                                         |                  |     |         |      |            |
| 2.5.3 ความสามารถในการวางแผนการทำงานอย่างรอบคอบ                                             |                  |     |         |      |            |
| 2.5.4 ความสามารถในการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานหรือข้อขัดแย้งภายในกลุ่ม                      |                  |     |         |      |            |
| 2.5.5 ความสามารถในการติดต่อประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง                                    |                  |     |         |      |            |
| 2.5.6 ความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่ม                                              |                  |     |         |      |            |
| 2.5.7 ความสามารถในการมองการณ์ไกล                                                           |                  |     |         |      |            |
| 2.5.8 ความสามารถในการกระตุ้นให้สมาชิกเกิดการยอมรับเป้าหมายของกลุ่ม                         |                  |     |         |      |            |
| 2.5.9 ความสามารถในการนำข้อดี ข้อจำกัด โอกาส อุปสรรค และวิธีการที่เหมาะสมมาใช้เพื่อพัฒนาทีม |                  |     |         |      |            |
| 2.5.10 ความสามารถในการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิก                                      |                  |     |         |      |            |
| 2.5.11 การสร้างบรรยากาศ ความอบอุ่น คำนึงและคำนึงถึงผู้อื่นภายในกลุ่ม                       |                  |     |         |      |            |
| <b>2.6 ด้านสมาชิกกลุ่ม</b>                                                                 |                  |     |         |      |            |
| 2.6.1 สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน                                                   |                  |     |         |      |            |
| 2.6.2 สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน                                                       |                  |     |         |      |            |
| 2.6.3 สมาชิกมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์                                                   |                  |     |         |      |            |
| 2.6.4 สมาชิกมีส่วนร่วมในการประเมินผล                                                       |                  |     |         |      |            |
| 2.6.5 การพัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถของสมาชิกโดยการจัดอบรมศึกษาดูงาน                      |                  |     |         |      |            |
| <b>ปัจจัยภายนอกกลุ่ม</b>                                                                   |                  |     |         |      |            |
| <b>2.7 ด้านนโยบายรัฐบาล</b>                                                                |                  |     |         |      |            |
| 2.7.1 นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ช่วยสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป |                  |     |         |      |            |
| 2.7.2 นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ช่วยสนับสนุนการทำงานของชุมชน                          |                  |     |         |      |            |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ปัจจัย                                                                               | ระดับความคิดเห็น |     |         |      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----|---------|------|------------|
|                                                                                      | มากที่สุด        | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 2.7.3 นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้มากขึ้น         |                  |     |         |      |            |
| 2.7.4 นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีส่วนช่วยให้กลุ่มประสบความสำเร็จ               |                  |     |         |      |            |
| 2.7.5 นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ช่วยให้คนในท้องถิ่นมีงานทำไม่ต้องไปทำงานที่อื่น |                  |     |         |      |            |
| 2.7.6 นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ ช่วยให้มียาขายได้เพิ่มขึ้น                      |                  |     |         |      |            |
| <b>2.8 ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน</b>                                  |                  |     |         |      |            |
| 2.8.1 การสนับสนุนด้านการเงิน                                                         |                  |     |         |      |            |
| 2.8.2 การสนับสนุนด้านการบริหารจัดการ                                                 |                  |     |         |      |            |
| 2.8.3 การสนับสนุนด้านการตลาด                                                         |                  |     |         |      |            |
| 2.8.4 การสนับสนุนด้านการผลิต                                                         |                  |     |         |      |            |
| 2.8.5 การอบรมให้ความรู้                                                              |                  |     |         |      |            |
| 2.8.6 การสนับสนุนด้านเอกสารเผยแพร่                                                   |                  |     |         |      |            |
| 2.8.7 การเชื่อมโยงจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน                                          |                  |     |         |      |            |
| <b>2.9 ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย</b>                                      |                  |     |         |      |            |
| 2.9.1 การแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และข่าวสารต่าง ๆ                                |                  |     |         |      |            |
| 2.9.2 การให้คำปรึกษา ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน                                            |                  |     |         |      |            |
| 2.9.3 การแลกเปลี่ยนทรัพยากรและปัจจัยการผลิต                                          |                  |     |         |      |            |
| 2.9.4 การเพิ่มจำนวนและขยายเครือข่าย                                                  |                  |     |         |      |            |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

| ปัญหาและอุปสรรคที่พบ                                      | ระดับปัญหาและอุปสรรค |     |         |      |       |
|-----------------------------------------------------------|----------------------|-----|---------|------|-------|
|                                                           | มากที่สุด            | มาก | ปานกลาง | น้อย | ไม่พบ |
| <b>3.1 ด้านการเงิน</b>                                    |                      |     |         |      |       |
| 3.1.1 ขาดการวางแผนการเงินก่อนการลงทุน                     |                      |     |         |      |       |
| 3.1.2 ขาดเงินทุนหมุนเวียน                                 |                      |     |         |      |       |
| 3.1.3 ไม่มีแหล่งเงินกู้                                   |                      |     |         |      |       |
| 3.1.4 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูง                             |                      |     |         |      |       |
| 3.1.5 ปัญหาหนี้สิน                                        |                      |     |         |      |       |
| 3.1.6 ขาดความเข้าใจในการทำระบบบัญชี                       |                      |     |         |      |       |
| 3.1.7 การจ่ายเงินปันผลจากการเป็นหุ้นส่วนไม่มีความเป็นธรรม |                      |     |         |      |       |
| 3.1.8 อื่น ๆ.....                                         |                      |     |         |      |       |
| 3.1.9 อื่น ๆ.....                                         |                      |     |         |      |       |
| 3.1.10 อื่น ๆ.....                                        |                      |     |         |      |       |
| <b>3.2 ด้านการบริหารจัดการ</b>                            |                      |     |         |      |       |
| 3.2.1 ฤดูระเบียบ ข้อบังคับไม่ชัดเจน                       |                      |     |         |      |       |
| 3.2.2 ขาดการวางแผนดำเนินงานที่ชัดเจน                      |                      |     |         |      |       |
| 3.2.3 การแบ่งหน้าที่การทำงานไม่มีความชัดเจน               |                      |     |         |      |       |
| 3.2.4 การจัดบุคคลเข้าทำงานไม่มีความเหมาะสม                |                      |     |         |      |       |
| 3.2.5 ขาดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานระหว่างผู้นำและสมาชิก |                      |     |         |      |       |
| 3.2.6 อื่น ๆ.....                                         |                      |     |         |      |       |
| 3.2.7 อื่น ๆ.....                                         |                      |     |         |      |       |
| 3.2.8 อื่น ๆ.....                                         |                      |     |         |      |       |
| <b>3.3 ด้านการตลาด</b>                                    |                      |     |         |      |       |
| 3.3.1 ขาดการวางแผนการตลาด                                 |                      |     |         |      |       |
| 3.3.2 ขาดการติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด       |                      |     |         |      |       |
| 3.3.3 สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีน้อย                       |                      |     |         |      |       |
| 3.3.4 กลุ่มลูกค้าลดลง                                     |                      |     |         |      |       |
| 3.3.5 ยอดขายต่ำลง                                         |                      |     |         |      |       |
| 3.3.6 มีการแข่งขันด้านราคาสูง                             |                      |     |         |      |       |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ปัญหาและอุปสรรคที่พบ                                                                   | ระดับปัญหาและอุปสรรค |     |         |      |       |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----|---------|------|-------|
|                                                                                        | มากที่สุด            | มาก | ปานกลาง | น้อย | ไม่พบ |
| 3.3.7 คู่แข่งมีจำนวนมาก                                                                |                      |     |         |      |       |
| 3.3.8 ขาดการประชาสัมพันธ์                                                              |                      |     |         |      |       |
| 3.3.9 อื่น ๆ.....                                                                      |                      |     |         |      |       |
| 3.3.10 อื่น ๆ.....                                                                     |                      |     |         |      |       |
| 3.3.11 อื่น ๆ.....                                                                     |                      |     |         |      |       |
| <b>3.4 ด้านการผลิต</b>                                                                 |                      |     |         |      |       |
| 3.4.1 ต้นทุนการผลิตสูง                                                                 |                      |     |         |      |       |
| 3.4.2 จำนวนแรงงานไม่เพียงพอ                                                            |                      |     |         |      |       |
| 3.4.3 ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต                                                         |                      |     |         |      |       |
| 3.4.4 ขาดความรู้ด้านการออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์                                       |                      |     |         |      |       |
| 3.4.5 ประเภทสินค้าไม่มีความหลากหลาย                                                    |                      |     |         |      |       |
| 3.4.6 อื่น ๆ.....                                                                      |                      |     |         |      |       |
| 3.4.7 อื่น ๆ.....                                                                      |                      |     |         |      |       |
| <b>3.5 ด้านภาวะผู้นำ</b>                                                               |                      |     |         |      |       |
| 3.5.1 ขาดความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการทำงาน                                          |                      |     |         |      |       |
| 3.5.2 ขาดความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน                                                  |                      |     |         |      |       |
| 3.5.3 ขาดความสามารถในการแก้ไขปัญหา                                                     |                      |     |         |      |       |
| 3.5.4 ขาดความสามารถในการติดต่อประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง |                      |     |         |      |       |
| 3.5.5 อื่น ๆ.....                                                                      |                      |     |         |      |       |
| 3.5.6 อื่น ๆ.....                                                                      |                      |     |         |      |       |
| 3.5.7 อื่น ๆ.....                                                                      |                      |     |         |      |       |
| <b>3.6 ด้านสมาชิกกลุ่ม</b>                                                             |                      |     |         |      |       |
| 3.6.1 สมาชิกไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน                                                  |                      |     |         |      |       |
| 3.6.2 สมาชิกไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน                                                |                      |     |         |      |       |
| 3.6.3 สมาชิกไม่มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์                                            |                      |     |         |      |       |
| 3.6.4 สมาชิกไม่มีส่วนร่วมในการประเมินผล                                                |                      |     |         |      |       |
| 3.6.5 สมาชิกไม่มีความรู้ความสามารถในการดำเนินงาน                                       |                      |     |         |      |       |
| 3.6.6 อื่น ๆ.....                                                                      |                      |     |         |      |       |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ปัญหาและอุปสรรคที่พบ                                                                 | ระดับปัญหาและอุปสรรค |     |         |      |       |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-----|---------|------|-------|
|                                                                                      | มากที่สุด            | มาก | ปานกลาง | น้อย | ไม่พบ |
| 3.6.7 อื่น ๆ.....                                                                    |                      |     |         |      |       |
| 3.6.8 อื่น ๆ.....                                                                    |                      |     |         |      |       |
| <b>3.7 ด้านนโยบายรัฐบาล</b>                                                          |                      |     |         |      |       |
| 3.7.1 นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่มีความต่อเนื่อง                              |                      |     |         |      |       |
| 3.7.2 นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีส่วนทำให้เกิดการ<br>ลอกเลียนแบบสินค้า         |                      |     |         |      |       |
| 3.7.3 นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่มีส่วนให้กลุ่ม<br>จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น |                      |     |         |      |       |
| 3.7.4 อื่น ๆ.....                                                                    |                      |     |         |      |       |
| 3.7.5 อื่น ๆ.....                                                                    |                      |     |         |      |       |
| 3.7.6 อื่น ๆ.....                                                                    |                      |     |         |      |       |
| <b>3.8 ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน</b>                                  |                      |     |         |      |       |
| 3.8.1 ขาดการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน                                     |                      |     |         |      |       |
| 3.8.2 ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน                                        |                      |     |         |      |       |
| 3.8.3 อื่น ๆ.....                                                                    |                      |     |         |      |       |
| 3.8.4 อื่น ๆ.....                                                                    |                      |     |         |      |       |
| 3.8.5 อื่น ๆ.....                                                                    |                      |     |         |      |       |
| <b>3.9 ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย</b>                                      |                      |     |         |      |       |
| 3.9.1 ขาดการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และข่าวสาร                                   |                      |     |         |      |       |
| 3.9.2 ขาดการให้คำปรึกษา ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน                                         |                      |     |         |      |       |
| 3.9.3 ขาดการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและปัจจัยการผลิต                                       |                      |     |         |      |       |
| 3.9.4 ไม่มีการเพิ่มจำนวนและขยายเครือข่าย                                             |                      |     |         |      |       |
| 3.9.5 อื่น ๆ.....                                                                    |                      |     |         |      |       |
| 3.9.6 อื่น ๆ.....                                                                    |                      |     |         |      |       |
| 3.9.7 อื่น ๆ.....                                                                    |                      |     |         |      |       |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ

## เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร

ชื่อวิสาหกิจชุมชน.....

ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

ชื่อผู้ให้ข้อมูล.....

ตำแหน่ง.....ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง.....ปี

อายุ.....ปี.....เดือน ระดับการศึกษา.....

สถานภาพสมรส.....อาชีพหลัก.....

อาชีพรอง.....รายได้ต่อเดือน.....บาท

## การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

( ) ไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ( ) ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ปี.....

( ) เคยได้รับ ( ) อยู่ระหว่างดำเนินการ

## ประเภทมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

( ) อาหาร ( ) เครื่องดื่ม ( ) ผ้า/ เครื่องแต่งกาย

( ) ของใช้/ ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก ( ) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

จำนวนผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน.....ผลิตภัณฑ์

| ประเภทผลิตภัณฑ์                 |                                 |                           |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------|
| ต้นทุนการผลิต<br>.....บาท/หน่วย | ปริมาณการผลิต<br>.....หน่วย/วัน | ราคาขาย<br>.....บาท/หน่วย |
| ประเภทผลิตภัณฑ์                 |                                 |                           |
| ต้นทุนการผลิต<br>.....บาท/หน่วย | ปริมาณการผลิต<br>.....หน่วย/วัน | ราคาขาย<br>.....บาท/หน่วย |
| ประเภทผลิตภัณฑ์                 |                                 |                           |
| ต้นทุนการผลิต<br>.....บาท/หน่วย | ปริมาณการผลิต<br>.....หน่วย/วัน | ราคาขาย<br>.....บาท/หน่วย |

เอกสารนี้เป็นเอกสารทรัพย์สินทางปัญญาของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ไม่ควรเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม

ปีที่จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน..... ช่วงเวลาที่ได้ไปรับรองมผช.....

จำนวนสมาชิกเริ่มแรก.....คน จำนวนสมาชิกปัจจุบัน.....คน

สาเหตุที่จัดตั้งกลุ่ม.....

.....

.....

.....

### ด้านการเงิน

ทุนดำเนินการเริ่มต้น.....บาท

การระดมทุนครั้งแรก.....

.....

การจ่ายเงินปันผล.....

.....

การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ( ) มี ( ) ไม่มี

ก่อนและหลังการได้รับ มผช. มีผลต่อการเงินอย่างไร

.....

.....

.....

ปัญหาด้านการเงิน.....

.....

.....

.....

### ด้านการบริหารจัดการ

เป้าหมายและทิศทางของกลุ่ม.....

.....

.....

.....

กฎ ระเบียบในการอยู่ร่วมกัน.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงสร้างกลุ่ม.....

.....

.....

.....

.....

กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในกลุ่ม.....

.....

.....

.....

ก่อนและหลังการได้รับ มพข. มีผลต่อการบริหารจัดการกลุ่มอย่างไร

.....

.....

ปัญหาด้านการบริหารจัดการ.....

.....

.....

ด้านการตลาด

กลุ่มลูกค้า.....

.....

.....

สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์.....

.....

.....

ช่องทางการประชาสัมพันธ์.....

.....

.....

การส่งเสริมการขาย ( ) ไม่มี ( ) มี ระบุ.....

ก่อนและหลังการได้รับ มพข. มีผลต่อการตลาดอย่างไร

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาด้านการตลาด.....

.....

.....

### ด้านการผลิต

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ      ( ) ภายในชุมชน      ( ) ภายนอกชุมชน

.....

.....

การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนวางจำหน่าย      ( ) ไม่มี      ( ) มี ระบุ.....

.....

.....

ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์/ การคิดค้นปรับปรุงวิธีการใหม่ ๆ ในการผลิต      ( ) ไม่มี      ( ) มี ระบุ

.....

.....

ก่อนและหลังการได้รับ มพข. มีผลต่อการผลิตอย่างไร

.....

.....

ปัญหาด้านการผลิต.....

.....

.....

### ด้านภาวะผู้นำ

ผู้นำกลุ่มปัจจุบัน ชื่อ-สกุล..... อายุ..... ปี..... เดือน

ระดับการศึกษา..... สถานภาพสมรส.....

อาชีพหลัก..... อาชีพรอง..... รายได้ต่อเดือน..... บาท

ลักษณะผู้นำ      ( ) ผู้นำธรรมชาติ      ( ) ผู้นำที่จัดตั้งขึ้น

มีภาวะผู้นำอย่างไร

.....

.....

ก่อนและหลังการได้รับ มพข. มีผลต่อผู้นำอย่างไร

.....

.....

ปัญหาด้านภาวะผู้นำ.....  
 .....  
 .....

### ด้านสมาชิกกลุ่ม

สมาชิกเป็น ( ) บุคคลภายในชุมชน จำนวน.....คน ( ) บุคคลภายนอกชุมชน จำนวน.....คน

สมาชิกมีความเพียงพอต่อการดำเนินงาน ( ) เพียงพอ ( ) ไม่เพียงพอ

การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม ( ) ไม่มี เพราะ.....  
 .....

( ) มี ระบุ.....  
 .....

การเพิ่มทักษะความรู้/ การศึกษาดูงานแก่สมาชิก ( ) ไม่มี เพราะ.....  
 .....

( ) มี ระบุ.....  
 .....

ก่อนและหลังการ ได้รับ มพข. มีผลต่อสมาชิกอย่างไร  
 .....  
 .....

ปัญหาด้านสมาชิกกลุ่ม.....  
 .....

### ด้านนโยบายภาครัฐ (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)

การเข้ารับเป็นสินค้าคัดสรร OTOP ( ) ไม่ได้เข้ารับ ( ) ได้เข้ารับ

ระดับดาว.....ดาว ปีที่เข้ารับ.....

ความเปลี่ยนแปลงของกลุ่มหลังจากที่ได้รับการเข้ารับเป็นสินค้า OTOP (สำหรับกลุ่มที่ได้รับการคัดสรร) หรือนโยบายมีผลต่อกลุ่มหรือไม่ อย่างไร (สำหรับกลุ่มที่ไม่ได้รับการคัดสรร).....  
 .....  
 .....  
 .....

นโยบายต่อการดำเนินงานของกลุ่ม/ ต่อการขับเคลื่อนงาน/ การได้รับ มผช. หรือไม่/ อย่างไร

.....  
 .....

ปัญหาด้านนโยบายภาครัฐ.....

.....

**ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน**

หน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่เข้ามาสนับสนุน.....

.....

สนับสนุนด้าน.....

.....

ระยะเวลาที่หน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่มาเยี่ยมเยือน.....

การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ก่อน-หลังการได้รับมผช.

ก่อนได้รับ ( ) ไม่มี ( ) มี ระบุ.....

.....

หลังได้รับ ( ) ไม่มี ( ) มี ระบุ.....

.....

ปัญหาด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน.....

.....

**ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย**

เครือข่าย ( ) มี ( ) ไม่มี

ชื่อเครือข่าย.....

.....

ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

เกิดเครือข่ายได้อย่างไร

.....

.....

การขยายเครือข่าย ( ) ไม่มี ( ) มี ระบุ.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก่อนและหลังการได้รับ มพข. มีผลต่อการประสานความร่วมมือกับเครือข่ายอย่างไร

.....

.....

ปัญหาด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย.....

.....

ท่านได้รับการรับรองมาตรฐานอื่น นอกจาก มพข. หรือไม่

( ) ไม่ได้รับ ( ) ได้รับ ระบุ.....

.....

ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....

.....

ในภาพรวมการได้รับมพข. มีผลดีหรือไม่

( ) ไม่มี ( ) มี ระบุ.....

.....

หากการรับรอง มพข. หมดอายุแล้ว ท่านจะขอการรับรองต่อไปหรือไม่

( ) ขอการรับรองต่อ เพราะ.....

.....

( ) ไม่ขอการรับรองต่อ เพราะ.....

.....

ข้อเสนอแนะต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....

.....

.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ (IOC)

**ส่วนที่ 2** ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

| ข้อที่ | ข้อความถาม                                                                               | IOC  |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1.     | ด้านการเงิน                                                                              |      |
| 1.1    | การวางแผนการเงินก่อนการลงทุน                                                             | 1    |
| 1.2    | การจัดทำงบประมาณ รายรับ-รายจ่ายประจำปี                                                   | 1    |
| 1.3    | การทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใส                                                     | 0.67 |
| 1.4    | การทบทวนบัญชีการเงินเพื่อนำมาใช้ประโยชน์                                                 | 0.67 |
| 1.5    | การจ่ายเงินปันผลกำไรตรงเวลา                                                              | 1    |
| 1.6    | ประธานกลุ่มมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุม ดูแลการรับ-จ่ายเงินปันผล                  | 0.67 |
| 2.     | ด้านการบริหารจัดการ                                                                      |      |
| 2.1    | การกำหนดเป้าหมายและทิศทางของกลุ่มมีความชัดเจน                                            | 1    |
| 2.2    | การจัดโครงสร้างองค์กรและกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการและสมาชิกมีความชัดเจน | 1    |
| 2.3    | การกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับ มีความชัดเจน                                                 | 1    |
| 2.4    | การเปิดโอกาสให้คณะกรรมการและสมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น                         | 1    |
| 2.5    | การจัดบุคคลเข้าทำงานมีความเหมาะสมกับลักษณะงาน                                            | 1    |
| 2.6    | การรายงาน ประเมินผล และการแก้ไขปรับปรุงการปฏิบัติงานเพื่อให้กลุ่มมีประสิทธิภาพ           | 1    |
| 3.     | ด้านการตลาด                                                                              |      |
| 3.1    | การกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่ายที่แน่นอน                                                   | 0.67 |
| 3.2    | การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด                                               | 1    |
| 3.3    | การกำหนดราคาขายเพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกัน                                                  | 0.67 |
| 3.4    | การวางแผนการตลาดและการจัดจำหน่าย                                                         | 0.67 |
| 3.5    | การส่งเสริมการขายหรือจัดโปรโมชั่นอย่างสม่ำเสมอ                                           | 1    |
| 3.6    | การนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าและเทศกาลต่าง ๆ                                   | 1    |
| 3.7    | การประชาสัมพันธ์ถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ่านสื่อต่าง ๆ                                       | 1    |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อที่ | ข้อคำถาม                                                                               | IOC  |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 4.     | ด้านการผลิต                                                                            |      |
| 4.1    | การวางแผนการผลิตสินค้า                                                                 | 1    |
| 4.2    | การกำหนดขั้นตอนและกระบวนการผลิต                                                        | 1    |
| 4.3    | กำหนดคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาผลิตสินค้า                                                | 1    |
| 4.4    | การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง                                                | 1    |
| 4.5    | การคิดค้น ปรับปรุงวิธีการใหม่ ๆ ในการผลิตสินค้า                                        | 1    |
| 4.6    | การตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนวางจำหน่าย                                             | 1    |
| 4.7    | การเตรียมการและจัดหาวัตถุดิบมีความเพียงพอทันต่อความต้องการ                             | 1    |
| 4.8    | ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย ทั้งในด้านรูปแบบ สี สัน และลวดลาย                              | 0.67 |
| 4.9    | การสร้างแตกต่างของผลิตภัณฑ์                                                            | 0.67 |
| 4.10   | ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมาตรฐานตามที่วางไว้                                                   | 1    |
| 5.     | ด้านผู้นำ                                                                              |      |
| 5.1    | ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการทำงาน                                                   | 1    |
| 5.2    | ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน                                                           | 1    |
| 5.3    | ความสามารถในการวางแผนการทำงานอย่างรอบคอบ                                               | 1    |
| 5.4    | ความสามารถในการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานหรือข้อขัดแย้งภายในกลุ่ม                        | 0.67 |
| 5.5    | ความสามารถในการติดต่อประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง                                      | 1    |
| 5.6    | ความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่ม                                                | 1    |
| 5.7    | ความสามารถในการมองการณ์ไกล                                                             | 0.67 |
| 5.8    | ความสามารถในการกระตุ้นให้สมาชิกเกิดการยอมรับเป้าหมายของกลุ่ม                           | 0.67 |
| 5.9    | ความสามารถในการนำข้อดี ข้อจำกัด โอกาส อุปสรรค และวิธีการที่เหมาะสมมาใช้เพื่อพัฒนากลุ่ม | 1    |
| 5.10   | ความสามารถในการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิก                                         | 0.67 |
| 5.11   | การสร้างบรรยากาศ ความอบอุ่น คุณค่าและความ สัมพันธ์อันดีภายในกลุ่ม                      | 1    |
| 6.     | ด้านสมาชิกกลุ่ม                                                                        |      |
| 6.1    | สมาชิกมีความเพียงพอต่อการดำเนินงาน                                                     | 1    |
| 6.2    | สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน                                                         | 1    |
| 6.3    | สมาชิกมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์                                                     | 1    |
| 6.4    | สมาชิกมีส่วนร่วมในการประเมินผล                                                         | 1    |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ข้อที่ | ข้อคำถาม                                                                                | IOC  |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 6.5    | การพัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถของสมาชิกโดยการจัดอบรมศึกษา<br>งาน                       | 1    |
| 7.     | ด้านนโยบายรัฐบาล                                                                        |      |
| 7.1    | นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ช่วยสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของ<br>ประชาชนทั่วไป | 0.67 |
| 7.2    | นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ช่วยสนับสนุนการทำงานของกลุ่ม                              | 0.67 |
| 7.3    | นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้มาก<br>ขึ้น               | 0.67 |
| 7.4    | นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีส่วนช่วยให้กลุ่มประสบความสำเร็จ                         | 0.67 |
| 7.5    | นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ช่วยให้คนในท้องถิ่นมีงานทำไม่ต้องไป<br>ทำงานที่อื่น       | 0.67 |
| 7.6    | นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ช่วยให้มีรายได้เพิ่มขึ้น                                  | 0.67 |
| 8.     | ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน                                                |      |
| 8.1    | การสนับสนุนด้านการเงิน                                                                  | 1    |
| 8.2    | การสนับสนุนด้านการบริหารจัดการ                                                          | 1    |
| 8.3    | การสนับสนุนด้านการตลาด                                                                  | 1    |
| 8.4    | การสนับสนุนด้านการผลิต                                                                  | 1    |
| 8.5    | การอบรมให้ความรู้                                                                       | 1    |
| 8.6    | การสนับสนุนด้านเอกสารเผยแพร่                                                            | 0.67 |
| 8.7    | การเยี่ยมชมจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน                                                    | 0.67 |
| 9.     | ด้านการประสานความร่วมมือกับเครือข่าย                                                    |      |
| 9.1    | การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์                                                       | 1    |
| 9.2    | การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ                                                        | 0.67 |
| 9.3    | การให้คำปรึกษา ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน                                                     | 0.67 |
| 9.4    | การแลกเปลี่ยนทรัพยากรและปัจจัยการผลิต                                                   | 1    |
| 9.5    | การเพิ่มจำนวนและขยายเครือข่าย                                                           | 0.67 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

### 1. ค่าความเชื่อมั่นแบบสัมภาษณ์ส่วนที่ 2

**Scale: ALL**

**Case Processing Summary**

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 30 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .0    |
|       | Total                 | 30 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .979             | 63         |

### 2. ค่าความเชื่อมั่นแบบสัมภาษณ์ส่วนที่ 3

**Scale: ALL**

**Case Processing Summary**

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 30 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .0    |
|       | Total                 | 30 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .957             | 43         |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. ค่าความเชื่อมั่นแบบสัมภาษณ์ทั้งฉบับ

**Scale: ALL**

**Case Processing Summary**

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 30 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .0    |
|       | Total                 | 30 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .879             | 106        |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง

หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจแบบสัมภาษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะเทคโนโลยีการเกษตร ภาควิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร โทร. ๗๐๗๗  
 ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๕(๔).๒/๔๐๒ วันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๕๙  
 เรื่อง ขออนุญาตตรวจแบบสัมภาษณ์  
 เรียน รองศาสตราจารย์ ดร. ทิพวรรณ ลิ้มกูร

ด้วยนางสาวชลิตา เลิศเกษมผล นักศึกษาระดับปริญญาโท ภาควิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร” มีรองศาสตราจารย์ ดร. ปัญญา หมั่นเก็บ เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อความสมบูรณ์ในการทำวิทยานิพนธ์ จึงใคร่ขออนุญาตให้ รองศาสตราจารย์ ดร. ทิพวรรณ ลิ้มกูร ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ตรวจแบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ พร้อมได้จัดส่งโครงร่างวิทยานิพนธ์ แบบสัมภาษณ์ และแบบประเมิน จำนวนอย่างละ ๑ ชุด มาพร้อมกับหนังสือฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ คูหาสวรรค์เวช)  
 หัวหน้าภาควิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร



## บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะเทคโนโลยีการเกษตร ภาควิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร โทร. ๗๐๗๗

ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๕(๔).๒/๕๐๓ วันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ตรวจแบบสัมภาษณ์

เรียน ดร. ดวงมล ปานรศทิพ ธรรมาธิวัฒน์

ด้วยนางสาวชลิดา เลิศเกษมผล นักศึกษาระดับปริญญาโท ภาควิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร” มีรองศาสตราจารย์ ดร. ปัญญา หมั่นเก็บ เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อความสมบูรณ์ในการทำวิทยานิพนธ์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ ดร. ดวงมล ปานรศทิพ ธรรมาธิวัฒน์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ตรวจแบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ พร้อมได้จัดส่งโครงร่างวิทยานิพนธ์ แบบสัมภาษณ์ และแบบประเมิน จำนวนอย่างละ ๑ ชุด มาพร้อมกับหนังสือฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ คูหาสวรรค์เวช)

หัวหน้าภาควิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๐๕.(๔).๒/พิเศษ

คณะเทคโนโลยีการเกษตร  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง  
กรุงเทพฯ ๑๐๕๒๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ตรวจแบบสัมภาษณ์  
เรียน คุณนทีพงศ์ เมืองแก้ว นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ  
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด  
๒. แบบเสนอโครงร่างวิทยานิพนธ์ จำนวน ๑ ชุด  
๓. แบบประเมินผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน ๑ ชุด

ด้วยนางสาวชลิดา เลิศเกษมผล นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร  
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
กำลังจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร  
มี รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา หมั่นเก็บ เป็นที่ปรึกษา เพื่อความสมบูรณ์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ ภาควิชาจึงใคร่ขอ  
ความอนุเคราะห์ คุณนทีพงศ์ เมืองแก้ว นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร  
จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ และประสบการณ์เป็นผู้ตรวจแบบสอบถามและแบบประเมิน เพื่อนำไปใช้ในการ  
เก็บข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ประสานงานโดยตรง เบอร์โทรศัพท์ของนักศึกษา ๐๙๔  
๔๔๙ ๖๖๙๕ และได้จัดส่งเอกสารมาพร้อมกับหนังสือฉบับนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ คูหาสวรรค์)

หัวหน้าภาควิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร

ภาควิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร  
โทรศัพท์ ๐ ๒๓๒๙ ๘๕๒๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

---

## **Determinants of the Certified Thai Community Product Standard of Small and Micro Community Enterprise Groups in Samut Sakhon Province, Thailand**

---

**Chalida Lerdkasemphol, Panya Mankeb and Suneeporn Suwanmaneepong**

Faculty of Agricultural Technology, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok, 10520, Thailand

Chalida L., M. Panya and S. Suneeporn (2016) Determinants of the Certified Thai Community Product Standard of Small and Micro Community Enterprise Groups in Samut Sakhon Province, Thailand. *Journal of Agricultural Technology* 12(7.2): 1785-1795.

Since the Thai economic crisis in 1997, Small and Micro Community Enterprises (SMCE) have been regarded as one of the main engines to sustain economic growth of Thailand. The Thai community product standard (TCPS) has arranged to control the quality of community products. Products that met the TCPS can ensure their safety for users and the environment, as well as the acceptability of related practices by consumers in domestic and international markets. This paper was conducted to investigate factors affecting of the certified TCPS of SMCE groups in Samut Sakhon province, Thailand. Structure interview was used to collect data from 28 leaders of SMCE groups registered with the Office of Secretary of Promoting Local Enterprise Committee in Samut Sakhon. The participants were divided into two groups: 14 certified and 14 non-certified TCPS. Descriptive statistics was used to explain the socioeconomic background between non-certified and certified SMCE groups. t-test was applied to investigate the significance of the differences between the two groups. Binary backward stepwise logistic regression was employed to predict factors enhancing the certified TCPS. The results revealed that the variable factors significantly affecting the certified TCPS of SMCEs were the production, group members, and government policy. The finding suggested that government agencies should support SMCEs to launch new varieties of their products and provide practical training opportunities for SMCE members.

**Keywords:** Small and Micro Community Enterprise (SMCE), Thai community product standard, factors affecting

## Introduction

Since the Thai economic crisis in 1997, community enterprises have been regarded as one of the key-driven for sustainable economic growth of Thailand. The community enterprise is a significant sub-sector within the wider social enterprise sector. It involves community business activities in both manufacturing and service. (Chotithammaporn *et al.*, 2015). Accordingly, Small and Micro Community Enterprise (SMCE) of Thailand have been advocated by Thai governments for more than a decade. The beginning was the use of the Community Enterprise Promotion Act B.E. 2548 (2005) to strengthen the economy of communities and to promote people in communities by using their knowledge corresponding to local surrounded environment. Many countries have been successfully promoting local products so far, for example, One Town One Product (OTOP) in the Philippines and China (Taiwan), and One Village One Product (OVOP) in Japan (Chantuk and Chadcham, 2014). SMCEs play an important role in Thai societies in many aspects for example, the gathering of people in communities, decreasing an external support, advocating local wisdom, being a mechanism to create a sustainability of community in terms of sufficiency economy. The communities would have abilities to be a strong community, to be autonomous, to be ready to promote their own community, and to be the tool of a micro level to build both economic and social cores (Petprasert and Wongkul, 2007).

Generally, the operating processes of SMCEs were simple because the low investment and lack of a product development to be sufficient to meet customers' requirements. Therefore, Thai Industrial Standards Institute, founded by Thai Community Product Standard (TCPS), should promote the quality and safety of the local product standard to create confidence towards customers. Furthermore, products certified by TCPS are credited by customers because they were investigated certified and detected from government officers. Moreover, this was the connection of local products to customers in both in Thailand and other countries, and this was also considered as cultural preservation and local wisdom promotion.

In 2014, the GPP of Samut Sakhon province was ranked in the 5<sup>th</sup> of Thailand accounting for 335,603 million Thai Baht (THB) (GPP, 2016). SMCEs in this region produced goods and services, and organized many community business activities in associate with the natural network, the culture of a rural community life, nature, generosity, mutual assistance in the field of knowledge and technology. As such, the government agency intended to support and promote the knowledge and materials, inputs, services, and capitals to SMCEs (Khon-Ngam 2007; Pongprayong and Chantaranamchoo, 2013).

However, at the present, there are 145 groups of SMCEs registered with the Office of Secretary of Promoting Local Enterprise Committee in Samut Sakhon, and only 14 groups (9.66 %) received the certificate of TCPS, which was quite low. Meanwhile, certified products can represent a good income generation opportunity for small farmers in developing countries (FAO, 2011), as well as in Thailand. Moreover, product certification factors emerged as one of the most important determinants of SMCEs' success (Ruengdet and Wongsurawat, 2010). Therefore, this research aimed to investigate factors affecting the certified TCPS of SMCE groups in Samut Sakhon province, Thailand. The results of the study are useful for related institutes to determine a plan or a policy to help, advocate, and support SMCEs to have sustainability and ability to develop products to receive acceptance from consumers in both domestic and international markets.

Objectives of this study were to investigate factors affecting the certified TCPS of SMCE groups in Samut Sakhon province, Thailand.

## **Materials and methods**

### ***The study area***

The study was conducted in Samut Sakhon province, the central region of Thailand, located on a latitude of 13°32'50"N and longitude of 100°16'25"E. Samut Sakhon is on the mouth of Tha Chin River, a tributary of the Chao Phraya River, to the gulf of Thailand. Only two kilometers distant from the sea and 36 kilometers from Bangkok-- the capital city of Thailand. Samut Sakhon is at a moderate sea level height at 1.00-2.00 meters, covering a total area of 872 square kilometers, divided into 3 districts: Muang Samut Sakhon, Krathum Baen, and Ban Phaeo. The northern part connects to Nakhon Pathom province. While, the west area is adjacent to Ratchaburi and Samut Songkram province; the east side connects to Bangkok, and the southern side is next to the gulf of Thailand (Wikipedia, 2016). (Fig.1).



**Fig. 1** Map of the study area, Samut Sakhon, Thailand (Wikipedia, 2016).

### ***Population and Sampling Procedure***

The population of this study was 145 SMCE groups in Samut Sakhon province registered with the Office of Secretary of Promoting Local Enterprise Committee in Samut Sakhon. Only 14 SMCE groups were certified by TCPS, accounting for 9.66 % of the total provincial SMCEs. The sample size of 28 SMCE groups was selected for this research by purposive sampling divided into two groups: with 14 certified, and other 14 non-certified TCPS. The noncertified group was selected in a radius of 10 kilometers from the certified TCPS group.

### ***Data Collection and Analysis***

Structured interview schedule was employed to collect data from respondents through face to face interview by the author. The leader of SMCE groups was interviewed as a key informant. The data were analyzed using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation to explain the socio-economic background between non-certified and certified TCPS of SMCE groups. Regarding hypothesis testing, the t-test was applied to examine the significance of the differences between the two groups. Binary backward stepwise logistic regression was used to predict factors enhancing the certified TCPS.

The binary logistic regression model is displayed as follows:

$$P_Y = \frac{e^{b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_9 X_9}}{1 + e^{b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_9 X_9}} \quad (1)$$

The whole function is called the logistic distribution function. It is estimated by maximum likelihood (MLE) techniques. The advantage of this function is it can guarantee that the probability ranges from 0 to 1 as the regression equation predicts values from negative infinity to positive infinity (Cameron and Trivedi, 2005). It is also called log-odd as we can write logistic function as follow:

$$\text{Logit}(p) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_9 X_9 \quad (2)$$

This fits the model;

$$\text{Ln} \left( \frac{p}{1-p} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_9 X_9 \quad (3)$$

Where;

Y = Certified TCPS status (1 if the SMCEs was certified TCPS and 0 if not)

p = Probability of the certified TCPS

$\beta_0$  = Intercept term

$\beta_k$  = Estimated regression coefficients

$X_1$  = Fund

$X_2$  = Management

$X_3$  = Marketing

$X_4$  = Production

$X_5$  = Leader

$X_6$  = Group members

$X_7$  = Government policy

$X_8$  = Supporting by government and private sector

$X_9$  = Collaboration with the network

## Results and Discussions

### *Socio-economic background of SMCE groups*

Table 1 shows that most of the SMCE groups were processing and food products, and herbal products, which were 42.86%, and 17.86%, respectively. Considering certified and non-certified TCPS group found that most certified TCPS group were an herbal product (35.71%), while more than half of noncertified TCPS group were the processing and food products (57.15%).

Table 2 demonstrates that nearly half of certified TCPS of SMCE group were herbal product (non-food), this is followed by appliance/ decoration at 46.67%, and 26.67%, respectively.

Table 3 presents the comparison of socioeconomic factors between the non-certified and certified TCPS of SMCE groups. The result revealed that the average operating fund was 47,485.50 THB. The average income of group was 62,400 THB/ month. The average group member was 15.57 people. The average operating time was 8.79 years, and the average number of products was 5.14. According to the t-test comparison between certified and non-certified TCPS groups, the results exhibited that the certified TCPS group possessed statistically significant higher in income of group, operating time, and the number of product than the non-certified counterpart indicating that these factors affecting the receiving of TCPS certification of SMCE groups in Samut Sakhon province. Whereas the operating fund and group member did not have significant difference between certified and non-certified TCPS groups.

**Table 1** Types of SMCE groups.

| Types                        | Non-certified |            | Certified |            | Total     |            |
|------------------------------|---------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
|                              | Frequency     | %          | Frequency | %          | Frequency | %          |
| Cloth/ hand woven            | 1             | 7.14       |           |            | 1         | 3.57       |
| Artificial flower            | 1             | 7.14       | 1         | 7.14       | 2         | 7.14       |
| Souvenir                     | 1             | 7.14       | 1         | 7.14       | 2         | 7.14       |
| Herbal product               |               |            | 5         | 35.71      | 5         | 17.86      |
| Jewelry/ gems                | 1             | 7.14       |           |            | 1         | 3.57       |
| Wood work/ furniture         |               |            | 1         | 7.14       | 1         | 3.57       |
| Leather                      |               |            | 1         | 7.14       | 1         | 3.57       |
| Production inputs            | 1             | 7.14       |           |            | 1         | 3.57       |
| Processing and food product  | 8             | 57.15      | 4         | 28.58      | 12        | 42.86      |
| Beverage                     |               |            | 1         | 7.14       | 1         | 3.57       |
| Pipe of wastewater treatment | 1             | 7.14       |           |            | 1         | 3.57       |
| <b>Total</b>                 | <b>14</b>     | <b>100</b> | <b>14</b> | <b>100</b> | <b>28</b> | <b>100</b> |

**Table 2** Type of TCPS of SMCE groups.

| Type                       | Frequency | %          |
|----------------------------|-----------|------------|
| Food                       | 5         | 16.67      |
| Beverage                   | 1         | 3.33       |
| Clothes                    | 2         | 6.67       |
| Appliance/ decoration      | 8         | 26.67      |
| Herbal products (non food) | 14        | 46.67      |
| <b>Total</b>               | <b>30</b> | <b>100</b> |

**Table 3** Comparison of socio-economic factors between the non-certified and certified TCPS of SMCE groups.

| Socio-economic                               | Non-certified<br>(N = 14) |           | Certified<br>(N = 14) |            | t-test              |
|----------------------------------------------|---------------------------|-----------|-----------------------|------------|---------------------|
|                                              | Mean                      | S.D.      | Mean                  | S.D.       |                     |
| Operating fund<br>(Mean = 47,485.50 THB)     | 6,571                     | 6,308.89  | 88,400                | 147,962.95 | 2.068 <sup>ns</sup> |
| Income of group<br>(Mean= 62,400 THB/ month) | 36,200                    | 37,849.71 | 88,600                | 85,433.48  | 2.098*              |
| Group member<br>(Mean= 15.57 people)         | 14.57                     | 8.72      | 16.57                 | 10.25      | 0.556 <sup>ns</sup> |
| Operating time<br>(Mean= 8.79 years)         | 7.07                      | 3.71      | 10.50                 | 1.29       | 3.267**             |
| Number of product<br>(Mean= 5.14 products)   | 3.57                      | 1.79      | 6.71                  | 4.21       | 2.569*              |

**Key:** ns = not significant, \* significant at level 0.05, \*\* significant at level 0.01

### *The importance level of factors towards certified TCPS*

Table 4 presents the level of parameters affecting certified TCPS of SMCEs. The results showed that the non-certified TCPS group had the parameters influencing certified TCPS at the high level ( $\bar{X} = 3.78$ ). When considered each perspective, the factor affecting being certified by TCPS at the highest level was group members ( $\bar{X} = 4.51$ ). There were six additional factors affecting certified TCPS at a high level including: leader ( $\bar{X} = 4.44$ ), management ( $\bar{X} = 4.29$ ), fund ( $\bar{X} = 4.23$ ), production ( $\bar{X} = 4.22$ ), supporting by government and private sector ( $\bar{X} = 3.74$ ), marketing ( $\bar{X} = 3.63$ ), respectively. The other factors affected at only moderate level were collaboration with the network ( $\bar{X} = 3.34$ ), and government policy ( $\bar{X} = 2.94$ ), respectively.

In certified TCPS group, the results showed that the certified TCPS group has parameters influencing at the high level ( $\bar{X} = 4.30$ ). When considered each perspective, there were six perspectives affecting certified TCPS at the highest level including: fund ( $\bar{X} = 4.77$ ), production ( $\bar{X} = 4.77$ ), management ( $\bar{X} = 4.73$ ), leader ( $\bar{X} = 4.66$ ), marketing ( $\bar{X} = 4.64$ ), group members ( $\bar{X} = 4.51$ ), respectively. The others additional perspectives affecting certified TCPS at high level were the government policy ( $\bar{X} = 4.44$ ), and supporting by government and private sector ( $\bar{X} = 4.31$ ), respectively, while the collaboration with the network was at moderate level ( $\bar{X} = 2.98$ ).

**Table 4.** The importance level of factors towards certified TCPS.

| Items                                       | Non-certified (N = 14) |       |          |      | Certified (N = 14) |       |          |      |
|---------------------------------------------|------------------------|-------|----------|------|--------------------|-------|----------|------|
|                                             | $\bar{X}$              | S.D.  | Meaning  | Rank | $\bar{X}$          | S.D.  | Meaning  | Rank |
| <b>Internal factors</b>                     |                        |       |          |      |                    |       |          |      |
| Fund                                        | 4.23                   | 0.888 | high     | 4    | 4.77               | 0.378 | highest  | 1    |
| Management                                  | 4.29                   | 0.673 | high     | 3    | 4.73               | 0.431 | highest  | 2    |
| Marketing                                   | 3.63                   | 0.951 | high     | 6    | 4.64               | 0.424 | highest  | 4    |
| Production                                  | 4.22                   | 0.786 | high     | 5    | 4.77               | 0.281 | highest  | 1    |
| Leader                                      | 4.44                   | 0.496 | high     | 2    | 4.66               | 0.447 | highest  | 3    |
| Group members                               | 4.51                   | 0.668 | highest  | 1    | 4.61               | 0.453 | highest  | 5    |
| <b>Total</b>                                | 4.22                   | 0.743 | high     | -    | 4.69               | 0.402 | highest  | -    |
| <b>External factors</b>                     |                        |       |          |      |                    |       |          |      |
| Government policy                           | 2.94                   | 1.491 | moderate | 3    | 4.44               | 0.937 | high     | 1    |
| Supporting by government and private sector | 3.74                   | 1.079 | high     | 1    | 4.31               | 0.835 | high     | 2    |
| Collaboration with the network              | 3.34                   | 1.567 | moderate | 2    | 2.98               | 1.501 | moderate | 3    |
| <b>Total</b>                                | 3.34                   | 1.379 | moderate | -    | 3.91               | 1.091 | high     | -    |
| <b>Grand mean</b>                           | 3.78                   | 1.061 | high     | -    | 4.30               | 0.747 | high     | -    |

Table 5 exhibits the result of t-test analysis to compare internal and external factors between non-certified and certified TCPS groups. The results revealed that the fund, production, marketing and government policy were statistically significant. The marketing and government policy were 0.01 statistically significant difference, and the fund and production were 0.05 statistically significant difference.

**Table 5.** Comparison of internal and external factors between non-certified and certified TCPS of SMCE groups.

| Factors                                     | Non-certified<br>(N = 14) |       | Certified<br>(N = 14) |       | t-test              |
|---------------------------------------------|---------------------------|-------|-----------------------|-------|---------------------|
|                                             | Mean                      | S.D.  | Mean                  | S.D.  |                     |
| Internal Factors                            |                           |       |                       |       |                     |
| Fund                                        | 4.23                      | 0.888 | 4.77                  | 0.378 | 2.122*              |
| Management                                  | 4.29                      | 0.673 | 4.73                  | 0.431 | 2.004 <sup>ns</sup> |
| Marketing                                   | 3.63                      | 0.951 | 4.64                  | 0.424 | 3.624**             |
| Production                                  | 4.22                      | 0.786 | 4.77                  | 0.281 | 2.463*              |
| Leader                                      | 4.44                      | 0.496 | 4.66                  | 0.447 | 1.236 <sup>ns</sup> |
| Group members                               | 4.51                      | 0.668 | 4.61                  | 0.453 | 0.463 <sup>ns</sup> |
| External Factors                            |                           |       |                       |       |                     |
| Government policy                           | 2.94                      | 1.491 | 4.44                  | 0.937 | 3.186**             |
| Supporting by government and private sector | 3.74                      | 1.079 | 4.31                  | 0.835 | 1.539 <sup>ns</sup> |
| Collaboration with the network              | 3.34                      | 1.567 | 2.98                  | 1.501 | 0.616 <sup>ns</sup> |

**Key:** ns = not significant, \* significant at level 0.05, \*\* significant at level 0.01

### ***Determinants of the certified TCPS of SMCE groups***

Table 6 illustrates binary backward stepwise logistic regression analysis results. The study revealed that, out of nine variables, only three variables significantly affected the certified TCPS, namely production, group members, and government policy. The accuracy of model was close to 63.7% (Cox & Snell  $R^2$ ) and 47.8% (Nagelkerke  $R^2$ ), respectively. The accuracy of the logistic regression model in both non-certified and certified TCPS groups was 85.7%. The variables that presented positive coefficient were production [ $\text{Exp}(B) = 348.612$ ] and government policy [ $\text{Exp}(B) = 3.220$ ] indicating that increasing of these variables can raise opportunity to receive certified TCPS. That is to say, a good plan production, for instance, can increase the number of certified TCPS product at 348 times. This finding was consistent with the study of Laoweerakun (2011) on the organic jasmine rice production that well-plan production had a positive effect on the certified standard. Likewise, the policy to promote a new product affected the certified TCPS three times. This result was consistent with the finding of Mbugua *et al.*, (2014) studying the performance of small and micro enterprises in Kenya, and also consistent with Onmak (2010) studying on the success of community business in Thailand. The results showed that government policy variable affected getting the certified standard. Whereas the variable presenting negative coefficients was group members [ $\text{Exp}(B) = 0.025$ ]. Meaning that if the group members are decreased, it may increases the possibility to receive the certified TCPS. This might be due to the small number of group members. The reduction in a member can increase the opportunity of all members to participate in training, study tour, or to receive a support which was in the line with the finding of Bernard *et al.* (2010) and Joyce *et al.* (2012).

**Table 6** Binary backward stepwise logistic regression results of factors affecting the certified TCPS of SMCE groups.

| Variable                | B       | S.E.  | Wald   | Exp(B)   |
|-------------------------|---------|-------|--------|----------|
| Production              | 5.854   | 3.123 | 3.513  | 348.612* |
| Group members           | -3.686  | 2.110 | 3.052  | 0.025*   |
| Government policy       | 1.170   | 0.513 | 5.196  | 3.220**  |
| Constant                | -14.450 | 9.183 | 2.476  | 0.00     |
| Prediction accuracy (%) |         |       | 85.7   |          |
| -2Log-likelihood        |         |       | 20.626 |          |
| Cox and Snell $R^2$     |         |       | 0.478  |          |
| Nagelkerke $R^2$        |         |       | 0.637  |          |
| Chi-square              |         |       | 9.182  |          |
| Significant (p-value)   |         |       | 0.240  |          |

**Key:** \* significant at level 0.05, \*\* significant at level 0.01

## Conclusions

Small and Micro Community Enterprises (SMCE) in Samut Sakhon province, Thailand is a key driven of sustainable economic growth. The proportion of certified SMCEs' products was still low, accounting for only 9.66 % of the entire provincial SMCEs' products. The results of this study shed light on that certified TCPS of SMCE group had an average income of the group (88,600 THB/ month) which was higher than the non-certified TCPS group (36,200 THB/ month) at 2.44 times. The t-test comparison between certified and non-certified TCPS groups exhibited that the certified TCPS group possessed statistically significant higher in the income of the group, operating time, and the number of products than those in non-certified TCPS. In addition, the investigation of factors affecting the certified TCPS of SMCE groups in Samut Sakhon province, Thailand indicated that the income of the group, operating times, and the number of products of the certified TCPS group were significantly higher than non-certified TCPS group indicating that these factors affected opportunity to receive TCPS certification of SMCEs in Samut Sakhon province. The binary backward stepwise logistic regression result revealed that variable factors significantly affected the certified TCPS of SMCEs were the production, group members, and government policy. The production and government policy were positively relative, whereas the group member was negative. The finding suggested that government agencies should support SMCEs to launch new varieties of their products and provided opportunities to SMCE members to participate in practical training.

## Acknowledgement

The author would like to express my sincere appreciation to leaders of SMCE groups in Samut Sakhon Province, Thailand for their good collaboration.

## References

- Bernard, M., Hellin, J., Nyikal, R. and Mburu J. (2010). Determinants for use of certified maize seed and the relative importance of transaction costs. 3<sup>rd</sup> African Association of Agricultural Economists (AAAE) and 48<sup>th</sup> Agricultural Economists Association of South Africa (AEASA) Conference, Cape Town, South Africa.
- Cameron, A.C. and Trivedi P.K. (2005). Supplement to micro econometrics: method and applications. New York: Cambridge university press.
- Chantuk, T. and Chadcham, S. (2014). A development on evaluation criteria of quality management in community enterprises. Journal of politics, administration and law, 6(1): 99-129.

- Chotithammaporn, W., Sannok, R., Mekhum, W., Rungsisawat, S., Poonpetpun, P. and Wongleedee, K. (2015). The Development of Physical Distribution Center in Marketing of Small and Micro Community Enterprise (SMCE) Product in Bangkotee, Samut Songkram. 11<sup>th</sup> International Strategic Management Conference 2015. *Procedia-Social and Behavioural Science* 207 (2015): 121-124.
- FAO. 2011. Enhancing farmer's access to markets of certified products: A comparative analysis using a business model approach. Agricultural management, marketing and finance working document no. 28.
- GPP. (2016). Gross provincial product at current market prices by industrial origin, Samut Sakhon province: 2005-2014. Available on the [www.service.nso.go.th/nso/web/statseries/tables/27400\\_Samut\\_Sakhon/E11116-48-57.xls](http://www.service.nso.go.th/nso/web/statseries/tables/27400_Samut_Sakhon/E11116-48-57.xls). Accessed on September, 2016.
- Joyce, M., Victor, K., John, C. and Robert, M.M. (2012). Factor affecting the implementation of product quality standards among small and medium enterprises (SMEs) based in Nairobi Kenya. *Prime Journal of Business Administration and Management (BAM)*, 2 (10): 726-735.
- Khon-ngam, W. (2007). The Study of analysis the development of Small and Micro Community Enterprise Network in Samut Songkram. Samut Songkram Provincial Agricultural Extension Office.
- Laoweerakun, P. (2011). Factors affecting farmer's organic jasmine rice production that passed organic standards in Ubon Ratchathani province. Thesis of M.S. Chiang Mai University, Thailand, Department of Agricultural Economics and Agricultural Extension.
- Mbugua, S.K., Agnes, N. and Ondabu I.T. (2014). Factors affecting the performance of small and micro enterprises in Limuru Town Market of Kiambu County, Kenya. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4 (12): 1-20.
- Onmak. A. (2010). The factor that is influential build the success of community business: Sueakok product business, Phaeng Sub-district, Kosumpisai District, Mahasarakham Province. Thesis of M.S. Rajabhat Mahasarakham University, Thailand, Department of Business Administration.
- Petprasert, N. and Wongkul, P. (2007). The community enterprise: The instrument of fundamental economic. Bangkok: Edison Press.
- Poungprayong, K. and Chantaranamchoo, N. (2013). The Development Approach of Small and Micro Community Enterprise Processing and Product Group Samut Songkram Province. *Silpakom Educational Research Journal*, 5 (1): 108-120.
- Ruengdet, K. and Wongsurawat, W. (2010). Characteristics of Successful Small and Micro Community Enterprise in Rural Thailand. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 16 (4): 385-397.
- Wikipedia. (2016). Samut Sakhon province. Available on the [https://en.wikipedia.org/wiki/Samut\\_Sakhon\\_Province](https://en.wikipedia.org/wiki/Samut_Sakhon_Province). Accessed on September, 2016.

## ประวัติผู้เขียน

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อ – สกุล      | นางสาวชลิดา เลิศเกษมผล                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| วัน เดือน ปีเกิด | 2 กรกฎาคม 2534                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| ที่อยู่          | 199/492 หมู่ 5 ตำบลคลองมะเดื่อ อำเภอกะทู้มูเบน จังหวัดสมุทรสาคร 74110                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ประวัติการศึกษา  | <p>ปีการศึกษา 2556</p> <p>-สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 1) สาขาวิชาพัฒนาการเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ทุนการศึกษา      | <p>ปีการศึกษา 2555</p> <p>-ได้รับทุนการศึกษา “เรียนดี มีรางวัล” จากคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง</p> <p>-ได้รับการคัดเลือกเป็นนักศึกษาดีเด่นด้านการเรียน โดยมีผลการเรียนเป็นอันดับหนึ่งของชั้นปี จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง</p> <p>ปีการศึกษา 2556</p> <p>-ได้รับทุนการศึกษา “เรียนดี มีรางวัล” จากคณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง</p> <p>-ได้รับทุนการศึกษาประเภทเรียนดี จากกองทุนการศึกษาศาสนาเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง</p> |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้