



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันบนฐานอัตลักษณ์ชุมชนของ
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

The enhancing competitiveness on community identity-based
of community enterprise in the TAK-Special Economic Zone

โดย ดร.อดิเรก พันเขียว และคณะ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

กรกฎาคม พ.ศ.2562

สัญญาเลขที่ RDG61T0055

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันบนฐานอัตลักษณ์ชุมชนของ
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

The enhancing competitiveness on community identity-based
of community enterprise in the TAK-Special Economic Zone

คณะผู้วิจัย	สังกัด
1. ดร.อดิเรก พันเขียว	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
2. อาจารย์ณัฐภาณี บัวดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
3. นางสาวพุทธรักษ์ เป้งมอย	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ชุดโครงการ “การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม” ปีงบประมาณ 2561

สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
(สกว.)

(ความเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร

ศักยภาพของชุมชนมีความสำคัญและส่งผลกระทบโดยตรงต่อคนในชุมชน ชุมชนจะเข้มแข็งได้ ต้องเริ่มจากการพึ่งพาตนเองและจบด้วยการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นกระบวนการสร้างเศรษฐกิจสังคมของชุมชน สังคมและประเทศชาติอีกแนวทางหนึ่ง ในปีพ.ศ. 2548 รัฐบาลได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ เกิดการพึ่งตนเอง และเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในตลาดได้อย่างสมดุล ประกอบกับรัฐบาลได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2575) ได้กล่าวไว้ในยุทธศาสตร์ข้อที่ 2 ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยกำหนดไว้ใน (3) พัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน ให้มีการพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวไกลสู่สากลและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและสถาบันเกษตรกร เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนต่าง ๆ ของประเทศ

โครงการวิจัยเรื่องนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) ชุดโครงการ “การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม” ปีงบประมาณพ.ศ.2561 โครงการวิจัยนี้มีเจตนารมณ์สำคัญเพื่อส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก (TAK-SEZ) ให้มีศักยภาพในการแข่งขัน สามารถสร้างรายได้ รับผลประโยชน์จากนโยบายรัฐบาลและสามารถพึ่งตนเองได้ ยิ่งกว่านั้น ยังต้องการให้จังหวัดตากมีผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีความโดดเด่นสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ (Identity) ของชุมชนและนำไปใช้สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่คนในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก 2) ศึกษาแนวทางยกระดับขีดความสามารถจากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ 3) ศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจ 4) ศึกษาศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน 5) ศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของนักท่องเที่ยว และ 6) ยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรจังหวัดและสำนักงานเกษตรอำเภอ จำนวน 10 คน ผู้นำชุมชน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 15 คน นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ จำนวน 84 แห่ง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย จำนวน 17 แห่ง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ จำนวน 2 แห่ง

จากการดำเนินโครงการวิจัยคณะผู้วิจัยมีข้อเสนอสำคัญเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากที่มีบริบทการเป็นชุมชนเกษตรที่มีภูมิปัญญาในการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติมาแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน และมีภูมิปัญญาท้องถิ่นในพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มาจากผลผลิตทางการเกษตร และแปรรูปทางการเกษตร ยาและเครื่องสมุนไพร และมีอัตลักษณ์ด้านประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยเฉพาะวัฒนธรรมด้านการแต่งกาย จึงเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ที่โดดเด่น เป็นอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ ยิ่งกว่านั้น ยังมีการเปรียบเทียบศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ทำให้สามารถเลือกวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพที่จะสามารถยกระดับขีดความสามารถได้ มีวิสาหกิจชุมชนผ่านเกณฑ์ในการคัดเลือก 5 แห่ง ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนข้าวไร่ใจ 2) วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร 3) วิสาหกิจ

ชุมชนเกษตรประณีต 4) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก และ 5) วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีเกเปอ ซึ่งจากการวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน และความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ ทำให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาขายยกระดับเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากได้ใน 3 อันดับ ได้แก่ ยาและเครื่องสำอางสมุนไพร พืชผักปลอดภัย และผ้าทอกะเหรี่ยง สำหรับวิสาหกิจในพื้นที่ที่จะนำมายกระดับศักยภาพให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก คือ ผ้าทอกะเหรี่ยง เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากประเพณี วัฒนธรรมของชนเผ่ากะเหรี่ยงที่เป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่แถบลุ่มน้ำบริเวณเขตชายแดนไทย-เมียนมา และมีกระบวนการทอด้วยกี่เอวที่เป็นภูมิปัญญาการทอที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่ากะเหรี่ยง และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่มีศักยภาพเกิดการรับรู้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จากผลการศึกษาเสนอให้ควรเร่งปรับปรุงในการดำเนินงานส่วนกระบวนการ ได้แก่ การส่งเสริมการตลาดทุกรูปแบบโดยเฉพาะตลาดออนไลน์ การพัฒนาองค์ความรู้และการจัดเก็บข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้มีกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐานสินค้าที่มีคุณภาพ มีการสื่อสารข้อมูลสารสนเทศให้แก่ลูกค้าเพื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้มีการศึกษาดูงานจากภายนอก และสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การพัฒนาสมาชิกวิสาหกิจชุมชนโดยการวางแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการหรือสมาชิกในกลุ่ม การปรับปรุงศักยภาพการบริหารในการบริหารด้านการเงินและบัญชี ซึ่งวิสาหกิจชุมชนต้องมีการจัดทำบัญชีให้มีความเป็นปัจจุบันและมีการชี้แจงข้อมูลทางการเงินในสมาชิกทราบ เพื่อให้สมาชิกเกิดความเข้าใจในการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ และอาจมีการจัดตั้งกองทุนกู้ยืมเพื่อให้สมาชิกกู้ยืมหากมีความจำเป็น ควรมีการพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความหลากหลายตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้นและต้องมีขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control) ในสินค้าทุกชิ้น เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า สร้างโอกาสในการซื้อสินค้าซ้ำ โดยในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต้องมีการวางแผน ทั้งแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและแผนธุรกิจ เพื่อให้สมาชิกมีเป้าหมายเดียวกันและปฏิบัติได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ และแนวทางการพัฒนาในการดำเนินงานส่วนผลลัพธ์ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชนต้องมีสินค้าที่มีความแตกต่างและมีอัตลักษณ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนด้วย ประสิทธิภาพการดำเนินงาน ซึ่งเมื่อวิสาหกิจชุมชนดำเนินงานแล้วต้องสามารถลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้วิสาหกิจมีกำไรที่มากขึ้น ดังนั้นวิสาหกิจควรใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นของตนเพื่อลดต้นทุน และเพิ่มกำไรให้กับวิสาหกิจชุมชน สมาชิกมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งหากต้องยกระดับความสามารถให้กับวิสาหกิจชุมชนต้องมีการพัฒนาสมาชิก ให้มีความรู้ ทักษะที่ทำให้การผลิตสินค้ามีมาตรฐาน มีคุณภาพ และมีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากแหล่งอื่น และในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด การจำหน่ายสินค้าออนไลน์จึงเป็นจำเป็น

สำหรับวิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่มต่าง ๆ ที่รวมตัวกันในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากที่มีการผลิตเป็นผ้าทอกะเหรี่ยง สามารถวางแผนทางในการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน เพื่อผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากมากที่สุด โดยแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาที่ต้องเร่งดำเนินการมากที่สุด คือ การบริหารตลาด กลุ่มจะต้องเปลี่ยนวิธีการผลิตมาเป็นการตลาดนำการผลิต แหล่งจำหน่ายหรือตลาด

และเครือข่ายด้านการตลาด ต้องได้รับการสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐอาศัยความร่วมมือเชิงบูรณาการกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการจัดหาสถานที่แสดงสินค้าอย่างถาวรสำหรับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ และจังหวัดควรให้การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์และแหล่งผลิตให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ควรมีการจัดตั้งฝ่ายการตลาดเชิงรุก ที่มีพันธกิจในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับศูนย์การค้าต่าง ๆ และควรต้องมีการขยายช่องทางการตลาดที่เข้าถึงได้ง่าย ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้หรือมาดูแลในเรื่องนี้ในระยะแรกก่อน และเมื่อกลุ่มมีผู้ดูแลที่มีความชำนาญแล้ว กลุ่มจะสามารถขายสินค้าผ่านช่องทางนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น แนวทางสำคัญอีกประการหนึ่งคือ ในพื้นที่ที่มีกลุ่มที่ผลิตผ้าทอกะเหรี่ยงเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายหลายแห่ง ดังนั้นควรสร้างให้กลุ่มเหล่านี้รวมกันเป็นเครือข่าย ทั้งเครือข่ายการผลิต เครือข่ายการจำหน่าย เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอกะเหรี่ยง ทำให้สามารถผลักดันให้ผ้าทอกะเหรี่ยง เป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากได้ต่อไป

ผลการศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและการรวมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ได้โดยตรง โดยเริ่มต้นจากการหาจุดแข็งในเชิงอัตลักษณ์ในพื้นที่ของตนเอง เพื่อนำไปสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นสอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมทั้งสามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพ มีอัตลักษณ์และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ยิ่งกว่านั้น ยังทำให้หน่วยงานราชการและชุมชนในพื้นที่ได้นำคุณค่าของอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่สร้างจากอัตลักษณ์ในท้องถิ่นไปใช้ในการส่งเสริมสนับสนุนจนทำให้คนในท้องถิ่นและชุมชนเกิดรายได้เลี้ยงตนเองจากคุณค่าของอัตลักษณ์ชุมชนเกิดการขยายผลยกระดับความสามารถในการแข่งขันให้แก่ชุมชนท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนต่อไป

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ: RDG61T0055
โครงการ: การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันบนฐานนวัตกรรมของ
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก
นักวิจัย: ดร.อดิเรก พันเขียวและคณะ
Email: adirek_fun@hotmail.com
ระยะเวลาโครงการ: 1 ปี (1 ธันวาคม 2560 – 30 พฤศจิกายน 2561)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก 2) ศึกษาแนวทางการยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนจากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ 3) ศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจ 4) ศึกษาศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน 5) ศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของนักท่องเที่ยว และ 6) ยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรจังหวัดและสำนักงานเกษตรอำเภอ จำนวน 10 คน ผู้นำชุมชน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 15 คน นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ จำนวน 84 แห่ง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย จำนวน 17 แห่ง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ จำนวน 2 แห่ง เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ จำนวน 7 ชุด แบบสอบถาม จำนวน 3 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมีอัตลักษณ์ชุมชนที่สำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเกษตร ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น และด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป ผลิตภัณฑ์ได้แก่ กลัวย/ผลิตภัณฑ์จากกลัวย ผลไม้/ผลผลิตจากผลไม้ พืชผักปลอดภัย ดอกกุหลาบ/ผลิตภัณฑ์จากดอกกุหลาบ 2) กลุ่มผ้าเครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ได้แก่ ผ้าทอกะเหรี่ยง ผ้าทอใยกล้วย และ 3) กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ผลิตภัณฑ์ได้แก่ เครื่องสำอางจากสมุนไพร และยาสมุนไพร ที่ได้จากสมุนไพรที่ปลูกในลักษณะเกษตรอินทรีย์ โดยในการศึกษาร้านนี้ ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชน มีศักยภาพในการพัฒนามากที่สุด คือ ผ้าทอกะเหรี่ยง

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนมีแนวทางการยกระดับขีดความสามารถจากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ (วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง และวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว อำเภอสарภี จังหวัดเชียงใหม่) ได้แก่ ด้านทิศทางของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านสมาชิก การบริหารสมาชิกและการมีส่วนร่วมของสมาชิก ด้านบริหารจัดการ การวางแผนดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านการผลิตและกระบวนการจัดการสินค้าและบริการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านต้นทุนและการบริหารการเงินในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ตามลำดับ

การดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนมีปัจจัยเอื้อจำนวน 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยบุคลากร ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ปัจจัยนโยบายรัฐบาล ปัจจัยเครือข่าย และปัจจัยการคมนาคม สำหรับปัจจัยขัดขวาง

จำนวน 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยการตลาด ปัจจัยเงินทุนงบประมาณ ปัจจัยการบริหารองค์กร ปัจจัยที่ตั้ง
 ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ปัจจัยการมีส่วนร่วม และปัจจัยคู่แข่ง จากการประเมินศักยภาพการดำเนินงาน
 พบว่า มีวิสาหกิจชุมชนที่สามารถยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันได้จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ 1)
 วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ 2) วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร 3) วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต 4) วิสาหกิจ
 ชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกกรัก และ 5) วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกระเหรี่ยงบ้านทึเกเปอ และจากการ
 ประเมินศักยภาพการแข่งขันโดยรวมของวิสาหกิจชุมชนใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ พบว่า ศักยภาพ
 การแข่งขันทั้ง 5 ด้าน คือ อำนาจต่อรองกับลูกค้า อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่
 ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน และการแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่วิสาหกิจ
 ชุมชนเห็นว่ามีความสามารถในการแข่งขันสูงมีค่าเท่ากัน 3 ด้าน คือ ด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ ด้าน
 ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ และด้านภัยจากการใช้สินค้าทดแทน ส่วนด้านที่วิสาหกิจชุมชนเห็นว่า
 มีความสามารถในการแข่งขันน้อยที่สุด คือ ด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้า ยิ่งกว่านั้น จากการศึกษาความคิดเห็น
 จากนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชนมากที่สุด
 รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีราคาสินค้าเหมาะสม ที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่ายหลากหลาย มี
 การส่งเสริมการขาย และความเฉพาะเจาะจง ตามลำดับ

ผลการศึกษาได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนากระบวนการดำเนินงานมีข้อเสนอที่สำคัญที่สุด ได้แก่
 ควรพัฒนาการบริหารตลาด รองลงมา ได้แก่ การจัดความรู้และข้อมูล การบริหารสมาชิก การบริหาร
 จัดการองค์กร การจัดการสินค้า การวางแผนการดำเนินงาน และการพัฒนาผู้นำ ตามลำดับ ส่วน
 แนวทางพัฒนาผลลัพธ์ ได้แก่ ควรพัฒนาคุณภาพสินค้า เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน สร้างผลลัพธ์
 ที่สอดคล้องกับภารกิจ และการพัฒนาองค์กร ยิ่งกว่านั้น งานวิจัยนี้ยังมีการพัฒนาและอบรมเชิง
 ปฏิบัติการวิสาหกิจชุมชนเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ตลาดออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยเว็บไซต์มีผล
 การประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้ ได้แก่ ด้านข้อมูลของเว็บไซต์อยู่ในระดับมากที่สุด และด้าน
 ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : ขีดความสามารถการแข่งขัน / อัตลักษณ์ชุมชน / วิสาหกิจชุมชน / เขตพัฒนาเศรษฐกิจ
 พิเศษตาก

Abstract

Project code: RDG61T0055

Project: The enhancing competitiveness on community identity-based of community enterprise in the TAK-Special Economic Zone

The research objectives were to 1) study community identity and community products identity of community enterprises in the Tak-Special Economic Zone 2) study guidelines for enhance competitiveness of community enterprises from best practice 3) study the factors that affect the success and barriers to business operation 4) study the operational potential and competitiveness of community enterprises which has product identity consistent with community identity 5) study the needs of tourists' products according to community identity and 6) enhance the competitiveness of community enterprise which has product identity consistent with community identity. This research had important contributors such as; 10 staffs of the Provincial Agricultural Extension Office and District Agricultural Extension Office, 15 community leaders/ wisdom people/ local philosophers, 400 tourists, 84 community enterprises, 17 target community enterprises, and 2 best practice community enterprises. The research tool consisted of 7 interview forms and 3 questionnaires. Data analyzed both quantitative and qualitative. Statistics used are frequency, percentage, average and standard deviation.

The results showed that the communities in the TAK-Special Economic Zone have 3 important community identities including agriculture, knowledge/local wisdom and local tradition. There are three product identities that are consistent with the community identities: 1) agricultural products and processed foods group, that contain bananas/ products of banana, fruit/ products of fruit, Good Agriculture Practice (GAP) vegetable, rose/ products of rose, 2) clothing group, that contain Karen woven fabric, hemp woven fabric and 3) non-food herb group, that contain cosmetics from herbs and herbal medicines obtained from herbs grown in an organic. In this study, the outstanding product that represents the community identity and has the most development potential is the Karen woven fabric.

Community enterprise development has a guideline to enhance capabilities from the best practice community enterprises (Na Muen Sri community enterprise, Na Yong District, Trang Province and Bankwae community enterprise, Saraphi District, Chiang Mai Province) are the direction of community enterprise, community enterprise leadership, member management and member participation, management, operation plan of community enterprise, production and process management of products and services of community enterprise, cost and financial management in the community

enterprise, community enterprise marketing, and interaction with the outside, respectively.

The business operation of community enterprises has 5 success factors such as personal, product, government policy, network, and transportation. There are 7 barrier factors such as marketing, capital and budget, organization management, location, product, participation, and competitor. From the evaluation of the operation potential, it was found that there were 5 community enterprises that could to enhance competitiveness, namely 1) Khao Sai Jai community enterprise, 2) Pordee Herbal product community enterprise, 3) Kaset Praneet community enterprise, 4) Plant love community enterprise, and 5) Ban TeeKaPer Karen woven fabric community enterprise. From the five-force competitive analysis of community enterprises, it was found that the five force were the bargaining power of buyers, the bargaining power of the firm's suppliers, the threat of new entrants to the market, the threat of substitute products, and the intensity of rivalry among competitors at a moderate level. With the force that highest competitive potential, equal in 3 forces, that are the bargaining power of the firm's suppliers, the threat of new entrants to the market, and the threat of substitute products. As for the force that the community enterprises perceive as having the least competitive potential is the bargaining power of buyers. Moreover, from the study of opinions from tourists, it is found that tourists have the most need for products that show community identity. Followed by quality products, suitable product prices, location/distribution channels, sales promotion, and specificity respectively.

The results of the study suggest guidelines for the development of operational processes. The most important proposal is to develop marketing management, followed by knowledge and information management, member management, organization management, product management, operation planning, and leadership development respectively. As for the development guidelines, results should improve product quality, increase operational efficiency, create results that are consistent with the mission, and organizational development. Moreover, this research also includes the development and training of community enterprises to develop online market for selling products. The website has evaluated the satisfaction of users, which the results of the website's data are at the highest level, and the efficiency of the developed website is satisfied at a high level.

Keyword : Competitiveness / Community identity / Community enterprise / Tak-Special Economic Zone

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันบนฐานอัตลักษณ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความร่วมมือและความอนุเคราะห์จากหน่วยงานและบุคคลดังต่อไปนี้

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรและผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอดทุกท่านที่ให้โอกาสในการทำงานวิชาการฉบับนี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ให้ความร่วมมือในการทำวิจัยในทุกขั้นตอน ตลอดจนผู้เขียนเอกสาร ตำรา และงานวิจัยทุกท่านที่ได้อ้างอิงให้งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์ และสุดท้ายขอขอบคุณทุกท่านที่ผลักดันให้งานที่คิดว่าจะไม่สำเร็จ ได้สำเร็จลงได้

ขอขอบคุณหน่วยงานผู้สนับสนุนทุนวิจัย ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) ชุดโครงการการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์งานวิจัย คณะกรรมการติดตามงานวิจัยทุกคณะ อาจารย์และเจ้าหน้าที่สำนักประสานงานและโครงการทุกท่านที่สนับสนุนการทำงานวิจัยอย่างดี

ขอขอบคุณผู้นำชุมชน ประธานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประธานกลุ่มและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผ้อทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ปราชัญ ชาวบ้านผู้ให้ข้อมูล ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้การสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิในทุกขั้นตอนของการวิจัย ขอขอบคุณผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐทุกท่าน ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัดตาก สำนักงานเกษตรทุกอำเภอ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดตาก สำนักงานพัฒนาชุมชนทุกอำเภอ และหน่วยงานอื่น ๆ ในจังหวัดตาก

สุดท้ายนี้ หากมีข้อผิดพลาดจากการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยขอรับไว้แต่เพียงผู้เดียว คุณประโยชน์ที่ได้รับจากการทำวิจัย ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ผู้ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลและผู้ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในการทำรายงานวิจัยครั้งนี้

คณะผู้วิจัย

กรกฎาคม 2562

สารบัญ

บทที่	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
บทคัดย่อ	ง
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ณ
สารบัญตาราง	ฐ
สารบัญภาพ	ด
1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขัน	10
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	12
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน	17
2.4 พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548	34
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์	36
2.6 วรรณกรรมและข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง	39
2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย	70
3 วิธีดำเนินการวิจัย	72
3.1 ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	72
3.2 ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาแนวทางยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ	75
3.3 ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	77
3.4 ขั้นตอนที่ 4 การศึกษาศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	79

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.5 ขั้นตอนที่ 5 การศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของ นักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	83
3.6 ขั้นตอนที่ 6 การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มี ผลิตภัณฑ์สอดคล้องอัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	84
4 ผลการวิจัย	91
4.1 ตอนที่ 1 ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจ ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	91
4.1.1 ตอนที่ 1.1 ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จากเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรและปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน	91
4.1.2 ตอนที่ 1.2 ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จากนักท่องเที่ยว	98
4.1.3 ตอนที่ 1.3 ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน	112
4.2 ตอนที่ 2 ผลการศึกษาแนวทางยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนใน พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับ หรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ	127
4.2.1 ตอนที่ 2.1 วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง	127
4.2.2 ตอนที่ 2.2 วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านแคว อำเภอสรรค สาร จังหวัดเชียงใหม่	134
4.3 ตอนที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจ ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	139
4.3.1 ตอนที่ 3.1 ผลการศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของ วิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการวิเคราะห์เอกสาร	140
4.3.2 ตอนที่ 3.2 ผลการศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของ วิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน	140
4.3.3 ตอนที่ 3.3 ผลการศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของ วิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสอบถามกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์	143

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4.3.4 ตอนที่ 3.4 ผลการศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย	153
4.4 ตอนที่ 4 ผลการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	158
4.4.1 ตอนที่ 4.1 ผลการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	158
4.4.2 ตอนที่ 4.2 ผลการศึกษาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	172
4.5 ตอนที่ 5 ผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	180
4.6 ตอนที่ 6 ผลการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	184
4.6.1 ตอนที่ 6.1 ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานและการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ	185
4.6.2 ตอนที่ 6.2 ผลการพัฒนาและการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ	197
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะในการวิจัย	225
5.1 สรุปผล	225
5.1.1 ตอนที่ 1 อัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	225
5.1.2 ตอนที่ 2 แนวทางยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ	229
5.1.3 ตอนที่ 3 ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	234
5.1.4 ตอนที่ 4 ศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	237

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5.1.5 ตอนที่ 5 ความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	243
5.1.6 ตอนที่ 6 การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	245
5.2 อภิปรายผล	255
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย	260
บรรณานุกรม	262
ภาคผนวก	267
ภาคผนวก ก หนังสือขอเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์	268
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ให้ข้อมูล	270
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่	274
ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	276
ภาคผนวก จ แบบสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน	278
ภาคผนวก ฉ แบบสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ	280
ภาคผนวก ช แบบสัมภาษณ์ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนจากเจ้าหน้าที่	286
ภาคผนวก ซ แบบสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีศักยภาพ เรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชน ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	288
ภาคผนวก ฌ แบบสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีศักยภาพ เรื่องศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	290
ภาคผนวก ฎ แบบสอบถามวิสาหกิจชุมชนกลุ่มต้องการพัฒนา เรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ	292
ภาคผนวก ฏ แบบสอบถามวิสาหกิจชุมชน เรื่องศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	297
ภาคผนวก ฐ แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย	300
ภาคผนวก ฑ แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	305
ภาคผนวก ท ภาพการเก็บรวบรวมข้อมูล	311
ภาคผนวก ฒ ภาพการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	327
การเปรียบเทียบผลผลิต (Output) ที่เสนอในข้อเสนอโครงการและที่ดำเนินการได้จริง	330
เปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินการและผลที่ได้รับ	332
ตลอดโครงการ	
ประวัติคณะวิจัย	334

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	เกณฑ์การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนโดยกรมส่งเสริมการเกษตร	20
2.2	การเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาธุรกิจตามนโยบายรัฐบาล	42
2.3	จำนวนและทุนจดทะเบียนในพื้นที่และนอกพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	48
2.4	จำนวนและสัดส่วนขนาดธุรกิจ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	48
2.5	จำนวนและทุนจดทะเบียน จำแนกตามประเภทธุรกิจ	48
2.6	ทุนจดทะเบียนของประเทศที่มีมูลค่าทุนจดทะเบียนสูงสุด	49
2.7	ทุนจดทะเบียนของประเภทธุรกิจที่ต่างชาติดึงทุนสูงสุด	49
2.8	จำนวนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว จำนวนตามประเภทกิจการ จังหวัดตาก ข้อมูล ณ วันที่ 18 มีนาคม 2560	50
2.9	ประเภทกิจการของที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว จำแนกตามพื้นที่จังหวัดตาก จำแนกตามพื้นที่ ข้อมูล ณ วันที่ 18 มีนาคม 2560	51
2.10	ประเภทกิจการของที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว จำแนกตามพื้นที่ในเขตพัฒนา เศรษฐกิจพิเศษตาก ข้อมูล ณ วันที่ 18 มีนาคม 2560	52
2.11	ประเภทกิจการ จำนวนและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียน แล้วในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จำแนกรายตำบล	53
3.1	ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์การวิจัย แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล เครื่องมือวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล	87
4.1	การวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน และผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจ พิเศษตาก จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร และปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน	92
4.2	สรุปอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการวิเคราะห์ ข้อมูลของเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร และปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำ ชุมชน	96
4.3	การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่เขต พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ตามกลุ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP)	98
4.4	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูล พื้นฐาน	98
4.5	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะ อัตลักษณ์ชุมชน	101
4.6	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนา เศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านการท่องเที่ยว	102

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.7 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์	103
4.8 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านการเกษตร	103
4.9 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาที่น่าสนใจ	104
4.10 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น	105
4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากอัตลักษณ์ชุมชน	106
4.12 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านอาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป	107
4.13 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านเครื่องมือ	108
4.14 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านผ้า เครื่องแต่งกาย	108
4.15 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก	109
4.16 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	110
4.17 การสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	113
4.18 ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับอัตลักษณ์ชุมชน และกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชน	116
4.19 การวิเคราะห์ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร ประชาชน ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยว และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	125
4.20 การวิเคราะห์ชนิดผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	126
4.21 การประเมินศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง	132
4.22 การประเมินศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านแคว อำเภอสарัก จังหวัดเชียงใหม่	137

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.23	สรุปการประเมินศักยภาพการบริหาร การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ	139
4.24	การวิเคราะห์ปัจจัยเอื้อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	141
4.25	การวิเคราะห์ปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง	142
4.26	ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ	143
4.27	ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยเงินทุนงบประมาณ	145
4.28	ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยบุคลากร	146
4.29	ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยผลิตภัณฑ์/กิจกรรม	146
4.30	ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยการตลาด	147
4.31	ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยที่ตั้ง	147
4.32	ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร	148
4.33	ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยนโยบายภาครัฐ	148
4.34	ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยเครือข่าย	149
4.35	ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยคู่แข่ง	149
4.36	ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยการมีส่วนร่วมจากภายนอก	149
4.37	ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยคมนาคม	150
4.38	การวิเคราะห์ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจ	151
4.39	สรุปปัจจัยเอื้อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีศักยภาพ	153
4.40	สรุปปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย	154
4.41	การวิเคราะห์ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม	156

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.42	การประเมินศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	159
4.43	การวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงาน ของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	165
4.44	ระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้า	172
4.45	ระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ	173
4.46	ระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ด้านภัยจากผู้ผลิตรายใหม่	173
4.47	ระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ด้านภัยจากการใช้สินค้าทดแทน	174
4.48	ระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ด้านการแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม	174
4.49	ผลการสอบถามระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ (84 แห่ง)	175
4.50	สรุปศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์	176
4.51	การประเมินศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายเปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ	178
4.52	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชน	180
4.53	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์	181
4.54	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านราคาสินค้า	181
4.55	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่าย	182
4.56	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการส่งเสริมการขาย	183
4.57	ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านความเฉพาะเจาะจง	183
4.58	การประเมินศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรีกับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเป๋อ	186

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.59	การประเมินศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี กับ วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเป๋อ	194
4.60	ผลการประเมินความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจ ชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเป๋อ	224

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1	แนวทางปฏิบัติในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน
2.2	พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก
2.3	กรอบแนวคิดการวิจัย
3.1	ขั้นตอนการวิจัย
4.1	การวิเคราะห์ค่าความแตกต่างของศักยภาพการดำเนินงานระหว่างวิสาหกิจชุมชน ต้นแบบกับวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก
4.2	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนข้าวไร่ใจเปรียบเทียบกับ วิสาหกิจชุมชนบ้านแคว (ต้นแบบ) ในเกณฑ์การประเมินปัจจัย 7 หมวด
4.3	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนพุดสีมุนไพร เปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว (ต้นแบบ) ในเกณฑ์การประเมินปัจจัย 7 หมวด
4.4	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต เปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว (ต้นแบบ) ในเกณฑ์การประเมินปัจจัย 7 หมวด
4.5	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูก รักเปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว (ต้นแบบ) ในเกณฑ์การประเมินปัจจัย 7 หมวด
4.6	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยง ทีกะเป๋อ เปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี (ต้นแบบ) ในเกณฑ์ การประเมินปัจจัย 7 หมวด
4.7	การวิเคราะห์ค่าความแตกต่างของศักยภาพการแข่งขันระหว่างวิสาหกิจชุมชน ต้นแบบกับวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก
4.8	ระบบการจำหน่ายแบบเดิมของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเป๋อ
4.9	ระบบการจำหน่ายแบบใหม่ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเป๋อ
4.10	หน้าแรกของบุคคลทั่วไป
4.11	หน้าแรกของสมาชิก
4.12	หน้ารายการหน้าแรกของระบบ
4.13	หน้าสินค้าในตะกร้ากรณีไม่มีสินค้าที่ซื้อ
4.14	หน้าสินค้าในตะกร้ากรณีมีสินค้า
4.15	หน้าแจ้งชำระเงิน
4.16	หน้าวิธีการจัดส่งสินค้า
4.17	หน้าติดต่อเรา
4.18	ข้อมูลชุมชนบ้านทีกะเป๋อ

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.19 ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน	204
4.20 กลุ่มองค์กรในชุมชน	205
4.21 เงินกองทุนของชุมชน	205
4.22 ศักยภาพของชุมชน	206
4.23 ปัญหาที่สำคัญของชุมชน	206
4.24 ผู้นำชุมชน	206
4.25 การส่งเสริมอาชีพในชุมชนประเพณีสำคัญของ	207
4.26 ประเพณีสำคัญของชุมชน	207
4.27 หน้าแรกของสมาชิก	208
4.28 หน้ารายการใบสั่งซื้อสินค้า	208
4.29 หน้าแจ้งชำระเงิน	209
4.30 หน้ารายการยืนยันการชำระเงิน	209
4.31 หน้ารายการยกเลิกใบสั่ง	210
4.32 หน้าข้อมูลส่วนตัว	210
4.33 หน้าเปลี่ยนรหัสผ่าน	211
4.34 หน้าออกจากระบบ	211
4.35 หน้าแรกของผู้ดูแลระบบ	212
4.36 หน้ารายการใบสั่งซื้อสินค้า	213
4.37 หน้ารายการแจ้งชำระเงิน	213
4.38 หน้ารายการรออนุมัติสินค้า	214
4.39 หน้ารายการสินค้ารอจัดส่ง	214
4.40 หน้ารายการจัดส่งสินค้า	215
4.41 หน้ารายการยกเลิกใบสั่ง	215
4.42. หน้าข้อมูลสินค้า	216
4.43 หน้าหน่วยนับสินค้า	216
4.44 หน้าหมวดหมู่สินค้า	217
4.45 หน้าประเภทสินค้า	217
4.46 หน้าข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์	218
4.47 หน้าข้อมูลธนาคาร	218
4.48 หน้ารูปแบบการจัดส่งสินค้า	219
4.49 หน้าข้อมูลสมาชิก	219
4.50 หน้าสั่งซื้อตามช่วงวันเดือน	220
4.51 หน้าสินค้าทั้งหมด	220

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.52	หน้าสินค้าใกล้เคียง
4.53	หน้าสินค้าขายดี 10 อันดับ
4.54	หน้าสินค้าขายไม่ดี 10 อันดับ
4.55	หน้าข้อมูลผู้ดูแลระบบ
4.56	หน้าเปลี่ยนรหัสผ่าน
4.57	หน้าออกจากระบบ

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ศักยภาพของชุมชนมีความสำคัญและมีผลกระทบโดยตรงต่อการดำรงชีวิตของคนในชุมชน ชุมชนจะเข้มแข็งได้ต้องเริ่มจากการพึ่งพาตนเองของคนในชุมชน ซึ่งแนวทางหนึ่งในการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของชุมชน คือ วิสาหกิจชุมชน (Community enterprise) (คณิตา ไกรสันติ และรัสมนต์ คำศรี, 2558) ซึ่งปัจจุบันการรวมตัวเพื่อประกอบกิจการของชุมชนท้องถิ่นมีหลายลักษณะโดยส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็ก การรวมตัวมักจะมีอยู่ในลักษณะกลุ่มกิจกรรมหรือกลุ่มอาชีพที่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานต่าง ๆ และบางกลุ่มได้มีการดำเนินการเพื่อช่วยเหลือกันในลักษณะเครือข่าย ซึ่งลักษณะการรวมกลุ่มอาจมีรูปแบบต่าง ๆ เช่น กลุ่มแม่บ้าน สหกรณ์การเกษตร กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหรือชมรมต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้การรวมกลุ่มดังที่กล่าวมามีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญคือ เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันของสมาชิกในกลุ่มและสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินงานการสร้างอำนาจต่อรองด้านต่าง ๆ (รัชณี รูปหล่อ และคณะ, 2556)

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นกระบวนการสร้างสรรค์เศรษฐกิจและสังคมของชุมชน มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอย่างรู้คุณค่า เพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548) ในปี พ.ศ.2548 รัฐบาลได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ เกิดการพึ่งตนเอง เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในตลาดอย่างสมดุล เป็นทางเลือกที่สำคัญในการประกอบอาชีพ (นรินทร์ สังข์รักษา, 2552) ดังนั้น รัฐบาลจึงได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2575) ได้กล่าวไว้ในยุทธศาสตร์ข้อที่ 2 ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยกำหนดไว้ใน (3) พัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน ให้มีการพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวไกลสู่สากลและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและสถาบันเกษตรกร เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนต่าง ๆ ของประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้เศรษฐกิจในชุมชนเกิดความเข้มแข็ง สามารถเลี้ยงตนเองได้ และเกิดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชนเป็นที่ยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ แต่ในความเป็นจริงกลับพบว่า การดำเนินการโครงการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ของประเทศประสบความล้มเหลว จนถึงขั้นต้องสลายการจัดตั้งกลุ่ม ทั้งนี้เนื่องมาจากการขาดประสิทธิภาพการรวมกลุ่มและความรู้ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจ ส่งผลให้ไม่สามารถทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับสินค้าของตนได้ (นงนุช อิ่มเรือง และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์, 2554) การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ถือว่าเป็นกระบวนการสำคัญที่จะทำให้วิสาหกิจชุมชนได้เรียนรู้ตนเองในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การกำหนดทิศทางของวิสาหกิจชุมชน การวางแผนดำเนินงาน การดำเนินงานด้านการตลาด การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การบริหารสมาชิก เป็นต้น (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2555) ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เกิดขึ้นจำนวนมาก จังหวัดตากเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีการรวมกลุ่มกันของวิสาหกิจชุมชนที่หลากหลาย โดยเฉพาะในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ในพื้นที่ 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอแม่สอด (8 ตำบล) อำเภอพบพระ (3 ตำบล) และอำเภอแม่ระมาด (3 ตำบล) เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางด้านชาติพันธุ์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ทำให้มีความรู้ด้านภูมิปัญญา มีความสามารถที่หลากหลาย เกิดการรวมกลุ่มกันเป็นวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีจำนวนวิสาหกิจ

ชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้วในพื้นที่ จำนวนรวมทั้งสิ้น 678 แห่ง มีสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวนถึง 7,976 ราย (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2560) อีกทั้งยังสามารถนำเอาศักยภาพของชุมชนชายแดนและอัตลักษณ์ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนมาใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสอดคล้องกับเป้าหมายการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน

สำหรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากเป็นพื้นที่สำคัญของประเทศ เนื่องด้วยนโยบายปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจด้านการตลาด การค้า และการลงทุนจะเร่งรัดจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษบริเวณพื้นที่ที่มีศักยภาพของรัฐบาล โดยให้ความสำคัญต่อจังหวัดชายแดนเพื่อส่งเสริมการค้า การตลาด การลงทุน การจ้างงาน และการใช้วัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์จากการเชื่อมโยงด้านคมนาคมขนส่งของภูมิภาคอาเซียน และเป็นเครื่องมือในการเตรียมความพร้อมและสร้างโอกาสจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ.2558 (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2557) ทำให้รัฐบาลได้ประกาศระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ พ.ศ.2556 ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 25 กรกฎาคม 2556 เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางพัฒนาเศรษฐกิจจากต่างประเทศ ซึ่งเห็นได้ว่าเขตเศรษฐกิจพิเศษเป็นแนวทางการพัฒนาประเทศที่ได้รับการยอมรับจากต่างประเทศและถูกนำมาใช้เป็นอีกเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนาประเทศ เพื่อสร้างโอกาสและการแข่งขันกับประเทศในภูมิภาค ศูนย์การเงินและการพัฒนาระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยโอไอโอว่าได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “เขตเศรษฐกิจพิเศษ” ว่าหมายถึงพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ซึ่งบริหารจัดการโดยองค์กรหนึ่งซึ่งได้สิทธิพิเศษทางการค้าแก่บริษัทที่เลือกที่ตั้งอยู่ในเขตเศรษฐกิจนั้น วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งเพื่อเพิ่มการค้าในภูมิภาคโดยการให้สิทธิพิเศษทางการค้า เพื่อกระตุ้นการลงทุนทั้งภายในท้องถิ่นและจากต่างประเทศ (เชิญ ไกรนรา, 2555) ดังนั้นการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษจึงจำเป็นต้องพิจารณาศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่ที่มีความโดดเด่นของประเทศ อีกทั้งเป็นการส่งเสริมให้นำศักยภาพในพื้นที่มาใช้ในการพัฒนาประเทศโดยภาพรวมต่อไป

จากความสำคัญดังกล่าว ทำให้เห็นได้ว่าเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากจำเป็นต้องมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็ง จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสร้างให้ชุมชนในพื้นที่เกิดความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจของตนเองตามอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแต่ละแห่ง เพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรมธุรกิจได้อย่างยั่งยืน สามารถมองเห็นโอกาสและการสร้างรายได้ของชุมชน การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการและพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้นด้วยการนำอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ร่วมกันในเชิงธุรกิจ เพื่อที่จะสามารถพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนในพื้นที่ได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ดังนั้นคณะวิจัยจึงเห็นความสำคัญในการยกระดับวิสาหกิจตามอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันตามอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ที่มีความเข้มแข็งเติบโตไปพร้อมกับการพัฒนาที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยสำคัญ ดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

1.2.2 เพื่อศึกษาแนวทางยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

1.2.4 เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

1.2.5 เพื่อศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

1.2.6 เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้ แบ่งตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1.3.1 การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) อัตลักษณ์ชุมชน ศึกษาใน 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านท่องเที่ยว (2) ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุประวัติศาสตร์ (3) ด้านการเกษตร (4) ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ (5) ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น

2) อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชน

2.1) วิสาหกิจชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ใน 2 ประเด็น (1) ประวัติ ความเป็นมาของการผลิตสินค้าและการให้บริการ และ (2) ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์และการบริการที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน

2.2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ใน 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ (1) ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) เครื่องดื่ม (3) ผ้า เครื่องแต่งกาย (4) ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก และ (5) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล

1) เอกสารและสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและวิสาหกิจชุมชน

2) ผู้นำชุมชน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ปราชญ์ชาวบ้านที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากในพื้นที่ จำนวน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และ (3) ผ้า เครื่องแต่งกาย

3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จำนวน 3 กลุ่ม ประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) ผ้า เครื่องแต่งกาย และ (3) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

4) เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ

5) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ขอบเขตด้านพื้นที่และหน่วยงาน

พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

1.3.2 การศึกษาแนวทางยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) แนวทางการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ โดยศึกษาใน 9 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านทิศทางของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (2) ด้านวิสัยทัศน์ ศักยภาพ ความเป็นผู้นำของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (3) ด้านสมาชิก การบริหารสมาชิกและการมีส่วนร่วมในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (4) ด้านการบริหารจัดการ การวางแผนดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (5) ด้านการผลิต และกระบวนการจัดการสินค้าและบริการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (6) ด้านต้นทุน และการบริการการเงินในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (7) ด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (8) ด้านการจัดการความรู้ และข้อมูลข่าวสารในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ (9) ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก (เชิงบวกและเชิงลบ)

2) แนวทางยกระดับขีดความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ โดยศึกษาจาก

2.1) ศักยภาพการแข่งขัน (5 Force Competition Model) ใน 5 ประเด็น ได้แก่ (1) อำนาจต่อรองกับลูกค้า (2) อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ (3) ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ (4) ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน (5) การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม

2.2) แนวทางการพัฒนาโดยการประเมินศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ โดยใช้เกณฑ์ใน 7 หมวด ได้แก่ (1) ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน (2) การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน (3) การบริหารตลาด (4) การจัดการความรู้และข้อมูล (5) การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน (6) การจัดการสินค้าหรือบริการ และ (7) ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการยอมรับหรือได้รับรางวัลหรือดีเด่นระดับประเทศ จำนวน 2 แห่ง ได้แก่

1) วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง

2) วิสาหกิจชุมชนบ้านแคว จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตด้านพื้นที่และหน่วยงาน

พื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการยอมรับหรือได้รับรางวัลหรือดีเด่นในระดับประเทศ

1.3.3 การศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) ปัจจัยเอื้อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย เงินทุนงบประมาณ บุคลากรผลิตภัณฑ์/กิจกรรม การตลาด ที่ตั้ง การบริหารจัดการองค์กร และปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย นโยบายรัฐ เครือข่าย คู่แข่งขัน การมีส่วนร่วม และการคมนาคม

2) ปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย เงินทุนงบประมาณ บุคลากรผลิตภัณฑ์/กิจกรรม การตลาด ที่ตั้ง การบริหารจัดการองค์กร และปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย นโยบายรัฐ เครือข่าย คู่แข่งขัน การมีส่วนร่วม และการคมนาคม

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล

1) เอกสารที่เกี่ยวข้องกับนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ
2) เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน 3 ประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) ผ้า เครื่องแต่งกาย และ (3) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 84 แห่ง
ขอบเขตด้านพื้นที่และหน่วยงาน

พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

1.3.4 การศึกษาศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) การประเมินศักยภาพการดำเนินงานและผลลัพธ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ใช้เกณฑ์ใน 7 หมวด ได้แก่ (1) ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน (2) การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน (3) การบริหารตลาด (4) การจัดการความรู้และข้อมูล (5) การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน (6) การจัดการสินค้าหรือบริการ และ (7) ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

2) ศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ใช้แนวคิด 5 Force Competition Model ประกอบด้วย (1) อำนาจต่อรองกับลูกค้า (Bargaining power of customers) (2) อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ (Bargaining power of suppliers) (3) ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ (Threat of new entrants) (4) ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน (Threat of substitutes) และ (5) การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม (Rivalry among existing competitors)

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล

1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ใน 3 ประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และ (3) ผ้า เครื่องแต่งกาย

2) กลุ่มวิสาหกิจกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ใน 3 ประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และ (3) ผ้า เครื่องแต่งกาย

ขอบเขตด้านพื้นที่และหน่วยงาน

พื้นที่กลุ่มวิสาหกิจในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

1.3.5 การศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ ประกอบด้วย 5 ประการ ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ราคาสินค้า (Price) (3) ที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่าย (Place) (4) การส่งเสริมการขาย (Promotion) (5) ความเฉพาะเจาะจง (Product Unique)

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ขอบเขตด้านพื้นที่และหน่วยงาน

พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

1.3.6 การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในกระบวนการดำเนินงานและผลลัพธ์ตามเกณฑ์การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เกณฑ์ 7 หมวด ได้แก่ (1) ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน (2) การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน (3) การบริหารตลาด (4) การจัดการความรู้และข้อมูล (5) การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน (6) การจัดการสินค้าหรือบริการ และ (7) ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

2) การพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน 5 Force Competition Model ได้แก่ (1) อำนาจต่อรองกับลูกค้า (2) อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ (3) ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ (4) ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน และ (5) การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม

3) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ใน 5 ประการ ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ราคาสินค้า (Price) (3) ที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่าย (Place) (4) การส่งเสริมการขาย (Promotion) (5) ความเฉพาะเจาะจง (Product unique)

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากที่โดดเด่นมีความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพ และมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว

ขอบเขตด้านพื้นที่และหน่วยงาน

พื้นที่กลุ่มวิสาหกิจในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.4.1 การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน หมายถึง การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความเฉพาะเจาะจงและโดดเด่นของพื้นที่ ให้มีศักยภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน ศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

1.4.2 อัตลักษณ์ชุมชน หมายถึง ความเฉพาะเจาะจง ความมีเอกลักษณ์ ความโดดเด่นของชุมชนในพื้นที่ที่ชุมชนอื่นไม่สามารถเลียนแบบหรือทำตามได้โดยง่าย เช่น วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี ทรัพยากรกรในชุมชน ความเชื่อ ความรู้ความสามารถ เป็นต้น

1.4.3 อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความโดดเด่น และสอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน

1.4.4 ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง ความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ในกระบวนการและผลลัพธ์ ใน 7 หมวด ได้แก่

(1) หมวดที่ 1 ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน หมายถึง ความสามารถของผู้นำในการกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนา การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนด เป้าหมาย ทิศทาง และแผนการดำเนินงาน ความสามารถในการบริหารจัดการ การบริหารธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ และความรับผิดชอบต่อลูกค้า และความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจในการกำหนดโครงสร้าง การแบ่งหน้าที่ของกรรมการและสมาชิก การกำหนดกฎระเบียบ การจัดการการเงิน และบัญชี และการจัดการเกี่ยวกับสวัสดิการของสมาชิก

(2) หมวดที่ 2 การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน หมายถึง ความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการจัดทำแผนการดำเนินงาน การชี้แจงแผนแก่กรรมการและสมาชิก การปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้หรือแผนที่ได้ปรับปรุงตามสถานการณ์ และการนำปัญหาในการดำเนินงานมาปรับปรุงแก้ไข

(3) หมวดที่ 3 การบริหารตลาด หมายถึง ความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่าย การจัดการแหล่งจำหน่ายหรือตลาดและเครือข่ายด้านตลาด และการติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด

(4) หมวดที่ 4 การจัดการความรู้และข้อมูล หมายถึง ความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน การจัดเก็บข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน และการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลแก่ สมาชิก เครือข่าย และบุคคลภายนอก

(5) หมวดที่ 5 การบริหารสมาชิก หมายถึง ความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิก การพัฒนาสมาชิก การสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิก และการสร้างความร่วมมือของสมาชิก

(6) หมวดที่ 6 การจัดการสินค้าหรือบริการ หมายถึง ความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการจัดการขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ การปฏิบัติตามขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ และการควบคุมคุณภาพสินค้าหรือบริการ

(7) หมวดที่ 7 ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน หมายถึง ความสามารถของกลุ่มในการดำเนินงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลลัพธ์ตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน คือ การลดรายจ่าย การเพิ่มรายได้ และการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสมาชิก 2) ด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการ คือ ลูกค้า ความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการของ สินค้าและบริการมีมาตรฐาน คุณภาพ ความปลอดภัย และมีการสร้างความแตกต่าง 3) ด้านประสิทธิภาพของการดำเนินงาน คือ

การลดต้นทุนในการดำเนินงานกิจกรรม การลดความผิดพลาดและการสูญเสียในการดำเนินงานกิจกรรม และ 4) ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน คือ ความสำเร็จของกิจกรรม การเพิ่มความรู้ความสามารถและทักษะของสมาชิก ความพึงพอใจของสมาชิก และประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากวิสาหกิจชุมชน

1.4.5 ศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง ความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตากในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นได้ โดยการพิจารณา 5 องค์ประกอบ ได้แก่

(1) อำนาจต่อรองกับลูกค้า หมายถึง ความสามารถในการสร้างความได้เปรียบระหว่างวิสาหกิจชุมชนในฐานะผู้ผลิตกับลูกค้าในฐานะผู้ซื้อที่มาซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการของวิสาหกิจชุมชน โดยการพิจารณาความต้องการหรือความจำเป็นในการซื้อสินค้าของลูกค้าเป็นหลัก

(2) อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ หมายถึง ความสามารถในการสร้างความได้เปรียบระหว่างวิสาหกิจชุมชนในฐานะผู้ผลิตกับผู้ส่งมอบในฐานะผู้ขายวัตถุดิบให้แก่ผู้ผลิต โดยการพิจารณาปริมาณและคุณภาพของผู้ส่งมอบวัตถุดิบและความต้องการวัตถุดิบของวิสาหกิจชุมชน

(3) ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ หมายถึง อุปสรรคภายนอกที่อาจเกิดขึ้นจากการมีผู้ผลิตรายใหม่ที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันเข้ามาขายในตลาดของวิสาหกิจชุมชน อันจะทำให้มีสินค้ามากขึ้น และลูกค้าอาจมีทางเลือกไปซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายใหม่ได้

(4) ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน หมายถึง อุปสรรคภายนอกที่อาจเกิดขึ้นจากการมีสินค้าที่ใกล้เคียงหรือสามารถใช้ทดแทนสินค้าหรือบริการจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเดิมได้ ซึ่งจะทำให้ความต้องการซื้อสินค้าลดลงได้

(5) การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม หมายถึง อุปสรรคภายนอกที่อาจเกิดขึ้นจากการมีคู่แข่งที่ผลิตสินค้าและบริการประเภทเดียวกับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เดิมอยู่แล้ว และอาจมีโอกาเกิดการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น

1.4.6 การยกระดับขีดความสามารถวิสาหกิจชุมชน หมายถึง วิธีการหรือช่องทาง ในการพัฒนากระบวนการดำเนินงานและผลลัพธ์ การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน เพื่อเกิดผลการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้สามารถผลิตสินค้าหรือบริการได้สำเร็จมากยิ่งขึ้น ในองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่

(1) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง คุณสมบัติและคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตขึ้น โดยพิจารณาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

(2) ราคาสินค้า หมายถึง ระดับราคาของสินค้าหรือบริการของวิสาหกิจชุมชนที่กำหนดไว้มีความเหมาะสม ดึงดูดใจลูกค้า และสามารถทำให้เกิดการซื้อขายที่เหมาะสมกับทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค

(3) ที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่าย หมายถึง ท่าเลที่ตั้ง สถานที่ตั้ง สถานที่จัดจำหน่าย ช่องทางการตลาด และช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนสู่ผู้บริโภคที่เหมาะสม

(4) การส่งเสริมการขาย หมายถึง วิธีการนำเสนอ การกระตุ้นให้มีการซื้อขาย มาตรการจูงใจ และสร้างมูลค่าในการขายให้แก่สินค้าหรือบริการเพื่อให้เกิดการซื้อขายสินค้า

(5) ความเฉพาะเจาะจง หมายถึง ลักษณะเฉพาะ คุณลักษณะพิเศษ ความโดดเด่น สะท้อนบริบทของพื้นที่ และลอกเลียนแบบได้ยากหรือไม่ได้เลย

1.4.7 ปัจจัยเอื้อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หมายถึง ปัจจัยที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนประสบผลสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น ประกอบด้วย (1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ เงินทุน งบประมาณ บุคลากรผลิตภัณฑ์/กิจกรรม การตลาด ที่ตั้ง การบริหารจัดการองค์กร และ (2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ นโยบายรัฐ เครือข่าย คู่แข่งขัน การมีส่วนร่วม และการคมนาคม

1.4.8 ปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หมายถึง ปัจจัยที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนล้มเหลวได้โดยง่าย ประกอบด้วย (1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ เงินทุน งบประมาณ บุคลากรผลิตภัณฑ์/กิจกรรม การตลาด ที่ตั้ง การบริหารจัดการองค์กร และ (2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ นโยบายรัฐ เครือข่าย คู่แข่งขัน การมีส่วนร่วม และการคมนาคม

1.4.9 ความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ หมายถึง ความต้องการสินค้าหรือบริการจากวิสาหกิจชุมชนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ (2) ราคาสินค้า (3) ที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่าย (4) การส่งเสริมการขาย และ (5) ความเฉพาะเจาะจง

1.4.10 การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตามอัตลักษณ์ หมายถึง การยกระดับสินค้าหรือบริการที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนให้มีศักยภาพในการแข่งขัน 5 ประการ ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ (2) ราคาสินค้า (3) ที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่าย (4) การส่งเสริมการขาย และ (5) ความเฉพาะเจาะจง

1.4.11 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 และได้มีการขึ้นทะเบียนไว้ที่สำนักงานเกษตรอำเภอในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ในปีงบประมาณพ.ศ.2561

1.4.12 พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก หมายถึง เขตพื้นที่ 3 อำเภอชายแดนจังหวัดตาก ได้แก่ อำเภอแม่สอด อำเภอแม่ระมาด และอำเภอพบพระ ตามประกาศคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่ 1/2558 ลงวันที่ 19 มกราคม 2558

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีแนวคิดในหลักการ และแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และสามารถนำไปปรับใช้กับกิจการของวิสาหกิจชุมชนได้

1.5.2 วิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชนและปราชญ์ชาวบ้านสามารถทราบระดับความเข้มแข็ง ความพร้อมของกิจการ และสามารถกำหนดเป็นแนวทางในการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนได้ด้วยตนเอง

1.5.3 วิสาหกิจชุมชนมีแนวทางการดำเนินงาน ผลการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินการที่ดี อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ

1.5.4 วิสาหกิจชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนตามศักยภาพ ความต้องการสอดคล้องกับอัตลักษณ์และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันและกัน และสามารถพัฒนาเป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนได้รับการพัฒนาให้สามารถเกื้อกูลซึ่งกันและกันได้

1.5.5 คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด /คณะอนุกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนระดับอำเภอ และหน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัด มีข้อมูลสารสนเทศและมีความเข้าใจร่วมกันในการให้การสนับสนุน ส่งเสริมการพัฒนาแก่กิจการวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานซึ่งกันและกัน

1.5.6 จังหวัดตากและชุมชนในพื้นที่ได้ทราบอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปใช้ในการส่งเสริมสนับสนุนและขยายผลทำให้ชุมชนเกิดรายได้จากอัตลักษณ์ชุมชนต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการนำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัยที่สำคัญ ได้แก่

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขัน
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
- 2.4 พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์
- 2.6 วรรณกรรมและข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขัน

แนวคิดปัจจัยผลักดัน 5 ประการ (5 Forces Model)

Michael E. Porter (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2542) ได้พัฒนาเครื่องมือในการวิเคราะห์ที่มีประโยชน์ในการสำรวจสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน โดยอธิบายถึงสภาพแวดล้อมในการแข่งขันในรูปแบบของแรงกดดันพื้นฐานทางการแข่งขัน 5 ประการ คือ

1. อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ในตลาด (The threat of new entrants to the market) การเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่จะทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นในอุตสาหกรรม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมรายเดิมประสบปัญหาได้ ดังนั้นยังมีข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่มาเท่าใดจะยังเป็นผลดีต่อผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมอยู่แล้วมากเท่านั้น โดยปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดประกอบด้วย

(1) การประหยัดจากขนาดการผลิต ผู้ที่จะเข้ามาแข่งขัน ทำธุรกิจในตลาดใหม่จะต้องพบกับแรงกดดันอันเนื่องมาจากการประหยัดด้านต้นทุนการผลิตในปริมาณที่มาก เพื่อสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิมที่มีความได้เปรียบในด้านการผลิตรวมทั้งในด้านงานวิจัย งานสั่งซื้อ งานตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

(2) ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ เป็นลักษณะการแตกต่างด้านกายภาพและการรับรู้ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งคู่แข่งรายใหม่จะพบกับอุปสรรคในการทำตลาดสินค้าและต้องลงทุนด้านการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก เพื่อแนะนำสินค้าและจูงใจให้ลูกค้าหันมาซื้อสินค้าของตนเอง

(3) ความต้องการเงินลงทุน จำนวนของการลงทุนที่คู่แข่งรายใหม่ต้องใช้ในการเข้าสู่อุตสาหกรรม เช่น การสร้างโรงงาน เครื่องมือต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ด้านการตลาด การพัฒนาและวิจัยตลาดสินค้า ปริมาณวัตถุดิบหรือสินค้าคงเหลือ และเงินหมุนเวียน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดต้นทุนการดำเนินงานทั้งสิ้น และหากเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงอาจทำให้ผู้ที่เข้ามาแข่งขันรายใหม่ไม่กล้าตัดสินใจเข้ามาลงทุน เพราะต้องเสี่ยงต่อการดำเนินงานที่ไม่คุ้มทุนหรือขาดทุน

(4) การเปลี่ยนแปลงต้นทุน ต้นทุนซึ่งเกิดโดยผู้ขายจะเปลี่ยนแปลงจากผู้ขายปัจจัยการผลิตหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง สิ่งนี้จะประกอบด้วยต้นทุนด้านจิตวิทยา และต้นทุนด้านจำนวนเงิน คู่แข่งรายใหม่จะมีอุปสรรคในการเสนอขายสินค้าแข่งขันกับผู้ขายรายเดิม เนื่องจากลูกค้าไม่ต้องการที่จะหันไปใช้สินค้าอื่นที่ไม่คุ้นเคยหรือไม่ต้องการเสียเงินเพื่อการปรับเปลี่ยนกระบวนการบางอย่าง อันเนื่องมาจากสินค้าที่ผลิตใหม่มีลักษณะการใช้งานไม่แตกต่างกัน

(5) การประเมินช่องทางการจัดจำหน่าย ต้นทุนจะเกี่ยวกับการพัฒนาวิธีการที่จะกระจายผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งคู่แข่งรายใหม่จะต้องใช้ความพยายามที่จะเข้าไปแทรกแซงช่องทางการจัดจำหน่ายโดยชักจูงหรือให้ข้อเสนอที่ดีกว่าในการหาช่องทาง เพื่อทำการจัดวางสินค้าของตนเองในการจำหน่ายต่อให้ลูกค้า

(6) ข้อเสียเปรียบด้านต้นทุนจากขนาดธุรกิจที่แตกต่างกัน ปัจจัยที่สร้างข้อได้เปรียบสำหรับคู่แข่งเดิม แม้ว่าอุตสาหกรรมใหม่จะประหยัดจากขนาดการผลิตก็ตาม คู่แข่งรายใหม่จะมีข้อจำกัดด้านต้นทุนการดำเนินงานซึ่งมีตัวแปรที่เกี่ยวข้อง เช่น การเสียเงินลงทุนเพื่อซื้อลิขสิทธิ์การผลิตหรือซื้อความรู้ด้านเทคโนโลยี การผลิตและอื่น ๆ

2. การแข่งขันที่รุนแรงของคู่แข่ง (The intensity of rivalry among competitors) อุตสาหกรรมจำนวนมากในระบบเศรษฐกิจเสรีนิยมมีระดับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น การแข่งขันนี้โดยทั่วไปสามารถเพิ่มการแข่งขันด้านราคา ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริหารจะต้องระลึกว่าธุรกิจในรูปแบบของการแข่งขันเหล่านี้ จะไม่สามารถแยกจากกันได้ การแข่งขันที่รุนแรงเหล่านี้ทำให้เกิดผลกระทบในปัจจัยต่อไปนี้

- (1) การแข่งขันที่เท่าเทียมกันและรุนแรง
- (2) การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมลดลง
- (3) ต้นทุนคงที่หรือต้นทุนในการเก็บรักษาสูง
- (4) การขาดการสร้าง ความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงของต้นทุน
- (5) สมรรถนะในการผลิตเพิ่มขึ้นเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้น ความต้องการขนาดการผลิตที่มีประสิทธิภาพในหลายอุตสาหกรรมซึ่งจะเพิ่มสมรรถนะในการผลิตให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ สำหรับธุรกิจใหญ่ สิ่งนี้จะนำไปสู่การเสนอขายและการลดราคาส่วนเกินในระยะสั้น
- (6) คู่แข่งขันซึ่งมีกลยุทธ์ที่หลากหลายมีจุดเริ่มต้นและบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน
- (7) ผลประโยชน์เชิงกลยุทธ์ในระดับสูง ความสำเร็จในตลาดระดับสูงเกิดจากการยอมรับผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

(8) อุปสรรคด้านเศรษฐกิจ กลยุทธ์หรือเหตุผลด้านอารมณ์จากการเข้าสู่ธุรกิจระดับสูง

3. อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ (The threat of substitute products) ความสามารถในการหาผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ จะทำให้เกิดข้อจำกัดด้านราคาของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรม เช่น การแข่งขันในด้านการตัดราคา เมื่อราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่สูงขึ้นเหนือจากผลิตภัณฑ์ทดแทนกันได้ลูกค้าจะเปลี่ยนแปลงไปใช้สินค้าทดแทนกันได้ ธุรกิจที่มีการแข่งขันที่ทดแทนกันได้ต้องพยายามสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน หรือเป็นการแข่งขันด้านการปรับปรุงคุณภาพสินค้าหรือบริการให้เหนือกว่าเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งหากลูกค้าตอบสนองต่อสินค้าที่ผลิตขึ้นมาเพื่อทดแทนกันได้ก็จะทำให้ผู้ผลิตอยู่ในฐานะที่จะกำหนดราคาในระดับที่กำไรสูงได้

4. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (The bargaining power of buyers) ผู้ซื้อจะสร้างแรงกดดันให้ผู้ขายจนทำให้ต้องลดราคาให้ถูกลง ปรับคุณภาพสินค้า หรือบริการให้ดีขึ้น ปัจจัยต่อไปนี้จะนำไปสู่อำนาจการซื้อที่ดีขึ้น ดังนี้

- (1) การมุ่งความสำคัญที่มากกว่ากลุ่มขายปัจจัยการผลิต
- (2) การซื้อในปริมาณที่มาก เมื่อเทียบกับยอดการขายของผู้ขาย ผู้ซื้อย่อมมีอำนาจในการต่อรอง
- (3) ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีมาตรฐานเดียวกันหรือไม่แตกต่างกัน ผู้ซื้อสามารถแสวงหาวัตถุดิบหรือสินค้าจากแหล่งอื่น ๆ ได้เพราะเป็นวัตถุดิบหรือสินค้าที่มีคุณภาพไม่แตกต่างกันมีมาตรฐานเดียวกัน โดยจะเลือกซื้อจากผู้ขายรายใดก็ได้เหมือนกัน
- (4) อุปสรรคที่เชื่อถือได้จากการประสมประสานย้อนหลังโดยผู้ซื้อ การประสมประสานแบบย้อนหลังจะเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผู้ซื้อเป็นผู้ซื้อขั้นต้นของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย
- (5) มีข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับโครงสร้างต้นทุนของผู้ขายปัจจัยการผลิต จึงสามารถนำมาใช้เป็นข้อต่อรองเพื่อสร้างแรงกดดันให้ผู้ค้า

5. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (The bargaining power of the firm's suppliers) วิธีซึ่งผู้ขายปัจจัยการผลิตมีผลกระทบต่อศักยภาพด้านกำไรของอุตสาหกรรม ทำให้ราคาปัจจัยการผลิตและราคาสินค้าสูงขึ้น หรือลดคุณภาพสินค้า และลดบริการ ลักษณะกลุ่มผู้ขายปัจจัยการผลิตซึ่งมีอำนาจมีดังนี้

- (1) ความเด่นของผู้ขายปัจจัยการผลิตจำนวนน้อย การมีผู้ค้าวัตถุดิบน้อยรายขณะที่มีผู้ต้องการซื้อจำนวนมาก ย่อมส่งผลให้ผู้ค้ามีอิทธิพลเหนือผู้ซื้อทั้งในด้านราคา คุณภาพ และเงื่อนไขการซื้อขายอื่น ๆ
- (2) การมุ่งที่อุตสาหกรรมเฉพาะกลุ่มมากกว่าการมุ่งที่อุตสาหกรรมผู้ซื้อ
- (3) ความไม่สามารถทดแทนในการหาสินค้าทดแทนได้
- (4) การขาดความสำคัญของผู้ซื้อที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ขายปัจจัย
- (5) ความสำคัญของผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้ขายปัจจัยการผลิตต่อผู้ซื้อ
- (6) ความแตกต่างกันมากในผู้ขายปัจจัยการผลิต
- (7) การเปลี่ยนแปลงต้นทุนสำหรับผู้ซื้อที่สูงขึ้น วัตถุดิบของผู้ค้ามีลักษณะเด่นที่ถูกค่า อาจจะต้องเผชิญกับต้นทุนการเปลี่ยนแปลงในการหาวัตถุดิบจากแหล่งอื่น
- (8) อุปสรรคด้านสินเชื่อของการประสมประสานกันไปข้างหน้าโดยผู้ขายปัจจัยการผลิต ผู้ค้าวัตถุดิบสามารถกลายมาเป็นคู่แข่ง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

ความหมายและองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2542)

ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เราสามารถเรียกส่วนประสมทางการตลาดได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4'Ps ส่วนประกอบทั้ง 4 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน P แต่ละตัวมีความสำคัญ

เท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ไตมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมจะทำธุรกิจได้ กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิด (Idea) ที่จะตอบสนองความต้องการได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น นักการตลาดมักจะศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปของผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ (Total Product) ซึ่งหมายถึง ตัวสินค้าบวกกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น ผู้บริหารการตลาดจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นถึงการสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคและสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ในการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จะต้องศึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่ครอบคลุมถึงการเลือกตัวผลิตภัณฑ์หรือสายผลิตภัณฑ์ การเพิ่มหรือลดชนิดของสินค้าในสายผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ในเรื่องคุณภาพ ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการ ประกอบการขาย การรับประกัน ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมา จำหน่ายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มใด วงจรผลิตภัณฑ์ของสินค้ามีระยะเวลานานเท่าใด ในแต่ละช่วง เวลาของวงจรผลิตภัณฑ์นั้น นักบริหารการตลาดควรจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไร และเมื่อต้องการที่จะสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่กิจการธุรกิจจะต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างไร

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคให้ความสนใจและพิถีพิถันในการเลือกซื้อสินค้ามากกว่าแต่ก่อน บทบาทของการบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญต่อตัวผลิตภัณฑ์อย่างยิ่ง การบรรจุภัณฑ์จะก่อให้เกิดประโยชน์หลักอยู่ 2 ประการด้วยกัน คือ เป็นการป้องกันคุณภาพของสินค้าและช่วยส่งเสริมการขาย จำหน่าย ดังนั้นรูปร่างของภาชนะบรรจุหรือหีบห่อในปัจจุบันจึงมีสีสันสะดุดตา และวัสดุที่ใช้ทำหีบห่อแปลกใหม่กว่าเดิม บ่อยครั้งที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงตัวบรรจุภัณฑ์มากกว่าตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมามีจำหน่ายในตลาดจะต้องมีการกำหนดตราสินค้าและเครื่องหมายการค้า เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นของผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งอย่างชัดเจน ตราสินค้าเป็นสิ่งมีประโยชน์แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้านั้นเป็นของผู้ผลิตรายใด ผู้บริโภคจะสามารถใช้ประสบการณ์ในอดีตมาช่วยในการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น โดยมีต้องสอบถามข้อมูลอยู่ตลอดเวลา และเกิดความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น

2. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมาได้นั้น ถึงแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจะจัดหาได้เมื่อเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องพิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไร และโดยใครที่จะเสนอขายสินค้า การจัดจำหน่ายเป็นเรื่องที่ซับซ้อน แต่ก็ยังเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องศึกษา

การจัดจำหน่ายแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ ช่องทางจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution) เน้นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่าง ๆ บทบาทของสถาบันคนกลางต่าง ๆ เช่น พ่อค้าส่ง (Wholesalers) พ่อค้าปลีก (Retailers) และตัวแทนคนกลาง (Agent Middleman) ที่มีต่อตลาด อีกส่วนหนึ่งของกิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้า คือ การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical Distribution) การกระจาย สินค้าเข้าสู่ตัวผู้บริโภค การเลือกใช้วิธีการขนส่ง (Transportation) ที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายสินค้า สื่อ การขนส่งได้แก่ การขนส่งทางอากาศ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทาง

ท่อ ผู้บริหารการตลาดจะต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้สื่ออย่างไรถึงจะดีที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำและสินค้า นั้นไปถึงลูกค้าทันเวลา ขั้นตอนที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการแจกจ่ายตัวสินค้า คือ ขั้นตอนของการ จัดเก็บรักษาสินค้า (Storage) เพื่อรอการจำหน่ายให้ทันเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ

3. การกำหนดราคา (Price) เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมา รวมทั้งหาช่องทางการ จัดจำหน่ายและวิธีการแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการต่อไป คือ การ กำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจต้องมี เป้าหมายว่าจะตั้งราคา เพื่อต้องการกำไรหรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อ เป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาด เป้าหมายและสู้กับคู่แข่งได้ในการแข่งขันในตลาด กลยุทธ์ราคาเป็นเครื่องมือที่คู่แข่งนำมาใช้ได้ ผลรวดเร็วกว่าปัจจัยอื่น ๆ เช่น การลดราคา หรืออาจตั้งราคาสินค้าให้สูงสำหรับสินค้าที่มีลักษณะ พิเศษในตัวของมันเอง เพื่อแสดงภาพพจน์ที่ดี อาจใช้ผลทางจิตวิทยาช่วยเสริมการตั้งราคา การตั้ง ราคาสินค้าอาจมีนโยบายการให้สินเชื่อหรือนโยบายการให้ส่วนลดเงินสด ส่วนลดการค้าหรือส่วนลด ปริมาณ ฯลฯ นอกจากนั้นธุรกิจจะต้องคำนึงถึงกฎข้อบังคับทางกฎหมายที่จะมีผลกระทบต่อราคาด้วย ราคามูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า ของผลิตภัณฑ์กับราคามูลค่าผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ การตลาดด้านราคาต้องคำนึงถึงประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่า ของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคานั้น ผลิตภัณฑ์นั้น

3.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

3.3 การแข่งขัน

3.4 ปัจจัยอื่น ๆ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไป ยังตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอ ขาย

วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายใน ตลาดพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาด จะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญที่จะใช้อยู่ 4 ชนิดด้วยกัน ที่ เรียกว่าส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ได้แก่

4.1 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้า กัน (Face-to-Face) พนักงานขายต้องเข้าพบปะกับผู้ซื้อโดยตรงเพื่อเสนอขายสินค้า การส่งเสริม การตลาดโดยวิธีนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุด แต่เสียค่าใช้จ่ายสูง

4.2 การโฆษณา (Advertising) หมายถึงรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อการส่งเสริม การตลาด โดยมีได้อาศัยตัวบุคคลในการนำเสนอหรือช่วยในการขาย แต่เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภท ต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต (Internet) สื่อโฆษณา เหล่านี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่ เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการกระจายตลาดกว้าง

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขายและการโฆษณาในการขายสินค้า การส่งเสริมการขายเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า การส่งเสริมการขายจัดทำในรูปของการแสดงสินค้า การแจกของตัวอย่าง แจกคู่มือ ของแถม การใช้แถมเพื่อแลกสินค้าการชิงโชคแจกรางวัลต่าง ๆ ฯลฯ

4.4 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) ในปัจจุบันธุรกิจมักสนใจภาพพจน์ของกิจการ ธุรกิจได้ใช้เงินจำนวนมากเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ ปัจจุบันองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นที่การแสวงหากำไร (Maximize Profit) เพียงอย่างเดียว ต้องเน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคมด้วย (Social Objective) เพราะความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจจะขึ้นอยู่กับมารยาทของกลุ่มผู้บริโภคในสังคม ถ้าหากกลุ่มผู้บริโภคต่อต้านหรือมีความคิดว่าการธุรกิจแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนมากจนไม่คำนึงถึงสังคมหรือผู้บริโภค เช่น การผลิตสินค้า แล้วปล่อยน้ำเสียลงแม่น้ำ หรือทำให้อากาศเป็นพิษ ก่อให้เกิดผลเสียแก่ส่วนรวม โดยมีได้หาวิธีแก้ไข จะสร้างภาพพจน์ที่ไม่ดีขององค์กรธุรกิจ หรือตัวอย่างของบริษัทบุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด เป็นกิจการขายเบียร์ ซึ่งมีส่วนในการเสนอสิ่งที่เป็นพิษภัยต่อประชาชน จึงพยายามทำปายโฆษณาเพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ ด้วยการเสนอเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติ อนุรักษ์วัฒนธรรมไทย เป็นการชดเชยเบี่ยงเบนความรู้สึกต่อต้านของสังคม หากกลุ่มผู้บริโภคไม่พอใจและไม่ต้องการซื้อสินค้าและบริการของผู้ผลิต ย่อมเป็นสาเหตุที่จะจำกัดการเจริญเติบโตของธุรกิจได้

ส่วนประสมการตลาด 7 อย่าง หรือ Marketing Mix 7P's

ธุรกิจอุตสาหกรรมการบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้า อุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่น่าเสนอต่อลูกค้าหรือตลาด กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจการบริการจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับขับสู้ (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจ

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ผู้รู้ด้านการตลาดชั้นนำได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไปจำเป็นต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อบริการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 อย่างข้างต้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจและของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไปไม่มีสูตรที่ตายตัว

โดยสรุปจากการสำรวจแนวคิดส่วนประสมการตลาด ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบการพัฒนาเป็น 5 ประการ ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นการศึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่ครอบคลุมถึงการเลือกตัวผลิตภัณฑ์ หรือ สายผลิตภัณฑ์ การเพิ่มหรือลดชนิดของสินค้าในสายผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ในเรื่องคุณภาพ ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการประกอบการขาย การรับประกัน ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมา จำหน่ายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มใด วงจรผลิตภัณฑ์ของสินค้ามีระยะเวลานานเท่าใด ในแต่ละช่วง เวลาของวงจรผลิตภัณฑ์นั้น นักบริหารการตลาดควรจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไร และเมื่อต้องการที่จะสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่กิจการธุรกิจจะต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างไร

2. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ช่องทางจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution) เน้นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่าง ๆ บทบาทของสถาบันคนกลางต่าง ๆ เช่น พ่อค้าส่ง (Wholesalers) พ่อค้าปลีก (Retailers) และตัวแทนคนกลาง (Agent Middleman) ที่มีต่อตลาด อีกส่วนหนึ่งของกิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้า คือ การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical Distribution) การกระจายสินค้าสู่ตัวผู้บริโภค การเลือกใช้วิธีการขนส่ง (Transportation)

ที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายสินค้า สื่อ การขนส่งได้แก่ การขนส่งทางอากาศ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางท่อ ผู้บริหารการตลาดจะต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้สื่ออย่างใดถึงจะดีที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำและสินค้านั้นไปถึงลูกค้าทันเวลา ขั้นตอนที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการแจกจ่ายตัวสินค้า คือ ขั้นตอนของการจัดเก็บรักษาสินค้า (Storage) เพื่อรอการจำหน่ายให้ทันเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ

3. การกำหนดราคา (Price) ต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคานั้น ผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง การแข่งขัน และปัจจัยอื่น ๆ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการบอกให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาดพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง ได้แก่ การขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ และกระบวนการสร้างสรรค์และการส่งมอบ

5. ความเฉพาะเจาะจงของผลิตภัณฑ์ (Product Unique) เป็นการดึงเอาอัตลักษณ์ของชุมชนพื้นที่ มาใช้ในการสร้างลักษณะเฉพาะโดดเด่นและแตกต่างจากผลิตภัณฑ์บริการและสินค้าจากพื้นที่อื่น มีความเฉพาะพื้นที่ที่แตกต่างและมีความหมายกับทั้งผู้ผลิตสินค้าบริการและลูกค้าที่ซื้อสินค้า โดยการดึงลักษณะพิเศษของพื้นที่หรือชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เกิดการสร้างเรื่องราว (Story telling) ที่ทำให้เกิดมูลค่าและคุณค่าทางจิตใจแก่บุคคลต่าง ๆ เพิ่มขึ้น

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

เสรี พงศ์พิศ (2545) ได้กล่าวไว้ว่าคำว่า “วิสาหกิจ” แปลมาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Enterprise” ซึ่งแปลว่า “การประกอบการ” แต่ในปัจจุบันมีคำว่า “วิสาหกิจชุมชน” (SMCE: Small and Micro Community Enterprise) เกิดขึ้น ซึ่งผู้คนเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับวิสาหกิจชุมชนจนกล่าวได้ว่าเป็นยุคแห่งวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติหรือสร้างผลิตภัณฑ์หรือผลิตผลโดยครอบครัวในชุมชน โดยองค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชนเพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนโดยมีหลักการคิดที่สำคัญ คือ สร้างความหลากหลายของผลผลิตและผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อการบริโภคแบบพึ่งพาตนเอง ลดรายจ่ายให้ครอบครัว สร้างเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีให้ตนเอง และมีคุณธรรมรับผิดชอบต่อสมาชิกคนอื่น ๆ ที่อยู่ร่วมในชุมชน ไม่เห็นแก่ประโยชน์ด้านกำไรสูงสุดและเอาเปรียบผู้บริโภค วิสาหกิจชุมชนเกิดจากการที่คนกลุ่มหนึ่งในชุมชนมาร่วมมือกันทำอะไรบางอย่างที่เกี่ยวกับการผลิต การแปรรูป การจัดการทรัพยากร การจัดการทุน การจัดการตลาด โดยมีการซื้อขายในลักษณะสหกรณ์ แต่แตกต่างกันที่ระเบียบและกฎเกณฑ์ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเน้นการแบ่งปัน การช่วยเหลือกันมากกว่าการแข่งขัน วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นหน่วยที่ทำให้เกิดความร่วมแรงร่วมใจ ไม่แตกแยก แบ่งพวก และไม่ต่อสู้เพื่อผลประโยชน์ของตนและพวกพ้อง เพราะวิสาหกิจชุมชนคือการเน้นการช่วยเหลือกัน (เสรี พงศ์พิศ, 2552)

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 ได้ให้ความหมายของคำว่า “วิสาหกิจชุมชน” ไว้ว่าหมายถึง กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548) โดยหลักการของวิสาหกิจชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง และจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้าให้ได้รับการส่งเสริมด้านความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการและพัฒนาารูปแบบของวิสาหกิจชุมชนให้กลายเป็นระบบเศรษฐกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้นต่อไป เสรี พงศ์พิศ (2548) ได้อธิบายว่า วิสาหกิจชุมชนจะต้องมีลักษณะสำคัญ 7 ประการ คือ

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินการ
- 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน
- 3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
- 4) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานภูมิปัญญาสากล
- 5) ดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นระบบ
- 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
- 7) มีการพึ่งตนเองของครอบครัวและชุมชนเป้าหมาย

ทั้งนี้ กฎหมายได้กำหนดให้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอย่างครบวงจรไว้ 3 ระดับ ได้แก่

- 1) ระดับปฐมภูมิ ส่งเสริมการจัดตั้ง การให้ความรู้ การศึกษาวิจัยในการนำทุนชุมชนมาใช้เหมาะสม การร่วมมือกันในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้
- 2) ระดับสูงขึ้น ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรักษาคุณภาพ การศึกษาวิจัยเทคโนโลยีและการตลาด การสร้างความเชื่อถือทางธุรกิจ และความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค การประสานงานแหล่งเงินทุน เพื่อให้สามารถเป็นผู้ประกอบการหรือพัฒนาไปสู่การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไปในอนาคต
- 3) การส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน รัฐจะให้การสนับสนุนการจัดตั้งการประกอบการ การตลาดความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่าย หรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน

โดยสรุปจึงอาจกล่าวได้ว่าคำว่าวิสาหกิจชุมชนมีความหมายหลากหลายขึ้นอยู่กับแนวคิดที่แตกต่างกัน ทั้งจากพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานเกษตรจังหวัด และเสรี พงศ์พิศ อาจสรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบการโดยใช้ทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ที่ผ่านกระบวนการคิด การจัดการผลผลิตและทรัพยากรทุกขั้นตอนโดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่ผ่านภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยองค์กรของชุมชน เพื่อการพึ่งพาตนเอง ครอบครัว ชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชนก่อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน องค์กรประกอบของวิสาหกิจชุมชนควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ ชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินการเอง ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน การริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นมีการประยุกต์ให้ทันสมัย มีการดำเนินการแบบบูรณาการ และเชื่อมโยงกิจกรรม

ต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ มีการเรียนรู้เพื่อพัฒนาอยู่ตลอดเวลา และพึ่งพาตนเองทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นคงก่อนที่จะพัฒนาสู่การแข่งขันเชิงธุรกิจต่อไป

การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน

การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นเนื่องมาจากรัฐบาลมีนโยบายแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ โดยส่งเสริมให้มีการสร้างงาน สร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นในชุมชน หากชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้นมีความเข้มแข็งขึ้นย่อมส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้นด้วย รัฐบาลจึงได้ออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อรองรับนโยบายดังกล่าว เช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ตลอดจน การออกพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 ซึ่งได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ.2548 และมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 19 มกราคม พ.ศ.2548 เป็นต้นไป เหตุผลที่สำคัญในการประกาศใช้พระราชบัญญัตินี้ เนื่องจากเศรษฐกิจชุมชนเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง และโดยที่เศรษฐกิจชุมชนในปัจจุบันจำนวนหนึ่งยังอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้าทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ สมควรให้มีการส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชนอันจะยังผลให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคตไม่ว่าในระดับใดโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) รวมถึงการพัฒนาวิสาหกิจไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในระดับสูงขึ้น

ลักษณะวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนมีลักษณะสำคัญดังต่อไปนี้

- 1) มีชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินการเองโดยที่คนนอกมาร่วมถือหุ้นส่วนน้อย
- 2) ใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นผลิตสินค้าและบริการ และมีการนำวัตถุดิบบางส่วนจากภายนอกชุมชนมาใช้ผลิตได้
- 3) ใช้ความรู้ ภูมิปัญญา และนวัตกรรมของชุมชนเป็นฐานทุนที่สำคัญมาผลิตสินค้าและบริการ แต่อาจใช้ภูมิปัญญาสากลมาผสมผสานได้
- 4) มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ในการผลิตสินค้าและการให้บริการอย่างเป็นระบบให้มีการผสมและเกื้อกูลกัน
- 5) เน้นการพึ่งพาตนเอง มีการพัฒนาเป็นขั้นตอนเพื่อให้เกิดความมั่นคงและก้าวไปสู่การแข่งขันเชิงธุรกิจต่อไป

ศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

ศักยภาพวิสาหกิจชุมชนควรจะสอดคล้องกับสภาพและสถานการณ์ของท้องถิ่นและชุมชน ตลอดจนสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และทิศทางของวิสาหกิจชุมชนนั้น ๆ สำนักงานเกษตรจังหวัดเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจภาคเอกชนได้ เช่น การส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนเกิดเครือข่ายประเภทอาชีพเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารการประกอบอาชีพ การจัดหาปัจจัยและวัตถุดิบ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกในลักษณะห่วงโซ่อุปทาน โดยการเชื่อมโยงหน่วยงานต่าง ๆ ที่เป็นสายการผลิต ตลอดจนลูกค้า ผู้จำหน่ายและลูกค้าผู้เป็นผู้บริโภค

การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

จากการที่ได้มีการตราพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 ในการพัฒนาความสามารถในการจัดการและการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน อันจะส่งผลให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้และมีระบบเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง จึงได้กำหนดให้วิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนแล้ว ต้องเข้าสู่อะการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบระดับความเข้มแข็งและผลลัพธ์ของการดำเนินงาน และสามารถวางแผนพัฒนาได้ตามความพร้อมของวิสาหกิจชุมชนนั้น ๆ สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จึงได้ร่วมกับภาคีที่เกี่ยวข้องและผู้แทนชุมชนออกแบบและจัดทำระบบการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน พร้อมทั้งได้จัดทำคู่มือการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนและแบบประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนขึ้น (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548)

การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ถือว่า เป็นกระบวนการสำคัญที่จะทำให้วิสาหกิจชุมชนได้เรียนรู้ตนเอง ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การกำหนดทิศทางของวิสาหกิจชุมชน การวางแผนดำเนินการ การดำเนินงานด้านการตลาด การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การบริหารสมาชิก เป็นต้น ซึ่งจะใช้เป็นเครื่องมือหลักให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานได้เข้าไปรับทราบศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน เพื่อชักนำให้เข้าสู่กระบวนการ เรียนรู้และให้พัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนอย่างเหมาะสมต่อไป (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548)

โครงสร้างแบบประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน มีการประเมิน 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การประเมินกระบวนการ ประกอบด้วย 6 หมวด และส่วนที่ 2 การประเมินผลลัพธ์ ประกอบด้วย 1 หมวด มีรายละเอียดดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 เกณฑ์การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนโดยกรมส่งเสริมการเกษตร

ปัจจัยที่ประเมิน	เกณฑ์ชี้วัด
การประเมินกระบวนการ (หมวดที่ 1-6)	
หมวดที่ 1 ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน	
ผู้นำ	
1. การกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของผู้นำ (วิสัยทัศน์ของผู้นำวิสาหกิจชุมชน)	☐ 1. ไม่มีการกำหนด ☐ 2. มีการกำหนดไว้แต่ไม่มีการบันทึก ☐ 3. มีการกำหนดและบันทึกเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไว้ชัดเจน
2. การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และแผนการดำเนินงาน	☐ 1. ไม่เปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนด ☐ 2. ไม่กำหนดวิธีการที่ชัดเจนในการให้สมาชิกมีส่วนร่วม ☐ 3. กำหนดวิธีการให้สมาชิกทั้งหมดมีส่วนร่วม
3. ความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำ วิสาหกิจชุมชน (วัดความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำ โดยดูจากการบริหารจัดการการประชุม)	☐ 1. ไม่มีการกำหนดแผนการประชุม แต่เรียกประชุมตามความจำเป็น ☐ 2. กำหนดแผนฯ แต่ประชุมได้ไม่ครบ ☐ 3. กำหนดแผนฯ ดำเนินการได้ครบตามแผนฯ และจัดทำรายงานการประชุมทุกครั้ง

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ปัจจัยที่ประเมิน	เกณฑ์ชี้วัด
4. ความสามารถในการบริหารธุรกิจของผู้นำวิสาหกิจชุมชน (ดูจากผลประกอบการ)	☐ 1. ขาดทุนหรือไม่ทราบผล ☐ 2. ผลประกอบการไม่มีกำไรและไม่ขาดทุน ☐ 3. ผลประกอบการมีกำไร
5. ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ (การใช้ทรัพยากร การไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการขยะ สิ่งปฏิกูล การดูแลน้ำเสีย)	☐ 1. ไม่ใส่ใจในเรื่องนี้ ☐ 2. มีการใช้ทรัพยากรโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ☐ 3. มีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและมีการอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในชุมชน
6. ความรับผิดชอบต่อลูกค้า (มีการดำเนินงาน อย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า เช่น ไม่เอาเปรียบ ชื้อสตัย ตรงต่อเวลา มีคุณภาพ ปลอดภัย ฯลฯ)	☐ 1. ไม่ใส่ใจในเรื่องนี้ ☐ 2. มีการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า แต่ตรวจสอบไม่ได้ ☐ 3. มีการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า และตรวจสอบได้
โครงสร้างและกฎระเบียบ	
7. การกำหนดโครงสร้างและการแบ่งหน้าที่ ของกรรมการและสมาชิกในการดำเนินงาน	☐ 1. ไม่มีโครงสร้าง ☐ 2. มีโครงสร้างพร้อมแบ่งหน้าที่ แต่ไม่ได้บันทึก ☐ 3. มีโครงสร้างพร้อมแบ่งหน้าที่ และมีการบันทึกชัดเจน
8. การกำหนดกฎระเบียบหรือข้อบังคับ	☐ 1. ไม่มีกฎระเบียบหรือข้อบังคับ ☐ 2. กรรมการและสมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดกฎระเบียบ หรือข้อบังคับ แต่ไม่มีการบันทึก ☐ 3. กรรมการและสมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดกฎระเบียบ หรือข้อบังคับ และบันทึกชัดเจน
การเงินและบัญชี	
9. การระดมทุน	☐ 1. ไม่มีการระดมทุน ☐ 2. มีการระดมทุนครั้งเดียว ☐ 3. มีการระดมทุนตามช่วงเวลาที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน
10. การจัดบันทึกการเงินหรือบัญชี	☐ 1. ไม่มีการจัดบันทึก ☐ 2. มีการจัดบันทึกบ้างเป็นบางครั้ง ☐ 3. มีการจัดบันทึกทุกครั้ง อย่างสม่ำเสมอ
11. การใช้ประโยชน์จากบันทึกการเงินหรือบัญชี	☐ 1. ไม่ได้ใช้ประโยชน์ ☐ 2. มีการนำมาใช้ประโยชน์บ้าง ☐ 3. มีการนำมาทบทวนและใช้ประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ
12. การจัดสรรรายได้และผลประโยชน์	☐ 1. ไม่มีการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ ☐ 2. มีการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์โดยไม่ได้กำหนดวิธีการ ที่แน่นอนไว้ ☐ 3. มีการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์แก่สมาชิก โดยกำหนดวิธีการที่แน่นอน

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ปัจจัยที่ประเมิน	เกณฑ์ชี้วัด
13. การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่น ๆ แก่สมาชิก	☐ 1. ไม่เปิดเผยข้อมูล ☐ 2. มีการเปิดเผยข้อมูลบางส่วน ☐ 3. มีการเปิดเผยข้อมูลทั้งหมดให้สมาชิกทราบอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการประชุม แจกเอกสาร หรือปิดประกาศ
สวัสดิการสมาชิกและชุมชน	
14. การจัดสวัสดิการแก่สมาชิก	☐ 1. ไม่ได้ดำเนินการในเรื่องนี้ ☐ 2. มีการกำหนดแนวทาง แต่ยังไม่ดำเนินการ ☐ 3. มีการจัดสวัสดิการแก่สมาชิก
15. การทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์	☐ 1. ไม่ได้ดำเนินการในเรื่องนี้ ☐ 2. มีการกำหนดแนวทาง แต่ยังไม่ดำเนินการ ☐ 3. มีการทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์
หมวดที่ 2 การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน	
16. การจัดทำแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน (แผนบริหารองค์กร และแผนประกอบการ)	☐ 1. ไม่มีการจัดทำแผน ☐ 2. มีการจัดทำแผน แต่ไม่มีการบันทึก ☐ 3. มีการจัดทำแผน และบันทึกไว้ชัดเจน
17. การชี้แจงแผนแก่กรรมการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	☐ 1. ไม่มีการชี้แจงแผน ☐ 2. แจกแผนให้ทราบ แต่ไม่ให้ออกมาแสดงความคิดเห็น ☐ 3. มีการชี้แจงแผนและเปิดโอกาสให้กรรมการและสมาชิกแสดงความคิดเห็น
18. การปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ หรือแผนที่ได้ปรับปรุงตามสถานการณ์	☐ 1. ไม่ปฏิบัติตามแผน ☐ 2. มีการปฏิบัติตามแผนเพียงบางส่วน ☐ 3. มีการปฏิบัติตามแผนที่กำหนดไว้
19. การนำปัญหาในการดำเนินงานมาปรับปรุง แก้ไข	☐ 1. ไม่มีการนำปัญหามาปรับปรุงแก้ไข ☐ 2. มีการนำปัญหามาปรับปรุงแก้ไขเพียงบางส่วน ☐ 3. มีการนำปัญหามาปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่อง
หมวดที่ 3 การบริหารตลาด	
20. การกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่ายเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการ	☐ 1. ไม่มีการกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่าย ☐ 2. มีการกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่าย แต่ไม่ได้ใช้เป็นข้อมูลพิจารณาก่อนประกอบการ ☐ 3. มีการกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่าย และใช้เป็นข้อมูลพิจารณาก่อนประกอบการ
21. แหล่งจำหน่ายหรือตลาด และเครือข่าย ด้านการตลาด (เครือข่ายด้านการตลาด หมายถึง เครือข่ายที่สามารถเชื่อมโยงหรือขยายตลาดได้ อาจเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ)	☐ 1. แหล่งจำหน่ายหรือตลาดไม่แน่นอน ☐ 2. มีแหล่งจำหน่ายหรือตลาด แต่ไม่มีเครือข่ายด้านการตลาด ☐ 3. มีแหล่งจำหน่ายหรือตลาด และมีเครือข่ายด้านการตลาด

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ปัจจัยที่ประเมิน	เกณฑ์ชี้วัด
22. การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้า และตลาด (การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้ทราบข้อมูลความพึงพอใจ ปัญหา และความต้องการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ)	☐ 1. ไม่มีการติดตามข้อมูล ☐ 2. มีการรวบรวม ติดตามข้อมูลบ้างเป็นบางครั้ง ☐ 3. มีการรวบรวม ติดตามข้อมูลอย่างต่อเนื่อง
หมวดที่ 4 การจัดการความรู้และข้อมูล	
23. การแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	☐ 1. ไม่มีการแสวงหาความรู้ใหม่ ☐ 2. มีการแสวงหาความรู้ใหม่เพิ่มเติม แต่ยังไม่ได้นำมาปรับปรุงการดำเนินงาน ☐ 3. มีการนำความรู้ เทคโนโลยีสมัยใหม่มาผสมผสานกับภูมิปัญญา เพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน
24. การจัดเก็บข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน (ข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง ข้อมูลทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน)	☐ 1. ไม่มีการจัดเก็บข้อมูล ☐ 2. มีการจัดเก็บข้อมูล แต่ไม่เป็นระบบ ☐ 3. มีการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ มีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน พร้อมใช้งาน
25. การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร แก่สมาชิก เครือข่าย และบุคคลภายนอก	☐ 1. ไม่มีการสื่อสาร ☐ 2. มีการสื่อสาร แต่ไม่สม่ำเสมอ หรือไม่ทั่วถึง ☐ 3. มีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของวิสาหกิจชุมชนอย่างสม่ำเสมอ
หมวดที่ 5 การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	
26. การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	☐ 1. ไม่มีการกำหนดเงื่อนไข ☐ 2. มีการกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิก แต่ไม่ได้บันทึก ☐ 3. มีการกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิก และมีการบันทึกไว้ชัดเจน
27. การพัฒนาสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	☐ 1. ไม่มีการพัฒนาสมาชิก ☐ 2. มีการพัฒนาสมาชิกเป็นครั้งคราว ☐ 3. มีการพัฒนาสมาชิกอย่างต่อเนื่อง และเป็นขั้นตอน
28. การสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน	☐ 1. ไม่มีการสร้างขวัญกำลังใจ ☐ 2. มีการสร้างขวัญกำลังใจ แต่ไม่ทั่วถึง ☐ 3. มีการสร้างขวัญกำลังใจอย่างเหมาะสม ทั่วถึง เป็นธรรม และสมาชิกมีความพึงพอใจ
29. การให้ความร่วมมือของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในรอบปีที่ผ่านมา (วัดความร่วมมือ ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน โดยดูจากการให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุม)	☐ 1. สมาชิกเข้าร่วมประชุมโดยเฉลี่ยไม่ถึงครึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกทั้งหมด ☐ 2. สมาชิกเข้าร่วมประชุมโดยเฉลี่ยครึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกทั้งหมด ☐ 3. สมาชิกเข้าร่วมประชุมโดยเฉลี่ยมากกว่าครึ่งหนึ่งของสมาชิกทั้งหมด

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ปัจจัยที่ประเมิน	เกณฑ์ชี้วัด
หมวดที่ 6 การจัดการสินค้าหรือบริการ	
30. ขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ	☐ 1. ไม่มีการกำหนดขั้นตอนหรือกระบวนการผลิต ☐ 2. มีการกำหนดขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ ไม่ครบทุกประเภท ☐ 3. มีการกำหนดขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ ครบทุกประเภท
31. การปฏิบัติตามขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ	☐ 1. ไม่ได้ปฏิบัติตามขั้นตอนหรือกระบวนการผลิต ☐ 2. มีการปฏิบัติตามบางขั้นตอนหรือปฏิบัติไม่เคร่งครัด ☐ 3. มีการปฏิบัติตามทุกขั้นตอนโดยเคร่งครัด
32. การควบคุมคุณภาพสินค้าหรือบริการ	☐ 1. ไม่มีการควบคุมตรวจสอบคุณภาพ ☐ 2. มีการควบคุมตรวจสอบคุณภาพเป็นบางครั้ง ☐ 3. มีการควบคุมตรวจสอบคุณภาพทุกครั้ง
การประเมินผลลัพธ์ (หมวดที่ 7)	
หมวดที่ 7 ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน	
ด้านผลลัพธ์ตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน	
33. การลดรายจ่ายของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	☐ 1. สมาชิกส่วนใหญ่มีรายจ่ายเพิ่มขึ้น ☐ 2. สมาชิกส่วนใหญ่มีรายจ่ายไม่เปลี่ยนแปลง ☐ 3. สมาชิกส่วนใหญ่มีรายจ่ายลดลง
34. การเพิ่มรายได้ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	☐ 1. สมาชิกส่วนใหญ่มีรายได้ลดลง ☐ 2. สมาชิกส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เปลี่ยนแปลง ☐ 3. สมาชิกส่วนใหญ่มีรายได้เพิ่มขึ้น
35. การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	☐ 1. ไม่มีการเปลี่ยนแปลง หรือแย่ลง ☐ 2. มีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นบ้าง ☐ 3. มีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด
ด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการ	
36. ความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ	☐ 1. สินค้าหรือบริการได้รับการยอมรับจากลูกค้าน้อย ☐ 2. สินค้าหรือบริการได้รับการยอมรับจากลูกค้าพอสมควร ☐ 3. สินค้าหรือบริการได้รับการยอมรับจากลูกค้าดีมาก
37. มาตรฐาน คุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้าหรือบริการ	☐ 1. ไม่ได้ขอรับการรับรองมาตรฐาน หรือขอรับการรับรอง มาตรฐานแต่ไม่ผ่าน ☐ 2. อยู่ระหว่างการขอรับการรับรองมาตรฐาน ☐ 3. สินค้าหรือบริการส่วนใหญ่หรือทั้งหมดได้รับการรับรอง มาตรฐาน
38. การสร้างความแตกต่างของสินค้า หรือบริการให้เป็นที่ต้องการของตลาด	☐ 1. สินค้าหรือบริการไม่มีการพัฒนา ☐ 2. สินค้าหรือบริการอยู่ระหว่างการพัฒนา ☐ 3. เกิดสินค้าหรือบริการรูปแบบใหม่ ๆ

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ปัจจัยที่ประเมิน	เกณฑ์ชี้วัด
ด้านประสิทธิภาพของการดำเนินงาน	
39. การลดต้นทุนในการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน	☐ 1. ต้นทุนไม่เปลี่ยนแปลง หรือต้นทุนเพิ่มขึ้น ☐ 2. ต้นทุนการดำเนินงานลดลงบางกิจกรรม ☐ 3. ต้นทุนการดำเนินงานลดลงทุกกิจกรรม
40. การลดความผิดพลาดและการสูญเสียในการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน	☐ 1. ไม่สามารถลดความผิดพลาดและการสูญเสียได้ ☐ 2. สามารถลดความผิดพลาดและการสูญเสียในการดำเนินงานบางกิจกรรม ☐ 3. สามารถลดความผิดพลาดและการสูญเสียในการดำเนินงานทุกกิจกรรม
ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	
41. ความสำเร็จของกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน	☐ 1. ทุกกิจกรรมไม่ประสบความสำเร็จ ☐ 2. ประสบความสำเร็จในบางกิจกรรม ☐ 3. กิจกรรมส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จ
42. การเพิ่มความรู้ ความสามารถ และทักษะ ของสมาชิก	☐ 1. สมาชิกส่วนใหญ่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการทำงานเท่าเดิม ☐ 2. สมาชิกส่วนใหญ่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการทำงานเพิ่มขึ้น ☐ 3. สมาชิกส่วนใหญ่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะในการทำงานเพิ่มขึ้น และสามารถถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้
43. ความพึงพอใจของสมาชิก (วัดความพึงพอใจโดยดูจากการเข้าร่วมกิจกรรม ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน)	☐ 1. สมาชิกไม่ค่อยให้ความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรม ☐ 2. สมาชิกมีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเป็นบางครั้ง ☐ 3. สมาชิกมีความพอใจ โดยเข้าร่วมกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ
44. ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากวิสาหกิจชุมชน	☐ 1. ชุมชนไม่ได้รับประโยชน์ ☐ 2. ชุมชนได้รับประโยชน์จากการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเป็น ครั้งคราว หรือในบางกิจกรรม ☐ 3. ชุมชนได้รับประโยชน์จากการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนอย่าง ต่อเนื่อง สม่ำเสมอ

ที่มา: ดัดแปลงจากกรมส่งเสริมการเกษตร (2555)

จากตารางที่ 2.1 แสดงถึงปัจจัยที่ประเมิน และเกณฑ์ชี้วัดในแต่ละปัจจัย ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาปรับใช้ในการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ที่มีผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพในปัจจุบันของวิสาหกิจชุมชน แล้วนำไปเทียบกับวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่มีอัตลักษณ์ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ เพื่อหาช่องว่างและแนวทางยกระดับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษต่อไป

โดยการปรับเกณฑ์ในการประเมินโดยการประเมินแต่ละปัจจัยมีการให้คะแนน โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เพื่อให้สามารถยกระดับความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

วิธีการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน

ความสำเร็จในการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยทั่วไปขึ้นอยู่กับการผลิต การบริโภค การตลาด และการจัดการ ตัวชี้วัดความสำเร็จในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

- 1) มีการจัดทำแผนธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน เพื่อใช้กำหนดการปฏิบัติงาน การระดมทุนจากสมาชิกและขอรับการสนับสนุนเงินทุนจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ
- 2) มีการบริหารจัดการภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ เป็นรูปธรรมและคุ้มค่า โดยเฉพาะด้านการตลาด
- 3) มีการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ทรัพยากรและวัตถุดิบในพื้นที่ การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ
- 4) การได้รับประโยชน์ของชุมชนที่วิสาหกิจชุมชนตั้งอยู่ ประโยชน์ที่คนในชุมชนได้รับจากการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน การผลิตและการบริการที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม การใช้แรงงานและวัตถุดิบในชุมชน
- 5) ความสามารถในการเข้าหาแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจชุมชน ที่มาของแหล่งเงินทุน วงเงินที่ได้รับการสนับสนุน จำนวนโครงการที่ได้รับการสนับสนุน

แนวทางในการพิจารณาคัดเลือกเป็นวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

แนวทางที่ใช้ในการพิจารณาแนวคิดและการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เพื่อบ่งชี้ความสามารถในการพัฒนาตนเองของวิสาหกิจชุมชน เพื่อความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน เพื่อให้ได้วิสาหกิจชุมชนตามคุณลักษณะของวิสาหกิจชุมชนดีเด่นที่พึงประสงค์

หลักเกณฑ์การคัดเลือกประกอบด้วย 5 หมวด ประกอบด้วย ความคิดริเริ่ม ความสามารถในการบริหารและการจัดการสถาบัน บทบาทและการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อสถาบัน ความมั่นคงและฐานะทางเศรษฐกิจของสถาบัน และการทำกิจกรรมด้านสวัสดิการชุมชน สาธารณประโยชน์และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) ความคิดริเริ่ม หมายถึง การมีวิสัยทัศน์ แนวคิดในการสร้างโอกาส สร้างกิจกรรมเพื่อพัฒนา แก้ปัญหาของกลุ่มได้อย่างตรงประเด็น (ปัญหารุนแรงที่ทำให้คนต้องมารวมตัวกันเป็นวิสาหกิจชุมชน เพื่อรวมพลังในการขจัดปัญหาของตนเอง เช่น ความยากจน หนี้สิน ความเหลื่อมล้ำ ความเป็นธรรม ภัยธรรมชาติ เป็นต้น) มีความคิดริเริ่มในการสร้างกลยุทธ์เพื่อพัฒนาไปสู่สิ่งที่มุ่งหวัง ตอบสนองความต้องการของสมาชิกและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เพิ่มมูลค่า คุณค่า โดยมีความเหมาะสมกับศักยภาพและเงื่อนไขในพื้นที่ ได้แก่ ทุนทางสังคม ตลาด สภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองของชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น เป็นการวัดกระบวนการคิดของวิสาหกิจชุมชนซึ่งต้องแสดงให้เห็นว่าสามารถวิเคราะห์ปัญหาที่แท้จริงได้ สามารถอธิบายที่มาของการตัดสินใจทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างสมเหตุสมผล โดยพิจารณาจากความคิดริเริ่มในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- 1.1) มีระบบการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยมีกระบวนการเรียนรู้ในการรู้จักตนเอง เพื่อทราบศักยภาพและขีดจำกัดของชุมชน และเรียนรู้เพิ่มเติมจากภายนอกอย่างเป็นระบบ

1.2) มีแนวคิดในการจัดการทุน เพื่อให้สามารถมีทุนในการประกอบการค้า ภายใต้เงื่อนไขของการพึ่งตนเองเป็นเบื้องต้น

1.3) มีแนวคิดในการจัดระบบวิสาหกิจชุมชนที่มีกิจกรรมหลากหลาย เกื้อกูลกันตามฐานทรัพยากร ภูมิปัญญา หรือเงื่อนไขของท้องถิ่น

1.4) มีแนวคิดในการจัดระบบสวัสดิการที่ดีสำหรับสมาชิกและชุมชน

1.5) มีการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หรือสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความโดดเด่นและ สอดคล้องกับบริบทของชุมชน

2) ความสามารถในการบริหารและการจัดการสถาบัน หมายถึง ความสามารถของกรรมการและสมาชิกในการบริหารจัดการ โดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทาง ไม่ว่าจะเป็นวิสาหกิจชุมชนระดับพื้นฐานหรือระดับก้าวหน้า เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ยั่งยืน วิสาหกิจชุมชนต้องมีการบริหารจัดการครบ 9 ด้าน การคัดเลือกพิจารณาจากรายละเอียดการดำเนินงานในแต่ละด้าน วิสาหกิจชุมชนดีเด่นต้องมีการดำเนินการครบทุกด้าน ดังนี้

2.1) ด้านแผนการดำเนินงาน

(1) มีการกำหนดเป้าหมายและทิศทาง (วิสัยทัศน์) ที่มุ่งไปสู่การพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน ให้มีความพอเหมาะ พอดีกับเงื่อนไขของแต่ละวิสาหกิจชุมชน

(2) มีแผนการดำเนินงานและกิจกรรมหรือมีการประสานแผนกับหน่วยงานภาคีที่จะทำให้บรรลุตามวิสัยทัศน์

(3) ลักษณะแผนการดำเนินงานและกิจกรรมที่มีเหตุผลสอดคล้อง เหมาะสมกับเงื่อนไขของชุมชน

(4) มีแผนควบคุมหรือแผนบริหารความเสี่ยง หรือมีการเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

(5) มีการทบทวนและปรับปรุงแผนให้เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง

2.2) ด้านทรัพยากรและการเงิน

(1) มีการนำทรัพยากรที่มีมาใช้ให้แผนงานบรรลุตามที่กำหนด

(2) ที่มาของเงินทุนและทรัพยากรมีความชัดเจน เช่น ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม สะสมทุนจากสมาชิก ระดมทุนจากสมาชิก กู้ หรือหาจากภายนอกเพิ่มเติม

(3) การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงสุด

2.3) ด้านระบบบัญชี

(1) มีการบันทึกบัญชี

(2) ดำเนินการปิดบัญชีได้ถูกต้อง ตามเวลา

(3) มีการสื่อสาร เผยข้อมูลการเงิน บัญชีอย่างสม่ำเสมอพิจารณาจากสินทรัพย์ เงินทุนหมุนเวียน หนี้สิน รายได้ กำไร ขาดทุน เงินปันผล

(4) มีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลบัญชี

2.4) ด้านโครงสร้างและบทบาทหน้าที่

(1) มีการกำหนดโครงสร้างที่เหมาะสมกับการประกอบการค้า ตามความจำเป็นของแต่ละวิสาหกิจชุมชน

(2) มีการบริหารจัดการคนให้เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่

- มีการจัดเตรียมคนให้ปฏิบัติตามแผนที่กำหนด
- คนที่ถูกกำหนดให้ปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ที่มีความเหมาะสมกับงานที่

ได้รับมอบหมาย

- มีการชี้แจงหรือแจ้งให้ผู้ที่ได้รับมอบหมายบทบาทหน้าที่รับทราบ
- ปริมาณงานที่มอบหมายแต่ละคนมีความเหมาะสม

2.5) ด้านการกำหนดกฎระเบียบหรือข้อตกลง ข้อบังคับการอยู่ร่วมกัน

(1) มีกฎระเบียบหรือข้อตกลง ข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้องและจำเป็นต่อการบริหารตามความพอเหมาะพอดี ไม่น้อยหรือมากเกินไป

(2) กฎ ระเบียบ หรือข้อตกลง ข้อบังคับ ถูกกำหนดโดยสมาชิก

(3) กฎ ระเบียบ หรือข้อตกลง ข้อบังคับ มีความชัดเจนและมีบันทึกไว้เป็น

หลักฐาน

(4) มีระบบการควบคุมให้ปฏิบัติตามระเบียบหรือข้อตกลง ข้อบังคับที่กำหนดไว้

(5) มีกฎระเบียบ หรือข้อตกลง ข้อบังคับ ในการจัดสวัสดิการแก่สมาชิกและ

ชุมชน

2.6) ด้านการบริหารธุรกิจ

(1) ผลิตสินค้า/บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า (ลูกค้าหมายถึงผู้ที่ใช้สินค้า/บริการ อาจเป็นภายในครัวเรือน ชุมชน หรือลูกค้าภายนอก)

(2) สินค้า/บริการมีคุณภาพ โดยมีการตรวจสอบควบคุมอย่างสม่ำเสมอ

(3) มีฐานคิดในการกำหนดราคาอย่างมีเหตุผล

(4) มีการกำหนดปริมาณการผลิตสินค้า/บริการที่เหมาะสมมีความสมดุลทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

(5) มีเป้าหมายตลาดชัดเจน และสามารถบริหารกระจายสินค้าและบริการสู่ตลาดที่กำหนดไว้ได้

(6) มีการเชื่อมโยงเครือข่ายด้านต่าง ๆ

(7) มีการจัดสรรกำไร สวัสดิการและผลตอบแทนแก่สมาชิกกรรมการ ชุมชน และสังคม

2.7) ด้านการจัดการข้อมูล

(1) มีการรวบรวมข้อมูลและจัดเก็บอย่างเป็นระบบ สะดวกในการใช้งาน

(2) ข้อมูลมีคุณภาพ ถูกต้อง น่าเชื่อถือ เหมาะสม เพียงพอ ทันสมัย เป็นปัจจุบัน

(3) มีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่จัดเก็บอย่างต่อเนื่อง

2.8) ด้านการสื่อสาร

(1) มีการสื่อสารภายในกลุ่มสมาชิกและเครือข่าย

- มีระบบ / วิธีการสื่อสาร เช่น ประชุม อบรม
- มีการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง

(2) มีการสื่อสารกับบุคคลภายนอก

- มีระบบ / วิธีการสื่อสาร เช่น การประชาสัมพันธ์
- มีการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง

2.9) ด้านการมีส่วนร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นการประเมินการเป็นที่ยอมรับของวิสาหกิจชุมชน ต่อชุมชนนั้น ๆ ซึ่งจะส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชน เน้นการช่วยขับเคลื่อน ช่วยผลักดัน หรือทำให้เป็นที่สนใจของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.)

- (1) อปท. มีแผนงาน งบประมาณที่ส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน
- (2) อปท. มีการอำนวยความสะดวกแก่วิสาหกิจชุมชน เช่น การให้ใช้ที่ดิน โรงเรือน เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ
- (3) อปท. ให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาความรู้แก่วิสาหกิจชุมชน เช่น จัดฝึกอบรม ศึกษาดูงาน

(4) อปท. มีการประชาสัมพันธ์ผลงานให้วิสาหกิจชุมชน สร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก ประกาศยกย่องเชิดชู ให้คุณค่าแก่วิสาหกิจชุมชน เช่น เป็นสโลแกนประจำท้องถิ่น

3) บทบาทและการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อสถาบัน หมายถึง การที่สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการดำเนินการ เริ่มตั้งแต่การเรียนรู้ การตัดสินใจ มารวมตัวกัน เพื่อแก้ปัญหาของตนเอง (จุดกำเนิดของวิสาหกิจชุมชน คือ การรวมตัวกันของคนเพื่อแก้ปัญหาของตนเอง) การตัดสินใจในการบริหารจัดการทุกขั้นตอน จนถึงการกำหนดในการจัดสรรรายได้ หรือผลกำไร เพื่อเป็นสวัสดิการแก่สมาชิกและชุมชน การส่งเสริมการพัฒนาตนเองของสมาชิก การพิจารณาวิสาหกิจชุมชนดีเด่นพิจารณาจาก

3.1) การมีส่วนร่วมในขั้นตอนต่าง ๆ ของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

- (1) ร่วมกันคิดและกำหนดวิสัยทัศน์
- (2) การร่วมวิเคราะห์ วางแผน การรวมกลุ่มกันทำกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาของตนเอง
- (3) การร่วมตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรม ทั้งด้านธุรกิจการประกอบการและด้านสังคม
- (4) ร่วมติดตาม ตรวจสอบ ผลการดำเนินงาน
- (5) ร่วมรับผิดชอบต่อผลการกระทำ รับประโยชน์ร่วมกัน เช่น การแบ่งผลกำไร การจัดสวัสดิการ

3.2) การมีส่วนร่วมในการพัฒนาสมาชิก

- (1) ร่วมกันคิด เสนอความเห็นในการหาความรู้เพื่อการพัฒนาตนเองของสมาชิก
 - (2) ร่วมกันวางแผน กำหนดแนวทางการพัฒนาตนเองของสมาชิก
 - (3) ร่วมกันสนับสนุนให้สมาชิกได้รับการพัฒนาตนเองตามแนวทางที่กำหนด
- 4) ความมั่นคงและฐานะทางเศรษฐกิจของสถาบัน หมายถึง ความเจริญเติบโต ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของสมาชิก เนื่องจากกิจกรรมที่ดำเนินการร่วมกัน มีความหลากหลาย เชื่อมโยง เกื้อกูลกัน ส่งผลให้เกิดการลดความเสี่ยงในการประกอบการ ตอบสนองความต้องการสร้างความพอใจและความสุขให้สมาชิก ทำให้สมาชิกมีความเชื่อมั่นในสถาบัน และสร้างความมั่นใจของสมาชิกในการดำเนินการ ร่วมกับกลุ่มต่อไป ซึ่งจะนำไปสู่ความมั่นคงเข้มแข็งของกลุ่ม (ทั้งนี้ รายได้หรือกำไรของกลุ่มจะเพิ่มขึ้นทุกปีหรือไม่ ไม่ใช่เรื่องสำคัญ อาจมีกำไรเข้ากลุ่มไม่มากนัก แต่สมาชิกได้กำไรหรือได้รับผลประโยชน์สูงสุด กลุ่มไม่รวยแต่สมาชิกรวย) โดยพิจารณาจาก

4.1) กิจกรรมมีความหลากหลาย เชื่อมโยงเกื้อกูลกัน ส่งผลให้เกิดการลดความเสี่ยงในการประกอบการ

4.2) สมาชิกมีสวัสดิการอย่างเป็นระบบ

4.3) สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นและหรือมีรายจ่ายลดลง

4.4) หนี้ของสมาชิกไม่เพิ่มขึ้น หรือสามารถบริหารจัดการหนี้สินได้

4.5) สมาชิกและกลุ่มมีเงินออม

4.6) กลุ่มมีเงินทุนสำรองสำหรับประกอบการได้อย่างต่อเนื่อง

4.7) กิจกรรมมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง หรือมีสมาชิกเพิ่มขึ้น

4.8) มีการเตรียมการเพื่อสืบทอดกิจการในอนาคต

5) การทำกิจกรรมด้านสวัสดิการชุมชน สาธารณประโยชน์และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หมายถึง การทำกิจกรรมของกลุ่มที่เอื้ออำนวยต่อประโยชน์ของสาธารณะ ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม สวัสดิการชุมชน รวมทั้งการทำกิจกรรมที่ใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน และสามารถบริหารให้ใช้ได้ตลอดไป (sustainability) โดยพิจารณาจากกิจกรรมที่ทำในนามของกลุ่มเท่านั้น ดังนี้

5.1) มีการจัดกระบวนการเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกในการเสียสละ ช่วยเหลือเกื้อกูลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแก่สมาชิก

5.2) มีกระบวนการผลิตและบริการของกลุ่มที่ไม่ทำลายทรัพยากร สิ่งแวดล้อม

5.3) มีการส่งเสริมการรักษา หรือมีความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม (เช่น การคัดแยกขยะ เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ทำแก๊สชีวภาพ การบำบัดน้ำเสีย ฯลฯ)

5.4) มีการทำกิจกรรมด้านสาธารณประโยชน์แก่ชุมชน

5.5) มีการยอมรับของชุมชน โดยมีบุคคลอื่นที่ไม่ใช่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้การรับรอง เช่น พระสงฆ์ คณะกรรมการหมู่บ้าน ครู ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำท้องที่ หรือ ชาวบ้านทั่วไป และวิสาหกิจชุมชนได้ช่วยชุมชนอย่างไร มีการขยายผลอย่างไร

5.6) มีการจัดสวัสดิการชุมชน เช่น จัดสวัสดิการให้แก่ผู้สูงอายุผู้ด้อยโอกาส ผู้พิการ เด็ก ผู้ป่วย ผู้เสียชีวิต ผู้ติดยาเสพติด

กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2548) ได้จัดทำคู่มือการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน และแบ่งกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไว้ 6 ขั้นตอน ได้แก่

1) การประเมินวิสาหกิจชุมชน (การค้นหาค่าศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน) ให้วิสาหกิจชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบระดับความเข้มแข็งและผลลัพธ์ของการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนและสามารถวางแผนพัฒนาได้ตามความพร้อมของแต่ละวิสาหกิจชุมชน และแนะนำกระตุ้นช่วยเหลือให้วิสาหกิจชุมชนวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคขององค์กร เพื่อให้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการกำหนดแผนการดำเนินงานของแต่ละวิสาหกิจชุมชน

2) วิสาหกิจชุมชนเข้าสู่กระบวนการเรียนรู้ คัดเลือกวิสาหกิจชุมชนหรือชุมชนที่มีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับวิสาหกิจอื่น ๆ และมีการเรียนรู้เพิ่มเติม ประสานกับหน่วยงานภาคีเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้

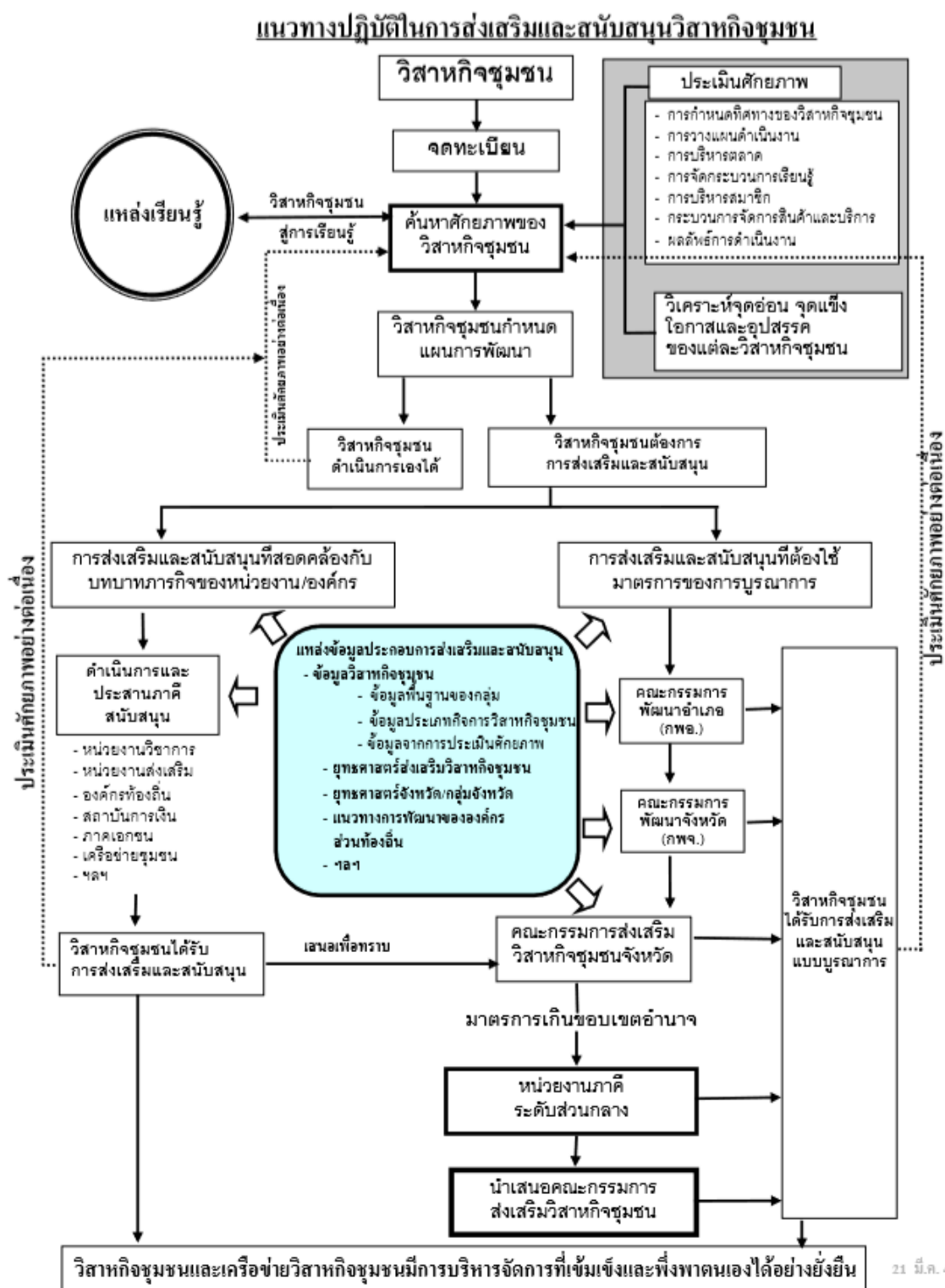
ที่ได้คัดเลือกไว้ หรือแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ หรือจากหน่วยงานภาคีบางส่วนให้วิสาหกิจชุมชนได้เรียนรู้วิธีคิด แนวทางการวิเคราะห์แก้ไขปัญหาแนวทางการบริหารจัดการที่ดีโดยชุมชน

3) วิสาหกิจชุมชนกำหนดแผนการพัฒนา สรุปความต้องการที่แท้จริงที่สอดคล้องกับศักยภาพ จัดทำเป็นแผนพัฒนาของแต่ละวิสาหกิจชุมชน วิเคราะห์แผนพัฒนาของแต่ละวิสาหกิจชุมชนที่กำหนดขึ้นเพื่อจำแนกว่าประเด็นใดดำเนินการเอง ประเด็นใดที่ต้องการส่งเสริมและสนับสนุน

4) การส่งเสริมและสนับสนุน ในกรณีที่สามารถต้องการการส่งเสริมสนับสนุนจากภายนอก ควรมีการประสานหน่วยงานภาคี องค์กรท้องถิ่น เครือข่ายชุมชน หรือส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดแนวทางการสนับสนุน หรือหากมีวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ มีการบริหารจัดการที่ดี ต้องการขอรับการสนับสนุนด้านการเงิน เพื่อขยายกิจการ พัฒนากิจการไปสู่ตลาดภายนอก

5) การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง วิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนแล้ว ควรส่งเสริมให้มีการประเมินศักยภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เป็นขั้นตอน สามารถใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงแนวทางดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนนั้น ๆ รวมทั้งภาครัฐและภาคีที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นข้อมูลในการเข้าไปส่งเสริมสนับสนุนได้ตรงตามศักยภาพที่แท้จริงต่อไป

6) การรายงานให้เกษตรกรจังหวัด ในฐานะเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสรุปความก้าวหน้าในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเสนอคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด เพื่อทราบผลการดำเนินงานและพิจารณาให้การส่งเสริมและสนับสนุนเพิ่มเติม หรือช่วยเหลือแก้ไขปัญหาอุปสรรค เสนอสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ตามแบบรายงานที่กำหนด เพื่อเสนอคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนต่อไป



ภาพที่ 2.1 แนวทางปฏิบัติในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

ที่มา: คู่มือการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548)

ปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จและความล้มเหลวของวิสาหกิจชุมชน

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2542) กล่าวว่าปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จและความล้มเหลวของวิสาหกิจชุมชน สรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านเงินทุน กิจกรรมธุรกิจที่ต้องอาศัยการตลาดจะต้องเริ่มจากการนำเงินไปลงทุนทำการผลิต ทำการค้า ได้รายได้กลับมาเป็นเงินก้อนใหญ่กว่าเดิม เงินลงทุนในการทำธุรกิจมาจาก 3 แหล่งคือ เงินทุนตนเอง เงินทุนที่กู้ยืมจากแหล่งเงินกู้ต่าง ๆ และเงินทุนที่ได้มาจากการระดมทุนจากคนในชุมชนเอง

2. ปัจจัยด้านการตลาด จะต้องรู้ว่าสินค้าที่ผลิตได้ จะนำไปขายที่ไหนและขายอย่างไร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบผลสำเร็จเป็นกลุ่มที่มีลูกค้าที่แน่นอนและพอเพียง กลุ่มชุมชนที่มีตลาดแน่นอนเพียงพอจะเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ยืนอยู่ได้ เติบโตได้ พร้อมกับมีการขยายกิจการ ปัจจัยด้านการตลาดเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของวิสาหกิจชุมชนตลาดจึงเป็นหัวใจการผลิตเป็นตัวนำการผลิต

3. ปัจจัยด้านการผลิต การจะผลิตอะไร ผลิตอย่างไร ต้องผ่านการวิเคราะห์ทั้งอุปสงค์และอุปทานของการตลาด ความชำนาญของผู้ทำการผลิตเป็นปัจจัยที่สำคัญพอ ๆ กับโอกาสทางการตลาด การผลิตในชุมชนที่มีต้นทุนการผลิตไม่สูง พร้อมกับผู้ผลิตมีความรู้ ทักษะ ความชำนาญสามารถได้รับผลผลิตที่มีคุณภาพและสามารถแข่งขันในตลาดได้ การผลิตที่จะประสบผลสำเร็จต้องสอดคล้องกับโอกาสทางการตลาด และผลผลิตเป็นสิ่งที่ต้องการของตลาด

4. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ การบริหารจัดการเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนแบ่งเป็น 3 ด้านคือ

4.1 ด้านระบบเงิน ความสามารถในการระดมทุนและสะสมทุนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ

4.2 ด้านระบบงาน วิสาหกิจชุมชนที่จะประสบผลสำเร็จต้องมีการจัดโครงสร้างการบริหาร มีการแบ่งฝ่าย แบ่งสายงาน เพื่อการควบคุม กำกับอย่างชัดเจน

4.3 ด้านระบบบุคลากร ในวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ ไม่ค่อยมีสายงานบังคับบัญชาที่ชัดเจน เนื่องจากบุคลากรที่เป็นลูกจ้างมีน้อย บุคลากรของกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกและกรรมการ การสั่งการ การบังคับบัญชา การให้คุณให้โทษจึงไม่มี ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในด้านบุคลากรจึงขึ้นอยู่กับผู้บริหารและสมาชิกมีสัจจะ คุณธรรมและความเสียสละ

4.4 ปัจจัยด้านผู้นำ ชาวชนบทส่วนใหญ่มักขาดแคลนผู้นำ ผู้นำมักเกิดขึ้นโดยธรรมชาติเกิดจากผู้ประสบผลสำเร็จในอาชีพ ความมีบารมี มีความรู้ มีฐานะ เป็นที่พึ่งพาของคนในสังคมได้ วิสาหกิจชุมชนที่ประสบผลสำเร็จมักอยู่ภายใต้การนำของบุคคลเหล่านี้ จากการศึกษาจะพบว่าวิสาหกิจชุมชนที่ก่อตั้งโดยบุคคลที่เป็นที่ยอมรับของชาวบ้าน การระดมทุนจะง่าย กิจกรรมขยายตัวได้รวดเร็วมีความมั่นคง และโอกาสประสบผลสำเร็จมีสูง

4.5 ปัจจัยด้านแรงงาน แรงงานในวิสาหกิจชุมชนที่เป็นลูกจ้างมีส่วนใหญ่มีน้อยโดยมากเป็นประเภททำงานให้ตัวเอง ภายในครอบครัว ส่วนมากพบว่าเป็นแรงงานที่มีความรู้มีน้อยขาดทักษะและประสบการณ์ จึงเป็นแรงงานไร้ฝีมือ เป็นแรงงานของคนรุ่นพ่อแม่ ปู่ ย่า เป็นสำคัญ

4.6 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก การเกิดขึ้นหรือการคงอยู่การเติบโตและยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจของชุมชน ต้องร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจร่วมกันทำ และร่วมกันรับผิดชอบ การมีส่วนร่วมของสมาชิกจะรวมถึงร่วมกันระดมทุน ถือหุนและนำทุนไปใช้

อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันการมีส่วนร่วมอย่างเอางานเอาการ เป็นตัวบ่งชี้ถึงความสามารถพึ่งตนเองได้

เสรี พงศ์พิศ (2544) กล่าวว่าการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินการในรูปแบบการสร้างความร่วมมือกับองค์กรภายนอกเพราะองค์กรชุมชน/ เครือข่ายองค์กรชุมชน ซึ่งเป็นเจ้าของวิสาหกิจชุมชนยังมีข้อจำกัดในความสามารถด้านการบริหารจัดการหรือการร่วมทุนกับองค์กรภายนอกโดยมีทุนหลักในการดำเนินงานจากชุมชน เป็นการสร้างความร่วมมือโดยองค์กรชุมชน/ เครือข่ายเป็นผู้ตัดสินใจ และเป็นผู้เลือกองค์กรภายนอกเข้ามาในกระบวนการความร่วมมือที่เกิดขึ้นไม่ใช่การตัดสินใจโดยหน่วยงานหรือองค์กรภายนอกที่มีชื่อองค์กรชุมชน เครือข่ายสามารถกำหนดมาตรฐานเพื่อรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนของตนให้เกิดความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและผู้ให้บริการ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกำหนดจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค รวมทั้งการให้สิทธิในการอนุรักษ์ ดูแล จัดการ แหล่งทรัพยากร แหล่งเรียนรู้วิสาหกิจชุมชนกับองค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชนเพื่อให้กระบวนการจัดการและพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นกระบวนการดำเนินงานที่เน้นในเรื่องการปรับวิถีชีวิตของชุมชนแบบพึ่งพาภายนอกมาพึ่งพาตนเอง โดยเชื่อมโยงบูรณาการกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ในที่สุด โดยหลักการของวิสาหกิจชุมชนคือมีการเรียนรู้เป็นหัวใจ และมีการพึ่งพาตนเองเป็นเป้าหมาย

2.4 พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 ได้ให้คำจำกัดความ ไว้ดังนี้ (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548)

วิสาหกิจชุมชน หมายความว่า กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคล ในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน หมายความว่า คณะบุคคลที่รวมตัวกันโดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 เกิดจากปัญหาของชุมชนที่มีการประกอบกิจการในระดับรากหญ้า 2 ประการ คือ

1. การประกอบกิจการของชุมชนไม่เป็นที่ยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนอื่น ๆ เนื่องจากไม่มีกฎหมายรองรับ

2. การสนับสนุนของภาครัฐไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของชุมชน

ดังนั้น จึงมีการออกกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน นั่นคือ “พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548” ซึ่งได้มีการประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2548 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 19 มกราคม 2548 เป็นต้นไป

เจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548

เพื่อให้มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน มีผลให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง พร้อมสำหรับการแข่งขันทาง

การค้าในอนาคตไม่ว่าในระดับใด รวมถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการกิจการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

สาระสำคัญของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548

1. ให้มีการจดทะเบียนรับรองวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จะขอรับการส่งเสริมตามพระราชบัญญัตินี้ โดยยื่นขอจดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการเกษตร

2. ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้เป็นเอกภาพ โดยกำหนดให้มี

2.1 คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จำนวน 28 คน ประกอบด้วย นายกรัฐมนตรีหรือรองนายกรัฐมนตรีที่ได้รับการมอบหมายเป็นประธานกรรมการจากส่วนราชการและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ รัฐมนตรีจาก 5 กระทรวง คือ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงอุตสาหกรรม อธิบดีจาก 4 กรม คือ กรมพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมสรรพากร ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน ผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน ผู้แทนวิสาหกิจชุมชน จำนวน 10 คน ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน โดยมีอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร และอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน แต่งตั้งผู้แทนจากกรมส่งเสริมการเกษตรและคณะกรรมการพัฒนาชุมชน หน่วยงานละ 1 คน เป็นผู้ช่วยเลขานุการ

2.2 คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจำนวน 20 คน ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัดหรือรองผู้ว่าราชการจังหวัดที่ได้รับมอบหมายเป็นประธานกรรมการ ประกอบด้วยหัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในจังหวัด ผู้แทนกรมสรรพากรที่มีสำนักงานตั้งอยู่ในจังหวัด ผู้แทนธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารออมสินที่มีสาขาตั้งอยู่ในจังหวัดหน่วยงานละ 1 คน ผู้แทนวิสาหกิจชุมชน จำนวน 6 คน ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน โดยมีเกษตรจังหวัดเป็นกรรมการและเลขานุการ

2.3 คณะกรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เป็นประธานกรรมการ และกรรมการอื่นอีกไม่เกิน 12 คน โดยมีกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นเลขานุการ

3. ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร

วิสาหกิจชุมชนระดับปฐมภูมิ ให้มีการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนระดับปฐมภูมิในการประกอบกิจการอย่างครบวงจร เพื่อให้กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับปฐมภูมิมีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้

วิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้แล้ว ให้มีการส่งเสริมและพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพร้อมให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงยิ่งขึ้น

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ให้มีการสนับสนุนการจัดตั้งการประกอบการ การตลาดรวมทั้งส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน

4. ให้กรมส่งเสริมการเกษตรทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน การทำงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจะทำตามกลไกของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จะเป็นการทำงานแบบบูรณาการของหน่วยงานหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาคราชการ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานอิสระ และภาคประชาชน ร่วมมือกันที่จะทำการส่งเสริมสนับสนุนตามความต้องการที่แท้จริงของชุมชน ทั้งนี้ วิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จะได้รับการส่งเสริมสนับสนุนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 จะต้องเป็นวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่มาจดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตรเท่านั้น

การจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

1. เพื่อให้การรวมตัวกันของคนในชุมชนในการประกอบกิจการของชุมชนได้รับการรับรองตามกฎหมาย
2. ภาครัฐสามารถทราบข้อมูลความต้องการที่แท้จริงของวิสาหกิจและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้การส่งเสริมสนับสนุน

ประโยชน์จากการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

1. การประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนได้รับการรับรองตามกฎหมาย
2. มีสิทธิในการขอรับการส่งเสริมสนับสนุน การพัฒนากิจการตามมาตรการที่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนกำหนดให้มีตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548

หน่วยงานที่รับการยื่นเรื่องจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

1. สำนักงานเกษตรอำเภอ
2. ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล
3. สถานที่ตามระเบียบคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนว่าด้วยการรับจดทะเบียนและการเพิกถอนทะเบียนวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดอัตลักษณ์ให้กับวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

ความหมายของอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ (Identity) เป็นคำที่ถูกพูดถึงโดยทั่วไปในปัจจุบัน ทั้งในระดับโลก ระดับสากล ระดับท้องถิ่น และระดับบุคคล โดยอัตลักษณ์ไม่เพียงแต่จะเป็นประเด็นทางวิชาการที่กำลังได้รับความสนใจมากขึ้น ในฐานะที่เป็นเครื่องมือทางความคิดเพื่อที่จะเข้าใจการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและการเมืองให้ชัดเจนเท่านั้น หากแต่ยังเป็นเรื่องราวในชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นมิติของชาติพันธุ์ ชนชั้น ศาสนา ไปจนถึงการประกอบอาชีพ สู่การประกอบธุรกิจที่เกิดขึ้นชุมชน (เบญจวรรณ สุพันธ์ทอง, 2555)

อัตลักษณ์ตามพจนานุกรมภาษาอังกฤษ – ไทย คำว่า Identity คือคำว่า อัตลักษณ์ ซึ่งตรงกับความหมายของคำในพจนานุกรมภาษาอังกฤษ นั่นก็คือ สิ่งที่เป็นคุณสมบัติของคนหรือสิ่งหนึ่ง และมีนัยขยายต่อไปว่าเป็นคุณสมบัติเฉพาะของคนหรือสิ่งนั้น ที่ทำให้สิ่งนั้นโดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น (วรลักษณ์ ศรีกันทา, 2555) ในขณะที่ ริชาร์ด เจนกินส์ (Jenkins, 2008) ได้กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์ (Identity) ตามพจนานุกรมภาษาอังกฤษได้เสนอรากศัพท์ของอัตลักษณ์มาจากภาษาละติน

คือ identitas เดิมใช้คำว่า idem ซึ่งมีความหมายว่า เหมือนกัน (the same) ซึ่งอัตลักษณ์ในความหมายพื้นฐานนั้นมีความหมายสองประเด็น คือ "ความเหมือน" และ "ความเป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไป" นั่นคือ การตีความหมายของความเหมือนกันบนพื้นฐานของความสัมพันธ์ และการเปรียบเทียบกันระหว่างคนหรือสิ่งของในสองแง่มุม คือความคล้ายคลึงและความแตกต่าง อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ในตัว หรือเกิดมาพร้อมกับคนหรือสิ่งของ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งทำให้เราเข้าใจและรับรู้ว่าเป็นใคร คนอื่นเป็นใคร โดยอาศัยสังคมที่สัมพันธ์กับคนนั้น ๆ เป็นตัวสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์

โดยสรุปอัตลักษณ์ จึงหมายถึง จิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกร่วมในสังคมที่เกิดจากการนิยามตัวเองว่าตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่นอย่างไร และจะใช้อะไรเป็นเครื่องหมายของการแสดงออก คำว่าอัตลักษณ์ จึงเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของคน ซึ่งส่วนหนึ่งจะเป็นลักษณะของตัวตนภายนอก เช่น กิริยาท่าทาง ภาษาและการแสดงออกต่อบุคคลอื่นกับลักษณะของตัวตนภายใน ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด นิสัยใจคอ คตินิยม ความเชื่อ และสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ อัตลักษณ์จึงเป็นการสื่อถึงคำพูดบางประการเพื่อแสดงความเป็นตัวตนของบุคคลและเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่นและศาสนา ฯลฯ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไป ไม่เหมือนคนอื่นนั่นเอง

ประเภทของอัตลักษณ์

เออร์วิง กอฟมัน (Erving Goffman) (อ้างถึงใน อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2546) ได้แบ่ง อัตลักษณ์ออกเป็น 2 ประเภทและอธิบายลักษณะความแตกต่างและความเหมือนกันไว้ ดังนี้

1. อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) คือ ภาพของปัจเจกในสายตาคนอื่น ในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยสังคมจะมีวิธีการระบุอัตลักษณ์ส่วนบุคคลแตกต่างกันไป เช่น สังคมสมัยใหม่ใช้บัตรประชาชนหรือการพิมพ์ลายนิ้วมือระบุอัตลักษณ์บุคคล เป็นต้น ในขณะที่ ลิตเติลจอห์นและฟอสส์ (Littlejohn, S. & Foss, K., 2008) อธิบายว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือ ลักษณะเฉพาะของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการมองตนเอง และเกิดขึ้นจากเรียนรู้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในครอบครัว ในช่วงเริ่มแรกของชีวิต และจากสังคม

2. อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) คือ สถานภาพทางสังคม เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ชาติพันธุ์ หรือศาสนาที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่ สังคมจะมีความคาดหวังหรือเรียกร้องว่า ปัจเจกบุคคลในวัย เพศ ชนชั้นนั้น ๆ ว่าควรวางตนอย่างไร

จากการแบ่งประเภทข้างต้นทำให้พบว่าอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคมมีความทับซ้อนกัน เนื่องจากอัตลักษณ์นั้นเป็นการเชื่อมต่อระหว่างความเป็นปัจเจกและความสัมพันธ์กับสังคม (Social Aspect) สังคมจะกำหนดบทบาทหน้าที่และระบบ คุณค่าที่ติดตัวมากับความเป็นพ่อ ความเป็นเพื่อน ความเป็นสามี-ภรรยา ความเป็นศิษย์-อาจารย์ ในมิตินี้ อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbolic aspect) ด้วย เพราะการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่าง ๆ จะกระทำผ่านระบบสัญลักษณ์ในหลายรูปแบบ ส่วนอีกด้านหนึ่งอัตลักษณ์ก็เกี่ยวข้องกับมิติภายในของความเป็นตัวเรา ทั้งด้านอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด

ยิ่งกว่านั้น ลักษณะสำคัญอีกประการของอัตลักษณ์คือ อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) เพราะการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่าง ๆ จะกระทำโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ที่หลายรูปแบบในอีกด้านหนึ่ง อัตลักษณ์ยังเกี่ยวข้องกับมิติภายในของความเป็นตัวเรา ทั้งในด้านอารมณ์ความรู้สึก เพราะมนุษย์ให้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายที่เกี่ยวกับตนเอง

ความสัมพันธ์กับโลกและปริณิชนของอัตลักษณ์และตัวตนที่ซ้อนทับกันอยู่ จึงมีการจัดแบ่งประเภทของอัตลักษณ์เป็น 2 ระดับคือระดับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ที่จะใช้แสดงตน เช่น การที่สังคมกำหนดบทบาทหน้าที่และระบบคุณค่าที่ติดตัวมา ความเป็นพ่อ ความเป็นสามีภรรยา เข็มโรงเรียน ผ้าพันคอของทีม ภาษาหรือบางที่อาจเห็นได้จากเสื้อผ้าที่ใส่สัญลักษณ์และการสร้างภาพแทนความจริง (Representation) เป็นสิ่งสำคัญในการแสดงให้เห็นแนวทางหรือที่เรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลบางคนและการแยกแยะตัวเราด้วยการสร้างความต่างจากคนอื่น ในความเข้าใจนี้เองแม้ว่าในฐานะของบุคคลเราควรจะยอมรับในอัตลักษณ์ของตัวเอง เนื่องจากอัตลักษณ์เหล่านี้เป็นผลผลิตที่สำคัญของสังคมที่เราอาศัยอยู่ และความสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น อัตลักษณ์จึงเป็นการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับโลกที่อาศัยอยู่ นอกจากนี้ อัตลักษณ์ยังรวมถึงเรื่องการเมืองตัวเองอย่างไรและคนอื่นมองตัวเราอย่างไรอีกด้วย

การสร้างอัตลักษณ์

อัตลักษณ์สามารถสร้างเป็นภาพที่ชัดเจนเป็นต้นแบบได้ โดยการเลือกดึงเอาคุณสมบัติบางสิ่งบางอย่างของบุคคลที่เด่นชัด มีชีวิตชีวา เข้าใจง่าย เป็นที่รับรู้ทั่วไป และลดทอนคุณสมบัติบางอย่างลงไป วิธีการลดทอนประการแรกคือ ทำให้คุณสมบัติที่ต้องการใช้สร้างเป็นอัตลักษณ์นั้นให้มีความเด่นชัดขึ้นเพื่อให้เข้าใจง่าย และประการที่สองคือ การสร้างอัตลักษณ์คู่ตรงข้ามออกมา เช่น ความเป็นชายที่พึงปรารถนาจะเด่นชัดขึ้นได้ก็ต้องมีจำแก่เป็นคู่ตรงข้าม ดังนั้นคู่ตรงข้ามก็คือการสร้างอุดมการณ์เพื่อปิดกั้นกีดกันและให้ค่าเชิงลบแก่สัญลักษณ์ที่อยู่ตรงข้าม (อภิญา เพ็ญพสุกุล, 2546)

ความสำคัญของการแสดงตัวตน (Marking oneself) คือการมีอัตลักษณ์เหมือนกับกลุ่มหนึ่ง และมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น หากเราลองคิดถึงสถานการณ์ที่เราพบกับใครสักคนในครั้งแรก และกำลังพยายามค้นหาว่าเขาคือใคร ด้วยการตั้งคำถามว่าเขามาจากไหนและเขาทำอะไรในสถานการณ์ต่าง ๆ เหล่านี้เรากำลังพยายามค้นหาเกี่ยวกับบุคคลนี้ และสิ่งที่ทำให้เขาเหมือนกับเราด้วย และสิ่งที่ทำให้เขาแตกต่างจากเรา หรือถ้าพิจารณาถึงสถานการณ์การเดินทางไกล สถานที่ที่คุณไป คุณไปยินเสียงคนกลุ่มหนึ่งพูดภาษาเดียวกับคุณ คุณจะรับรู้ได้ด้วยความรู้สึกรู้ของการระลึกรู้ (Recognition) และความเป็นเจ้าของร่วมกับคนอื่นผู้ที่มีอัตลักษณ์ร่วมกับคุณ อัตลักษณ์ถูกแสดงให้เห็นด้วยความคล้ายกัน นั่นคือเกี่ยวกับบุคคลที่เหมือนเรา และด้วยความแตกต่างของบุคคลที่ไม่เหมือนกับเรา (Woodward, K. 2000)

ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์ คือ สัญลักษณ์ (Symbol) ที่จะใช้แสดงตน เช่น เข็มโรงเรียน ผ้าพันคอของทีม หนังสือพิมพ์ ภาษา หรือบางที่เสื้อผ้าที่เราสวมใส่ สัญลักษณ์และการเป็นตัวแทน (Representation) เป็นสิ่งสำคัญในการแสดงให้เห็นแนวทางที่เรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลบางคนและแยกแยะตัวเราด้วยความแตกต่างจากคนอื่น ในความเข้าใจนี้ แม้ว่าในฐานะบุคคลเราต้องยอมรับอัตลักษณ์ต่าง ๆ อย่างตั้งใจ อัตลักษณ์เหล่านี้เป็นผลผลิตที่สำคัญของสังคมที่เราอาศัยอยู่และความสัมพันธ์ของเรากับคนอื่น อัตลักษณ์จึงได้จัดเตรียมการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับโลกที่เราอาศัยอยู่ นอกจากนี้อัตลักษณ์ยังรวมถึงเรื่องราว “ฉันมองตัวเองอย่างไร และคนอื่น ๆ มองฉันอย่างไร” มันเกี่ยวพันกับตัวตน (Subjective) และสิ่งที่อยู่ภายใน และสิ่งที่อยู่นอก มันเป็นการกำหนดตำแหน่ง (Position) ที่ระลึกรู้ทางสังคม ซึ่งเกิดจากคนอื่นรับรู้ด้วย ไม่ใช่แค่ตัวเราเท่านั้น (Woodward, K. 2000)

ระบบสัญลักษณ์ (Symbolic Systems) กับความหมาย (Meaning) ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างหรือการผลิต (Production) การบริโภค (Consumption) การควบคุมจัดการ

(Regulation) การสร้างภาพตัวแทนทางวัฒนธรรม (Cultural Representation) และอัตลักษณ์ของผู้คนสัญลักษณ์ หมายถึง เครื่องหมาย หรือ สัญลักษณ์ (Sign) ที่เชื่อมโยงระหว่างความหมาย (Meaning) กับเครื่องหมาย หรือ สัญลักษณ์นั้น และความเชื่อมโยงนี้เป็นสิ่งสร้างทางสังคมวัฒนธรรมมากกว่าที่เป็น การเชื่อมโยงตามธรรมชาติ ตัวอย่างเช่น ไฟจราจรสีแดงหมายถึงหยุด นอกจากนั้นสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายยังหมายถึงการเป็นภาพตัวแทนแบบอ้อมๆ (Indirect Representation) ของความหมายที่แฝงอยู่ ตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์ต่าง ๆ ของศาสนาและลัทธิความเชื่อต่าง ๆ ที่บ่งบอกความหมายที่เป็นเนื้อหาสาระที่ศาสนาความเชื่อนั้น ๆ ต้องการสื่อสาร อนึ่ง สัญลักษณ์ถูกส่งออกมาในหลายรูปแบบ เช่น เป็นเครื่องหมายรูป ปั้นรูปเขียน (เห็นได้ด้วยตา) ภาษา ดนตรี (เสียง) และกิริยาท่าทาง (Body Language) (วราลักษณ์ ศรีกันทา, 2555)

2.6 วรณกรรมและข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 นโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

นโยบายประเทศไทย 4.0

ประเทศไทย 4.0 หรือไทยแลนด์ 4.0 เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วรุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้ หลายประเทศกำหนดโมเดลเศรษฐกิจรูปแบบใหม่เพื่อสร้างความมั่งคั่งในศตวรรษที่ 21 อาทิ สหรัฐอเมริกาพูดถึง “A nation of Makers” อังกฤษกำลังผลักดันประเทศสู่ “Design of Innovation” จีนประกาศโมเดล “Made in China 2025” ส่วนอินเดียกำลังขับเคลื่อน “Made in India” หรือเกาหลีใต้วางโมเดลเศรษฐกิจเป็น “Creative Economy” และมองมาประเทศใกล้เคียงอย่างลาวยังประกาศโมเดลเศรษฐกิจเป็น “Power of ASEAN”

โดยการพัฒนาของประเทศไทยมีการพัฒนามาตามลำดับ เริ่มต้นจากประเทศไทย 1.0 ยุคทองของเกษตรกรรม เช่น ผลิตและขาย พืชไร่ พืชสวน หมู หมา กา ไก่ เป็นต้น ประเทศไทย 2.0 ยุคอุตสาหกรรมเบา เช่น การผลิตและขายรองเท้า เครื่องหนัง เครื่องดื่ม เครื่องประดับ เครื่องเขียน กระเป๋า เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น และยุคปัจจุบัน คือ ประเทศไทย 3.0 เป็นอุตสาหกรรมหนัก เช่น การผลิตและขาย ส่งออกเหล็กกล้า รถยนต์ กลั่นน้ำมัน แยกก๊าซธรรมชาติ ปูนซีเมนต์ เป็นต้น นับตั้งแต่ประเทศไทยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยนโยบายต่าง ๆ พบว่า มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงสุดเฉลี่ยถึง 7% ต่อปี แต่มาถึงหลังปี 2540 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจลดลงมาเป็น 3-4 % ต่อปีเหตุผลสำคัญเพราะไทยไม่เคยปรับโครงสร้างเศรษฐกิจอย่างจริงจังมาก่อน ไม่เคยมีการพัฒนาเทคโนโลยีของตัวเอง และแรงงานยังมีทักษะไม่ดีพอจนกลายเป็นปัญหาความเหลื่อมล้ำของโอกาส

ด้วยเหตุนี้ รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชาจึงได้ปรับเปลี่ยนทิศทางการขับเคลื่อนของประเทศ แนวด้วยความคิดประเทศไทย 4.0 เพื่อผลักดันประเทศให้หลุดพ้นกับดัก 3 กับดักที่กำลังเผชิญ คือ กับดักประเทศรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) กับดักความเหลื่อมล้ำ (Inequality Trap) และกับดักความไม่สมดุลของการพัฒนา (Imbalance Trap)

ประเทศไทย 4.0 ยุคเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

ประเทศไทย 4.0 จะปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจจากที่กล่าวมาข้างต้นไปสู่ “ยุคเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมหรือ Value-Based Economy” โดยมีฐานคิดหลัก คือ

1. เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม
2. เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม

3. เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น

ดังนั้น ประเทศไทย 4.0 จะต้องเปลี่ยนผ่านทั้งระบบใน 4 องค์ประกอบสำคัญ คือ

1. เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมในปัจจุบัน (Traditional Farming) ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

2. เปลี่ยนจาก Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่และรัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลาไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Start ups ที่มีศักยภาพสูง

3. เปลี่ยนจาก Traditional Services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำไปสู่ High Value Services

4. เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง

ประเทศไทย 4.0 ถือเป็นการพัฒนาเครื่องยนต์เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจชุดใหม่ (New Engines of Growth) ด้วยการเปลี่ยนแปลง ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ ของประเทศที่มีอยู่ 2 ด้าน คือ ความหลากหลายเชิงชีวภาพ และ ความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม ให้เป็นความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน โดยการเติมเต็มด้วยวิทยาการ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา แล้วต่อยอดความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบเป็น 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย ประกอบด้วย

1. กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (Food, Agriculture & Bio-Tech) อาทิ เทคโนโลยีการเกษตร (Agritech) เทคโนโลยีอาหาร (Foodtech) เป็นต้น

2. กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness & Bio-Med) อาทิ เทคโนโลยีสุขภาพ (Healthtech) เทคโนโลยีการแพทย์ (Medtech) สปา (Spa) เป็นต้น

3. กลุ่มเครื่องมือ อุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม (Smart Devices, Robotics & Mechatronics) อาทิ เทคโนโลยีหุ่นยนต์ (Robotech) เป็นต้น

4. กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่าง ๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Digital, IOT, Artificial intelligence & Embedded Technology) อาทิ เทคโนโลยีการเงิน (Fintech) อุปกรณ์เชื่อมต่อออนไลน์โดยไม่ต้องใช้คน (IoT) เทคโนโลยีการศึกษา (Edtech) อี-มาร์เก็ตเพลส (E-Market place) อี-คอมเมิร์ซ (E-Commerce) เป็นต้น

5. กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture & High Value Services) อาทิ เทคโนโลยีการออกแบบ (Designtech) ธุรกิจไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Business) เทคโนโลยีการท่องเที่ยว (Traveltech) การเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ (Service Enhancing) เป็นต้น

กลไกขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0

กลไกขับเคลื่อน (Engines of Growth) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1) Productive Growth Engine เป้าหมายสำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนประเทศไทยสู่ประเทศที่มีรายได้สูง (High Income Country) ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ปัญญา เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ กลไกดังกล่าวประกอบไปด้วย การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในรูปแบบประชารัฐ การบริหารจัดการสมัยใหม่ และการสร้างคลัสเตอร์ทางด้านเทคโนโลยี การพัฒนาขีดความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม กิจกรรมร่วมทุนรัฐและเอกชนในโครงการขนาดใหญ่ รวมถึงการบ่มเพาะธุรกิจด้านเทคโนโลยี เป็นต้น

2) Inclusive Growth Engine เพื่อให้ประชาชนได้รับประโยชน์และเป็นการกระจายรายได้ โอกาส และความมั่งคั่งที่เกิดขึ้นโดยกลไกนี้ ประกอบด้วย การสร้างคลัสเตอร์เศรษฐกิจระดับกลุ่มจังหวัด การพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานรากในชุมชน การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อตอบโจทย์ประเด็นปัญหาและความท้าทายทางสังคมในมิติต่าง ๆ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจ การส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก การสร้างงานใหม่ๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การยกระดับขีดความสามารถ การเสริมสร้างทักษะและการเติมเต็มศักยภาพของประชาชนให้ทันกับพลวัตการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก และการจ่ายภาษีให้แก่ผู้มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดแบบมีเงื่อนไข (Negative Income Tax) เพื่อแก้ไขกับดักความเหลื่อมล้ำที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

3) Green Growth Engine การสร้างความมั่งคั่งของไทยในอนาคต จะต้องคำนึงถึงการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบโจทย์การหลุดออกจากกับดักความไม่สมดุลของการพัฒนาระหว่างคนกับสภาพแวดล้อม โดยกลไกนี้ประกอบด้วยการมุ่งเน้นการใช้พลังงานทดแทน การปรับแนวคิดจากเดิมที่คำนึงถึงความได้เปรียบเรื่องต้นทุน (Cost Advantage) เป็นหลัก มาสู่การคำนึงถึงประโยชน์ที่ได้จากการลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นทั้งระบบ (Lost Advantage) หัวใจสำคัญอยู่ที่การพัฒนากระบวนการผลิตให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด อันจะเกิดประโยชน์กับประเทศและประชาคมโลกด้วยในเวลาเดียวกัน

ทั้ง 3 กลไกขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ถือเป็นการปฏิรูปประเทศไทยไปสู่ความมั่งคั่งอย่างมั่นคงและยั่งยืน เพื่อให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง ซึ่งเป็นการเปลี่ยนโมเดลเศรษฐกิจจากการพึ่งพาการลงทุนต่างประเทศ ให้มีการลงทุนการวิจัยและพัฒนาตัวเองโดยมุ่งเน้นการพัฒนาการศึกษาคน สร้างการวิจัยและพัฒนาโครงสร้างเศรษฐกิจ ให้ไทยอยู่ได้ในศตวรรษที่ 21

โดยสรุปกระบวนการทัศน์การพัฒนาประเทศไทยได้แนวคิด ประเทศไทย 4.0 เป็นอีกนโยบายหนึ่งที่เป็นการวางรากฐานการพัฒนาประเทศในระยะยาว เป็นจุดเริ่มต้นในการขับเคลื่อนไปสู่การเป็นประเทศที่มั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน ตามวิสัยทัศน์รัฐบาล เป็นรูปแบบที่มีการผลักดันการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ การปฏิรูปการวิจัยและพัฒนา และการปฏิรูปการศึกษาไปพร้อม ๆ กัน เป็นการผนึกกำลังของทุกภาคส่วนภายใต้แนวคิด ประชากรที่ผนึกกำลังกับเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ การวิจัยพัฒนา และบุคลากรทั้งในประเทศและระดับโลก หากยังคงยึดความคิดเดิม ๆ ปัญหาของการหลุดพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลางจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลย ดังจะเห็นได้จากตัวเลขทางเศรษฐกิจตลอด 50 ปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 2.2 การเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาธุรกิจตามนโยบายรัฐบาล

นโยบาย	สาระสำคัญ	กลุ่มเป้าหมาย	หน่วยงานหลัก/เกี่ยวข้อง	กฎหมาย/กลไก
ไทยแลนด์ 4.0	เปลี่ยนผ่านทั้งระบบใน 4 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1.เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมในปัจจุบัน (Traditional Farming) ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) 2.เปลี่ยนจาก Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่และรัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลาไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Start ups ที่มีศักยภาพสูง 3.เปลี่ยนจาก Traditional Services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำไปสู่ High Value Services 4.เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง	กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม เป้าหมาย 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มเกษตรกรรมแปรรูป อาหาร และเทคโนโลยีชีวภาพ 2) กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ 3) กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและดิจิทัล 4) กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทุนนวัตกรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง 5) กลุ่มอุตสาหกรรมพื้นฐานและอุตสาหกรรมสนับสนุน	หน่วยงานภาครัฐทุกหน่วยงาน นำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับภารกิจของหน่วยงาน	1) นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐบาลและนายกรัฐมนตรี 2) วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ 20 ปี “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” 3) มติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้อง
ประชารัฐ	การรวมพลังภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เป็นความร่วมมือของรัฐบาลกับประชาชนในการดำเนินการพัฒนาประเทศ ประกอบด้วยการยกระดับนวัตกรรมและผลิตภาพ การดึงดูดการลงทุนและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และธุรกิจเกิดใหม่ (Start Up) การยกระดับคุณภาพวิชาชีพ เศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ การส่งเสริมการท่องเที่ยวและกลุ่ม MICE (Meetings Incentive Conventions Expositions) การส่งเสริมการส่งออกและการลงทุนต่างประเทศ การพัฒนา คลัสเตอร์ภาคอุตสาหกรรมที่เป็น New S Curve การปรับแก้ไขกฎหมายและกลไกภาครัฐ การพัฒนาการเกษตรสมัยใหม่ การศึกษาพื้นฐานและการพัฒนาความรู้ และการสร้างรายได้และกระตุ้นการใช้จ่ายของประเทศ	หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมทุกภาคส่วน	ขับเคลื่อนประชารัฐแบบบูรณาการ 3 ระดับ คือ 1) ระดับนโยบาย มีคณะรัฐมนตรีให้นโยบาย 2) ระดับการขับเคลื่อน มีกระทรวงและคณะกรรมการขับเคลื่อนและปฏิรูปการบริหารราชการแผ่นดิน 6 คณะเป็นกลไกหลัก 3) ระดับปฏิบัติ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน/ประชาสังคม ทั้งนี้ 12 คณะภาคธุรกิจสนับสนุนการขับเคลื่อน	1) นโยบายประชารัฐ 2) มติคณะรัฐมนตรีวันที่ 12 มกราคม 2559 3) บันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

นโยบาย	สาระสำคัญ	กลุ่มเป้าหมาย	หน่วยงานหลัก/เกี่ยวข้อง	กฎหมาย/กลไก
SMEs	การประกอบธุรกิจของภาคเอกชนที่มีอยู่ในรูปของบุคคลธรรมดา คณะบุคคล หรือ ห้างหุ้นส่วนสามัญ สำหรับประเทศไทยจะใช้เกณฑ์ดังนี้ 1) กิจการที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการผลิตหรือบริการ มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกินสองร้อยล้านบาท มีการจ้างงานไม่เกินสองร้อยคน 2) กิจการค้าส่ง ที่มีทรัพย์สินถาวรไม่เกินหนึ่งร้อยล้านบาท มีการจ้างงานไม่เกินห้าสิบคน 3) กิจการค้าปลีก ที่มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกินหกสิบล้านบาท มีการจ้างงานไม่เกินสามสิบคน 4) กิจการบริการ ที่มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกินสองร้อยล้านบาท มีการจ้างงานไม่เกินสองร้อยคน	กลุ่มธุรกิจที่มีอยู่แล้ว ใช้ทุนตนเอง ครอบครัว หุ้นส่วนหรือธนาคารพาณิชย์ มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรและจำนวนการจ้างงานไม่เกินที่กฎหมายกำหนดไว้	1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) 2) กระทรวงอุตสาหกรรม	1) พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 2) กฎกระทรวงอุตสาหกรรม 3) ประมวลรัษฎากร
Startup	การสร้างธุรกิจใหม่เพื่อการเติบโตแบบก้าวกระโดด มีวิธีสร้างรายได้ที่สามารถทำซ้ำและขยายตลาดได้ง่าย เน้นการใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญในการสร้างธุรกิจสมัยใหม่โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาเป็นส่วนสำคัญ ทำให้ธุรกิจ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนมหาศาล หัวใจสำคัญคือการนำเทคโนโลยีมาแก้ปัญหา ทำให้ชีวิตปัจจุบันสะดวกขึ้น	ผู้ประกอบการใหม่ที่มีศักยภาพ มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด เน้นการระดมทุนหรือร่วมลงทุนจากแหล่งต่าง ๆ มักเกิดจากความชอบ ความถนัด ความสนใจและการเรียนรู้ส่วนตัวจากธุรกิจเล็ก ๆ	1) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 2) กระทรวงพาณิชย์ 3) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 4) National startup center กระทรวงการคลัง	1) ขึ้นอยู่กับลักษณะ/การจดทะเบียน/ประเภทของ Startup ยังไม่มีกฎหมายเฉพาะ 2) มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ (New Start-up) กรมสรรพากร
วิสาหกิจชุมชน	วิสาหกิจชุมชน คือกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการ ไม่ว่าจะป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน คือคณะบุคคลที่รวมตัวกัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย	1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2) เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ที่มีการจดทะเบียนขึ้นเป็นวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ณ ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล/สำนักงานเกษตรอำเภอ/สำนักงานเกษตรเขต/สำนักงานเขต (ในกรุงเทพ) ทุกแห่ง	1) กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 2) สำนักงานเกษตรจังหวัด คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด 3) สำนักงานเกษตรอำเภอ	1) พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 2) คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนระดับประเทศ จังหวัดและอำเภอ

2.6.2 โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

ในปี พ.ศ. 2544 ได้มีการประกาศสงครามกับความยากจน โดยจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นหนึ่งในนโยบายเศรษฐกิจชุมชนที่สำคัญของยุทธศาสตร์การสร้างรายได้ ลดรายจ่าย และขยายโอกาส โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน สร้างงาน สร้างรายได้ในชุมชนและ ท้องถิ่น ซึ่งได้เชิญนายโมริฮิโกะ ฮิรามัทสึ (Morihiro Hiramatsu) ผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะ (Oita) ประเทศญี่ปุ่น ผู้ริเริ่มโครงการ One Village One Product หรือ OVOP ได้มาบรรยายให้แนวคิดและหลักการของ OVOP ของจังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น แก่ผู้บริหาร ข้าราชการ ทุกกรม กระทรวง เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้เข้าใจและเรียนรู้จากประเทศต้นแบบการดำเนินงาน OTOP โดยเฉพาะแนวคิดพื้นฐาน ปรัชญา OTOP ทั้ง 3 ประการ คือ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2558)

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local yet Global: Think Globally, Act Locally) หรือคิดระดับโลก แต่ทพระดับท้องถิ่น คือ การผลิตสินค้าที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งไม่ใช่เพียงการผลิต ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนเท่านั้น แต่เป็นการผลิตที่สามารถเข้าถึงรสนิยมของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยพิจารณาความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ ซึ่งหมายความว่าความรวมถึงการมีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับด้วยการที่สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะ เป็นการเสริมมูลค่าเพิ่มอันนำไปสู่การมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น

2. การพึ่งพาตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-reliance and Creativity) คือ การปลูกจิตสำนึกในการพึ่งพาตนเอง ให้ประชาชนในท้องถิ่นเป็นผู้ตัดสินใจเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง กิจกรรมต่าง ๆ ต้องมาจากความต้องการของคนในชุมชน โดยคนในท้องถิ่นเป็นผู้ตัดสินใจว่าสิ่งใดของท้องถิ่นที่มีศักยภาพ และสิ่งใดที่มีเฉพาะในท้องถิ่น ชุมชนต้องร่วมกันใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดค้นผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ จากทรัพยากรในท้องถิ่นโดยผสมผสานกับเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น เพื่อสร้างความแตกต่างและการเสริมมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจ อันเป็นการผลิตที่ไม่ได้แข่งขันด้านราคาที่มาจากการผลิตสินค้าตามกัน ในชุมชนหนึ่ง ๆ อาจมีหลายผลิตภัณฑ์ หากชุมชนเห็นชอบตกลงร่วมกันผลิต ความสำคัญ คือ ต้องอยู่บนพื้นฐานของการนำเสนอความเป็นตัวตนของท้องถิ่น เป็นความภาคภูมิใจ รวมถึงการมีตลาดรองรับ ภาครัฐควรมีบทบาทในการสนับสนุนให้ชุมชนประสบความสำเร็จในสิ่งที่ชุมชนต้องการ

3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) คือ การส่งเสริมพัฒนาบุคลากรในท้องถิ่นให้สามารถเรียนรู้ ค้นคว้า พัฒนาได้ด้วยตนเอง กระตุ้นและส่งเสริมให้ทำในสิ่งใหม่ ๆ ที่ท้าทายความสามารถ และมีความคิดสร้างสรรค์ เพราะผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนให้ท้องถิ่นเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืน คือ ผู้นำชุมชนและประชาชนในท้องถิ่น การพัฒนาบุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ได้ดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมทั่วทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ 5 ประการ คือ 1) สร้างงานและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน 2) เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน 3) ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น 4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และ 5) ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน

ประเภทผลิตภัณฑ์ OTOP

ผลิตภัณฑ์ OTOP แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป กรณีคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยต้องได้รับมาตรฐาน ออย., GAP, GMP, HACCP, Qmark, มผช., มอก., มาตรฐาน เกษตรอินทรีย์, ฮาลาล และมีบรรจุภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายทั่วไป แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1) ผลผลิตทางการเกษตรที่ใช้บริโภคสด เช่น พืชผัก ผลไม้ เช่น มะม่วง สับปะรด ส้มเขียวหวาน มังคุด ส้มโอ ถั่วลิสง เป็นต้น กรณีพันธุ์ไม้ เช่น กิ่งพันธุ์มะม่วง กิ่งพันธุ์มะปราง ไม้ประดับ ฯลฯ ไม่ถือว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียนได้

2) ผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบและผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น เช่น น้ำผึ้ง ข้าวสาร ข้าวกล้อง ข้าวฮาง เป็นต้น เนื้อสัตว์แปรรูป เช่น เนื้อโคขุน เนื้อนกกะจอกเทศแช่แข็ง หมูแดดเดียว หมูยอ แหนม ไส้อั่ว ไส้กรอก ปลาอบรมควัน หอยจ้อ เป็นต้น อาหารประมงแปรรูป เช่น ไส้กรอกปลา ปลาช่อนแดดเดียว ปลาสดแดดเดียว ส้มปลาตัว น้ำบูดู กะปิ กุ้งแห้ง น้ำปลา ปลาร้า เป็นต้น กรณีสัตว์ที่มีชีวิต เช่น ไก่ชน ปลากัด ไม่ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียนได้ เพราะไม่ผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น

3) อาหารแปรรูปสำเร็จรูป/สำเร็จรูป เช่น ขนมเค้ก เนาก้วย ขนมโมจิ เต้าส้อ กระยาสารท ถั่วลิสงอบ ถั่วลิสงบด มะขามปรงรสทุเรียนทอด กาละแม กะหรี่ปั๊บ ขนมทองม้วน ข้าวเกรียบ ข้าวแต่น น้ำพริกเผาและน้ำพริกต่าง ๆ แจ่วบอง น้ำจิ้มสุกี้ น้ำปลาหวาน ผักกาดดอง พริกไทย แคนหมู ไข่เค็ม กุนเชียง หมูทุบ หมูแผ่น เป็นต้น

2. ประเภทเครื่องดื่ม

ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มแบ่งเป็น 2 กลุ่ม

1) เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ สุราแช่ สุรากลั่น สาโท อุ ไวน์ เหล้าขาว 35 – 40 ดีกรี เป็นต้น

2) เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภท ชงละลาย และผลิตภัณฑ์ประเภทชง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร เครื่องดื่มรณรงค์ กาแฟคั่ว กาแฟปรุงสำเร็จ ชิงผงสำเร็จรูป มะตูมผง ชาใบหม่อน ชาจีน ชาสมุนไพร ชาชัก น้ำเนาก้วย น้ำเต้าหู้สด นมข้าวกล้อง เป็นต้น

3. ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยสังเคราะห์ รวมทั้งเสื้อผ้า/เครื่องนุ่งห่ม และเครื่องแต่งกายที่ใช้ประดับตกแต่งประกอบการแต่งกาย ทั้งเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยและเพื่อความสวยงาม แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

1) ผ้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผ้าผืนที่ทำจากเส้นใย เส้นด้าย นำมาทอถักเป็นผืนมีลวดลายเกิดจากโครงสร้างการทอหรือตกแต่งสำเร็จบนผืนผ้า ทำด้วยมือ หรือเครื่องจักร รวมถึงผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ สิ่งทอ และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าเป็นหลักและมีวัสดุอื่น ๆ เป็นองค์ประกอบผสม เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า ผ้าคลุมไหล่ ผ้าบาติก ผ้าถุง ผ้าปักชาวเขา ผ้าคลุมผม หมวกกะปิเยาะ ผ้าพันคอ เสื้อผ้าสำเร็จรูปบุรุษ – สตรี เป็นต้น

2) เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประดับตกแต่งประกอบการแต่งกายที่ทำจากวัสดุทุกประเภทเพื่อประโยชน์ในการใช้สอย เช่น รองเท้า เข็มขัด กระเป๋าถือ เป็นต้น และเพื่อความสวยงาม เช่น สร้อย แหวน ต่างหู เข็มกลัด กำไล นาฬิกาข้อมือ เนคไท หมวกแฟชั่น เป็นต้น

4. ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้หรือตกแต่งประดับในบ้าน สถานที่ต่าง ๆ เช่น เครื่องใช้ในบ้าน เครื่องครัว เครื่องเรือน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอยหรือประดับตกแต่ง หรือให้เป็นของขวัญ เพื่อให้ผู้รับนำไปใช้สอยในบ้าน ตกแต่งบ้าน รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่น และสินค้านั้นต้องไม่ผลิตโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลัก และใช้แรงคนเป็นส่วนเสริมหรือไม่ใช้แรงงานคน โดยประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก แบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ดังนี้

1) ไม้ หมายถึง ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่ทำจากไม้เป็นหลัก เช่น ไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ กล้องไม้ นาฬิกาไม้ตั้งโต๊ะ โคมไฟกะลามะพร้าว ของเล่นเด็ก เครื่องดนตรี ตู้พระธรรม เรือจำลอง แจกันไม้ กรงนก ไม้แขวนเสื้อ เป็นต้น

2) จักสาน ถักสาน หมายถึง ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่เป็นเส้นใยธรรมชาติ หรือวัสดุสังเคราะห์ใด ๆ เช่น พลาสติกนำมาจักสาน หรือถักสานถักทอเป็นรูปร่าง เช่น ตะกร้า กระชูดสาน เสื่อกก ที่รองจานทำจากเสื่อกก ที่ใส่ของทำจากพลาสติกสาน กระจาด กระบุง กระดัง กระติบข้าว เชือกมัด เปलयวน โคมไฟผักตบชวา ไม้กวาด กระเช้าถักวัลย์ พรหมเช็ดเท้า ผาซี หมวกสานไม้ไผ่ เป็นต้น

3) ดอกไม้ประดิษฐ์/วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ หมายถึง ดอกไม้ ต้นไม้ กล้วยไม้ ผลไม้ที่ไม่ใช่สิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ แต่ทำจากวัสดุต่าง ๆ เพื่อเลียนแบบธรรมชาติหรือและผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่ทำจากกระดาษเป็นหลัก เช่น ถุงกระดาษ กล้องกระดาษ สา ต้นไม้ประดิษฐ์ ผลไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น

4) โลหะ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึกที่ทำจากโลหะต่าง ๆ เช่น เงิน ทองเหลือง ดีบุก สแตนเลส ทอง สังกะสี เป็นต้น เป็นส่วนประกอบหลัก เช่น ซ้อนส้อม มีด ผลิตภัณฑ์ภาชนะที่ใช้โลหะ ภาชนะที่ทำจากสแตนเลสทูป ทองเหลืองทูป พิวเตอร์ บรอนซ์ แกะสลักที่ใช้ตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น

5) เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการนำวัสดุประเภทดิน สีนแร่ไปขึ้นรูปและนำไปเผาด้วยความร้อนสูง เพื่อเป็นภาชนะ ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก เช่น เบญจรงค์ ถ้วยชาม ภาชนะกระเบื้อง เซรามิก โอ่ง อ่าง กระถางต่าง ๆ เป็นต้น

6) เคหะสิ่งทอ หมายถึง ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุทำจากผ้า มีการตัดเย็บ เช่น ชุดเครื่องนอน พรหมเช็ดเท้า ผ้าปูโต๊ะ ถุงมือถักสำหรับการเกษตร เป็นต้น

7) อื่น ๆ ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ใช้วัสดุอื่นใดนอกเหนือ จาก ข้อ 1) – 6) เช่น ทำจากพลาสติก เรซิน แก้ว เทียน รูปวาด เปเปอร์มาเช่ กระຈกซีเมนต์ ต้นไม้มงคล ตู๊กตาจากดินไทย ผลไม้เผาดูดกลิ่น พระพุทธรูป เป็นต้น

5. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร หรือมีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบ อาจใช้ประโยชน์ และอาจส่งผลต่อสุขภาพ ได้แก่ ยาจากสมุนไพร เครื่องสำอางสมุนไพร วัตถุดิบสมุนไพร ที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจาน สมุนไพรไล่ยุงหรือกำจัดแมลง และรวมถึงผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่ใช้ทางการแพทย์ เช่น น้ำหมักชีวภาพ น้ำส้มควันไม้ เป็นต้น แบ่งเป็น 3 กลุ่ม

- 1) ยาจากสมุนไพร
- 2) เครื่องสำอางสมุนไพร
- 3) วัตถุดิบสมุนไพรที่ใช้ในบ้านเรือน

2.6.3 ข้อมูลทั่วไปของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

จังหวัดตากถูกจัดตั้งให้เป็นหนึ่งในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในระยะแรกตามประกาศคณะกรรมการนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ที่ 1/2558 ซึ่งมีพื้นที่เป้าหมาย 5 แห่ง ได้แก่ ตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราด และสงขลา เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจจากหลายปัจจัย ได้แก่

1. ตั้งอยู่บนแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor)
2. ฝั่งตะวันตกสามารถเป็นประตูเชื่อมโยงไปยังย่างกุ้ง ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของเมียนมา และสามารถเชื่อมต่อไปยังอินเดียและจีนตอนใต้
3. พื้นที่ชายแดนฝั่งเมียนมามีแรงงานจำนวนมาก พร้อมรองรับการพัฒนาที่แม่สอด รวมทั้งสามารถร่วมดำเนินกิจการในลักษณะอุตสาหกรรมการผลิตร่วม (Co-production) กับนิคมอุตสาหกรรมเมียวดี (เมียนมา)

ข้อมูลทั่วไป

พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ครอบคลุมพื้นที่ 3 อำเภอ 14 ตำบล รวมพื้นที่ทั้งสิ้น 886,875 ไร่ (1,419 ตารางกิโลเมตร) ดังนี้

1. อำเภอแม่สอด ครอบคลุม 8 ตำบล ได้แก่ แม่สอด พระธาตุผาแดง ท่าสายลวด แม่ตาว แม่กาษา แม่ปะ แม่กุ และมะหาวัน
2. อำเภอพบพระ ครอบคลุม 3 ตำบล ได้แก่ พบพระ ช่องแค้น และวาเล่ย์
3. อำเภอแม่ระมาด ครอบคลุม 3 ตำบล ได้แก่ แม่จะเรอ แม่ระมาด และชะเนอญ์



ภาพที่ 2.2 พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ข้อมูลนิติบุคคลจัดตั้งใหม่

ก่อนที่รัฐบาลมีประกาศกำหนดพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะแรก เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2558 จำนวนการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจในพื้นที่ ในปี 2557 มีจำนวน 150 ราย เฉลี่ยเดือนละ 12 ราย โดยหลังประกาศฯ จำนวนการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจในพื้นที่ฯ มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2559 (มกราคม-พฤศจิกายน) มีจำนวน 180 ราย เฉลี่ยเดือนละ 16 ราย แสดงถึงแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจในพื้นที่ ธุรกิจที่มีการจดทะเบียนจัดตั้งสูงสุดในปี 2559

(มกราคม-พฤศจิกายน) คือ ธุรกิจขายส่งสินค้าทั่วไป รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจขนส่งและขนถ่ายสินค้า รวมถึงคนโดยสาร

ข้อมูลนิติบุคคลคงอยู่

1) พื้นที่ตั้ง ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีนิติบุคคลคงอยู่จำนวน 1,313 ราย ทุนจดทะเบียน 4,657.67 ล้านบาท

ตารางที่ 2.3 จำนวนและทุนจดทะเบียนในพื้นที่และนอกพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

พื้นที่	จำนวน (ราย)	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)
ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	1,313 (70%)	4,657.67 (68%)
1.อำเภอแม่สอด (8 ตำบล)	1,188 (63%)	4,482.22 (65%)
2.อำเภอพบพระ (3 ตำบล)	72 (4%)	101.05 (2%)
3.อำเภอแม่ระมาด (3 ตำบล)	53 (3%)	74.40 (1%)
นอกพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	561 (30%)	2,221.04 (32%)
รวมทั้งสิ้น (จังหวัดตาก)	1,874 (100%)	6,878.71 (100%)

2) ขนาดธุรกิจ ธุรกิจส่วนใหญ่ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากเป็นธุรกิจ SMEs จำนวน 1,310 ราย คิดเป็น 99.8

ตารางที่ 2.4 จำนวนและสัดส่วนขนาดธุรกิจ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ธุรกิจ	ขนาดธุรกิจ			รวม	สัดส่วน (%)
	S	M	L		
การผลิต	217	7	1	225	17
ขายส่ง/ปลีก	592	2	1	595	45
บริการ	486	6	1	493	38
รวม	1,295	15	3	1,313	100
สัดส่วน (%)	98.6	12	0.2	100	

หมายเหตุ แบ่งขนาดธุรกิจจากมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ตามนิยามของ สสว.

3) ประเภทธุรกิจ ธุรกิจที่มีจำนวนผู้ประกอบการสูงสุด 5 อันดับแรก

ตารางที่ 2.5 จำนวนและทุนจดทะเบียน จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)
1.ก่อสร้างอาคารทั่วไป	125 (10%)	230.80 (5%)
2.ขายส่งสินค้าทั่วไป	97 (7%)	155.70 (3%)
3.อสังหาริมทรัพย์	52 (4%)	397.30 (9%)
4.ขายส่งข้าวเปลือกและธัญพืช	46 (4%)	281.70 (6%)
5.ผลิตเสื้อผ้าชั้นนอก	40 (3%)	150.30 (3%)

4) การลงทุนต่างชาติ มูลค่าทุนจดทะเบียนของชาวต่างชาติในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีมูลค่าทั้งสิ้น 555.53 ล้านบาท คิดเป็น 12 % ของมูลค่าทุนทั้งหมด ประเทศที่มีมูลค่าทุนจดทะเบียนสูงสุด 5 อันดับแรก

ตารางที่ 2.6 ทุนจดทะเบียนของประเทศที่มีมูลค่าทุนจดทะเบียนสูงสุด

ประเทศที่มีมูลค่าทุนจดทะเบียนสูงสุด	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)
1.ไต้หวัน	172.86 (31%)
2.ฮ่องกง	56.49 (10%)
3.ญี่ปุ่น	52.12 (9%)
4.เมียนมา	41.45 (7%)
5.จีน	23.01 (4%)

5) ประเภทธุรกิจที่ต่างชาติลงทุนสูงสุด 5 อันดับแรก

ตารางที่ 2.7 ทุนจดทะเบียนของประเภทธุรกิจที่ต่างชาติลงทุนสูงสุด

ประเภทธุรกิจที่ต่างชาติลงทุนสูงสุด	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)
1.ผลิตเครื่องจักร	105.00 (19%)
2.ผลิตส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์	63.85 (11%)
3.ผลิตชุดชั้นในและชุดนอน	56.49 (10%)
4.ตัดเย็บเสื้อผ้าตามคำสั่งซื้อ	53.73 (10%)
5.ผลิตสิ่งทอ	46.00 (8%)

2.6.3 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ตารางที่ 2.8 จำนวนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว จำนวนตามประเภทกิจการ จังหวัดตาก ข้อมูล ณ วันที่ 18 มีนาคม 2560

ลำดับ ที่	ประเภทกิจการ	จำนวน	
		วิสาหกิจชุมชน	เครือข่ายวิสาหกิจ ชุมชน
การผลิตสินค้า			
1	การผลิตพืช	452	0
2	การผลิตปศุสัตว์	368	0
3	การผลิตประมง	36	0
4	การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร	169	0
5	ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า	83	1
6	เครื่องจักสาน	61	0
7	ดอกไม้ประดิษฐ์	19	0
8	เครื่องจักรกล	0	0
9	ของชำร่วย/ของที่ระลึก	24	0
10	ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	29	0
11	เครื่องดื่ม	130	0
12	เครื่องประดับ/อัญมณี	4	0
13	เครื่องมือ/เฟอร์นิเจอร์	38	1
14	เครื่องหนัง	0	0
15	การผลิตปัจจัยการผลิต	105	0
16	เครื่องปั้น	6	0
17	สิ่งประดิษฐ์จากโลหะ	0	0
18	การผลิตสินค้าอื่น ๆ	81	0
การให้บริการ			
1	ร้านค้าชุมชน	10	0
2	ออมทรัพย์ชุมชน	99	0
3	ท่องเที่ยว	10	0
4	สุขภาพ	9	0
5	ซ่อมเครื่องจักรกล	0	0
6	บริการอื่น ๆ	97	0

ข้อมูล ณ วันที่ 18 มีนาคม 2560 จากกองวิสาหกิจชุมชน (2560)

http://smce.doe.go.th/smce1/report/report_smce_member.php

ตารางที่ 2.9 ประเภทกิจการของผู้นุมัติการจดทะเบียนแล้ว จำแนกตามพื้นที่จังหวัดตาก จำแนกตามพื้นที่ ข้อมูล ณ วันที่ 18 มีนาคม 2560

พื้นที่	กลุ่มการผลิตสินค้า																		กลุ่มการให้บริการ					
	1. การผลิตพืช	2. การผลิตปศุสัตว์	3. การผลิตประมง	4. การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร	5. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า	6. เครื่องจักรสาน	7. ดอกไม้ประดิษฐ์	8. เครื่องจักรกล	9. ของชำร่วย / ของที่ระลึก	10. ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	11. เครื่องดื่ม	12. เครื่องประดับ/อัญมณี	13. เครื่องไม้/เฟอร์นิเจอร์	14. เครื่องหนัง	15. การผลิตปัจจัยการผลิต	16. เครื่องปั้น	17. สิ่งประดิษฐ์จากโลหะ	18. การผลิตสินค้าอื่น ๆ	1. ร้านค้าชุมชน	2. ออมทรัพย์ชุมชน	3. ท้องเที่ยว	4. สุขภาพ	5. ช่อมเครื่องจักรกล	6. บริการอื่น ๆ
ทำสองยาง	13	6	0	3	10	0	2	0	3	1	3	0	5	0	1	0	0	4	0	0	0	0	0	3
บ้านตาก	31	29	2	21	4	9	2	0	4	2	5	0	2	0	17	1	0	11	0	4	0	0	0	6
พบพระ	53	36	6	8	21	2	2	0	1	5	7	0	4	0	10	0	0	5	3	9	1	1	0	12
เมืองตาก	104	109	13	52	12	26	5	0	4	4	18	1	3	0	14	1	0	21	1	8	3	2	0	8
แม่ระมาด	63	49	6	18	10	7	0	0	3	2	15	0	13	0	18	4	0	10	3	5	2	0	0	17
แม่สอด	53	50	1	31	12	8	5	0	8	8	63	3	4	0	28	0	0	21	0	70	2	2	0	20
วังเจ้า	37	25	5	11	9	4	1	0	0	1	1	0	5	0	2	0	0	3	0	0	0	0	0	3
สามเงา	59	47	1	20	2	2	2	0	1	5	8	0	2	0	12	0	0	5	1	3	0	3	0	16
อุ้มผาง	39	17	2	5	3	3	0	0	0	1	10	0	0	0	3	0	0	1	2	0	2	1	0	12
รวมทั้งจังหวัด	452	368	36	169	83	61	19	0	24	29	130	4	38	0	105	6	0	81	10	99	10	9	0	97

ข้อมูล ณ วันที่ 18 มีนาคม 2560 จากกองวิสาหกิจชุมชน (2560) http://smce.doae.go.th/smce1/report/report_smce_member.php

ตารางที่ 2.10 ประเภทกิจการของที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว จำแนกตามพื้นที่ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ข้อมูล ณ วันที่ 18 มีนาคม 2560

พื้นที่	กลุ่มการผลิตสินค้า																		กลุ่มการให้บริการ						รวม
	1. การผลิตพืช	2. การผลิตปศุสัตว์	3. การผลิตประมง	4. การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร	5. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า	6. เครื่องจักรกล	7. ดอกไม้ประดิษฐ์	8. เครื่องจักรกล	9. ของชำร่วย / ของที่ระลึก	10. ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	11. เครื่องดื่ม	12. เครื่องประดับ/อัญมณี	13. เครื่องไม้/เฟอร์นิเจอร์	14. เครื่องหนัง	15. การผลิตปัจจัยการผลิต	16. เครื่องปั้น	17. สิ่งประดิษฐ์จากโลหะ	18. การผลิตสินค้าอื่น ๆ	1. ร้านค้าชุมชน	2. ออมทรัพย์ชุมชน	3. ท่องเที่ยว	4. สุขภาพ	5. ซ่อมเครื่องจักรกล	6. บริการอื่น ๆ	
อำเภอแม่ระมาด																									
1. แม่ระมาด	10	6	1	6	3	3	0	0	0	2	1	0	7	0	4	2	0	3	1	1	0	0	0	3	53
2. แม่จะเร	43	34	3	5	3	2	0	0	3	0	11	0	3	0	12	2	0	3	2	2	0	0	0	11	139
3. ชะเนจื้อ	1	2	0	1	1	2	0	0	0	0	2	0	3	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	14
อำเภอแม่สอด																									
4. ท่าสายลวด	2	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	4	0	0	0	0	10
5. พระธาตุผาแดง	3	2	0	1	1	0	0	0	0	1	4	0	0	0	2	0	0	1	0	2	0	0	0	0	17
6. มหาวิน	4	4	0	2	3	0	1	0	1	0	6	0	1	0	5	0	0	2	0	8	0	0	0	2	39
7. แม่กาษา	8	9	0	6	4	3	0	0	2	1	11	1	1	0	3	0	0	3	0	14	0	0	0	4	70
8. แม่กุ	17	16	1	2	0	1	2	0	1	0	34	0	1	0	6	0	0	3	0	12	0	0	0	5	101
9. แม่ตาว	6	2	0	3	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	2	0	10	0	0	0	2	32
10. แม่ปะ	5	7	0	7	1	1	0	0	2	3	3	2	1	0	3	0	0	6	0	2	1	0	0	4	48
11. แม่สอด	2	1	0	5	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	2	0	0	1	0	8	0	1	0	2	26
อำเภอพบพระ																									
12. ช้องแคว	23	11	2	1	8	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3	0	0	1	1	2	1	1	0	3	58
13. พบพระ	13	3	1	2	3	2	1	0	0	3	3	0	1	0	1	0	0	1	0	2	0	0	0	1	37
14. วาเล่ย์	6	10	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3	0	0	1	0	1	0	0	0	4	34
รวม	143	109	10	44	30	16	5	0	11	13	76	3	21	0	47	4	0	28	4	69	2	2	0	41	678

ข้อมูล ณ วันที่ 18 มีนาคม 2560 จากกองวิสาหกิจชุมชน (2560) http://smce.doae.go.th/smce1/report/report_smce_member.php

ตารางที่ 2.11 ประเภทกิจการ จำนวนและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้วในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จำแนกรายตำบล

ที่	พื้นที่ตั้งของวิสาหกิจ	วิสาหกิจชุมชน		
		ประเภท กิจการ (ประเภท)	จำนวน (แห่ง)	สมาชิก (ราย)
1.	<u>อำเภอแม่ระมาด</u> ตำบลแม่ระมาด	15	35	432
2.	ตำบลแม่จะรา	15	100	1,145
3.	ตำบลพะเนจื้อ	9	7	71
	รวม	39	142	1,648
1.	<u>อำเภอแม่สอด</u> ตำบลท่าสายลวด	5	8	166
2.	ตำบลพระธาตุผาแดง	9	13	203
3.	ตำบลมหาวัน	12	29	537
4.	ตำบลแม่กาษา	14	49	1,052
5.	ตำบลแม่กุ	13	84	1,122
6.	ตำบลแม่ตาว	11	29	1,321
7.	ตำบลแม่ปะ	15	31	391
8.	ตำบลแม่สอด	10	19	512
	รวม	89	262	5,304
1.	<u>อำเภอพบพระ</u> ตำบลช่องแคบ	13	42	376
2.	ตำบลพบพระ	14	28	330
3.	ตำบลวาลย์	10	27	318
	รวม	37	97	1,024
	รวมทั้งสิ้น	165	501	7,976

ข้อมูล ณ วันที่ 18 มีนาคม 2560 จากกองวิสาหกิจชุมชน (2560)

http://smce.doae.go.th/smce1/report/report_smce_member.php

จากข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ผู้วิจัยจะทำการเลือกประเภทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ สะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อนำมาทำการศึกษาและยกระดับขีดความสามารถ ซึ่งจะทำการเลือกประเภทในการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 1 ภายหลังจากศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

2.6.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

งานวิจัยของ สัจจา บรรจงศิริ บุญญฤทธิ์ มุ่งจงกลาง และปาลิรัตน์ การดี (2554) จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่ได้ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจ

พอเพียง โดยเป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์สภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน 2) ศึกษาปัจจัยการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน การสุ่มตัวอย่างใช้แบบแบ่งชั้นภูมิกับวิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินกิจกรรม 3 ประเภท ได้แก่ การผลิตเมล็ดพันธุ์ การบริการ และการแปรรูป แต่ละประเภททำการศึกษากับวิสาหกิจชุมชนที่มีระดับแตกต่างกัน 2 ระดับ คือ ก้าวหน้า และพื้นฐานตามลำดับ จากนั้นกำหนดตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนโดยการคัดเลือกแบบเจาะจงได้วิสาหกิจชุมชนที่ศึกษาจำนวน 6 วิสาหกิจชุมชน ตามประเภทของวิสาหกิจชุมชน และต่างระดับ ดังนี้ วิสาหกิจชุมชนประเภทการผลิตเมล็ดพันธุ์ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนโนนสว่าง และหนองมะค่าแต้ วิสาหกิจชุมชนประเภทการบริการ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนบุไทรโฮมสเตย์และบ้านสุขสมบูรณ์วิสาหกิจชุมชนประเภทการแปรรูป ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนจิกสูง และเกาะกา ตามลำดับ การสุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนใช้การสุ่มแบบพบโดยบังเอิญจำนวนไม่น้อยกว่าครึ่งของสมาชิกทั้งหมด ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การจัดหมวดหมู่ การวิเคราะห์ SWOT

ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนที่ศึกษาเริ่มจัดตั้งตั้งแต่ปีพ.ศ.2548-2551 ส่วนใหญ่ไม่มีสำนักงาน การบริหารงานกลุ่มและกองทุนส่วนใหญ่ดำเนินการโดยคณะกรรมการกลุ่มที่มาจากการเลือกตั้ง ประกอบด้วยประธานและกรรมการ 5-15 คน มีกฎระเบียบข้อบังคับ แหล่งของเงินกองทุนเริ่มต้นมาจากการสนับสนุนปัจจัยการผลิตจากภาครัฐ การดำเนินกิจกรรมการผลิตของกลุ่ม และการระดมทุนจากสมาชิก การจัดการเรียนรู้มีหลายรูปแบบ ได้แก่ อบรมจากศูนย์เรียนรู้ การเรียนรู้ภายในกลุ่ม การทดลองด้วยตนเอง และการศึกษาดูงาน การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา 2 ด้าน คือ 1) ปัจจัยทั่วไป ประกอบด้วย ปัจจัยภายใน ได้แก่ สมาชิก ประธาน/กรรมการ ระบบการบริหารงานศูนย์เรียนรู้ การเรียนรู้ของสมาชิก ผู้สืบทอดและผู้อาวุโส ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ภัยธรรมชาติ ปัจจัยการผลิตพ่อค้าคนกลาง หน่วยงานสนับสนุนและการแข่งขัน 2) ปัจจัยเฉพาะ ด้านการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว ประกอบด้วย ระบบชลประทาน ปัจจัยการผลิตการแปรรูปผลผลิตข้าวเพื่อเพิ่มมูลค่าข้าว การลดต้นทุน การผลิตการจัดตลาดกลางแลกเปลี่ยนพันธุ์ข้าว และการจัดตั้งสวัสดิการชานา ปัจจัยเฉพาะด้านการบริการการท่องเที่ยวการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ความสะอาดของสถานที่อาหารและที่พัก สินค้าที่ระลึก ของฝาก และการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยเฉพาะด้าน การแปรรูป ประกอบด้วย วัสดุอุปกรณ์ในการแปรรูปอาหาร สุขลักษณะ ผลิตภัณฑ์คุณภาพดี และภาชนะบรรจุ แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย 1) แบบวัฏจักรการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นแบบการพัฒนาที่ไม่มีที่สิ้นสุด เริ่มจากการสำรวจพื้นที่ การกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัด การประเมินวิสาหกิจชุมชนก่อนเริ่มดำเนินการพัฒนา การจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนา การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การจัดทำแผนปฏิบัติการ การติดตามผลการดำเนินงาน และการประเมินผลภายหลังการพัฒนา 2) แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนมีความแตกต่างกันตามระดับการพัฒนาและกิจกรรมหลักในการผลิต

นิภาพรรณ เจนสันติกุล (2561) ได้ทำการศึกษาสภาพของวิสาหกิจชุมชนพื้นที่จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 ในบริบทประชาคมอาเซียน เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลจำนวน 12 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์และแบบบันทึกข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 มีศักยภาพในการบริหารจัดการอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่า มีจุดแข็งด้านผลิตภัณฑ์และการเรียนรู้ของสมาชิก มีจุดอ่อนด้านการดำเนินการของหน่วยงานภาครัฐที่ขาด

ความเชื่อมโยงและบูรณาการระหว่างหน่วยงาน มีโอกาสจากนโยบายรัฐบาลที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน และมีภัยคุกคามภายนอก จากการเปลี่ยนแปลงกฎ กติกา ด้านการค้า แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มี 4 คุณลักษณะ คือ มีคุณค่า หายาก ไม่สามารถทดแทนได้ และทดแทนไม่ได้อย่างสมบูรณ์ และการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

ปณิดา แจ้ดนาลาว (2561) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อยอดการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอร่องทอง จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่อำเภอร่องทอง 13 ตำบล จำนวน 103 แห่ง ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อยอดการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอร่องทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.57$) โดยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อยอดการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจ ชุมชนที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงที่สุดในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, $SD = 0.68$) และยังพบว่า การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอร่องทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.06$, $SD = 0.55$) ส่วนในรายด้าน พบว่า ด้านระบบข้อบังคับที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญสูงที่สุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, $SD = 0.77$)

รายงานการวิจัย ปัจจัยที่มีต่อความสำเร็จกลุ่มอาชีพ: กรณีศึกษากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากผ้าในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ของปณิธิกร สุนทรสิงห์ (2557) โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี2555 ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 52 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากผ้าในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย สินค้าของกลุ่มมีคุณภาพและสวยงามตรงตามความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.65$) สมาชิกกลุ่มมีความรู้ทักษะและความสามารถด้านการผลิต ($\bar{X} = 4.65$) กลุ่มมีการพัฒนาต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.61$) กลุ่มมีความพร้อมด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องจักรสำหรับการผลิต ($\bar{X} = 4.55$) กลุ่มมีการแต่งตั้งประธาน และคณะกรรมการดำเนินงานที่มีความรู้ความสามารถที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.46$) ผู้นำกลุ่มสามารถสร้างความสามัคคีให้ เกิดขึ้นในกลุ่ม ($\bar{X} = 4.40$) กลุ่มมีการจัดหาเงินทุนทั้งจากภายในและภายนอก ($\bar{X} = 4.36$) กลุ่มมีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพมีมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.28$) และปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐมีการสนับสนุนด้านงบประมาณแก่ กลุ่มอาชีพ ($\bar{X} = 4.78$) หน่วยงานภาครัฐมีการสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.65$) หน่วยงานภาครัฐมีการ สนับสนุนด้านวัสดุอุปกรณ์/เครื่องจักรหรือปัจจัยการผลิตแก่กลุ่มอาชีพ ($\bar{X} = 4.38$) และจังหวัดมีการกำหนด ยุทธศาสตร์การดำเนินงานที่ให้ความสำคัญและสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพ ($\bar{X} = 4.26$)

มินระดา โคตรศรีวงศ์ และสภาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะบ้า อำเภอร่องทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิมมีการดำเนินงานที่เป็นระบบมีการกำหนดระเบียบ ข้อบังคับของกลุ่มที่ชัดเจน ผู้นำกลุ่มมีความรับผิดชอบ เสียสละ สมาชิกกลุ่มมีทักษะและความชำนาญในการผลิต มีการจัดตั้งศูนย์กลางการผลิตเพื่อควบคุม ตรวจสอบและรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์มี คุณภาพได้มาตรฐาน

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังข์รัตน์ (2556) ยังได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ

1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา และ 3) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา โดยผู้วิจัยใช้การศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการศึกษาเชิงสำรวจ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ประกอบการ จำนวน 32 ราย ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง Snowball sampling และการสนทนากลุ่มด้วยการเชิญผู้เชี่ยวชาญผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และเจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 9 คน มาร่วมอภิปรายเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการ PESTLE analysis SWOT analysis การวิเคราะห์บริบทเชิงเนื้อหา และการวิเคราะห์เชิงบรรยาย

ผลการศึกษาสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนพบว่า ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคม เอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ส่วนปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และปัจจัยทางนิเวศวิทยา เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ในด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ปัญหาด้านการผลิตปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และปัญหาต้นทุนการผลิตโดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนหน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

นางนุช อิ่มเรือง และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2554) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิมเกิดขึ้นจากการรวมตัวของสตรีที่มีฝีมือในการทอผ้าไหมเพื่อหารายได้เสริมจากฤดูทำนา ประกอบกับชุมชนมีสภาพพื้นที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำเกษตรกรรมเท่าที่ควรส่งผลให้ประชาชนหันมาทอผ้าไหมเป็นอาชีพเสริมเพิ่มมากขึ้น การบริหารจัดการกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นด้านการดำเนินงานด้านการผลิตด้านการตลาดและด้านเงินทุนเป็นไปอย่างมีระบบ ส่วนด้านเงินทุนมีข้อจำกัดของแหล่งเงินทุนที่มีผลต่อปัจจัยการผลิตปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มจะมาจากการบริหารจัดการกลุ่มที่มีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน โดยเฉพาะขั้นตอนการผลิตที่กลุ่มมีสมาชิกที่มีทักษะฝีมือการผลิตที่ได้มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาจึงมีคุณภาพ พร้อมกันนั้นกลุ่มก็มีกระบวนการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา มีการเชื่อมโยงเครือข่ายในด้านต่าง ๆ ตลอดจนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการรับนักท่องเที่ยวทอผ้าไหมมัดหมี่ลายต่าง ๆ ลงในสื่อ เพื่อเป็นหลักฐาน ถ่ายทอดให้ลูกหลานได้ศึกษาเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาอันล้ำค่าของบรรพบุรุษ ประกอบกับมีการพัฒนาความรู้ของคณะกรรมการกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม ในด้านการผลิตการตลาด ให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อที่จะพัฒนาและสามารถแข่งขันกับวิสาหกิจกลุ่มอื่นได้อย่างยั่งยืน

รังสรรค์ ปิติปัญญา (2542) ได้อธิบายว่าธุรกิจชุมชน เป็นธุรกิจของชุมชน โดยมีคนในชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของ ร่วมกันคิด ร่วมกันทำ และร่วมกันรับผิดชอบผลที่เกิดจากการดำเนินงาน ถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาให้เศรษฐกิจชุมชนมีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน การส่งเสริมให้ชาวบ้านทำธุรกิจชุมชน เป็นการส่งเสริมให้ชาวบ้านมีโอกาสเรียนรู้วิธีการจัดการธุรกิจการทำงานร่วมกันเพื่อตัวเองและเพื่อส่วนรวม ตลอดจนได้เรียนรู้ถึงการจัดการผลประโยชน์เพื่อ

พัฒนาชุมชน การเรียนรู้ผ่านการทำธุรกิจชุมชนนี้ทำให้ชาวบ้านและชุมชนสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างเหมาะสม และเกิดการพัฒนาที่ต่อเนื่อง ดังนั้นธุรกิจชุมชนนับว่าเป็นวิธีการหรือกระบวนการที่มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อ “การพัฒนาคนและชุมชน” ซึ่งนอกจากนี้ผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนโดยตรงแล้วยังเชื่อว่าจะมีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนด้วย

ด้านการเงินชุมชน ปัทมาวดี ชูชุกิ (2552) ได้อธิบายไว้ว่าองค์กรการเงินในชุมชนเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ชาวบ้านใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนา ด้วยการกู้ยืมแหล่งเงินที่ดอกเบี้ยต่ำที่สุดมาเป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรม เช่น การเกษตร อย่างไรก็ตาม ชาวบ้านยังคงจำเป็นต้องกู้เงินจากหลายแหล่ง เพราะองค์กรการเงินในชุมชนไม่สามารถตอบสนองความต้องการทางการเงินให้แก่ชาวบ้านได้อย่างเพียงพอ ซึ่งเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องถึงความรู้ความเข้าใจทางด้านบัญชี ซึ่งเป็นปัญหาที่พบโดยทั่วไปในวิสาหกิจชุมชน (มานิตย์ มานุษยานนท์, 2552) ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยทั่วไปมีการบันทึกบัญชีไม่เป็นระบบและไม่ถูกต้อง (กันตกันิชฐ์ พงศ์กระพันธ์, 2552) ซึ่งสอดคล้องกับที่ นันทรัตน์ นามบุรี (2555) ได้อธิบายไว้ว่า วิสาหกิจชุมชนโดยส่วนใหญ่ในสามจังหวัดชายแดนใต้มีปัญหาเรื่องการจัดทำบัญชี-การเงิน เพราะขาดความรู้และทักษะในการปฏิบัติงาน ซึ่งภาครัฐควรจะเข้าไปสนับสนุนในการฝึกอบรมในส่วนนี้ให้มากขึ้น เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถบริหารจัดการด้านบัญชีและการเงินได้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง จะได้ไม่ต้องขอรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานอื่น ๆ อยู่ตลอดเวลา

Promsaka Na Sakolnakorn (2010) ได้อธิบายถึงปัญหาของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศได้ว่า ปัญหาของผู้ประกอบการ คือ 1) เกิดจากนโยบายภาครัฐ และสิ่งที่รัฐสนับสนุน ไม่สามารถตอบสนองความต้องการและความเป็นจริงของการเปลี่ยนแปลงทางอุตสาหกรรมวิสาหกิจได้ 2) มีปัญหาทางการเงิน เช่น ไม่สามารถยืมเงินจากสถาบันการเงินได้ 3) ขาดความรู้ความสามารถด้านต่าง ๆ 4) ปัญหาด้านแรงงาน โดยเฉพาะทักษะแรงงานที่หายาก และแรงงานมีอัตราการเข้า-ออกจากงานสูง และ 5) ขาดความรู้ความเข้าใจ

ด้านการตลาด นอกจากนั้น เอลิมพล จตุพร ศุภพร ไทยภักดี ปราโมทย์ สฤตดิษฐ์รัตน์ และสาวิตรี รังสิภัทร (2550) ได้ศึกษาการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเกษตรกร ชุมชน และวิสาหกิจชุมชนที่อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสระบุรี โดยผลการศึกษาพบว่าในส่วนของวิสาหกิจชุมชน จะต้องปรับปรุงการดำเนินงานในเรื่องการตลาด การบริหารการผลิตกระบวนการจัดการสินค้า และความรู้รับผิดชอบต่อชุมชน

สำนักงานเกษตรจังหวัดแพร่ (2554) ได้รายงานสถานการณ์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดแพร่ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานรัฐไว้ว่า 1) มีปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะด้านเจ้าหน้าที่และระบบการทำงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 2) หน่วยงานภาคียังไม่ให้การสนับสนุนส่งเสริมเท่าที่ควร 3) การบันทึกข้อมูลในระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนช้า 4) เนื้อหาแบบประเมินศักยภาพมีมากเกินไปควรปรับให้กระชับเพื่อสะดวกและรวดเร็วและเข้าใจง่ายและนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง 5) แบบรายงานวิสาหกิจมีมากเกินไปควรจัดหมวดหมู่ที่เป็นข้อมูลที่สำคัญนำไปใช้ได้จริง 6) เจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูลมีงานบันทึกปริมาณมากทำให้เกิดความล่าช้าในการบันทึกข้อมูล 7) การติดตามการดำเนินงานกลุ่มหน่วยงานภาคีระดับอำเภอให้ความร่วมมือน้อย 8) หน่วยงานภาคีไม่ได้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลการประเมินศักยภาพหรือข้อมูลอื่น ๆ ในระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนในการพิจารณาส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน และ 9) วิสาหกิจชุมชนมีจำนวนมากและเจ้าหน้าที่มีจำนวนน้อยทำให้การติดตามความก้าวหน้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่ทั่วถึง

จากข้อมูลของสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก (2554) ได้วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดพิษณุโลก ไว้ดังนี้ 1) กรมส่งเสริมการเกษตรและหน่วยงาน ภาครัฐให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนน้อย ไม่จริงจัง และแนวทางการ ส่งเสริมไม่ชัดเจนและต่อเนื่องอีกทั้งยังไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่องานส่งเสริมและ สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบางกลุ่มได้เข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยงานภาครัฐหลาย หน่วยงานและมีการใช้ชื่ออื่นในการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งที่เป็นกลุ่มเดียวกัน ทำให้เกิดการสับสนและ เข้าใจผิดระหว่างหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน 3) วิสาหกิจชุมชนยังไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้และยัง ต้องพึ่งพาปัจจัยการผลิตและเงินทุนจากภายนอก 4) หน่วยงานภาครัฐในระดับอำเภอ/จังหวัด ยังทำงาน แบบไม่บูรณาการและยังไม่เห็นความสำคัญเนื่องจากมีความเข้าใจว่าวิสาหกิจชุมชนเป็นงานของกรม ส่งเสริมการเกษตร และ 5) วิสาหกิจชุมชนบางแห่งที่มาจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน ไม่ได้เกิดจาก ปัญหาหรือความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง แต่มาจดทะเบียนเพื่อรองรับการส่งเสริมสนับสนุน ของหน่วยงานต่าง ๆ และเพื่อหวังกู้เงินในอัตราดอกเบี้ยต่ำ ซึ่งมีได้ประกอบกิจกรรมอย่างแท้จริงและ ต่อเนื่อง

อริยชยา อุดลย์เดช และพรรณนา ไวกกลุ (2555) ได้ทำการศึกษาความสำเร็จของ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพาะเห็ดบ้านช่องโครุ่งเรือง ตำบลวังกาใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา โดย วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและการสนทนากลุ่ม ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ คณะกรรมการและผู้แทนจากองค์กรที่ให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพาะเห็ดบ้านช่องโค รุ่งเรือง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพาะเห็ดบ้านช่องโครุ่งเรืองประสบ ความสำเร็จ ได้แก่ 1) การบริหารจัดการกลุ่ม ประธานกลุ่มมีภาวะผู้นำ สมาชิกมีความสามัคคี 2) การ ผลิต เป็นไปตามมาตรฐาน GAP และผลผลิตมีคุณภาพดี 3) การตลาด มีตลาดที่แน่นอนประกันราคา ผลผลิตได้ 4) การเงินและบัญชี สมาชิกมีการจัดทำบัญชีของตนเอง และบัญชีรายได้ของกลุ่มมีความ โปร่งใสตรวจสอบได้ 5) ภาครัฐให้การสนับสนุนโดยการให้ความรู้ คำแนะนำ วัสดุอุปกรณ์ในการ เพาะเห็ด เงินทุน และช่วยส่งเสริมการตลาด

กษมาพร พวงประยงค์ และนพพร จันทรนาชู (2556) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ จังหวัดสมุทรสงคราม กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกวิสาหกิจ ชุมชน จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 280 คนและผู้ให้ข้อมูลหลักในการสนทนากลุ่มจำนวน 8 คน ผลการวิจัยจากการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย อายุ สถานภาพ และ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ปัจจัยการสนับสนุน จากภายนอก ปัจจัยภูมิปัญญาท้องถิ่น และปัจจัยการบริหารองค์กร สามารถทำนายแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนร่วมกันได้ร้อยละ 76.70 และจากการวิจัยเชิง คุณภาพ พบว่า ควรสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง สร้างการเรียนรู้ให้คนในชุมชน และเป็นแหล่ง เรียนรู้ให้คนนอกชุมชน แล้วยนำมาพัฒนาและประยุกต์ใช้กับกลุ่มของตน พัฒนาช่องทางข้อมูลข่าวสาร โดยการจัดกิจกรรมเชื่อมโยง เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลระหว่างกลุ่ม

รัชนี้ รูปหล่อ และคณะ (2556) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและ เจริญเติบโตของวิสาหกิจชุมชน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกต ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่าวิสาหกิจชุมชนเกิดจากหน่วยงาน ภาครัฐเข้าไปส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของคน ในชุมชนเพื่อขอรับการสนับสนุนปัจจัยการผลิตและ เงินทุน แต่การดำเนินงานเป็นลักษณะกิจการส่วนตัว ปัญหาที่พบ คือไม่สามารถขยายตลาดได้ ไม่

สามารถดำเนินงานในรูปแบบของกลุ่มวิสาหกิจได้ ทำให้วิสาหกิจชุมชนอ่อนแอและมีแนวโน้มการยกเลิกกลุ่ม แต่ยังดำเนินการผลิตในลักษณะของผลิตภัณฑ์ชุมชน แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน มีโอกาสขยายตัวเชิงธุรกิจได้จึงต้องเริ่มจากผู้นำมีความสามารถ มีธรรมาภิบาล เป็นที่ยอมรับของสมาชิก และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และสร้างตลาดภายในท้องถิ่น

ทักษญา สง่าโยธิน (2560) ได้ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน จากการสังเคราะห์ข้อมูลจากวรรณกรรม ทั้งหมด 16 แห่ง พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ค้นพบเรียงตามระดับปัจจัยแห่งความสำเร็จที่พบ มากไปหาน้อย ได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ 2) ความสามัคคีในกลุ่ม การมีส่วนร่วม และความผูกพัน 3) ระบบการบริหารจัดการที่ดี 4) เงินทุน 5) การสนับสนุนจากภาครัฐ 6) ทักษะความสามารถในการผลิต รวมถึงนวัตกรรมการผลิตและการพัฒนา 7) การสนับสนุนจากภายนอกที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน (การสร้างเครือข่าย) 8) ผู้นำที่มีความรู้ความสามารถ 9) การมีตลาดรองรับที่แน่นอน 10) การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และความโปร่งใส 11) ระบบการสื่อสาร 12) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สวยงาม ตรงความต้องการของผู้บริโภค 13) ความพร้อมของอุปกรณ์และเครื่องมือ 14) การใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น 15) การปฏิบัติทางกฎและข้อบังคับทางสิ่งแวดล้อม

มธุรา สวนศรี (2559) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อัตลักษณ์ที่มีต่อชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ด้านวิถีชีวิต คือ มีอาชีพดั้งเดิมทำสวนเกษตรผสมผสาน ด้านวัฒนธรรมประเพณี คือ การมีอัยยาศัยไมตรีและ แสดงออกซึ่งไมตรีจิตต่อนักท่องเที่ยว และด้านการจัดการท่องเที่ยว คือ การมีเส้นทางจักรยานชมวิถีชีวิต ชุมชน เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน มีความปลอดภัยและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ส่วนความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อชุมชน ด้านจัดการสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะดวกในการเดินทาง ด้านการให้บริการร้านค้าและสินค้ามีการให้บริการที่ดี สุภาพอ่อนน้อม และมีอัยยาศัยที่ดี และด้านบุคลากรให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ และใส่ใจในนักท่องเที่ยวสำหรับแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง คือ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมกับชุมชนในการกำหนดอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว เส้นทางกิจกรรม การปรับปรุงภูมิทัศน์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการรวบรวมภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน

สุภาพร วิชัยดิษฐ์ (2561) ทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 400 คน จำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 62.0 จำแนก ตามอายุส่วนใหญ่ อายุ 20 – 29 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 และ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, $S D = .64$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, $S D = .63$) รองลงมา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, $S D = .60$) ด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, $S D = .66$) และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, $S D = .70$) ตามลำดับ 3) ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เมื่อพิจารณาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน ให้ความสนใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดโดยให้ ความสนใจในเรื่องของสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, $S D = .90$) จำแนกตาม อายุส่วนใหญ่ อายุ 20 – 29 ปี จำนวน 172 คน ให้ความสนใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดโดยให้ ความสนใจ ในเรื่องของสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากที่สุด ($\bar{X} = 4.07$, $S D = .73$) และ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 124 คน ให้ความสนใจในด้านของราคามากที่สุดโดยให้ความสนใจในเรื่องของสินค้านำเข้าไม่แพงมากเกินไปมากที่สุด ($\bar{X} = 3.94$, $S D = .76$)

กนกพร ภาศิณาย และอโณทัย ทิพนตร (2559) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนากลุ่มหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน กรณีศึกษาสตรีตำบลบ้านเลนบ้านจิวดิน ไทย ด้วยคำถามแบบ Likert Scale 5 ระดับ และอาศัยข้อมูลการดำเนินธุรกิจของกรณีศึกษา ย้อนหลังใน 9 ปี ในช่วงปี พ.ศ. 2547 – 2555 และข้อมูลล่วงหน้า 9 ปี ช่วงปี พ.ศ. 2556 – 2564 ด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์โครงการทางการเงิน พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2547 – 2555 กลุ่มมีศักยภาพทางการเงิน (NPV 62,248.52 บาท BCR 1.02 เท่า และ IRR 8%) และหากกลุ่มมีการดำเนินงานตามคำแนะนำ กลุ่มจะมีศักยภาพทางการเงินที่สูงกว่าโดยเปรียบเทียบ (NPV 2,880,453.46 บาท BCR 1.76 เท่า และ IRR 148%) โดยแนวทางการพัฒนากลุ่ม OTOP สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ ควรเร่งส่งเสริมใน 5 ด้าน มีดังนี้ 1) เร่งพัฒนาสินค้าทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรม ภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และ พัฒนารูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้า ให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภค 2) สร้าง ตรายี่ห้อให้เป็นที่ยอมรับ กลุ่มจำเป็นต้องกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าและลูกค้าให้ชัดเจน ตลอดจนควรเร่งพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานเพื่อเพิ่มการรับรู้ที่ดีแก่ตัวสินค้า 3) ผลิตสินค้าให้ สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่ม โดยการสำรวจความต้องการของกลุ่มหรือแลกเปลี่ยนความรู้กับ นักการตลาดและนักพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่ม ให้สามารถตอบสนองความ ต้องการของผู้บริโภคในระดับสากลได้ 4) พัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจที่สร้างความน่าเชื่อถือแก่ ลูกค้า คู่สัญญา หรือสถาบันการเงิน และ 5) มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ การดำเนินงานและเพิ่มช่องทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และพัฒนา ความสามารถในการรองรับคำสั่งซื้อที่มีปริมาณมากได้ในอนาคต

ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ (2559) ได้วิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันและความพร้อมของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการบูรณาการ

ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่เกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์ในปี พ.ศ.2558 เป็นแรงผลักดันอันสำคัญในการเปิดโอกาสให้การค้าและการลงทุนของสมาชิกในกลุ่มประเทศอาเซียนเป็นไปอย่างเสรีเพิ่มมากขึ้น ผู้เขียนบทความจึงมีวัตถุประสงค์ที่จะทำการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยและการศึกษาที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขันและการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทย ทั้งนี้เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญ แต่มีข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจหลายประการและอาจจะได้รับผลกระทบทางลบจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังสามารถแสวงหาโอกาสทางธุรกิจจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ โดยประเด็นปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่ SMEs ต้องผลักดันดำเนินการมีทั้งหมด 4 มิติ ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งทุน (Access to Finance) 2) ความสามารถทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology and Innovative Capability) 3) ทักษะแรงงาน (Labor Skills) และ 4) การเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศ (Internationalization)

วรรณพงศ์ ช่วยรักษา (2560) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษา กลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายย้อมคราม บ้านถ้ำเต่า จังหวัดสกลนคร กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายย้อมคราม บ้านถ้ำเต่า จังหวัดสกลนคร ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ ดังนี้ ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายย้อมคราม บ้านถ้ำเต่า จังหวัดสกลนคร พบว่า ด้านการบริหารจัดการกลุ่มและสมาชิก พบว่า การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐยังค่อนข้างจำกัดรวมถึงการพัฒนาการจัดการอื่น ๆ เช่น บรรจภัณฑ์ การจัดทำหน่วยค่อนข้างจำกัด ด้านการตลาดและลูกค้า พบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อตามยุคสมัย และการจัดทำหน่วย เช่น จากการออกรูท ยังมีค่อนข้างน้อย ด้านการผลิตและงานสนับสนุนการผลิต พบว่า การนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินการผลิตยังไม่ชัดเจน การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือให้เข้มแข็งและกว้างขวางในระดับประเทศ เพื่อการขยายภาคการผลิตและการจัดทำหน่วยยังมีค่อนข้างน้อย และด้านการเงินและบัญชี พบว่า แหล่งเงินทุน ในการสนับสนุนภาคการผลิตและการจัดทำหน่วยที่ยังมีค่อนข้างน้อย การวางแผนการผลิตที่ครบวงจร การพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ไพศาล มุ่งสมัคร ถนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย สรชัย พิศาลบุตร ศิวะศิษย์ ชำของ (2556) ได้ศึกษาระดับความสำเร็จวิเคราะห์ปัจจัย และนำเสนอรูปแบบการจัดการ ที่ประสบผลสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพรในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์ข้อมูลในการ วิจัยได้มาจากแบบสอบถามคณะกรรมการบริหารและสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพร 283 คน (จากประชากรทั้งหมด 507 คน และ 100% ของการสุ่ม) สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาพรวมความสำเร็จในการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้ง 8 ด้านอยู่ในระดับสูงเมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการจัดซื้อ/การผลิต ด้านการปฏิบัติการด้านการจัดส่งสินค้า ด้านการตลาดและการขายด้านการบัญชี/การเงิน ด้านการจัดการทุนชุมชน ด้าน

ข่าวสาร/การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ 2) มีตัวแปร 17 ตัวแปร เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน (ค่าคะแนนองค์ประกอบ 0.203- 0.510) ที่สำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การสร้างระบบการติดต่อสื่อสาร การผลิตสารองเพื่อไว้ในช่วงฤดูกาลที่ขาดวัตถุดิบ และการประสานงานเพื่อให้กลุ่ม/เครือข่ายบรรลุเป้าหมาย และ 3) รูปแบบการจัดการที่ประสบผลสำเร็จ ประกอบด้วย 4 ด้านสำคัญดังนี้ 3.1) ด้านการเงิน ก) เน้นการประเมินการบริหาร ข) เน้นการจัดหาแหล่งทุนภายนอก และ ค) เน้นความร่วมมือกำหนดระบบสวัสดิการกลุ่ม 3.2) ด้านผู้รับบริการ เน้นความพึงพอใจของสมาชิกเครือข่ายเกี่ยวกับระบบประสานงานเพื่อให้เครือข่ายบรรลุเป้าหมาย 3.3) ด้านกระบวนการบริหารจัดการภายใน ก) เน้นการให้บริการเกี่ยวกับระบบบัญชีที่เป็นมาตรฐาน ข) เน้นการสร้างเครือข่ายการสร้างระบบติดต่อสื่อสาร และ ค) เน้นประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการกำหนดคุณสมบัติของวัตถุดิบและการผลิตสารองเพื่อฤดูกาลขาดวัตถุดิบ และ 3.4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ก) เน้นองค์ความรู้เกี่ยวกับเกณฑ์การเลือก/ตรวจสอบผู้ค้า การแบ่งปันแรงงาน การตรวจสอบความต้องการซื้อวัตถุดิบ ข้อมูลผู้ค้าวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์เกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่ม และการร่วมปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และ ข) เน้นฝึกทักษะเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะให้กับสมาชิกเครือข่าย

ยิ่งกว่านั้น มีงานวิจัยที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ นุรน์จมาล แวโด (2557) ได้ทำการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส โดยมีการศึกษา 1) ระดับความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส ในด้านศักยภาพของชุมชน ด้านการมีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ และด้านการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน 2) ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งแบ่งออกเป็น ความสามารถในการบริหารจัดการ ภาวะผู้นำ และทัศนคติของสมาชิก และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร ซึ่งแบ่งออกเป็น ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ และนโยบายภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องกับความความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส และ 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือแบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวแทนวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ คณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แห่งละ 1 คน จาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส จำนวนทั้งสิ้น 169 กลุ่ม โดยคำนวณหาด้วยการใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ด้วยวิธีการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นบันได ผลการวิจัยพบว่า ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส มีระดับความคิดเห็นต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีรายละเอียดเป็นรายด้านดังนี้ ด้านศักยภาพของชุมชน ($\bar{X} = 3.93$) ด้านการมีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.59$) และ ด้านการทำธุรกิจอย่างยั่งยืน ($\bar{X} = 3.47$) สำหรับผลการศึกษาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายด้านดังนี้ ด้านภาวะผู้นำ ($\bar{X} = 3.97$) ด้านทัศนคติของสมาชิก ($\bar{X} = 3.59$) และด้านความสามารถในการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 3.37$) และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับความความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านปัญหาความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ($\bar{X} = 4.59$) ด้านนโยบายภาครัฐ ($\bar{X} = 2.68$)

ในส่วนของการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส พบว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรที่นำมาศึกษามีความสัมพันธ์ พหุคูณกับความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส เท่ากับ 0.805 โดยปัจจัยด้านทัศนคติของสมาชิกและปัจจัยด้านภาวะผู้นำ สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาสได้ ร้อยละ 64.80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนสุกัญญา อธิปอนันต์ และคณะ (2550) ได้ทำการวิจัยกลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง ปี 2550 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง แบ่งเป็น (1) ปัจจัยภายในกลุ่ม ได้แก่ การมีส่วนร่วม ความเสียสละ สามัคคี ความร่วมมือของสมาชิกและครอบครัว การดำเนินกิจกรรมที่ต่อเนื่อง การควบคุมคุณภาพสินค้า การพัฒนาความรู้/ภูมิปัญญา การพัฒนาผลิตภัณฑ์/กิจกรรมและการตลาด ศักยภาพของผู้นำและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน (2) ปัจจัยในชุมชน ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน วัฒนธรรมและประเพณี โครงสร้างประชากรในชุมชน การพัฒนาคนรุ่นใหม่ ทรัพยากรที่มีในชุมชน การจ้างงานในชุมชน/รายได้ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการมีตลาดชุมชนรองรับ และ (3) ปัจจัยภายนอกชุมชน ได้แก่ นโยบายรัฐ ระบบเสริมหนุน เครือข่าย กลไกทางการตลาด และการคมนาคม

ส่วนการศึกษาของวิทยา จันทะวงศ์ศรี (2547) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ได้กล่าวว่า สำหรับปัจจัยที่ต้องพิจารณาและให้ความสำคัญ สำหรับการนำแนวทางเลือกวิสาหกิจชุมชนนำไปปรับใช้กับกลุ่มเพื่อผลต่อความสำเร็จ ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการผลิตปัจจัยด้านการผลิตถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ ในการตัดสินใจทำการผลิตของแต่ละกลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มต้องพิจารณาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบหรือโอกาสในสินค้าที่กลุ่มผลิตที่จะสามารถดำรงประโยชน์และสร้างรายได้ให้แก่กลุ่ม ดังนั้นในการผลิตจึงจำเป็นต้องมีแหล่งวัตถุดิบที่เพียงพอและสามารถหาได้สะดวก เพื่อลดต้นทุนอันเกิดจากการจัดหาวัตถุดิบ นอกจากนี้ทักษะและความรู้ความสามารถหรือภูมิปัญญาชาวบ้านของสมาชิกในการผลิตจะช่วยให้สินค้าที่ผลิตได้นั้นมีคุณภาพได้มาตรฐาน

2. ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านการตลาดถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อปัจจัยด้านการผลิตการผลิตนั้นแม้จะมีความได้เปรียบในการผลิตแต่หากไม่สามารถหาตลาดมารับผลผลิตที่ผลิตได้นั้น การดำเนินกิจกรรมกลุ่มไม่อาจประสบความสำเร็จได้ โดยทั่วไปแล้วตลาดของผลผลิตที่กลุ่มผลิตได้มักอยู่ในท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียงเป็นสำคัญ

3. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการนี้มีได้เป็นหน้าที่หรือความรับผิดชอบของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แต่เป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคน เนื่องจากสมาชิกที่เข้าร่วมควรมีส่วนร่วมในการคัดเลือกผู้ที่จะมาทำหน้าที่แทน อย่างไรก็ตามสมาชิกที่ไม่ได้เข้าร่วมในสายการบังคับบัญชาก็ยังสามารเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอความเห็นหรือร่วมตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ กลุ่มที่ประสบความสำเร็จมักมีการจัดแบ่งอำนาจหน้าที่ ตลอดจนความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน

4. ปัจจัยด้านการเงิน สำหรับปัจจัยด้านการเงินนี้เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยส่วนใหญ่แล้วเงินทุนที่กลุ่มจัดหานั้นมักอยู่ในรูปของการออกทรัพย์สิน หรือการถือหุ้น เรือนหุ้น การสะสมทุน การดำเนินกิจกรรมด้านการเงิน การบัญชี การกำหนดการจัดสรรผลกำไรอย่างเป็นสัดส่วนและมีระบบที่ชัดเจนจะสามารถช่วยให้การดำเนินงานกลุ่มเป็นไปได้อย่างดี

5. ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในการพิจารณาถึงการมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในกลุ่มหรือชุมชนนี้มีความจำเป็นอย่างไรที่จะต้องพิจารณาทั้งการมีส่วนร่วมในแง่ของการกำหนดนโยบายเป้าหมายของการดำเนินกิจกรรม การมีส่วนร่วมในการจัดสรรคัดเลือกผู้ที่จะเข้ามามีอำนาจในการตัดสินใจหรือรับผิดชอบในงานที่รับมอบหมาย ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นในอันที่จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นในอันที่จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เหล่านี้ล้วนแต่เป็นเกณฑ์ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการประสบความสำเร็จจากการนำแนวทางเลือกวิสาหกิจชุมชนมาปรับใช้ทั้งสิ้น ด้วยเหตุที่หัวใจหลักของวิสาหกิจชุมชนก็คือการให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานต่าง ๆ ตลอดจนการเสนอความเห็นและการตัดสินใจเป็นสำคัญ

6. ปัจจัยที่เกี่ยวกับความเป็นผู้นำ ปัจจัยที่เกี่ยวกับความเป็นผู้นำถือเป็นเรื่องที่สำคัญที่จะทำให้การดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว เนื่องจากผู้นำมีบทบาทที่สำคัญในการริเริ่มการเสนอแนวทางเลือกและดำเนินการ นอกจากนี้ยังมีส่วนสำคัญในการเป็นผู้นำในการวางแผน ตลอดจนกำหนดนโยบายต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบในการดำเนินกิจกรรม

7. ปัจจัยด้านแรงงาน การดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนที่สามารถใช้แรงงานที่มีอยู่ในชุมชนนั้น นอกจากจะเป็นการสร้างงานให้เกิดขึ้นในชุมชนซึ่งเท่ากับเป็นการช่วยแก้ไขปัญหการเข้าไปขายแรงงานในเมืองในเขตเมืองหลวงได้แล้ว การใช้แรงงานที่มีอยู่ในชุมชนยังเป็นการช่วยให้แรงงานนั้นเป็นแรงงานที่มีทักษะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ตัวแรงงานเอง และที่สำคัญก็คือการที่แรงงานสามารถใช้แรงงานในท้องถิ่นที่ตนเองอาศัยอยู่ได้นั้น ย่อมส่งผลให้ปัญหาครอบครัวลดลงเนื่องจากในปัจจุบันนี้เมื่อลูกหลานเติบโตขึ้นต่างก็เข้าไปหางานในเมืองทำให้สภาพของชีวิตครอบครัวเปลี่ยนไป ดังนั้นการที่ชุมชนสามารถสร้างกิจกรรมและอาชีพที่เป็นของคนในชุมชนขึ้นมาได้นั้น ย่อมทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น

8. ปัจจัยที่เกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก การมีปฏิสัมพันธ์มี 2 ลักษณะคือ การมีปฏิสัมพันธ์ที่เป็นบวก (Positive interaction) และปฏิสัมพันธ์ที่เป็นลบ (Negative Interaction) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชุมชนที่จะต้องเรียนรู้และหาให้พบว่าการเข้ามามีปฏิสัมพันธ์จากสถาบันภายนอกนั้นเป็นไปในลักษณะใด ชุมชนที่สามารถประสบความสำเร็จนั้นสามารถสร้างได้จากการมีปฏิสัมพันธ์ภายนอกกับสถาบันต่าง ๆ โดยการเข้ามาของสถาบันจากภายนอกนี้ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการเข้ามาให้ความช่วยเหลือทั้งในส่วนทางการเงิน และการพัฒนาความรู้ความสามารถตลอดจนการฝึกทักษะให้แก่ชาวบ้าน

9. ปัจจัยที่เกี่ยวกับสมาชิก เนื่องจากสมาชิกในชุมชนถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุดในการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน การได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านตลอดจนการที่ชาวบ้านมีความอดทนและพยายามสร้างสิ่งที่มีความหมายต่อการดำเนินกิจกรรมอย่างใดก็ได้ ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกก็ควรตระหนักและให้ความสำคัญกับการดำเนินงานหรือกิจกรรมที่ตนเข้าเป็นสมาชิก โดยสมาชิกต้องหมั่นติดตามความคืบหน้าขององค์กรและให้ความร่วมมือให้กิจกรรมต่าง ๆ อาทิเช่น การเข้าร่วมประชุม การร่วมติดตามศึกษาดูงาน พร้อมทั้งร่วมคิดและเสนอความเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรหรือชุมชนที่ตนอาศัยอยู่

10. ปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาของกลุ่ม โดยกลุ่มต้องมีการติดต่อกับสมาชิกอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ มี

การพบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันระหว่างผู้นำ สมาชิกและระหว่างกลุ่ม หรือบุคคลหรือองค์กร ภายนอกที่นำความรู้หรือข่าวสารใหม่ ๆ มาแลกเปลี่ยนและสามารถนำไปปรับใช้ได้กับกลุ่ม

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบของการดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชนของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการดำเนินงาน ของวิสาหกิจชุมชน ประกอบไปด้วย 1) ลักษณะทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเกี่ยวกับลักษณะ ผู้รับผิดชอบ ลักษณะของวิสาหกิจชุมชนและโอกาสทางธุรกิจ และ 2) ลักษณะของผู้รับผิดชอบ โดย เกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน และพบว่ารูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสม คือ การจัดวางระบบ การจัดการในแต่ละกิจกรรมทางธุรกิจให้มีระบบมากขึ้น พร้อมกับเพิ่มศักยภาพ ทางการจัดการโดยเฉพาะทางด้านการเงินและการบัญชี

2) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ชุมชน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการหาอัตลักษณ์และนำมาใช้ประโยชน์ในการสร้างอัตลักษณ์ที่สำคัญ มีดังนี้

เกษม กุณาศรี และคณะ (2559) ได้ค้นหาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เกิดจากความร่วมมือกันของคนในชุมชน เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาได้ทำการสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างสำหรับผู้ผลิตสินค้าชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 415 ราย รวมถึงข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสารที่ได้เก็บรวบรวมไว้แล้ว จากนั้นได้ทำการศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ภายในอำเภอแม่แตงมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายประเภท โดยสามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท คือ ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องดื่ม ผ้าหรือเครื่องแต่งกาย เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ประเภท ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา ในการคัดเลือกอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ได้เน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ของคนในชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในค้นหาอัตลักษณ์ท้องถิ่น และประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ตามลำดับขั้น (Analytic Hierarchy Process) มาใช้ในการเลือกอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการคัดเลือก อัตลักษณ์ชุมชนพบว่า อัตลักษณ์ที่ถูกให้ความสำคัญเป็นลำดับที่หนึ่ง คือ ปางช้างแม่แตงมาน (การท่องเที่ยว) รองลงมาคือ วัดบ้านเด่นสระศรีศรีเมืองแกน (โบราณสถาน) การผลิตข้าวกล้องแบบ ธรรมชาติ (การเกษตร) ผ้าปักทำด้วยมือ (องค์ความรู้/ภูมิปัญญา) และพิธีสงฆ์พระพุทธรูปธรรมขุมณี (ด้านประเพณี/วัฒนธรรม)

จากนั้นได้ทำการคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจฯ และผลิตภัณฑ์ชุมชนนำร่อง โดย การดำเนินการจัดประชุมแบบมีส่วนร่วม ซึ่งพบว่า กลุ่มที่ได้รับการคัดเลือกคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว แต้นน้ำแดงโม และกลุ่มประดิษฐ์ของชำร่วยบ้านห้วยชมพู และได้วิเคราะห์ถึงทัศนคติเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ท้องถิ่นกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและความเชื่อมโยงระหว่างอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนส่วนใหญ่ มีความยินดีที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนมากขึ้น หากรูปแบบของผลิตภัณฑ์แสดงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น และ ให้ความสำคัญกับการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์น้อยที่สุดเมื่อเทียบ

กับทัศนคติในด้านอื่น ๆ และในส่วนของภาววิเคราะห์ความเชื่อมโยง คนในชุมชนให้ความสำคัญสูงสุดในด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากภายในอำเภอแม่แตงนั้นส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทำการเกษตร รวมถึงมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์

นอกจากนี้ ได้มีวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยผลการศึกษาพบว่า ในด้านการตลาดสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าได้โดยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวแต๋นน้ำแตงโมอาจมุ่งเน้นไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้เกษียณอายุ และกลุ่มประดิษฐ์ของชำร่วยบ้านห้วยชมพู่อาจมุ่งเน้นไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นเด็ก เยาวชน หรือวัยทำงาน และผู้สูงอายุ ในด้านเทคนิคทั้งสองกลุ่มสามารถสร้างเทคนิคการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองซึ่งทำให้เกิดความแตกต่างและเกิดแนวคิดที่สร้างสรรค์ ในด้านการจัดการทั้งสองกลุ่มมีความสามารถในการบริหารจัดการที่มีคุณภาพทั้งในเรื่องการผลิตและการตลาด และในด้านการเงินทั้งสองกลุ่มมีความสามารถในการสร้างกำไรให้กับตนเอง และมีความสามารถในการลงทุนหรือขยายกิจการได้ในอนาคต

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งผลที่ได้รับคือ 1) สามารถนำผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นทำการเผยแพร่เพื่อทำให้เป็นที่รู้จักทั้งในระดับชุมชน ระดับจังหวัด และระดับประเทศ 2) สามารถผลักดันให้คนในชุมชนเกิดความร่วมมือในการที่จะช่วยกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) สามารถแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จที่เกิดขึ้นจริงและการก่อให้เกิดรายได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ 4) ทำการส่งเสริมในเรื่องของการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญต่าง ๆ ภายในอำเภอแม่แตง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากแนวคิดที่สร้างสรรค์ภายในชุมชน ซึ่งจะก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ภายในชุมชน

สุลีกาญจน์ ไชยเมืองดี (2558) ยังได้ศึกษาความสำคัญของวิสาหกิจชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ ปีที่ 3 เพื่อศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ สังเคราะห์รูปแบบวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์ที่เหมาะสมของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ และสังเคราะห์แนวทางการยกระดับการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่อย่างยั่งยืน โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและสนับสนุนด้วยการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ข้อมูลปฐมภูมิได้จากกลุ่มท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 9 ชุมชน อาศัยกระบวนการ SWOT แบบสำรวจความคิดเห็นรูปแบบการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมของชุมชนท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่แบบประเมินศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักวิจัย ชุมชนและผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างยั่งยืน จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติอย่างง่าย คือ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนตามอัตลักษณ์ที่เหมาะสมที่สุดของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ คือ การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนและเปิดโอกาสให้ นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ ตลอดจนทำกิจกรรมในการผลิตสินค้าร่วมกับคนในชุมชน ในส่วนของศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน

ดังนั้นแนวทางการยกระดับการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยว วิสาหกิจชุมชนตามอัตลักษณ์ ประกอบไปด้วย 1) แนวทางการเตรียมความพร้อมของทุนมนุษย์ต่อ อุปทานการท่องเที่ยวศักยภาพของผู้นำ และการบริหารจัดการองค์กร ควรมีการปรับทัศนคติของคนใน ชุมชนให้มีความเข้าใจว่าการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะเสริมรายได้ให้กับคนใน ชุมชน นอกเหนือจากการจัดจำหน่ายเพียงอย่างเดียว ขณะเดียวกันผู้นำชุมชนการท่องเที่ยวจะต้อง เข้าใจถึงการกำหนดวิสัยทัศน์ในการท่องเที่ยวของชุมชนว่าสมควรจะเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะใด จึงจะเหมาะสมกับวิถีชุมชน ศักยภาพด้านการเงินและบัญชีชุมชน การท่องเที่ยวควรจะนำเอาข้อมูล ตัวเลขและการบันทึกบัญชี เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนที่จะสามารถวางแผนการ ลงทุน ศักยภาพด้านการตลาดควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าและนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทาง ในการปรับปรุงและการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวให้ดีขึ้น การบริหารจัดการด้านการผลิตและการ ให้บริการควรจะทำ โปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายโดยจัดให้มีการแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นระหว่างชุมชนการท่องเที่ยวกับผู้ทรงคุณวุฒิในการที่จะดึงเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวมาจัดทำ เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว 2) แนวทางการรักษาศักยภาพและดูแลฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว วิสาหกิจชุมชนตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่น คือการจัดทำฐานข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน และทำประชาสัมพันธ์ การทำประชาพิจารณ์ เพื่อสรุปความคิดเห็นในการดึงเอาทรัพยากรการ ท่องเที่ยวในชุมชนมาจะทำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการในการ ดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องมีความรับผิดชอบในการดูแลเอาใจใส่อย่างแท้จริง ถ้าเป็นไปได้ ควรมีการจัดหางบประมาณเพื่อเป็นค่าตอบแทนแก่คณะกรรมการให้มีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติ หน้าที่ และทรงคุณ จันทกร และคณะ (2552) ได้ศึกษาคุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการ นำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ พบว่า เกิดขึ้นจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมใน ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้คุณค่าอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นในภูมิภาค เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เนื่องจากเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทในชุมชนมากยิ่งขึ้น และในภาวะ ความจำเป็นในการพัฒนาประเทศ ซึ่งอยู่บนพื้นฐานทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ทำให้ ศิลปวัฒนธรรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคใต้กำลังสูญหายไปไม่ได้รับการพัฒนาส่งเสริม อนุรักษ์ และการใช้ประโยชน์ในวิถีชีวิตของคนในชุมชน ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อค้นหาคุณค่าอัตลักษณ์ทาง ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น 59 จังหวัดของประเทศไทย ประกอบด้วย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 19 จังหวัด ภาคกลาง 26 จังหวัด และภาคใต้ 14 จังหวัด ที่มีศักยภาพและสามารถส่งเสริมการเพิ่มมูลค่า ทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภูมิภาคต่าง ๆ วิธี การศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและ แหล่งการผลิตงานศิลปหัตถกรรมในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ 4 ประเภท ได้แก่ เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา ผ้า และการหล่อหลอมโลหะ เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มมูลค่า ทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์และส่งเสริมกระบวนการผลิตให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จาก การศึกษาพบว่า ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคเป็นภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมของ สังคมเกษตรกรรมที่มีการสืบสานองค์ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญต่าง ๆ ถ่ายทอดมายังกลุ่ม ชนรุ่นหลัง โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า เครื่องจักสาน และเครื่องปั้นดินเผา เป็นศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นที่พบเกือบทุกจังหวัด ส่วนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทการหล่อหลอมโลหะ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ พบการผลิตในบางท้องถิ่นเท่านั้น

1. ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นภาคกลาง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา และผ้า เป็นศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นที่พบมากที่สุดเกือบทุกจังหวัด ส่วนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภท การหล่อหลอมโลหะและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ พบการผลิตในบางชุมชนเท่านั้น

2. ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นภาคใต้ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องจักสานเป็น ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นที่พบมากที่สุดเกือบทุกจังหวัด ส่วนผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประเภทเครื่องปั้นดินเผา การหล่อหลอมโลหะ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ พบการผลิตในบางชุมชนเท่านั้น โดยแนวทางในการเพิ่ม มูลค่าทางเศรษฐกิจและการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ต้องมีการพัฒนารูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นเหมาะกับยุคสมัยในปัจจุบัน สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย พยายาม ลดต้นทุนในการผลิตด้วยการเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นโดยไม่ทำให้คุณค่าและคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ลดลง มีการส่งเสริมอาชีพให้กับคนในท้องถิ่น เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาไม่ให้สูญหาย มีการ สนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์สาธิตกระบวนการผลิตการจัดนิทรรศการและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ประเภทต่าง ๆ ภายในท้องถิ่น เพื่อเป็นแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมให้กับผู้เยี่ยมชม

3. ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ มีความ เกี่ยวเนื่องด้วย วัฒนธรรมการดำรงชีวิตของผู้คนในชุมชน ซึ่งทำให้คุณค่าทางอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ มีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยที่ศิลปหัตถกรรมเหล่านั้นได้ส่งสมคุณค่าความเป็นท้องถิ่น ในแต่ละภูมิภาคไว้พร้อมที่จะได้รับการสืบทอดและประยุกต์ใช้ในวิถีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น ได้อย่างยั่งยืนแม้กระแสโลกาภิวัตน์ ความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทต่อ ชุมชนและท้องถิ่น

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตาก (2551) ได้ทำการศึกษากระบวนการผลิตและลายของ ผ้าทอกะเหรี่ยงจังหวัดตาก กรณีศึกษา : บ้านป่าไร่เหนือ หมู่ที่ 3 ตำบลพระธาตุ อำเภอมะรุมมาต จังหวัดตาก กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้นำชุมชนกะเหรี่ยง ผู้ประกอบอาชีพทอผ้าที่มีความชำนาญพิเศษ และมีอาชีพการทอผ้าไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 10 คน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน ได้แก่ ผู้ใช้และผู้สนับสนุนผ้าทอกะเหรี่ยง จัดเก็บข้อมูลโดยการสังเกตและการสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการ จัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ และวิเคราะห์ข้อมูลแบบบรรยายเชิงพรรณนา ผลการวิจัยสรุปว่า 1) ความเป็นมาของชุมชนบ้านป่าไร่เหนือ ประชากรในบ้านป่าไร่เหนือเป็นชาวไทยภูเขาเผ่ากะเหรี่ยงมี อาชีพหลักด้านการเกษตรตามฤดูกาลและนอกฤดูกาล และมีการใช้เวลาว่างหลังจากการทำ การเกษตรมาทำการทอผ้าเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน มีวิถีชีวิตแบบเรียบง่ายอยู่อย่างพอเพียง มีความ สามัคคี และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยยึดหลักการดำเนินชีวิตตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง 2) ประวัติการทอผ้าของชนเผ่ากะเหรี่ยงบ้านป่าไร่เหนือ ชุมชนบ้านป่าไร่เหนือ มีเอกลักษณ์และ วัฒนธรรมการแต่งกายด้วยผ้าทอมือ ซึ่งผู้หญิงจะเป็นผู้ทอโดยมีการสืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งมีกระบวนการและขั้นตอนที่ค่อนข้างยุ่งยาก เริ่มจากการปลูกต้นฝ้ายเองและย้อมสี ด้วยวัสดุ ธรรมชาติในท้องถิ่น แต่ในปัจจุบันได้ซื้อวัตถุดิบมาจากจังหวัดเชียงใหม่ แต่ยังคงเอกลักษณ์การทอ ด้วยกี่เอว ซึ่งชุมชนสามารถทำกี่เอวได้เอง สำหรับลวดลายของผ้าทอได้จากการคิดค้นและดัดแปลงขึ้น เองตามธรรมชาติ

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2556) ได้ศึกษาการสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว อำเภอด่านช้าง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมุมมองนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นและศึกษาอัตลักษณ์ตราสินค้า แหล่งท่องเที่ยวของอำเภอด่านช้าง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีวิทยาการ

สร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) และค้นคว้าจากเอกสาร ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น จำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นให้ความหมายถึงหัวหินว่าเป็นเมืองที่มีชายหาดสวยงาม ทราเวลสะดวก น้ำทะเลใสสะอาด บรรยากาศที่เงียบสงบ เป็นสถานที่พักผ่อนอากาศที่มีชื่อเสียงและเก่าแก่ เหมาะกับการมาท่องเที่ยวเป็นครอบครัว คู่รัก และมาเป็นกลุ่ม และเป็นเมืองสำหรับการเล่นกอล์ฟ ลักษณะความเป็นตัวตนของหัวหิน พบว่า เป็นเมืองตากอากาศที่มีชื่อเสียงที่เก่าแก่ เหมาะสำหรับการพักผ่อน มีความสะดวกสบายด้านการเดินทาง เหมาะกับผู้ที่เวลาน้อย เป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมพิเศษ และงานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ มีอาหารทะเลที่สด อร่อย มีความปลอดภัยและเป็นที่รวมแหล่งช้อปปิ้ง เป็นเมืองที่มี บุคลิกภาพ คือ เป็นเมืองไม่ใหญ่มาก พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก รู้สึกมีความสุข อบอุ่น สบายใจ เพลิดเพลิน และปลอดภัย รู้สึกคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว สัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นหัวหิน พบว่า เป็นสถานที่พักผ่อนอากาศยุคแรกของประเทศไทย เป็นเมืองเก่าที่ผสมผสานระหว่างความเก่ากับความใหม่ได้อย่างลงตัว อยู่ติดทะเล มีชายหาดที่สวยงาม เป็นเมืองแห่งดนตรีแจ๊สที่มีชื่อเสียง สัญลักษณ์ที่เด่นชัด คือ ป้ายสถานีรถไฟ กรอบสีแดง พื้นสีขาว ตัวหนังสือสีดำ เขียนว่า “หัวหิน” และ “ไกลกังวล” เป็นเสมือนตราสินค้าของหัวหินที่เด่นชัดมากถือเป็นสัญลักษณ์ของหัวหิน เพลินวานเป็นอีกหนึ่งสัญลักษณ์ของหัวหินที่นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นให้ความหมาย วัฒนธรรมความเป็นหัวหิน พบว่า เป็นเมืองที่มีมนต์ขลัง บรรยากาศโรแมนติก มีความทันสมัย สถานที่พักผ่อนอากาศดีทะเล ผู้คนมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีเป็นกันเอง มีความหลากหลายของผู้คน วัฒนธรรม เชื้อชาติและศาสนา ภาพลักษณ์ของหัวหินในวันนี้ คือ เสน่ห์แห่งวัฒนธรรมทางดนตรี หรือ แจ๊สทาวน์

3) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

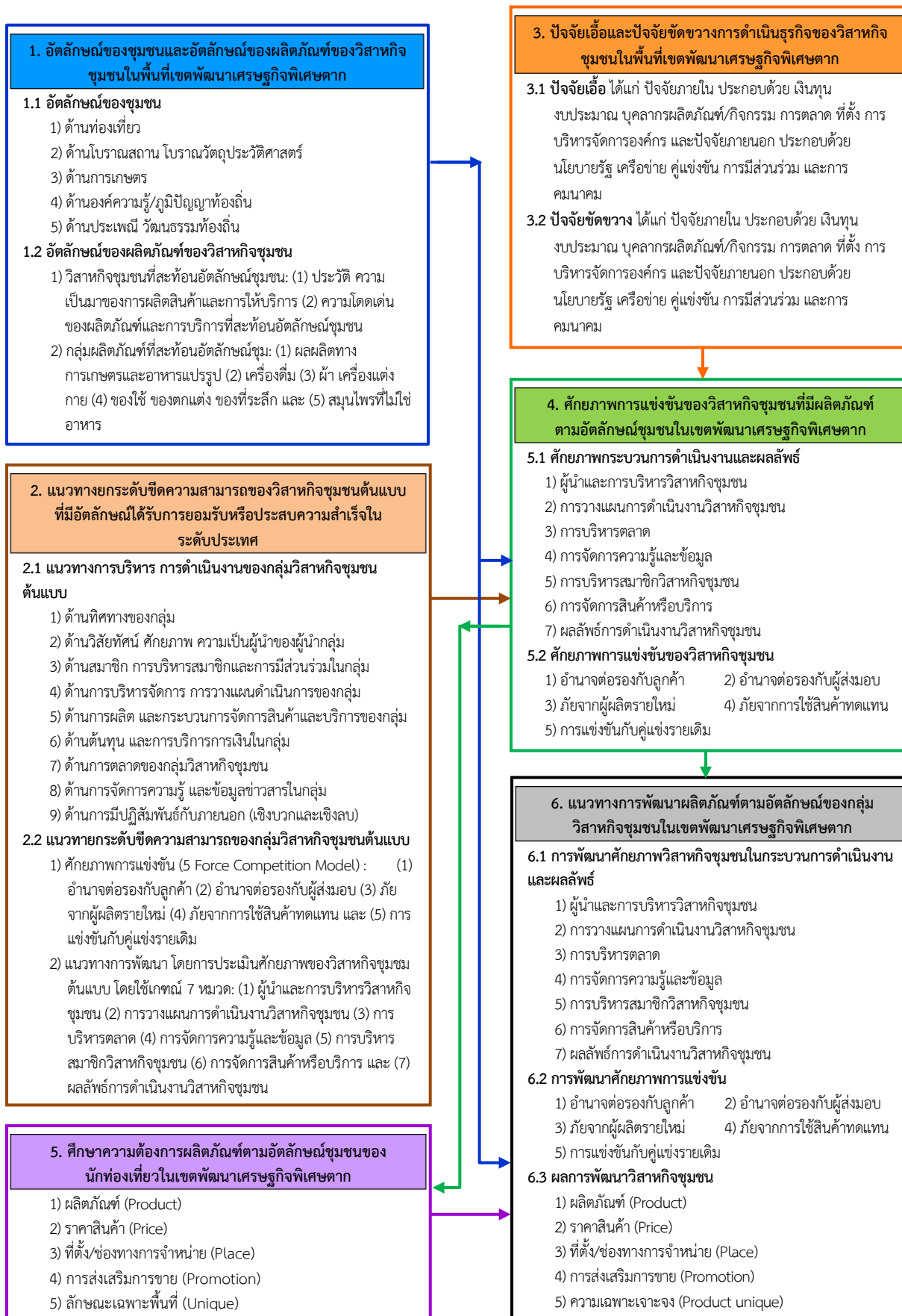
อดิเรก พันเขียว (2559) ได้ศึกษาข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดตาก โดยมีการศึกษาหลายประเด็น ได้แก่ 1) ศักยภาพของพื้นที่ชายแดน พบว่า พื้นที่ชายแดนในจังหวัดตากมีศักยภาพทุกด้าน ทั้งด้านภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การค้า การลงทุน และแรงงาน 2) แนวทางการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนในพื้นที่ พบว่ามีข้อเสนอ 2 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ 3 อำเภอชายแดน (อำเภอแม่สอด อำเภอแม่ระมาด อำเภอพบพระ) กับพื้นที่ 5,603 ไร่ในอำเภอแม่สอด (ตำบลแม่สอด ตำบล ท่าสายลวด ตำบลแม่ปะ) มีหน่วยงานบริหารจัดการในรูปแบบคณะกรรมการร่วมกับผู้เกี่ยวข้องสาขาต่าง ๆ มีอำนาจหน้าที่ของตนเอง เน้นการให้สิทธิประโยชน์แก่ภาคเอกชน เช่น สิทธิทางภาษี นิคมอุตสาหกรรม การใช้แรงงานต่างด้าว เป็นต้น และเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนา 3) การยอมรับต่อการพัฒนา พบว่า ภาพรวมผู้เกี่ยวข้องเห็นว่าเป็นประโยชน์และควรส่งเสริมให้เกิดขึ้นโดยเร็ว แต่บางส่วนเห็นว่าควรมีการให้ข้อมูลและเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น 4) ความคาดหวังต่อการพัฒนา พบว่า คาดหวังให้มีการค้าการลงทุนมากขึ้น การผลักดันพื้นที่ที่มีความพร้อมไม่ว่าจะรูปแบบใดก็ตามก่อน การได้รับสิทธิประโยชน์ คุณภาพชีวิตค่าความมั่นคงในการทำงานและในชีวิตการจับจองที่ดินทำกิน บริการสาธารณะ สาธารณูปโภค การศึกษา แรงงาน อาชีพ ค่าแรง สวัสดิการต่าง ๆ และคาดหวังให้มีหน่วยงานบริหารจัดการเขตเศรษฐกิจพิเศษของตนเองโดยเฉพาะ 5) ปัจจัยความสำเร็จ ได้แก่ การสนับสนุนจากรัฐบาล การปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ การปรับปรุงกฎหมาย ปัญหาการเมืองและความขัดแย้ง การบริหารจัดการ ศักยภาพของพื้นที่และมีส่วนร่วมของประชาชน 6) ปัญหา

อุปสรรคของการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ได้แก่ ขอบเขตพื้นที่ ข้อกฎหมาย การให้ข้อมูล และการสร้างความเข้าใจและการบริหารจัดการ และ 7) ข้อเสนอให้จัดตั้งใน 2 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ 3 อำเภอชายแดนในจังหวัดตากหรือพื้นที่ 5,603 ไร่ในอำเภอแม่สอด ควรปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยการทำงานของคนต่างด้าว ขยายเวลาเปิดปิดด่านพรมแดนและการข้ามพรมแดน ควรมีหน่วยงานบริหารเขตเศรษฐกิจโดยเฉพาะ ควรเป็นอุตสาหกรรมสะอาด อุตสาหกรรมต่อเนื่องจากภาคเกษตรและใช้แรงงานเข้มข้น และให้สิทธิประโยชน์ทั้งทางภาษีอากรและไม่ใช่อำนาจ

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาการประกอบการตลาดริมเมย เทศบาลตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ของอดิเรก พันเขียวและคณะ (2559) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการและเสนอแนวทางการพัฒนาการประกอบการตลาดริมเมย พบว่าปัญหาของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน รองลงมา ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเงินทุน และด้านการบริหารจัดการมีปัญหาระดับปานกลางตามลำดับ ส่วนด้านการผลิตมีปัญหาระดับน้อย ส่วนความต้องการของผู้ประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน รองลงมา ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิตและด้านเงินทุนต้องการในระดับมากทุกด้านตามลำดับ และได้เสนอแนวทางการพัฒนาการประกอบการ ได้แก่ ควรจัดให้มีสถานที่จอดรถ น้ำประปา และไฟฟ้าเพิ่มขึ้น ควรมีการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดเพิ่มขึ้น ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและมาตรฐานเพิ่มขึ้น ควรหาแหล่งสนับสนุนเงินลงทุนที่เพียงพอและหลากหลาย และควรมีการวางแผนด้านการจราจรภายในบริเวณตลาดริมเมยให้เป็นระเบียบเรียบร้อยยิ่งขึ้น

2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการสำรวจวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งจากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย วรรณกรรมและสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยจึงจะนำไปใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยต่อไปดังแสดงในภาพที่ 2.3 ดังนี้



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ออกเป็น 6 ขั้นตอนที่สำคัญ ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาแนวทางการยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ขั้นตอนที่ 4 การศึกษาศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ขั้นตอนที่ 5 การศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ขั้นตอนที่ 6 การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

3.1 ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

3.1.1 ผู้ให้ข้อมูล/แหล่งข้อมูล

1) เอกสาร และสื่อออนไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด/อำเภอ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด/อำเภอ กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ไทยตำบลดอกคอม สินค้า OTOP ฯลฯ โดยใช้แบบสังเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

2) เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน หรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จำนวน 10 คน โดยใช้การสัมภาษณ์

3) ผู้นำชุมชน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ปราชญ์ชาวบ้าน ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับชุมชน และการผลิตผลิตภัณฑ์ของชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จำนวน 15 คน โดยใช้การสัมภาษณ์

4) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก เป็นชาวไทย 200 คน และต่างชาติ 200 คน รวมจำนวน 400 คน โดยใช้การสอบถาม

5) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ที่มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน ใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และ (3) ผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวนรวม 15 คน โดยใช้การสัมภาษณ์

3.1.2 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยในขั้นตอนนี้ประกอบด้วย 3 เครื่องมือ ได้แก่

1) แบบสังเกตและสัมภาษณ์และสื่อออนไลน์ โดยมี 2 ประเด็น ได้แก่

1.1) อัตลักษณ์ของชุมชน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านท่องเที่ยว 2) ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุประวัติศาสตร์ 3) ด้านการเกษตร 4) ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 5) ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น

1.2) อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน ใน 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 วิสาหกิจชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน โดยศึกษา (1) ประวัติความเป็นมาของการผลิตสินค้าและการให้บริการ (2) ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์และการบริการที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน

ส่วนที่ 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ใน 5 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ (1) ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) เครื่องดื่ม (3) ผ้า เครื่องแต่งกาย (4) ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก และ (5) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

2) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก สำหรับ 3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ (1) เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน (2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ (3) ผู้นำชุมชน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ปราชญ์ชาวบ้าน ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมีประเด็นข้อคำถาม 2 ประเด็น คือ อัตลักษณ์ชุมชน และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน เช่นเดียวกับแบบสังเกตและสัมภาษณ์

3) แบบสอบถามอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชนตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว เป็นแบบเลือกตอบ และมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับ

โดยมีการให้คะแนน ดังนี้

ตัวเลือก	ระดับคะแนน
อัตลักษณ์ชุมชนประเด็นดังกล่าวโดดเด่นน้อย	1
อัตลักษณ์ชุมชนประเด็นดังกล่าวโดดเด่นปานกลาง	2
อัตลักษณ์ชุมชนประเด็นดังกล่าวโดดเด่นมาก	3

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว เป็นแบบเลือกตอบ และมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับ

โดยมีการให้คะแนน ดังนี้

ตัวเลือก	ระดับคะแนน
อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนประเด็นดังกล่าวโดดเด่นน้อย	1
อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนประเด็นดังกล่าวโดดเด่นปานกลาง	2
อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนประเด็นดังกล่าวโดดเด่นมาก	3

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นแบบปลายเปิด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และผลงานการวิจัย จากคู่มือเอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างเครื่องมือการวิจัย

กำหนดขอบเขตของเครื่องมือการวิจัยในแต่ละชุดให้ครอบคลุมทุกเนื้อหา

1) สร้างเครื่องมือแต่ละชุดให้ครอบคลุมตามเนื้อหาที่กำหนดแล้วนำเสนอ เพื่อพิจารณาให้คำแนะนำแก้ไขเพื่อให้มีความถูกต้องชัดเจนยิ่งขึ้น

2) นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) เติงโครงสร้างและความเหมาะสมที่จะเก็บข้อมูลของแบบสอบถามเพื่อให้ข้อเสนอแนะตามเกณฑ์ คือการใช้ภาษาในแบบสอบถามชัดเจน เข้าใจง่ายหรือไม่ คำถามครอบคลุมตามเนื้อหาหรือไม่ และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยคัดเลือกข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 0.5 ขึ้นไป พร้อมทั้งนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อความตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปทดลองเพื่อหาความเที่ยง ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60-1.00

4) นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาความเที่ยง โดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน นำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์หาความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (บุญชม ศรีสะอาด, 2538)

5) นำแบบสอบถามมาพิจารณาค่าความเที่ยง แล้วจัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การวิเคราะห์เอกสารและสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง

2) การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน หรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จำนวน 10 คน เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน และกลุ่มวิสาหกิจที่มีผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนและมีศักยภาพในการพัฒนา

3) การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ปราชญ์ชาวบ้าน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จำนวน 15 คน เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน และผลิตภัณฑ์ในชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน

4) การสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมจำนวน 400 คน เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ข้อมูลจากแบบวิเคราะห์เอกสารและสื่อออนไลน์ และจากแบบสัมภาษณ์ เป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการนำข้อมูลจากการเอกสารที่เกี่ยวข้อง นำมาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา จัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล พิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล

2) ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้แบบวิเคราะห์เชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ได้แก่ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

1.00-1.66 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับน้อย

1.67-2.33 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง

2.34-3.00 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับมาก

3.2 ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาแนวทางยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ

3.2.1 แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการยอมรับหรือได้รับรางวัลระดับประเทศ จำนวน 2 แห่ง โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกจากการยอมรับหรือรางวัลที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับประเทศ ได้แก่

1) วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง

2) วิสาหกิจชุมชนบ้านแคว อำเภอสарภี จังหวัดเชียงใหม่

3.2.2 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยในขั้นตอนนี้ประกอบด้วย 2 เครื่องมือ ได้แก่

1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การศึกษาแนวปฏิบัติที่ดีของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ เพื่อศึกษาแนวทางยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ แบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

ตอนที่ 2 แนวทางการการบริหาร การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ประกอบด้วย 9 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านทิศทางของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (2) ด้านวิสัยทัศน์ ศักยภาพ ความเป็นผู้นำของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (3) ด้านสมาชิก การบริหารสมาชิกและการมีส่วนร่วมในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (4) ด้านการบริหารจัดการ การวางแผนดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (5) ด้านการผลิต และกระบวนการจัดการสินค้าและบริการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (6) ด้านต้นทุน และการบริการการเงินในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (7) ด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (8) ด้านการจัดการความรู้ และข้อมูลข่าวสารในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ (9) ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

ตอนที่ 3 แนวทางยกระดับขีดความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ประกอบด้วย

3.1 ศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ประกอบด้วย 5 ประเด็น ได้แก่ (1) อำนาจต่อรองกับลูกค้า (Bargaining power of customers) (2) อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ (Bargaining power of suppliers) (3) ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ (Threat of new entrants) (4) ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน (Threat of substitutes) และ (5) การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม (Rivalry among existing competitors)

3.2 แนวทางการพัฒนาโดยการประเมินศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ โดยใช้เกณฑ์ใน 7 หมวด ได้แก่ (1) ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน (2) การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน (3) การบริหารตลาด (4) การจัดการความรู้และข้อมูล (5) การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน (6) การจัดการสินค้าหรือบริการ และ (7) ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นแบบปลายเปิด

2) แบบประเมินศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน ในเรื่องการก่อตั้ง และที่มาของทุนในการประกอบกิจการของวิสาหกิจชุมชน เป็นแบบปลายเปิด

ตอนที่ 2 ข้อมูลศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

โดยมีการให้คะแนน ดังนี้

ตัวเลือก	ระดับคะแนน
มีการดำเนินงานในประเด็นดังกล่าวน้อยที่สุด	1
มีการดำเนินงานในประเด็นดังกล่าวน้อย	2
มีการดำเนินงานในประเด็นดังกล่าวปานกลาง	3
มีการดำเนินงานในประเด็นดังกล่าวมาก	4
มีการดำเนินงานในประเด็นดังกล่าวมากที่สุด	5

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นแบบปลายเปิด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย ได้ออกแบบได้ดังนี้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และผลงานการวิจัย จากคู่มือเอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างเครื่องมือการวิจัย

- 1) กำหนดขอบเขตของเครื่องมือการวิจัยในแต่ละชุดให้ครอบคลุมทุกเนื้อหา
- 2) สร้างเครื่องมือแต่ละชุดให้ครอบคลุมตามเนื้อหาที่กำหนดแล้วนำเสนอ เพื่อพิจารณาให้คำแนะนำแก้ไขเพื่อให้มีความถูกต้องชัดเจนยิ่งขึ้น
- 3) นำแบบประเมินไปให้ผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) เชิงโครงสร้างและความเหมาะสมที่จะเก็บข้อมูลของแบบประเมินเพื่อให้ข้อเสนอแนะตามเกณฑ์ คือการใช้ภาษาในแบบประเมินชัดเจน เข้าใจง่ายหรือไม่ คำถามครอบคลุมตามเนื้อหาหรือไม่ และข้อเสนอแนะอื่นๆ

4) นำแบบประเมินที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยคัดเลือกข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 0.5 ขึ้นไป พร้อมทั้งนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อความตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปทดลองเพื่อหาความเที่ยง ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60-1.00

5) นำแบบประเมินที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาความเที่ยง โดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความเที่ยงของแบบสอบถามและแบบประเมิน โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (บุญชม ศรีสะอาด 2538: 174)

6) แล้วนำแบบประเมินมาพิจารณาค่าความเที่ยงแล้ว จัดพิมพ์เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์และการประเมินศักยภาพการดำเนินงาน จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลหรือการยอมรับหรือประสบความสำเร็จหรือดีเด่นระดับประเทศ รวมจำนวน 2 แห่ง ได้แก่

- 1) วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริม

การเกษตร, 2560) และ 2) วิสาหกิจชุมชนบ้านแคว อำเภอสารภ จังหวัดเชียงใหม่ (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2556)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ มาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา จัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล พิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล (Typology and Taxonomy)

2) ข้อมูลจากแบบประเมิน ใช้แบบวิเคราะห์เชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ได้แก่ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

- 1.00-1.80 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพในระดับน้อยที่สุด
- 1.81-2.60 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพในระดับน้อย
- 2.61-3.40 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพในระดับปานกลาง
- 3.41-4.20 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพในระดับมาก
- 4.21-5.00 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพในระดับมากที่สุด

3.3 ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

3.3.1 ผู้ให้ข้อมูล/แหล่งข้อมูล

1) เอกสารของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด/อำเภอ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด/อำเภอ กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ไทยตำบลต่อทคอม สินค้า OTOP ฯลฯ โดยใช้การสังเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

2) เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน หรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จำนวน 10 คน โดยใช้การสัมภาษณ์

3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และ (3) ผ้า เครื่องแต่งกาย รวม 84 แห่ง โดยใช้การสอบถาม

4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และ (3) ผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวนรวม 17 แห่ง โดยใช้การสัมภาษณ์

3.2 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยในขั้นตอนนี้ประกอบด้วย 3 เครื่องมือ ได้แก่

1) แบบสังเคราะห์เอกสาร โดยมี 2 ประเด็น ได้แก่

1.1) ปัจจัยเอื้อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่

(1) ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย เงินทุนงบประมาณ บุคลากรผลิตภัณฑ์/กิจกรรมการตลาด ที่ตั้ง การบริหารจัดการองค์กร

(2) ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย นโยบายรัฐ เครือข่าย คู่แข่งขัน การมีส่วนร่วม และการคมนาคม

1.2) ปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่

(1) ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย เงินทุนงบประมาณ บุคลากรผลิตภัณฑ์/กิจกรรมการตลาด ที่ตั้ง การบริหารจัดการองค์กร

(2) ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย นโยบายรัฐ เครือข่าย คู่แข่งขัน การมีส่วนร่วม และการคมนาคม

2) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน และ (2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย โดยมีประเด็นข้อคำถาม 2 ประเด็นใหญ่เช่นเดียวกับแบบสังเกตร่องรอยเอกสาร เป็นแบบปลายเปิด

3) แบบสอบถามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

โดยมีการให้คะแนน ดังนี้

ตัวเลือก	ระดับคะแนน
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวน้อยที่สุด	1
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวน้อย	2
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวปานกลาง	3
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวมาก	4
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวมากที่สุด	5

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นแบบปลายเปิด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย ได้ออกแบบได้ดังนี้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และผลงานการวิจัย จากคู่มือเอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างเครื่องมือการวิจัย

1) กำหนดขอบเขตของเครื่องมือการวิจัยในแต่ละชุดให้ครอบคลุมทุกเนื้อหา

2) สร้างเครื่องมือแต่ละชุดให้ครอบคลุมตามเนื้อหาที่กำหนดแล้วนำเสนอ เพื่อพิจารณาให้คำแนะนำแก้ไขเพื่อให้มีความถูกต้องชัดเจนยิ่งขึ้น

3) นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) เชิงโครงสร้างและความเหมาะสมที่จะเก็บข้อมูลของแบบสอบถามเพื่อให้ข้อเสนอแนะตามเกณฑ์ คือการใช้ภาษาในแบบสอบถามชัดเจน เข้าใจง่ายหรือไม่ คำถามครอบคลุมตามเนื้อหาหรือไม่ และข้อเสนอแนะอื่นๆ

4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยคัดเลือกข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 0.5 ขึ้นไป พร้อมทั้งนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อความตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปทดลองเพื่อหาความเที่ยง ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60-1.00

5) นำแบบสอบถามได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาความเที่ยง โดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความเที่ยงของแบบสอบถามและแบบประเมิน โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (บุญชม ศรีสะอาด 2538: 174)

6) แล้วนำแบบสอบถาม และแบบประเมินมาพิจารณาค่าความเที่ยงแล้ว จัดพิมพ์เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) การวิเคราะห์เอกสารและสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง
- 2) การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จำนวน 10 คน
- 3) การสอบถามปัจจัยในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และ (3) ผ้า เครื่องแต่งกาย รวม 84 แห่ง
- 4) การสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และ (3) ผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวนรวม 17 แห่ง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ข้อมูลจากแบบวิเคราะห์เอกสาร และจากแบบสัมภาษณ์ เป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการนำข้อมูลจากการเอกสารที่เกี่ยวข้องนำมาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา และจัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล พิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล (Typology and Taxonomy)

2) ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้แบบวิเคราะห์เชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ได้แก่ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

- 1.00-1.80 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับน้อยที่สุด
- 1.81-2.60 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับน้อย
- 2.61-3.40 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง
- 3.41-4.20 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับมาก
- 4.21-5.00 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับมากที่สุด

3.4 ขั้นตอนที่ 4 การศึกษาศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

4.1 แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล

1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ใน 3 ประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และ (3) ผ้า เครื่องแต่งกาย ใน 3 อำเภอ รวมจำนวน 17 แห่ง

2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ใน 3 ประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และ (3) ผ้าเครื่องแต่งกาย จำนวน 84 แห่ง

4.2 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยในขั้นตอนนี้ประกอบด้วย 4 เครื่องมือ ได้แก่

1) แบบประเมินศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน ในเรื่องการก่อตั้ง และที่มาของทุนในการประกอบกิจการของวิสาหกิจชุมชน เป็นแบบปลายเปิด

ตอนที่ 2 ข้อมูลศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

โดยมีการให้คะแนน ดังนี้

ตัวเลือก	ระดับคะแนน
มีการดำเนินงานในประเด็นดังกล่าวน้อยที่สุด	1
มีการดำเนินงานในประเด็นดังกล่าวน้อย	2
มีการดำเนินงานในประเด็นดังกล่าวปานกลาง	3
มีการดำเนินงานในประเด็นดังกล่าวมาก	4
มีการดำเนินงานในประเด็นดังกล่าวมากที่สุด	5

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นแบบปลายเปิด

2) แบบสอบถามศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

โดยมีการให้คะแนน ดังนี้

ตัวเลือก	ระดับคะแนน
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวน้อยที่สุด	1
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวน้อย	2
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวปานกลาง	3
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวมาก	4
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวมากที่สุด	5

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นแบบปลายเปิด

3) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เกี่ยวกับศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย ใน 5 ประเด็น ได้แก่ 1) อำนาจต่อรองกับลูกค้า 2) อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ 3) ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ 4) ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน และ 5) การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม เป็นแบบปลายเปิด

4) แบบประเมินศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจตาก แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย เป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณ

ค่า 5 ระดับ

โดยมีการให้คะแนน ดังนี้

ตัวเลือก	ระดับคะแนน
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวน้อยที่สุด	1
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวน้อย	2
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวปานกลาง	3
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวมาก	4
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวมากที่สุด	5

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นแบบปลายเปิด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย ได้ออกแบบได้ดังนี้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และผลงานการวิจัย จากคู่มือเอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างเครื่องมือการวิจัย

1) กำหนดขอบเขตของเครื่องมือการวิจัยในแต่ละชุดให้ครอบคลุมทุกเนื้อหา
2) สร้างเครื่องมือแต่ละชุดให้ครอบคลุมตามเนื้อหาที่กำหนดแล้วนำเสนอ เพื่อพิจารณาให้คำแนะนำแก้ไขเพื่อให้มีความถูกต้องชัดเจนยิ่งขึ้น

3) นำแบบสอบถามและแบบประเมินไปให้ผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) เชิงโครงสร้างและความเหมาะสมที่จะเก็บข้อมูลของแบบสอบถามและแบบประเมิน เพื่อให้ข้อเสนอแนะตามเกณฑ์ คือการใช้ภาษาในแบบสอบถามและแบบประเมินชัดเจน เข้าใจง่ายหรือไม่ คำถามครอบคลุมตามเนื้อหาหรือไม่ และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4) นำแบบสอบถามและแบบประเมิน ที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยคัดเลือกข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 0.5 ขึ้นไป พร้อมทั้งนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อความตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปทดลองเพื่อหาความเที่ยง ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60-1.00

5) นำแบบสอบถามและแบบประเมินที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาความเที่ยง โดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความเที่ยงของแบบสอบถามและแบบประเมิน โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (บุญชม ศรีสะอาด 2538: 174)

6) แล้วนำแบบสอบถาม และแบบประเมินมาพิจารณาค่าความเที่ยงแล้ว จัดพิมพ์เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การประเมินศักยภาพการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จำนวน 17 แห่ง

2) การสอบถามศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป (2) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และ (3) ผ้า เครื่องแต่งกาย รวม 84 แห่ง โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากแบบตัวต่อตัว

3) การสัมภาษณ์ศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จำนวน 5 แห่ง

4) การประเมินศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จำนวน 5 แห่ง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ข้อมูลจากแบบประเมินศักยภาพการดำเนินงาน โดยใช้แบบวิเคราะห์เชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ได้แก่ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

- 1.00-1.80 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพในระดับน้อยที่สุด
- 1.81-2.60 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพในระดับน้อย
- 2.61-3.40 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพในระดับปานกลาง
- 3.41-4.20 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพในระดับมาก
- 4.21-5.00 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพในระดับมากที่สุด

2) ข้อมูลจากแบบสอบถามศักยภาพการแข่งขัน โดยใช้แบบวิเคราะห์เชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ได้แก่ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

- 1.00-1.80 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพการแข่งขันในระดับมากที่สุด
- 1.81-2.60 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพการแข่งขันในระดับมาก
- 2.61-3.40 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพการแข่งขันในระดับปานกลาง
- 3.41-4.20 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพการแข่งขันในระดับน้อย
- 4.21-5.00 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีศักยภาพการแข่งขันในระดับน้อยที่สุด

3) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ศักยภาพการแข่งขัน เป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการนำข้อมูลจากการเอกสารที่เกี่ยวข้อง นำมาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา และจัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล พิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล

4) ข้อมูลจากแบบประเมินศักยภาพการแข่งขัน โดยใช้แบบวิเคราะห์เชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ได้แก่ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

- 1.00-1.80 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับน้อยที่สุด
- 1.81-2.60 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับน้อย
- 2.61-3.40 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง
- 3.41-4.20 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับมาก
- 4.21-5.00 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับมากที่สุด

3.5 ขั้นตอนที่ 5 การศึกษาความต้องการผลิตภัณท์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของ นักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

5.1 แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่ จำนวน 400 คน

5.2 เครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามความต้องการผลิตภัณท์ตามอัตลักษณ์ของชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณท์ตามอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

โดยมีการให้คะแนน ดังนี้

ตัวเลือก	ระดับคะแนน
ความต้องการต่อประเด็นดังกล่าวน้อย	1
ความต้องการต่อประเด็นดังกล่าวปานกลาง	2
ความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวมาก	3

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นแบบปลายเปิด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย ได้ออกแบบได้ดังนี้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และผลงานการวิจัย จากคู่มือเอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างเครื่องมือการวิจัย

1) กำหนดขอบเขตของเครื่องมือการวิจัยในแต่ละชุดให้ครอบคลุมทุกเนื้อหา
2) สร้างเครื่องมือแต่ละชุดให้ครอบคลุมตามเนื้อหาที่กำหนดแล้วนำเสนอ เพื่อพิจารณาให้คำแนะนำแก้ไขเพื่อให้มีความถูกต้องชัดเจนยิ่งขึ้น

3) นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) เชิงโครงสร้างและความเหมาะสมที่จะเก็บข้อมูลของแบบสอบถามเพื่อให้ข้อเสนอแนะตามเกณฑ์ คือการใช้ภาษาในแบบสอบถามชัดเจน เข้าใจง่ายหรือไม่ คำถามครอบคลุมตามเนื้อหาหรือไม่ และข้อเสนอแนะอื่นๆ

4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยคัดเลือกข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 0.5 ขึ้นไป พร้อมทั้งนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อความตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปทดลองเพื่อหาความเที่ยง ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60-1.00

5) นำแบบสอบถามได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปหาความเที่ยง โดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน นำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์หาความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (บุญชม ศรีสะอาด 2538: 174)

6) แล้วนำแบบสอบถามมาพิจารณาค่าความเที่ยงแล้ว จัดพิมพ์เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามโดยตนเองและผู้ช่วยวิจัยในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากแบบตัวต่อตัว

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์เชิงปริมาณ พิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

1.00-1.66 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีความต้องการในระดับน้อย

1.67-2.33 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีความต้องการในระดับปานกลาง

2.34-3.00 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวมีความต้องการในระดับมาก

3.6 ขั้นตอนที่ 6 การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์สอดคล้องอัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

6.1 แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล

สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากที่โดดเด่นมีความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพ และมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว

6.2 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยในขั้นตอนนี้ประกอบด้วย 2 เครื่องมือ ได้แก่

1) แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม ใน 2 ประเด็น คือ แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก เป็นแบบปลายเปิด

2) แบบประเมินความพึงพอใจการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกระเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ของการอบรมเชิงปฏิบัติการยกระดับขีดความสามารถตามอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

โดยมีการให้คะแนนดังนี้

ตัวเลือก	ระดับคะแนน
ความพึงพอใจต่อประเด็นดังกล่าวน้อยที่สุด	1
ความพึงพอใจต่อประเด็นดังกล่าวน้อย	2
ความพึงพอใจต่อประเด็นดังกล่าวปานกลาง	3
ความพึงพอใจต่อประเด็นดังกล่าวมาก	4
ความพึงพอใจต่อประเด็นดังกล่าวมากที่สุด	5

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นแบบปลายเปิด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย ได้ออกแบบได้ดังนี้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และผลงานการวิจัย จากคู่มือเอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างเครื่องมือการวิจัย

- 1) กำหนดขอบเขตของเครื่องมือการวิจัยในแต่ละชุดให้ครอบคลุมทุกเนื้อหา
- 2) สร้างเครื่องมือแต่ละชุดให้ครอบคลุมตามเนื้อหาที่กำหนดแล้วนำเสนอ เพื่อพิจารณาให้คำแนะนำแก้ไขเพื่อให้มีความถูกต้องชัดเจนยิ่งขึ้น
- 3) นำแบบประเมินไปให้ผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) เชิงโครงสร้างและความเหมาะสมที่จะเก็บข้อมูลของแบบประเมินเพื่อให้ข้อเสนอแนะตามเกณฑ์ คือการใช้ภาษาในแบบสอบถามชัดเจน เข้าใจง่ายหรือไม่ คำถามครอบคลุมตามเนื้อหาหรือไม่ และข้อเสนอแนะอื่น ๆ
- 4) นำแบบประเมินที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยคัดเลือกข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 0.5 ขึ้นไป พร้อมทั้งนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อความตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปทดลองเพื่อหาความเที่ยง ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60-1.00
- 5) นำแบบประเมินที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปหาความเที่ยง โดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน นำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์หาความเที่ยงของแบบประเมิน โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (บุญชม ศรีสะอาด 2538: 174)
- 6) แล้วนำแบบประเมินมาพิจารณาค่าความเที่ยงแล้ว จัดพิมพ์เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการบันทึกการสนทนากลุ่ม
- 2) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการประเมินความพึงพอใจการอบรมเชิงปฏิบัติการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม และการอบรมเชิงปฏิบัติการ เป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการนำข้อมูลจากการเอกสารที่เกี่ยวข้อง นำมาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา จัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล พิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล
- 2) ข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจ โดยใช้แบบวิเคราะห์เชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ได้แก่ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้
 - 1.00-1.80 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับน้อยที่สุด
 - 1.81-2.60 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับน้อย
 - 2.61-3.40 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง
 - 3.41-4.20 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับมาก
 - 4.21-5.00 หมายถึง เห็นว่าประเด็นดังกล่าวอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 3.1 ความสอดคล้องของวัตถุประสงค์การวิจัย แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล เครื่องมือวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์การวิจัย	แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล	เครื่องมือวิจัย	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล
1.เพื่อการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก 1.1 การวิเคราะห์เอกสาร 1.2 การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และ 1.3 การสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน 1.4 การสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ 1.5 การสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน	1.1 เอกสารและสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง	1.1 แบบสังเคราะห์เอกสาร (อัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน)	1.1 การศึกษาเอกสาร	1.1 วิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหา นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา และจัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล พิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล
	1.2 เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบกลุ่มวิสาหกิจชุมชน/การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 10 คน	1.2 แบบสัมภาษณ์ (อัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน)	1.2 การสัมภาษณ์	1.2 วิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหา นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา และจัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล พิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล
	1.3 ผู้นำชุมชน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 10 คน	1.3 แบบสัมภาษณ์ (อัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน)	1.3 การสัมภาษณ์	1.3 วิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหา นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา และจัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล พิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล
	1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน	1.4 แบบสอบถาม (อัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน)	1.4 การสอบถาม	1.4 วิเคราะห์เชิงปริมาณ พิจารณาค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหา พิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล
	1.5 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ จำนวน 15 แห่ง	1.5 แบบสัมภาษณ์ (อัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน)	1.5 การสัมภาษณ์	1.5 วิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหา นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา และจัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล พิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

วัตถุประสงค์การวิจัย	แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล	เครื่องมือวิจัย	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล
2. เพื่อศึกษาแนวทางยกระดับขีดความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ที่มีอัตลักษณ์ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ	2.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ จำนวน 2 แห่ง	2.1 แบบสัมภาษณ์ (แนวทางการบริหาร การดำเนินงาน + แนวทางยกระดับขีดความสามารถ)	2.1 การสัมภาษณ์	2.1 วิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหา นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา และจัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล พิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล
	2.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ จำนวน 2 แห่ง	2.2 แบบประเมิน (ศักยภาพการดำเนินงาน)	2.2 การประเมิน	2.2 วิเคราะห์เชิงปริมาณ พิจารณาค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหาพิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	3.1 เอกสารที่เกี่ยวข้อง	3.1 แบบสังเคราะห์เอกสาร (ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวาง)	3.1 การศึกษาเอกสาร	3.1 วิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหา นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา และจัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล
	3.2 เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร จำนวน 10 คน	3.2 แบบสัมภาษณ์ (ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวาง)	3.2 การสัมภาษณ์	3.2 วิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหา นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา และจัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล
	3.3 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ใน 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ จำนวน 84 แห่ง	3.3 แบบสอบถาม (ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ)	3.3 การสอบถาม	3.3 วิเคราะห์เชิงปริมาณ พิจารณาค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหาพิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล
	3.4 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป้าหมายใน 3 จำนวน 17 แห่ง	3.4 แบบสัมภาษณ์ (ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวาง)	3.4 การสัมภาษณ์	3.4 วิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหา นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา และจัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

วัตถุประสงค์การวิจัย	แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล	เครื่องมือวิจัย	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล
4. เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก 4.1 การประเมินศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน 4.2 การสอบถามศักยภาพการแข่งขันจากวิสาหกิจชุมชน ใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ 4.3 การสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชน เป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน	4.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน จำนวน 17 แห่ง	4.1 แบบประเมิน (ศักยภาพการดำเนินงาน)	4.1 การประเมิน	4.1 วิเคราะห์เชิงปริมาณ พิจารณาคำร้อยละและค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหาพิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล
	4.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ จำนวน 84 แห่ง	4.2 แบบสอบถาม (ศักยภาพการแข่งขัน)	4.2 การสอบถาม	4.2 วิเคราะห์เชิงปริมาณ พิจารณาคำร้อยละและค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหาพิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล
	4.3 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน จำนวน 17 แห่ง	4.3 แบบสัมภาษณ์ (ศักยภาพการแข่งขัน)	4.3 การสัมภาษณ์	4.3 วิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหา นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา และจัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล
5 เพื่อศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก 5.1 การสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่	5.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน	5.1 แบบสอบถาม(ความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของชุมชน)	5.1 การสอบถาม	5.1 วิเคราะห์เชิงปริมาณ พิจารณาคำร้อยละและค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหาพิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

วัตถุประสงค์การวิจัย	แหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล	เครื่องมือวิจัย	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล
6. เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก 6.1 การสนทนากลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่คัดเลือก 6.2 การอบรมเชิงปฏิบัติการ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่คัดเลือก	6.1 สมาชิกของวิสาหกิจที่คัดเลือก	6.1 ประเด็นการสนทนากลุ่มและแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม (แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน	6.1 การบันทึกข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม	6.1 วิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหา นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา และจัดการจำแนกและจัดระบบข้อมูล
	6.2 สมาชิกของวิสาหกิจที่คัดเลือก	6.2 แบบประเมินความพึงพอใจ	6.2 การประเมิน	6.2 วิเคราะห์เชิงปริมาณ พิจารณาค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เนื้อหาพิจารณาความเหมาะสมและสอดคล้องกันของข้อมูล

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันบนฐานอัตลักษณ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากนี้ ขอนำเสนอผลการวิจัย ได้แก่

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาแนวทางยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ตอนที่ 6 ผลการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ตอนที่ 1 ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ได้จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 4 กลุ่ม คือ 1) เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน 2) ประชาชนชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน 3) นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว และ 4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เลือกจากการวิเคราะห์ข้อมูลใน 3 กลุ่มแรกแล้วว่าเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน มีผลการศึกษา ดังนี้

4.1.1 ตอนที่ 1.1 ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจาก

เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรและและประชาชนชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร และประชาชนชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน นำข้อมูลมาวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อหาอัตลักษณ์ชุมชน และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก โดยแยกการวิเคราะห์ในระดับจังหวัด และระดับอำเภอในพื้นที่ 3 อำเภอของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน และผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร และปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน

พื้นที่	อัตลักษณ์ชุมชน
จังหวัดตาก	เจ้าหน้าที่การเกษตร พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม มีเกษตรกร และมีวัตถุดิบพืชผลจำนวนมาก เช่น พืชไร่ พืชสวน กล้วย พืชดอก เป็นต้น อัตลักษณ์ชุมชนมีค่อนข้างหลากหลาย เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ ภูมิปัญญาในการเพาะปลูก การพัฒนาผลิตภัณฑ์ วิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย เป็นต้น เนื่องจากเป็นพื้นที่ชายแดน อัตลักษณ์ที่นำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของพื้นที่ 3 อำเภอชายแดนมีหลายอัตลักษณ์ เช่น การแปรรูปพืชผลที่สำคัญ ได้แก่ กล้วย ที่มีวิสาหกิจชุมชนหลากหลายกลุ่ม โดยแต่ละอำเภอแตกต่างกัน แต่จะมีวิสาหกิจชุมชนที่ใกล้เคียงกันหลายพื้นที่ เช่น สมุนไพร ผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์ของชุมชน - ลักษณะพื้นที่กลุ่มชาติพันธุ์ มีการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ - เป็นพื้นที่ทำการเกษตรกรรม มีภูมิปัญญาในการเพาะปลูก และการแปรรูปพืชผล ได้แก่ กล้วย สมุนไพร
อำเภอแม่สอด	เจ้าหน้าที่การเกษตร ชุมชนในอำเภอแม่สอดเป็นพื้นที่ชายแดน มีหลากหลายชาติพันธุ์ ได้แก่ คนภาคเหนือ คนภาคกลางอพยพมาอยู่ และชาวกะเหรี่ยง ทำให้มีอัตลักษณ์สำคัญ ได้แก่ วัฒนธรรมชาวเหนือ อาหาร พืชผัก สมุนไพร ผ้าทอพื้นเมืองโดยเฉพาะชาวกะเหรี่ยง และน่าจะนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้ ส่วนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการในพื้นที่ ที่มีการดำเนินการได้ผลและสอดคล้องกับเป้าหมายของการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน มีเพียงกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเท่านั้น ปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน ประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่ปะส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตร ค้าขาย และรับจ้าง ผลผลิตทางการเกษตรจึงมีจำนวนมาก มีการนำผลผลิตออกมาจำหน่าย แต่ผลผลิตมีมากเกินไปเกินความต้องการของผู้บริโภค ไม่สามารถจำหน่ายได้หมด ดังนั้นชาวบ้านและกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านใต้ จึงคิดวิธีการนำผลผลิตจากเกษตรกรรมแปรรูป เช่น การนำพืชผลการเกษตร เช่น หอมแดง กระเทียม มาเป็นวัตถุดิบในการทำน้ำพริกกุ้ง ชาวบ้านในตำบลแม่ปะ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร จึงมีการทำนา ปลูกพืชผักรวมไปถึงผลไม้ที่หลากหลาย ทำให้ผลผลิตทางการเกษตรมีมากเกินไปจำหน่ายหนึ่งวันนั้นก็คือกล้วย ที่ทุกบ้านปลูกและมีจำนวนมาก ถึงแม้ชาวบ้านจะนำไปขายเพื่อเพิ่มมูลค่าแล้ว แต่มีคนขายมากกว่าคนซื้อ จึงทำให้กล้วยเกิดการเน่าเสียและไม่สามารถที่จะขายเพื่อเป็นเงินทุนมาใช้จ่ายได้ ดังนั้นชาวบ้านจึงมีการคิดค้นการแปรรูปกล้วยเพื่อที่จะสร้างรายได้ การทำกล้วยฉาบ เป็นวิธีการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรที่มีมาแต่โบราณ เกิดขึ้นมาจากภูมิปัญญาของคนไทย

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

พื้นที่	อัตลักษณ์ชุมชน
อำเภอแม่สอด (ต่อ)	วัตถุดิบที่นำมาผลิตและใช้ในการปรุงยาธาตุ ล้วนเป็นวัตถุดิบที่ได้มาจากธรรมชาติ เป็นสมุนไพรและรากไม้ ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่น การปรุงยาธาตุแต่ละครั้ง ผู้ปรุงจะปรุงยาตามธาตุของผู้ที่ต้องการได้รับการรักษา การปรุงยาจะใช้วิธีการนำรากไม้และสมุนไพรมาตากแห้งและทำการบดเป็นผงเพื่อนำมาเป็นการปรุงยา โดยการปรุงยาผู้ปรุงจะไม่ใช้สารเคมี หรือตัวยาอื่น ๆ เข้ามาในกรรมวิธี แต่จะใช้เพียงสมุนไพร และรากไม้เท่านั้น ชาวบ้านในพื้นที่ส่วนมากมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายและดำเนินชีวิตประจำวัน จึงทำให้ชาวบ้านคิดหาวิธีในการประหยัดเงิน ไม่ว่าจะเป็นด้านการอุปโภคบริโภคที่ชาวบ้านส่วนใหญ่จะปลูกพืชผักไว้ทานเอง หรือแม้แต่ว่าด้านการใช้สอยอุปกรณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น ไม้กวาดที่ในแต่ละครัวเรือนโดยวัตถุดิบในการทำไม้กวาดดอกหญ้านั้น สามารถหาได้จากในพื้นที่ ตำบลพระธาตุผาแดง ปลายไม้กวาดก็ใช้ดอกหญ้าที่มีในพื้นที่มาผลิตส่วนไม้ก้เหลาจากไม้ไผ่มาทำเป็นด้ามไม้กวาด ผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์ของชุมชน - กลุ่มชาติพันธุ์ที่สำคัญ ได้แก่ ชาวเมียนมา กะเหรี่ยง - พื้นที่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตร ได้แก่ ผลผลิตทางการเกษตร - มีวัตถุดิบมาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ พืชผัก สมุนไพร รากไม้ หอมแดง กระเทียม น้ำพริกกุ้ง กล้วย - ภูมิปัญญาการทำกล้วยฉาบ ยาธาตุ ผ้าทอพื้นเมือง ไม้กวาดดอกหญ้า
อำเภอ แม่ระมาด	เจ้าหน้าที่การเกษตร อำเภอแม่ระมาดเป็นพื้นที่เกษตร ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร มีการเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตรที่สำคัญ เช่น กล้วยน้ำว้า ข้าว ข้าวโพด ฯลฯ โดยอัตลักษณ์ชุมชนมีทั้งคนไทยเหนือและกลุ่มกะเหรี่ยง ทำให้อัตลักษณ์ชุมชนเป็นลักษณะวิถีชุมชนเกษตร ปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน ลักษณะเฉพาะของชุมชน ก็จะมีการปลูกพืชผักสมุนไพร ไม่ว่าจะเป็น ดอกอัญชัน ดอกดาวเรือง ขมิ้น ตะไคร้ และมีการปลูกกล้วย เพื่อที่จะจำหน่าย วิถีชีวิตของชาวบ้านในสมัยก่อนจะใช้เตาถ่านในการประกอบอาหาร จึงนำมามีชาวบ้านในสมัยก่อนมาประยุกต์ใช้ โดยการอบกล้วย และสมุนไพรต่าง ๆ โดยใช้เตาถ่าน เช่น ดอกอัญชัน มักจะนำดอกอัญชันมาสระผม มาเขียนคิ้วให้ลูกหลาน อัญชันยังนิยมนำมาใช้ประโยชน์ทางเครื่องสำอาง การใช้อัญชันเป็นยาพื้นบ้าน ส่วนราก ใช้ฝนเอาน้ำหยอดตา แก้อาเจิบ ตาฟาง บำรุงดวงตา หรือผสมทำยาสิฟัน แก้ปวดฟัน พืชที่เป็นสมุนไพรในชุมชนมีมากมายหลายชนิด มีมากจนคนในชุมชนเห็นกันจนชินตาเหมือนเป็นของที่ไร้ค่า เป็นภูมิปัญญาของคนรุ่นเก่าที่ใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพต้องสูญหายไป จึงหาความรู้จากแหล่งต่าง ๆ รวบรวมความรู้ต่าง ๆ มาเป็นสมุนไพรเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

พื้นที่	อัตลักษณ์ชุมชน
อำเภอ แม่ระมาด (ต่อ)	มีการนำวัฒนธรรมของชาวบ้านสมัยนั้นมาประยุกต์ให้สะดวกสบายมากขึ้น โดยการแปรรูปสมุนไพร ให้เป็นในรูปแบบของสมุนไพรอบแห้ง โดยเป็นชาใช้สำหรับขงดื่ม ได้สะดวกและง่ายมากยิ่งขึ้น ในสมัยก่อนเมื่อเราต้องการที่จะใช้ ต้องไปหาตามในป่าตามฤดูกาลของสมุนไพร แต่ปัจจุบันถ้านำมาแปรรูปสามารถเก็บไว้รับประทานได้ตั้งแต่ก่อนหมู่บ้านหม่องวา การประกอบอาชีพชาวบ้านส่วนใหญ่ในพื้นที่จะประกอบอาชีพทำไร่ ทำสวน ทำนา ทำไร่เลื่อนลอย อาชีพเด่นของชาวบ้านที่อยู่หมู่บ้านหม่องวา คือ การผลิตไวน์จากมะเเฒ่า เนื่องจากมีพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูกมะเเฒ่า ในตอนแรกมีเพียงลุงบุญธรรมที่ทำไวน์มะเเฒ่าเมื่อมีงานเทศกาล งานมงคลในหมู่บ้าน และต่อมาได้มีชาวบ้านเริ่มสนใจที่จะทำไวน์กับลุงบุญธรรมเพิ่มขึ้น และปัจจุบันไวน์มะเเฒ่าก็ได้เป็นอาชีพหนึ่งในหมู่บ้านที่น่าสนใจ ชุมชนบ้านหม่องวา ก็จะมีกลุ่มสมุนไพร และกลุ่มไวน์มะเเฒ่า ชาวบ้านก็จะปลูกสมุนไพร ไม่ว่าจะเป็น ตะไคร้ ดอกอัญชัน ดอกดาวเรือง ขมิ้น ขิง ข่า วิถีชาวบ้านในสมัยก่อนมาประยุกต์ใช้ โดยการอบสมุนไพรต่าง ๆ โดยใช้เตาถ่าน ต่อมาได้นำมาประยุกต์โดยการนำมาผลิตเป็นสมุนไพรอบแห้ง ผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์ของชุมชน - พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตร ประกอบอาชีพเกษตรกร ชุมชนเกษตร - มีกลุ่มชาติพันธุ์สำคัญได้แก่ กลุ่มกะเหรี่ยง - พืชผลทางการเกษตรสำคัญ ได้แก่ พืชผัก ถั่วลิสง ข้าว ข้าวโพด สมุนไพร มะเเฒ่า - ภูมิปัญญาการใช้สมุนไพร การแปรรูปสมุนไพร มีการอบสมุนไพรโดยใช้เตาถ่าน สมุนไพรอบแห้ง ชาสมุนไพร เครื่องสำอางจากสมุนไพร และไวน์มะเเฒ่า
อำเภอพบพระ	เจ้าหน้าที่การเกษตร อำเภอพบพระเป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่มีชื่อเสียง มีผลผลิตทางการเกษตรหลากหลายประเภท เช่น อะโวคาโด แมคคาเดเมีย ส้ม ทุเรียน ทุเรียน กล้วยหอม เสาวรส กาแฟ ผักปลอดภัย ฯลฯ เป็นพืชผลเฉพาะในพื้นที่ และมีการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องจากผลผลิตทางการเกษตร เช่น สบู่ สารสกัดน้ำมัน ไส้กรอก น้ำพริก มีชุมชนหลากหลายเชื้อชาติทั้งคนไทย คนม้ง และแรงงานเมียนมาจำนวนมาก แต่อาชีพส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรเป็นทั้งทำไร่สวนผสมผสาน ไร่พืชผลและรับจ้างตามสวนต่าง ๆ เนื่องจากพื้นที่มีทรัพยากรดินที่อุดมสมบูรณ์ สามารถปลูกพืชผลได้หลากหลายชนิด อีกทั้งยังมีชื่อเสียงในการส่งผลผลิตส่งขายสู่พื้นที่อื่นจำนวนมาก การที่มีหลายหลายเชื้อชาติ ทำให้มีผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม เช่น ผ้าขาวม้า ผ้าทอเกี๋ยง ผ้าทอไทย ผ้าทอกะเหรี่ยง ผ้าทอโยกัญชง กระเป๋า ปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน ประชาชนในพื้นที่ตำบลพบพระ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ชาวบ้านจึงรวมกลุ่มกันเพื่อที่จะพัฒนาผลผลิตของตนเองให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพของชาวบ้านในพื้นที่ให้ชาวบ้านมีรายได้เสริม และยังเป็นการสนับสนุนให้ชาวบ้าน

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

พื้นที่	อัตลักษณ์ชุมชน
อำเภอพพระ (ต่อ)	รู้จักการทำเกษตรที่ปลอดภัยต่อตนเองและผู้บริโภค จึงมีการปลูกพืชผักสวนครัวโดยไม่พื้งสารเคมี หรือยาฆ่าแมลง เป็นการทำการเกษตรเพื่อการบริโภคในครัวเรือน เมื่อผลผลิตมีมากจึงทำการจัดจำหน่ายต่อไป การรวมตัวกันกลุ่มเกษตรกร เป็นการรวมตัวกันเพื่อผลิตผลผลิตทางการเกษตรที่ปลอดภัยในชีวิตของตนและผู้บริโภคเอง โดยมีแนวทางการทำเกษตรผสมผสานในพื้นที่ตำบลช่องแคบ อำเภอพพระ มาใช้ ในปัจจุบันกลุ่มเกษตรกรประณีตได้ทำการปลูกผักพื้นบ้าน พืชผักสวนครัว เพื่อนำไปบริโภคในครัวเรือนและจัดจำหน่าย จึงทำให้กลุ่มเกษตรกรมีรายได้มาจุนเจือตลอดฤดูกาล วัตถุดิบในการทำไม้กวาดดอกหญ้า สามารถหาได้จากในพื้นที่ตำบลพพระ ปลายไม้กวาดก็ใช้ดอกหญ้าที่มีในพื้นที่มาผลิตส่วนไม้ก็เหลาจากไม้ไผ่มาทำเป็นด้ามไม้กวาด อำเภอพพระ จังหวัดตาก ถือเป็นแหล่งปลูกกุหลาบที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของเมืองไทย เนื่องจากมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม สภาพดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ ทั้งนี้ได้มีผู้นำกุหลาบเข้ามาปลูกที่อำเภอพพระ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 และมีการขยายพื้นที่ปลูกไปอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ปัจจุบัน อ.พพระ กลายเป็นแหล่งปลูกกุหลาบที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีเนื้อที่ประมาณ 7,000 ไร่ กระจายอยู่ทั่วทุกตำบล แต่ในปี 2560 มีพื้นที่ปลูก 1,847 ไร่ เกษตรกรประมาณ 60 ราย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถแวะไปเที่ยวชมไร่กุหลาบได้ตลอดทั้งปี และมีการนำกุหลาบไปแปรรูปเป็นกุหลาบอบแห้งสามารถเก็บได้นานอีกด้วย นอกจากนี้อำเภอพพระยังเป็นแหล่งปลูกพืชผักทางการเกษตรและแหล่งปลูกดอกดาวเรืองแหล่งใหญ่ของเมืองไทย กล้วยจากอำเภอพพระที่ลักษณะเนื้อกล้วยจะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เนื้อจะมีความเหนียว และน้ำผึ้งที่ใช้เป็นน้ำผึ้งธรรมชาติ มีการปลูก แมคคาเดเมีย ในพื้นที่ อ.พพระ ซึ่งให้ผลดี เนื่องจากแมคคาเดเมียสามารถปลูกได้ในบางพื้นที่ ซึ่งเกี่ยวกับระดับน้ำทะเล หากระดับน้ำทะเลไม่ไ้ต้นแมคคาเดเมียก็จะออกผลได้ไม่ดีและไม่มีประสิทธิภาพ ผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์ของชุมชน - ลักษณะชุมชนเป็นพื้นที่เกษตรกรรม มีความหลากหลายเชื้อชาติ - ผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ อะโวคาโด กล้วย แมคคาเดเมีย ส้ม กุหลาบทุเรียน กล้วยหอม เสาวรส กาแฟ ผักปลอดภัย ดอกดาวเรือง - ลักษณะการทำเกษตร ได้แก่ พืชผักปลอดภัย เกษตรผสมผสาน เกษตรประณีต - ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ สบู่อะโวคาโด สารสกัดน้ำมันอะโวคาโด ไอศกรีมอะโวคาโด น้ำพริก น้ำผึ้ง และกุหลาบอบแห้ง - ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม เช่น ผ้าขาวม้า ผ้าทอเกตุก ผ้าทอไทย ผ้าทอกระเหรี่ยง ผ้าทอโยกยุง กระเป๋าผ้า ไม้กวาดดอกหญ้า

จากตารางที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน และผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร และปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน ตารางแสดงให้เห็นว่าพื้นที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนที่โดดเด่นคือ ด้านการเกษตร เนื่องจากพื้นที่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม คนในชุมชนประกอบอาชีพเกษตรกร มีการปลูกพืช

ที่หลากหลายและให้ผลผลิตจำนวนมาก เพราะพื้นที่มีสภาพดินและอากาศที่เหมาะสมในการทำ การเกษตร และมีการใช้อัตลักษณ์ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามา ทำให้สามารถปรับตัวจากธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่มาแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร พัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้อง กับอัตลักษณ์ชุมชนได้ และยังมีอัตลักษณ์ของประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลายเนื่องจากมี หลายชาติพันธุ์อาศัยอยู่ร่วมกัน ซึ่งใช้ภูมิปัญญาในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงประเพณี วัฒนธรรม ของแต่ละเชื้อชาติได้ ทำให้เห็นถึงอัตลักษณ์ชุมชนที่ครอบคลุมแสดงถึงพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ตาก ซึ่งผลการศึกษาศึกษาสามารถสรุปได้ว่าเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีอัตลักษณ์ชุมชน 3 ด้าน คือ

- 1) ด้านการเกษตร
- 2) ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญา
- 3) ด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น

โดยในอัตลักษณ์ชุมชนในแต่ละด้าน สรุปรายละเอียดได้ ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 สรุปอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการวิเคราะห์ข้อมูลของ เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร และปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน

ประเภทอัตลักษณ์	อัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่
ด้านการเกษตร	อัตลักษณ์ด้านการเกษตร ได้แก่ ลักษณะพื้นที่เกษตรกรรม การประกอบอาชีพ การเกษตร ผลผลิตทางการเกษตร ที่สำคัญ ได้แก่ กล้าย สมุนไพร อะโวคาโด แมคคาเดเมีย มะม่วง กุหลาบ ดอกดาวเรือง ดอกหญ้า ผักปลอดภัย เกษตร ผสมผสาน/เกษตรประณีต ข้าว ข้าวโพด ดอกอัญชัน ขมิ้น ตะไคร้ รากไม้ หอมแดง กระเทียม ส้ม หูเหียน กล้วยหอม เสาวรส กาแฟ
ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญา	อัตลักษณ์ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ ภูมิปัญญาในการเพาะปลูก การแปรรูปพืชผล การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร การทำน้ำพริกกุ้ง การทำ กล้วยฉาบ ยารักษาโรค ไม้กวาดดอกหญ้า กล้วยอบเตาถ่าน การแปรรูปสมุนไพร สมุนไพรอบแห้ง ชาสมุนไพร เครื่องสำอางจากสมุนไพร ไวน์มะม่วง สบู่อะโวคาโด สารสกัดน้ำมันอะโวคาโด ไอศกรีมอะโวคาโด กุหลาบอบแห้ง ผ้าทอพื้นเมือง ผ้าทอเกตุกึ่ง ผ้าทอกระเหรี่ยง ผ้าทอโยกัญชง
ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น	อัตลักษณ์ด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่ ความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ ความหลากหลายเชื้อชาติ วัฒนธรรมชาวกระเหรี่ยง ชาวม้ง

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นอัตลักษณ์ชุมชนในด้านการเกษตร ที่มีผลผลิตทางด้านการเกษตรที่เป็นพืชที่โดดเด่นในพื้นที่ ที่มีศักยภาพสามารถนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชน 8 ชนิด ได้แก่

1) กล้วย จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่ามีการปลูกกล้วยอยู่ในทุกอำเภอของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก และมีการนำมาแปรรูป โดยใช้ภูมิปัญญาที่มีในท้องถิ่น มาเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น กล้วยอบน้ำผึ้งจากเตาถ่าน กล้วยฉาบ กล้วยทอดกรอบ

2) สมุนไพร เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่สามารถหาสมุนไพรได้ง่าย รวมทั้งชุมชนมีภูมิปัญญาการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพ และสามารถแปรรูปสมุนไพรเพื่อให้อาหารเก็บไว้ได้นานยิ่งขึ้น เป็นสมุนไพรอบแห้ง และมีการแปรรูปสมุนไพรเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น ชาสมุนไพร เครื่องสำอางจากสมุนไพร สบู่ สารสกัดน้ำมัน

3) พืชผักปลอดภัย ในพื้นที่มีการปลูกพืชผักหลากหลายชนิด แต่ที่มีจุดเด่น ที่สามารถเป็นอัตลักษณ์ได้คือ ลักษณะของการทำการเกษตรที่คำนึงถึงสุขภาพเป็นการทำเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ ลดหรืองดการใช้สารเคมี นอกจากนี้ยังมีการทำการเกษตรแบบเกษตรประณีตและเกษตรผสมผสาน สามารถใช้พื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดปลูกพืชผักได้หลากหลายชนิด

4) มะเมี๊ยะ มีการผลิตเป็นไวน์มะเมี๊ยะ นำผลมาแปรรูปเพื่อจำหน่าย เนื่องจากพื้นที่เหมาะสมปลูกมะเมี๊ยะ

5) อะโวคาโด เป็นพืชสำคัญและมีแนวโน้มทางด้านการตลาดสูง สามารถปลูกได้ในอำเภอพบพระ ที่มีพื้นที่เหมาะสมกับการปลูกอะโวคาโด ได้อะโวคาโดที่มีคุณภาพที่ดี ด้วยความเป็นพื้นที่สูง มีความสูงจากระดับน้ำทะเลมากกว่า 780 เมตร ดินมีความอุดมสมบูรณ์มาก มีฝนตกชุก สภาพอากาศทั่วไปหนาวเย็นและมีความชุ่มชื้น เป็นไม้ผลที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้รักสุขภาพและความงาม

6) แมคคาเดเมีย อำเภอพบพระ มีสภาพดิน และมีภูมิอากาศเอื้ออำนวยต่อการทำการเกษตร โดยเฉพาะการปลูก ไม้ผลเมืองหนาว และมีการสนับสนุนให้มีการทำการเกษตรแบบผสมผสาน ปลูกไม้ผลไม้ ยืนต้น ปลูกพืชผัก โดยไม้ผลพืชเศรษฐกิจทางเลือกบนที่สูง เช่น แมคคาเดเมีย ที่ปลูกแล้วสามารถพัฒนาต่อยอดไปสู่ภาคอุตสาหกรรมได้ ซึ่งในอำเภอพบพระมีพื้นที่การปลูกแมคคาเดเมียในลักษณะแปลงใหญ่ สามารถนำมาแปรรูป และจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร ถือเป็นพืชทางเลือกแนวทางใหม่ของเกษตรกรที่สร้างรายได้ และลดพื้นที่การปลูกพืชไร่อีกด้วย

7) กุหลาบ อำเภอพบพระนับเป็นแหล่งปลูกกุหลาบที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เนื่องจากมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม สภาพดินที่มีความอุดมสมบูรณ์ ทำให้ มีการปลูกกุหลาบสายพันธุ์ต่าง ๆ มากมาย สามารถผลิตดอกกุหลาบส่งจำหน่ายจำนวนมาก โดยตลาดหลักยังคงเป็นปากคลองตลาด ที่จะกระจายส่งออกไปทั่วประเทศ ปัจจุบันมีการแปรรูปกุหลาบ เป็นกุหลาบอบแห้งในโหลแก้วให้สามารถเก็บไว้ได้นาน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และจำหน่ายเป็นสินค้าที่แสดงอัตลักษณ์ของพื้นที่อีกด้วย

8) กาแฟ สำหรับการปลูกในพื้นที่ จะเป็นการปลูกระหว่างไม้ผลยืนต้น เช่น อะโวคาโด แมคคาเดเมีย ซึ่งจะปลูกกาแฟพันธุ์อาราบิก้า ที่ได้พันธุ์มาจากศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรตาก (ดอยมูเซอ) ซึ่งเดิมคือสถานีกาแฟดอยมูเซอ ที่เริ่มต้นจากกล้าพันธุ์กาแฟพระราชทานและมีการพัฒนาสายพันธุ์กาแฟจนได้กาแฟที่เหมาะสมในการปลูกในพื้นที่ ได้กาแฟที่มีกลิ่นหอมและรสชาติดี

นอกจากนี้ ตารางที่ 4.2 ยังแสดงให้เห็นว่าในชุมชนมีอัตลักษณ์ด้านองค์ความรู้ ภูมิปัญญาเป็นอัตลักษณ์ที่เป็นตัวเสริม เพื่อนำมาใช้เพื่อนำมาแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับการเกษตรในพื้นที่ และยังมีอัตลักษณ์ชุมชนด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่เป็นอัตลักษณ์ที่น่าสนใจ คือ กลุ่มชาติพันธุ์ โดยเฉพาะกลุ่มกะเหรี่ยง ซึ่งมีอัตลักษณ์ชุมชนองค์ความรู้ ภูมิปัญญาในเรื่องของการทอผ้าเป็นทอผ้ากะเหรี่ยง ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของพื้นที่อีกด้วย

ผลการวิเคราะห์ ทำให้ได้สิ่งที่สามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ประกอบด้วยคำที่สามารถนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน โดยมีคำที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนด้านการเกษตร 8 คำ และคำที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชนด้านวัฒนธรรมประเพณี อีก 1 คำ รวมเป็น 9 คำ ประกอบได้ด้วย 1) กล้วย 2) สมุนไพร 3) พืชผักปลอดภัย 4) มะเมี๊ยะ 5) อะโวคาโด 6) แมคคาเดเมีย 7) กุหลาบ 8) กาแฟ และ 9) ผ้าทอ

จากคำที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ผู้วิจัยนำมาจัดกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ตามการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP) ของกรมการพัฒนาชุมชน ที่แบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ไว้ 5 กลุ่ม คือ 1) ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป 2) เครื่องดื่ม 3) ผ้า เครื่องแต่งกาย 4) ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก และ 5) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยคำแสดงที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนทั้ง 8 คำ สามารถจัดอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ 3 กลุ่ม ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ตามกลุ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP)

กลุ่มผลิตภัณฑ์ ตามการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP)	ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน
1. ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป	กล้วย พืชผักปลอดภัย อะโวคาโด แมคคาเดเมีย กาแฟ กุหลาบ
2. เครื่องดื่ม	มะเม่า (ไวน์มะเม่า)
3. ผ้า เครื่องแต่งกาย	ผ้าทอ
4. ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก	กุหลาบ (กุหลาบอบแห้งในโหลแก้ว)
5. สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	สมุนไพร (ชาสมุนไพร เครื่องสำอางจากสมุนไพร สบู่ สारสกัดน้ำมัน)

จากตาราง 4.3 แสดงให้เห็นว่าพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน อยู่ในทั้ง 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ตามการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ของโอท็อป และผู้วิจัยจะนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ร่วมกับผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้อัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ที่สามารถนำไปเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์และสอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนต่อไป

4.1.2 ตอนที่ 1.2 ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากนักท่องเที่ยว

จากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ นำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก โดยมีผลการศึกษา ดังนี้

1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลจากแบบสอบถามแสดงข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลพื้นฐาน

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	184	46.00
หญิง	216	54.00
สัญชาติ		
ไทย	201	50.25
พม่า	151	37.75
อเมริกา	30	7.50
อื่น ๆ	18	4.50

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>ภูมิลำเนา</u>		
จังหวัดตาก	39	9.75
จังหวัดในภาคเหนือ	87	21.75
จังหวัดในภาคอีสาน	33	8.25
จังหวัดในภาคกลาง	29	7.25
จังหวัดในภาคตะวันออก	40	10.00
จังหวัดในภาคใต้	8	2.00
อื่น ๆ	164	41.00
<u>อายุ</u>		
ต่ำกว่า 20 ปี	6	1.50
อายุ 20-30 ปี	140	35.00
อายุ 31-40 ปี	178	44.50
อายุ 41-50 ปี	41	10.25
อายุ 51-60 ปี	26	6.50
อายุ 60 ปีขึ้นไป	9	2.25
<u>รายได้ต่อเดือน</u>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	35	8.75
10,000 – 20,000 บาท	204	51.00
20,001 - 30,000 บาท	82	20.50
30,001 – 40,000 บาท	39	9.75
40,001 บาทขึ้นไป	40	10.00
<u>วัตถุประสงค์การเดินทาง</u>		
เพื่อท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว	210	52.50
เพื่อท่องเที่ยวและซื้อผลิตภัณฑ์	63	15.75
เพื่อทำงาน	70	17.50
เพื่ออื่น ๆ	57	14.25
<u>ระยะเวลาการพักอาศัยในพื้นที่โดยเฉลี่ย</u>		
1 – 3 วัน	191	47.75
4 – 6 วัน	135	33.75
7 – 9 วัน	27	6.75
10 วันขึ้นไป	47	11.75
<u>ลักษณะการเดินทาง</u>		
เดินทางมาคนเดียว	66	16.50
เดินทางมากับเพื่อน	149	37.25
เดินทางมากับคนรัก	38	9.50
เดินทางมากับครอบครัว	101	25.25
อื่น ๆ	46	11.50

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่าย		
น้อยกว่า 1,000 บาท	36	9.00
1,000 -5,000 บาท	171	42.75
5,001 – 10,000 บาท	154	38.50
10,001 – 20,000 บาท	19	4.75
20,001 – 30,000 บาท	17	4.25
30,001 บาทขึ้นไป	3	0.75
ช่องทางการได้รับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว		
ความสนใจส่วนตัว	292	28.43
การแนะนำของบุคคล	204	19.86
เอกสารการท่องเที่ยว/สื่อสิ่งพิมพ์	57	5.55
โฆษณา/ประชาสัมพันธ์	69	6.72
อินเทอร์เน็ต	198	19.28
หนังสือพิมพ์/โทรทัศน์	95	9.25
บริษัทจัดนำเที่ยว	21	2.05
หนังสือแนะนำเที่ยว/นิตยสารท่องเที่ยว	91	8.86
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คนเป็นเพศชายจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 และเพศหญิงจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 มีสัญชาติไทยอยู่มากที่สุด จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงไปคือ สัญชาติพม่า จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 สัญชาติอเมริกา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และสัญชาติอื่น ๆ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 มีภูมิลำเนาอยู่ในที่อื่น ๆ มากที่สุด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 คน รองลงมาคือจังหวัดในภาคเหนือ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 จังหวัดในภาคตะวันออก จำนวน 40 คนคิดเป็นร้อยละ 10.00 จังหวัดตาก จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 จังหวัดในภาคอีสาน จำนวน 33 คนคิดเป็นร้อยละ 8.25 จังหวัดในภาคกลาง จำนวน 29 คนเป็นร้อยละ 7.25 และต่ำที่สุดคือจังหวัดในภาคใต้ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงไปคือ ช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ช่วงอายุ 51-60 จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และช่วงอายุที่ต่ำสุด คือ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนมากที่สุด คือ 10,000 -20,000 บาท จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงไปคือ รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 รายได้ต่อเดือน 40,001 ขึ้นไป จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 และรายได้ต่อเดือนที่ต่ำสุดคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75

ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์การเดินทางมากที่สุด คือ เพื่อท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงไปคือ เพื่อทำงาน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 เพื่อท่องเที่ยวและซื้อผลิตภัณฑ์ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 และวัตถุประสงค์การเดินทางที่ต่ำสุด คือ เพื่ออื่น ๆ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาการพักอาศัยในพื้นที่โดยเฉลี่ยมากที่สุด คือ จำนวน 1 – 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 47.75 รองลงไปคือ 4 – 6 วัน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 10 วันขึ้นไป จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 และระยะเวลาการพักอาศัยในพื้นที่โดยเฉลี่ยที่ต่ำสุด คือ 7 – 9 จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75

ลักษณะการเดินทางผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงไปคือ เดินทางมากับครอบครัว จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 เดินทางมาคนเดียว จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 อื่น ๆ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และลักษณะการเดินทางที่ต่ำสุดคือ เดินทางมากับคนรัก จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าใช้จ่ายที่มากที่สุด คือ 1,000 -5,000 บาท จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 รองลงไปคือ 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 น้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 และค่าใช้จ่ายที่ต่ำสุดคือ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากความสนใจส่วนตัว จำนวน 292 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 28.43 รองลงมาคือการแนะนำของบุคคล จำนวน 204 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 19.86 อินเทอร์เน็ตจำนวน 198 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 19.28 หนังสือพิมพ์/โทรทัศน์ จำนวน 95 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 9.25 หนังสือแนะนำเที่ยว/นิตยสารท่องเที่ยว จำนวน 91 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 8.86 โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ จำนวน 69 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 6.72 เอกสารการท่องเที่ยว/สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 57 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 5.55 และต่ำที่สุดคือบริษัทจัดนำเที่ยว จำนวน 21 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 2.05

2) ข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชนตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

ผลจากการสอบถามแสดงข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชนตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ดังตารางที่ 4.5 – 4.11

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะอัตลักษณ์ชุมชน

ลักษณะอัตลักษณ์ชุมชน	จำนวนผู้ตอบ (คน)	ร้อยละ
มีสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว	349	87.25
มีโบราณสถาน โบราณวัตถุประวัติศาสตร์	187	46.75
มีการเกษตร แหล่งเกษตร พืชผลการเกษตร	143	35.75
มีองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	112	28.00
มีประเพณี/วัฒนธรรมท้องถิ่น	195	48.75
อื่น ๆ	8	2.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบทั้งหมดจำนวน 400 คน

ตารางที่ 4.5 พบว่า ชุมชนมีอัตลักษณ์ใดที่ทำให้มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในพื้นที่มากที่สุด คือ มีสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 349 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 87.25 รองลงมาคือ มีประเพณี/วัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 195 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 48.75 มีโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ จำนวน 187 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 46.75 มีการเกษตร แหล่งเกษตร พืชผลการเกษตร จำนวน 143 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 35.75 มืองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 112 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 28.00 และต่ำที่สุดคืออื่น ๆ จำนวน 8 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4.6 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านการท่องเที่ยว

อัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากด้านการท่องเที่ยว	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	โดดเด่นมาก (ร้อยละ)	โดดเด่นปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่นน้อย (ร้อยละ)			
1.ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจเฉพาะท้องถิ่น	207 (51.75)	188 (47.00)	5 (1.25)	2.51	0.53	มาก
2.ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย	183 (45.75)	210 (52.50)	7 (1.75)	2.44	0.53	มาก
3.ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวมากมาย	174 (43.50)	211 (52.75)	15 (3.75)	2.40	0.56	มาก
4.ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกในการเดินทาง	170 (42.50)	216 (54.00)	14 (3.50)	2.39	0.56	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านการท่องเที่ยว คือ ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เฉพาะท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 2.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53 รองลงมาคือ ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 2.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53 รองลงมาคือ ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวมากมาย มีค่าเฉลี่ย 2.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 2.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 2.43 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54

ตารางที่ 4.7 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์

อัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความ คิดเห็น
	โดดเด่น มาก (ร้อยละ)	โดดเด่น ปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่น น้อย (ร้อยละ)			
1.ชุมชนมีแหล่งโบราณสถานที่ น่าสนใจ	193 (48.25)	190 (47.50)	17 (4.25)	2.44	0.58	มาก
2.ชุมชนมีโบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์	160 (40.00)	207 (51.75)	33 (8.75)	2.32	0.62	มาก
3.ชุมชนมีแหล่งประวัติศาสตร์ที่ น่าศึกษา	160 (40.00)	223 (55.75)	17 (4.25)	2.36	0.56	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ คือ ชุมชนมีแหล่งโบราณสถานที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 รองลงมาคือ ชุมชนมีแหล่งประวัติศาสตร์ที่น่าศึกษา มีค่าเฉลี่ย 2.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ชุมชนมีโบราณวัตถุประวัติศาสตร์ มีค่าเฉลี่ย 2.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุประวัติศาสตร์อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 2.37 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59

ตารางที่ 4.8 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านการเกษตร

อัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้าน การเกษตร	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความ คิดเห็น
	โดดเด่น มาก (ร้อยละ)	โดดเด่น ปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่น น้อย (ร้อยละ)			
1.ชุมชนมีพืชผลการเกษตรโดดเด่น	137 (34.25)	188 (47.00)	75 (18.75)	2.16	0.71	ปาน กลาง
2.ชุมชนมีแหล่งเกษตรกรรมที่ น่าสนใจ	128 (32.00)	201 (50.25)	71 (17.75)	2.14	0.69	ปาน กลาง
3.ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวหรือ แหล่งเรียนรู้ทางการเกษตรที่ น่าศึกษา	120 (30.00)	214 (53.50)	66 (16.50)	2.14	0.69	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านการเกษตร คือ ชุมชนมีพืชผลการเกษตรโดดเด่น มีค่าเฉลี่ย 2.16 ค่าเบี่ยงเบน 0.71 รองลงมาคือ ชุมชนมีแหล่งเกษตรกรรมที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.14 ค่าเบี่ยงเบน

มาตรฐาน 0.69 และชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวหรือแหล่งเรียนรู้ทางการเกษตรที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านเกษตร อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.14 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69

ตารางที่ 4.9 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาที่น่าสนใจ

อัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาที่น่าสนใจ	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความ คิดเห็น
	โดดเด่น มาก (ร้อยละ)	โดดเด่น ปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่น น้อย (ร้อยละ)			
1.ชุมชนมีองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ	146 (36.50)	202 (50.50)	52 (13.00)	2.24	0.66	ปาน กลาง
2.ชุมชนมีแหล่งเรียนรู้/ภูมิปัญญาที่น่าสนใจ	118 (29.50)	234 (58.50)	48 (12.00)	2.18	0.62	ปาน กลาง
3.ชุมชนมีแหล่งเรียนรู้ที่น่าสนใจ	96 (24.00)	236 (59.00)	68 (17.00)	2.07	0.64	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ คือ ชุมชนมีองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.24 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 รองลงมาคือ ชุมชนมีแหล่งเรียนรู้/ภูมิปัญญาที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.18 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ชุมชนมีแหล่งเรียนรู้ที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.07 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาที่น่าสนใจ อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.16 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64

ตารางที่ 4.10 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น

อัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	โดดเด่นมาก (ร้อยละ)	โดดเด่นปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่นน้อย (ร้อยละ)			
1.ชุมชนมีแหล่งวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ	218 (54.50)	153 (38.25)	29 (7.25)	2.47	0.63	มาก
2.ชุมชนมีกิจกรรมประเพณีที่น่าสนใจ	166 (41.50)	211 (52.75)	23 (5.75)	2.36	0.59	มาก
3.ชุมชนมีกิจกรรมด้านศาสนาที่น่าสนใจ	159 (39.75)	215 (53.75)	26 (6.50)	2.33	0.59	ปานกลาง
4.ชุมชนมีวัฒนธรรมด้านอาหารที่น่าสนใจ	149 (37.25)	223 (55.75)	28 (7.00)	2.30	0.59	ปานกลาง
5.ชุมชนมีวิถีชีวิตและวิถีชุมชนที่น่าสัมผัส	105 (26.25)	249 (62.25)	46 (11.50)	2.15	0.60	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น คือ ชุมชนมีแหล่งวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 รองลงมาคือ ชุมชนมีกิจกรรมประเพณีที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 รองลงมาคือ ชุมชนมีกิจกรรมด้านศาสนาที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 รองลงมาคือ ชุมชนมีวัฒนธรรมด้านอาหารที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ชุมชนมีวิถีชีวิตและวิถีชุมชนที่น่าสัมผัส มีค่าเฉลี่ย 2.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.32 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61

สรุปผลอัตลักษณ์ชุมชนที่ได้จากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวมีความเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชนแบบกระจาย ส่วนใหญ่เห็นว่าอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่สำคัญ ตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

1. อัตลักษณ์ชุมชนด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่น่าสนใจ มีความเฉพาะพื้นที่ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งน้ำตก บ่อน้ำร้อน มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจตามเทศกาล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานภาครัฐจัดขึ้นและมีแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางได้สะดวกในการเดินทาง

2. อัตลักษณ์ชุมชนด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุประวัติศาสตร์ ชุมชนมีแหล่งโบราณสถานที่น่าสนใจ มีประวัติศาสตร์ร่วมกันระหว่างประเทศไทยและประเทศเมียนมา จนสามารถพัฒนาเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ที่น่าศึกษาได้

3. อัตลักษณ์ชุมชนด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนมีแหล่งวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ เช่น วัดโบราณ มีกิจกรรมประเพณีที่น่าสนใจของชนเผ่า เช่น ประเพณีบวชปอยสาละงอง วัฒนธรรมด้านอาหาร เช่น โรตีสอโฮ่ง ฮาละหว่า เสง่เผ่ ขนมจีนน้ำยวก เป็นต้น

4. อัตลักษณ์ชุมชนด้านองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น นักท่องเที่ยวมีความเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชนด้านองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นต่ำที่สุด เห็นว่าชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทำสมุนไพร การทำอาหาร การทำขนม มีแหล่งเรียนรู้ที่น่าสนใจ เป็นต้น

5. อัตลักษณ์ชุมชนด้านการเกษตร นักท่องเที่ยวเห็นว่าชุมชนมีพืชผลการเกษตรที่โดดเด่น เช่น ดอกไม้ ผลไม้ สมุนไพร พืชผลทางการเกษตรที่ส่งขายทั้งในและนอกพื้นที่จังหวัดตาก ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ลักษณะโดดเด่นของชุมชนค่อนข้างมาก โดยเฉพาะพื้นที่อำเภอพบพระ จังหวัดตากที่มีแหล่งเกษตรกรรมที่โดดเด่นและน่าสนใจ อีกทั้งยังมีพื้นที่เหมาะสมในการเพาะปลูก สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือแหล่งเรียนรู้ทางการเกษตรได้เป็นอย่างดี

3) ข้อมูลอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

ผลจากการสอบถามแสดงข้อมูลอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ดังตารางที่ 4.11 – 4.16

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากอัตลักษณ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากชุมชนที่มีอัตลักษณ์	จำนวนผู้ตอบ (คน)	ร้อยละ
อาหาร ได้แก่ ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป	227	25.88
เครื่องดื่ม	159	18.13
ผ้า เครื่องแต่งกาย	242	27.60
ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก	154	17.56
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เช่น ยา เครื่องสำอาง	95	10.83

ตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เห็นว่าชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากอัตลักษณ์ชุมชนมากที่สุด คือ ผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวน 242 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 27.60 รองลงมาคือ อาหาร ได้แก่ ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป จำนวน 227 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 25.88 เครื่องดื่ม จำนวน 159 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 18.13 มีของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก จำนวน 154 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 17.56 และต่ำที่สุดคืออื่น ๆ สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เช่น ยา เครื่องสำอาง จำนวน 95 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 10.83

ตารางที่ 4.12 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านอาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป

อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านอาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	โดดเด่นมาก (ร้อยละ)	โดดเด่นปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่นน้อย (ร้อยละ)			
1.กล้วย กล้วยอบ และผลิตภัณฑ์จากกล้วยอื่น ๆ	187 (46.75)	192 (48.00)	21 (5.25)	2.42	0.59	มาก
2.ผลไม้ อะโวคาโด แมคคาเดเมีย กาแฟมูเซอ	151 (37.75)	220 (55.00)	29 (7.25)	2.31	0.60	ปานกลาง
3.ดอกกุหลาบ ดอกกุหลาบอบแห้ง ผลิตภัณฑ์จากดอกกุหลาบ	154 (37.75)	227 (56.75)	19 (4.75)	2.34	0.58	มาก
4.ผักสด	181 (45.25)	200 (50.00)	19 (4.75)	2.41	0.58	มาก
5.ผักสมุนไพร พืชสมุนไพร	191 (47.75)	190 (47.50)	19 (4.75)	2.43	0.58	มาก
6.ถั่วทอด และผลิตภัณฑ์จากถั่วอื่น ๆ	195 (48.75)	171 (42.75)	34 (8.50)	2.40	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ด้านอาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป คือ ผักสมุนไพร พืชสมุนไพร มีค่าเฉลี่ย 2.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 รองลงมาคือ กล้วย กล้วยอบ และผลิตภัณฑ์จากกล้วยอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 รองลงมาคือ ผักสด มีค่าเฉลี่ย 2.41 ค่าเบี่ยงเบน 0.58 รองลงมาคือ ถั่วทอด และผลิตภัณฑ์จากถั่วอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 รองลงมาคือ ดอกกุหลาบ ดอกกุหลาบอบแห้ง ผลิตภัณฑ์จากดอกกุหลาบ มีค่าเฉลี่ย 2.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ผลไม้ อะโวคาโด แมคคาเดเมีย กาแฟมูเซอ มีค่าเฉลี่ย 2.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ด้านอาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 2.38 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59

เมื่อพิจารณารายชื่อผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเห็นว่าผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูปที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นมากที่สุด คือ ถั่วทอด และผลิตภัณฑ์จากถั่วอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 48.75 ของผู้ตอบแบบสอบถาม รองลงมาคือ ผักสมุนไพร พืชสมุนไพร และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 47.75 ของผู้ตอบแบบสอบถาม กล้วย กล้วยอบ และผลิตภัณฑ์จากกล้วยอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 46.75 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผักสด คิดเป็นร้อยละ 45.25 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดอกกุหลาบ ดอกกุหลาบอบแห้ง ผลิตภัณฑ์จากดอกกุหลาบอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 37.75 ของผู้ตอบแบบสอบถาม และผลไม้ อะโวคาโด แมคคาเดเมีย กาแฟมูเซอ คิดเป็นร้อยละ 37.75 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านเครื่องดื่ม

อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านเครื่องดื่ม	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความ คิดเห็น
	โดดเด่น มาก (ร้อยละ)	โดดเด่น ปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่น น้อย (ร้อยละ)			
1.สุราแช่ สุรากลั่น สาโท อุ ไวน์ เหล้าขาวชุมชน	191 (47.75)	170 (42.50)	39 (9.75)	2.38	0.66	มาก
2.น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร	124 (31.00)	173 (43.25)	103 (25.75)	2.05	0.75	ปาน กลาง
3.กาแฟแก้ว	109 (27.25)	179 (44.75)	112 (28.00)	1.99	0.74	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านเครื่องดื่ม คือ สุราแช่ สุรากลั่น สาโท อุ ไวน์ เหล้าขาวชุมชน มีค่าเฉลี่ย 2.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 รองลงมาคือ น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร มีค่าเฉลี่ย 2.05 ค่าเบี่ยงเบน 0.75 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ กาแฟแก้ว มีค่าเฉลี่ย 1.99 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านเครื่องดื่ม อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.14 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74

เมื่อพิจารณารายชนิดผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเห็นว่าผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องดื่มที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นมาก คือ สุราแช่ สุรากลั่น สาโท อุ ไวน์ เหล้าขาวชุมชน คิดเป็นร้อยละ 47.75 ของผู้ตอบแบบสอบถาม รองลงมาคือ น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 31.00 ของผู้ตอบแบบสอบถาม และกาแฟแก้ว คิดเป็นร้อยละ 27.25 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านผ้า เครื่องแต่งกาย

อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านผ้า เครื่องแต่งกาย	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความ คิดเห็น
	โดดเด่น มาก (ร้อยละ)	โดดเด่น ปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่น น้อย (ร้อยละ)			
1.ผ้าทอมือ ผ้าใยกล้วย และผลิตภัณฑ์จากผ้าอื่น ๆ	165 (41.25)	212 (53.00)	23 (5.75)	2.36	0.59	มาก
2.เครื่องแต่งกาย เช่น รองเท้า เข็มขัด กระเป๋าถือ	127 (31.75)	248 (62.00)	25 (6.25)	2.26	0.56	ปาน กลาง
3.เครื่องประดับ เช่น สร้อย แหวน ต่างหู เข็มกลัด กำไล ผลิตภัณฑ์จากอัญมณี	201 (50.25)	185 (46.25)	14 (3.50)	2.47	0.57	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านผ้า เครื่องแต่งกาย คือ เครื่องประดับ เช่น สร้อย แหวน ต่างหู เข็ม กัด กำไล ผลิตภัณฑ์จากอัญมณี มีค่าเฉลี่ย 2.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 รองลงมาคือ ผ้าทอมือ ผ้าใยถัก และผลิตภัณฑ์จากผ้าอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เครื่องแต่งกาย เช่น รองเท้า เข็มขัด กระเป๋าถือ มีค่าเฉลี่ย 2.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านผ้า เครื่องแต่งกาย อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 2.36 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58

เมื่อพิจารณาชนิดผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเห็นว่าผลิตภัณฑ์ด้านผ้า เครื่องแต่งกายที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นมาก คือ เครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 50.25 ของผู้ตอบแบบสอบถาม รองลงมาคือ ผ้าทอมือ ผ้าใยถัก และ ผลิตภัณฑ์จากผ้าอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 41.25 ของผู้ตอบแบบสอบถาม และเครื่องแต่งกาย เช่น รองเท้า เข็มขัด กระเป๋าถือ คิดเป็นร้อยละ 31.75 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก

อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	โดดเด่นมาก (ร้อยละ)	โดดเด่นปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่นน้อย (ร้อยละ)			
1.ไม้ ไม้แกะสลัก เพอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์จากไม้	232 (58.00)	149 (37.25)	19 (4.75)	2.53	0.59	มาก
2.เครื่องจักสาน ถักสาน ตะกร้า เสื่อ ไม้กวาด	195 (48.75)	179 (44.75)	26 (6.50)	2.42	0.61	มาก
3.ดอกไม้ประดิษฐ์/วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ กล้องประดิษฐ์	184 (46.00)	195 (48.75)	21 (5.25)	2.41	0.59	มาก
4.โลหะ เงิน ทองเหลือง ดีบุก สแตนเลส วัสดุที่ทำจากโลหะ	187 (46.75)	174 (43.50)	39 (9.75)	2.37	0.66	มาก
5.เซรามิค/เครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณฑ์จากเครื่องปั้น	177 (44.25)	180 (45.00)	43 (10.75)	2.34	0.66	มาก
6.เคหะสิ่งทอ ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุทำจากผ้า	171 (42.75)	195 (48.75)	34 (8.50)	2.34	0.63	มาก
7.ของใช้ที่ทำจากวัสดุอื่น ๆ	139 (34.75)	223 (55.75)	38 (9.50)	2.25	0.62	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก คือ ไม้ ไม้แกะสลัก เพอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์จากไม้ มีค่าเฉลี่ย 2.53 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 รองลงมาคือ เซรามิค/เครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณฑ์จากเครื่องปั้น มีค่าเฉลี่ย 1.67 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 รองลงมาคือ สิ่งทอ ของใช้

ชุดเครื่องนอน พรหม ผ้าทอ มีค่าเฉลี่ย 1.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 รองลงมาคือ โลหะ เงิน ทองเหลือง ดีบุก สแตนเลส วัสดุที่ทำจากโลหะ มีค่าเฉลี่ย 1.63 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 รองลงมาคือ ดอกไม้ประดิษฐ์/วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ กล้องประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ย 1.59 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 รองลงมาคือ เครื่องจักสาน ถักสาน ตะกร้า เสื่อ ไม้กวาด มีค่าเฉลี่ย 1.58 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ไม้ ไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์จากไม้ มีค่าเฉลี่ย 1.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ด้านของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก อยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 2.38 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63

เมื่อพิจารณาชนิดผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเห็นว่าผลิตภัณฑ์ด้านของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นมากคือ ไม้ ไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์จากไม้ คิดเป็นร้อยละ 58.00 ของผู้ตอบแบบสอบถาม รองลงมาคือ เครื่องจักสาน ถักสาน ตะกร้า เสื่อ ไม้กวาด คิดเป็นร้อยละ 48.75 ของผู้ตอบแบบสอบถาม โลหะ เงิน ทองเหลือง ดีบุก สแตนเลส วัสดุที่ทำจากโลหะ คิดเป็นร้อยละ 46.75 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดอกไม้ประดิษฐ์/วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ กล้องประดิษฐ์ คิดเป็นร้อยละ 46.00 ของผู้ตอบแบบสอบถาม เซรามิค/เครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณฑ์จากเครื่องปั้น คิดเป็นร้อยละ 44.25 ของผู้ตอบแบบสอบถาม เคหะสิ่งทอ ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุทำจากผ้า คิดเป็นร้อยละ 42.75 ของผู้ตอบแบบสอบถาม และของใช้ที่ทำจากวัสดุอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 34.75 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความ คิดเห็น
	โดดเด่น มาก (ร้อยละ)	โดดเด่น ปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่น น้อย (ร้อยละ)			
1.ยาจากสมุนไพร	124 (34.75)	193 (55.75)	83 (9.50)	2.10	0.71	ปาน กลาง
2.เครื่องสำอางสมุนไพร	110 (27.50)	186 (46.50)	104 (26.00)	2.02	0.73	ปาน กลาง
3.วัตถุดิบสมุนไพรที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจานสมุนไพร น้ำ หมัก	76 (19.00)	211 (52.75)	113 (28.25)	1.91	0.68	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร คือ ยาจากสมุนไพร มีค่าเฉลี่ย 2.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 รองลงมาคือ เครื่องสำอางสมุนไพร มีค่าเฉลี่ย 2.02 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ วัตถุดิบสมุนไพรที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจานสมุนไพร น้ำหมัก มีค่าเฉลี่ย 1.91 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนที่มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ ด้านสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.01 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71

เมื่อพิจารณารายชนิดผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเห็นว่าผลิตภัณฑ์ด้านสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นเฉพาะพื้นที่ พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นมากคือ ยาจากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 34.75 ของผู้ตอบแบบสอบถาม รองลงมาคือ เครื่องสำอางสมุนไพรคิดเป็นร้อยละ 27.50 ของผู้ตอบแบบสอบถาม และวัตถุดิบสมุนไพรที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจานสมุนไพร น้ำหมัก คิดเป็นร้อยละ 19.00 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลำดับ

สรุปผลอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้จากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติพบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ตามความรับรู้จากนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่สำคัญตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

1. อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป โดยพื้นที่ 5 อำเภอชายแดน จังหวัดตาก โดยเฉพาะพื้นที่อำเภอพบพระและอำเภอแม่ระมาดมีผลผลิตทางการเกษตรจำนวนมาก จากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเห็นว่าผลผลิตที่มีความโดดเด่น คือ ถั่ว ผักสมุนไพรและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร กล้วย และผักสดและมีผลผลิตที่น่าสนใจอื่น ๆ อีก เช่น ดอกกุหลาบ อะโวคาโด กาแฟแมคคาเดเมีย เป็นต้น โดยมีการส่งสินค้าจำหน่ายทั้งในเป็นวัตถุดิบของสดและสินค้าที่เกิดจากการแปรรูปผลผลิตดังกล่าว ทำให้นักท่องเที่ยวมักซื้อไปเป็นของฝากให้กับคนรู้จัก หรือผลผลิตทางการเกษตรบางประเภทยังสร้างอาชีพให้คนนอกพื้นที่เข้ามาทำงานในพื้นที่อีกด้วย

2. ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จักในพื้นที่ เช่น ไม้ ไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์จากไม้ ไม้กวาด ดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น ของใช้สิ่งทอ ชุดเครื่องนอน พรม ผ้าทอ ของใช้ที่ทำจากวัสดุอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งมีแหล่งจำหน่ายสินค้าที่สำคัญ ได้แก่ ตลาดริมเมย และร้านค้าโดยทั่วไป

3. ผ้า เครื่องแต่งกาย นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ด้านผ้าและเครื่องแต่งกาย เป็นลำดับแรก เนื่องจากนักท่องเที่ยวเห็นว่าอำเภอแม่สอด ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก เป็นแหล่งซื้อขายอัญมณีที่มีชื่อเสียงของประเทศ สามารถซื้ออัญมณีนำมาทำเป็นเครื่องประดับ และนอกจากนี้ในพื้นที่ในทั้ง 3 อำเภอ มีอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าที่หลากหลาย ทั้งกลุ่มชาติพันธุ์ไทยเหนือ ชาวม้ง ชาวกะเหรี่ยง เป็นต้น ทำให้มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยเฉพาะวัฒนธรรมการแต่งกาย เช่น การทอผ้าชนเผ่าไว้ใช้เอง ทั้งเสื้อ ชิน ผ้าพันคอ กระเป๋ายามที่มีลวดลายและลักษณะเป็นของตนเอง ทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชนที่แตกต่างกันด้วย

4. เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร เครื่องดื่มกาแฟที่เกิดจากกาแฟในพื้นที่ ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก เนื่องจากมีลักษณะเฉพาะของพื้นที่หลายประเภท เช่น กาแฟดอยมูเซอ น้ำขิง น้ำผัก น้ำผลไม้ เป็นต้น และยังมีผลิตภัณฑ์ที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนผสมในพื้นที่และมักเป็นผลิตภัณฑ์ที่ชาวบ้านทำไว้บริโภคเอง เช่น ไวน์ผลไม้ สุรากลั่น สุราแช่ สาโท เหล้าขาวชุมชน เป็นต้น

5. สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร นักท่องเที่ยวมีความเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารต่ำที่สุด โดยเห็นว่าสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เช่น ยาจากสมุนไพร เครื่องสำอาง และวัสดุใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจาน ยาสระผม น้ำหมัก เป็นต้น มีนักท่องเที่ยว

รู้จักน้อยที่สุดซึ่งมักเป็นผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นที่คนในชุมชนทำขึ้นและใช้เอง ส่วนใหญ่ไม่ได้มีการจำหน่ายสู่ภายนอก

จากข้อมูลจากนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าชนิดผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ได้แก่ 1) เครื่องประดับ 2) สมุนไพร พืชสมุนไพร 3) ถ้วยและผลิตภัณฑ์จากถ้วยผลไม้ 4) ผักสด 5) ถั่วทอด และผลิตภัณฑ์จากถั่วอื่น ๆ 6) ผ้าทอมือ และผลิตภัณฑ์จากผ้า และ 7) ยาจากสมุนไพร

จากข้อมูลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากทั้งหมด จาก 3 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้นำชุมชน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ปราชญ์ชาวบ้านที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสรุปอัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ที่สามารถดำเนินการผลิต หรือสร้างผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนนั้น ๆ เกิดเป็นอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากการวิเคราะห์ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร ปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน และนักท่องเที่ยว แสดงให้เห็นอัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ประกอบด้วยอัตลักษณ์ 3 ด้าน ได้แก่

- 1) อัตลักษณ์ชุมชนด้านการเกษตร
- 2) อัตลักษณ์ชุมชนด้านองค์ความรู้/ ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 3) อัตลักษณ์ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น

สำหรับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ประกอบด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์ 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่

- 1) ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป
- 2) ผ้า เครื่องแต่งกาย
- 3) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

4.1.3 ตอนที่ 1.3 ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษที่นำมาศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน มาจากการคัดเลือกจากเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน หรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเจ้าหน้าที่เห็นว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นมีผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก และมีศักยภาพในการพัฒนา โดยกลุ่มวิสาหกิจดังกล่าว มาจาก 3 อำเภอของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ได้แก่

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจากอำเภอแม่สอด ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ 2) วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร 3) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรประณีต 4) วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรหมัก 2558 5) วิสาหกิจชุมชนแม่ละออ และ 6) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าปากกะญอบ้านปู่แป๊ะ ตำบลพะวง

2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจากอำเภอแม่ระมาด ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรพื้นบ้าน (แปรรูปกล้วยอบน้ำผึ้งคั่ว/กล้วยอบน้ำผึ้งอินทวงศ์) 2) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปูลูกกรั๊ก 3) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอพื้นเมือง (ผ้ากะเหรี่ยง) บ้านชะเนงจ้อ 4) วิสาหกิจชุมชนตำบลชะเนงจ้อ และ 5) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนดอนแก้ว

3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจากอำเภอบพพระ ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกอะโวคาโดอำเภอบพพระ 2) วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานบ้านเสรีราษฎร์ 3) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีบ้านเสรีราษฎร์ 4) วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเปือ 5) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำพริกกุ่มบ้านวาเลย์เหนือรวมใจ และ 6) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าจากไยกล้วยง

จากการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 17 แห่ง โดยการศึกษาการสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน โดยศึกษา ประวัติความเป็นมาของการผลิตสินค้าและการให้บริการ ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์และการบริการที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน แสดงผลดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 การสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

พื้นที่/ชื่อ ของวิสาหกิจชุมชน	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	การสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ของผลิตภัณฑ์
อำเภอแม่สอด		
วิสาหกิจชุมชนข้าว ใส่ใจ	กลุ่มเป็นศูนย์ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว ส่งเสริมการปลูกและขายข้าวอินทรีย์ ได้แก่ ข้าวกล้องหอมมะลิอินทรีย์ ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่อินทรีย์ ข้าวสามกษัตริย์ 123 อินทรีย์ และข้าวปลอดภัย (GAP)	ด้านการเกษตร
วิสาหกิจชุมชนพอดิ สมุนไพร	กลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ได้แก่ ผลิตสครับขัดผิว ผลิตโลชั่นบำรุงผิว ผลิตเจลอาบน้ำสมุนไพร ผลิตผงสมุนไพรขัดหน้า ผลิตน้ำสมุนไพรต่าง ๆ ปลูกและผลิตสมุนไพรอื่น ๆ	ด้านการเกษตร ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญา ท้องถิ่น
วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม เกษตรประณีต	กลุ่มเน้นการดูแลสุขภาพจากการปลูกผักปลอดสารพิษหลากหลายประเภท เช่น ผักกาด พริก ผักบุ้ง พืชผักสวนครัวทุกชนิด	ด้านการเกษตร
วิสาหกิจชุมชน สมุนไพรแม่ทองคำ 2558	กลุ่มผลิตแชมพูสมุนไพรดอกอัญชัน ครีมนวดผม สบู่สมุนไพร ลูกประคบสมุนไพร ไม้จิ้มฟันสมุนไพร น้ำสมุนไพร คลอโรฟิลล์ และสมุนไพรในแคปซูล ขมิ้นชัน เพชรสังฆาตารางจืด เป็นต้น	ด้านการเกษตร ด้านการเกษตร ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญา ท้องถิ่น
วิสาหกิจชุมชนแม่ ละออ	เน้นการแปรรูปกล้วย เป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายชนิด นอกจากนี้ยังมีการแปรรูปผลผลิตการเกษตรอื่น ๆ เช่น มัน เผือก	ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญา ท้องถิ่น
วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม ทอผ้าปกากะญอ บ้านปู่แป๊ะ ตำบลพะ วอ	ผลิตภัณฑ์เป็นอัตลักษณ์ของวิถีความเป็นอยู่ของชนเผ่ากะเหรี่ยงให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลภายนอกและนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผ้าทอมือ เสื้อผ้ากะเหรี่ยง เป็นต้น	ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญา ท้องถิ่น ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

พื้นที่/ชื่อ ของวิสาหกิจชุมชน	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	การสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ของผลิตภัณฑ์
อำเภอแม่ระมาด (ต่อ)		
วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูป สมุนไพรพื้นบ้าน (แปรรูปกล้วยอบ น้ำผึ้งคั่วหาล้า/ กล้วยอบน้ำผึ้งอิน ทวงศ์)	ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ เกิดจากภูมิปัญญาของชาวอำเภอแม่ระมาด เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีวิธีการในการผลิตเป็น เอกลักษณ์เฉพาะ รู้จักกันในชื่อกล้วยอบ น้ำผึ้งที่เกิดจากความสัมพันธ์กับชุมชน เป็น ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาคนในชุมชน ถ่ายทอดรุ่น สู่รุ่น ให้กับญาติพี่น้องและคนในชุมชน และ เผยแพร่ทั่วไปในชุมชน	ด้านการเกษตร ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญา ท้องถิ่น
วิสาหกิจชุมชนแปรรูป สมุนไพรปลูกกรัก	ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เช่น น้ำมันหอมระเหย สูตรผสมสมุนไพร 22 ชนิด	ด้านการเกษตร ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญา ท้องถิ่น
วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม ผ้าทอพื้นเมือง (ผ้า กะเหรี่ยง) บ้าน ชะเนนจ้อ	ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ลุงยาม เสื่อ กะเหรี่ยง ผ้าถุง	ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญา ท้องถิ่น ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น
วิสาหกิจชุมชน ตำบลชะเนนจ้อ	ผลิตภัณฑ์ไวน์มะเเฒ่า พืชผักปลอดสารเคมี ข้าวซ้อมมือ กล้วยอบน้ำผึ้ง หมูเส้นอบแห้ง น้ำดื่ม ผ้าทอ ไม้กวาดดอกหญ้า ผลิตภัณฑ์ จากรากไม้	ด้านการเกษตร ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญา ท้องถิ่น
วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม แปรรูปผลิตภัณฑ์ ชุมชนดอนแก้ว	ผลิตกล้วยกวนซ็อกโกแลต หน่อไม้ ถั่วกวน ผลิตผ้าไหมยาสั่งเคราะห์ หมอน ที่นอนกันไร ฝุ่น กล้วยอบน้ำผึ้ง มะขามอบแห้ง	ด้านการเกษตร ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญา ท้องถิ่น
อำเภอพบพระ		
วิสาหกิจชุมชนผู้ ปลูกอะโวคาโด อำเภอพบพระ	ปลูกและแปรรูปอะโวคาโด	ด้านการเกษตร
วิสาหกิจชุมชน เกษตรผสมผสาน บ้านเสรีราษฎร์	ปลูกกาแฟ แมคคาเดเมีย พืชผลเกษตรแบบ ผสมผสาน	ด้านการเกษตร
วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม สตรีบ้านเสรีราษฎร์	แปรรูปทุเรียนแห้งโนโหลแก้ว	ด้านการเกษตร
วิสาหกิจชุมชนผ้า ทอกะเหรี่ยงบ้านที่ กะเป๋อ	ทอผ้าลวดลายภูมิปัญญากะเหรี่ยง ผลิตเสื่อ ทอ ผ้าชิ้น ผ้าพันคอ กระเป๋ายาม	ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญา ท้องถิ่น ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

พื้นที่/ชื่อ ของวิสาหกิจชุมชน	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	การสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ของผลิตภัณฑ์
อำเภอพบพระ		
วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม น้ำพริกกุ้งบ้าน วาลัยเหนือรวมใจ	ผลผลิตทำน้ำพริกกุ้ง	ด้านการเกษตร ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญา ท้องถิ่น
วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม ทอดผ้าจากใยกล้วย	ปลูก และทอดผ้าจากใยกล้วย แปรรูปผ้าจาก ใยกล้วย ผลิตทอดผ้าจากใยกล้วยเพื่อ จำหน่าย	ด้านการเกษตร ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญา ท้องถิ่น ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นการสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพจากการคัดเลือกจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมีความสอดคล้องของอัตลักษณ์ชุมชนกับผลิตภัณฑ์ และสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ใด ซึ่งวิสาหกิจชุมชนจะมีการสะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชน ใน 3 ด้าน คือ 1) ด้านการเกษตร 2) ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 3) ด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งวิสาหกิจชุมชนแต่ละแห่ง จะมีการสะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชนอย่างน้อย 1 ด้าน โดยจากผลการวิเคราะห์ พบว่า

วิสาหกิจชุมชนที่สามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชนทั้ง 1 ด้าน มี 5 แห่ง ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนข้าวไร่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรประณีต วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกอะโวคาโด อำเภอพบพระ วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานบ้านเสรีราษฎร์ และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีบ้านเสรีราษฎร์

วิสาหกิจชุมชนที่สามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชนทั้ง 2 ด้าน มี 11 แห่ง ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอดผ้าปกากะญอบ้านปูแป๊ะ ตำบลพะวอ วิสาหกิจชุมชนพุดสีมุนไพร วิสาหกิจชุมชนแม่ละออ วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรแม่ทองคำ 2558 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรพื้นบ้าน(แปรรูปกล้วยอบน้ำผึ้งคั่ว/กล้วยอบน้ำผึ้งอินทวงศ์) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกกรัก วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอพื้นเมือง (ผ้ากะเหรี่ยง) บ้านชะเนงจือ วิสาหกิจชุมชนตำบลชะเนงจือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนดอนแก้ว วิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำพริกกุ้งบ้านวาลัยเหนือรวมใจ และวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

วิสาหกิจชุมชนที่สามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชนทั้ง 3 ด้าน มี 1 แห่ง คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอดผ้าจากใยกล้วย ซึ่งเป็นวิสาหกิจอยู่นอกพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษแต่เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนได้เด่นชัด

ผลจากการศึกษาการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP มีการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ไว้ 5 กลุ่ม ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป 2) เครื่องดื่ม 3) ผ้า เครื่องแต่งกาย 4) ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก และ 5) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จึงนำเกณฑ์การจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ของ OTOP มาใช้ในการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์โดยการวิเคราะห์ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับอัตลักษณ์ชุมชน และได้กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชนได้แสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับอัตลักษณ์ชุมชน และกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชน

พื้นที่/ ชื่อวิสาหกิจ ชุมชน	ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์กับอัตลักษณ์ชุมชน	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์/ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์	ประเภทกลุ่ม ผลิตภัณฑ์
อำเภอแม่สอด			
วิสาหกิจชุมชน ข้าวใส่ใจ	ข้าวใส่ใจก่อตั้งขึ้นตามแนวคิดการรวมกลุ่มของเกษตรกรในพื้นที่เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน ภายใต้วิสัยทัศน์ “สร้างวิถีเกษตรอินทรีย์ สร้างวิถีชีวิตที่ยั่งยืน” วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจเกิดจากการรวมกลุ่มของแม่บ้านเกษตรกรเพื่อแปรรูปข้าวคุณภาพจากศูนย์ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชนบ้านแม่ปะเหนือ และขายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่การผลิตลดการเอาเปรียบของพ่อค้าคนกลาง และสร้างรายได้เสริมแก่เกษตรกร โดยข้าวใส่ใจจะรับซื้อข้าวเปลือกของสมาชิกในราคาที่สูงกว่าท้องตลาดและส่งเสริมให้สมาชิกรักษาคุณภาพให้ผ่านมาตรฐานเกษตรปลอดภัย (GAP) อีกทั้งยังมีเป้าหมายสูงสุดที่ผลิตข้าวอินทรีย์ด้วยเกษตรประณีตเพื่อความยั่งยืนในวงจรอาหาร	ข้าวใส่ใจ เป็นข้าวที่ผลิตและจัดจำหน่ายโดยชาวนา ปลูกด้วยวิถีเกษตรอินทรีย์ (Organic) เป็นข้าวคุณภาพที่ผ่านการคัดสรรจากแปลงนา เป็นข้าวที่ผ่านมาตรฐานการเกษตรปลอดภัย GAP หมดห่วงเรื่องสารเคมีตกค้าง การซื้อข้าวใส่ใจคือการให้กำลังใจและสนับสนุนให้ชาวนาไทยมีวิถีชีวิตที่ยั่งยืน โดยมีข้าว 2 รูปแบบให้เลือก คือข้าวอินทรีย์และข้าวปลอดภัย (GAP) โดย ข้าวอินทรีย์เป็นข้าวที่ปลูกด้วยวิถีเกษตรอินทรีย์โดยไม่ใช้สารเคมีใดจึงปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม ส่วนข้าว GAP เป็นข้าวปลอดภัยคือข้าวที่มีการใช้สารเคมีในปริมาณที่ถูกควบคุมโดยมาตรฐานเกษตรปลอดภัย (GAP) มีการตรวจสอบคุณภาพและสารตกค้างของผลผลิตก่อนบรรจุลงถุง วิสาหกิจชุมชนมีข้าวทั้งหมด 4 ประเภท คือ ข้าวหอมมะลิขัดขาว ข้าวกล้องหอมมะลิ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวสามกษัตริย์	ผลผลิตทาง การเกษตร และอาหาร แปรรูป
วิสาหกิจชุมชน พอดิสมุนไพร	พอดิสมุนไพรเกิดจากแนวคิด “อยู่อย่างพอดิ บนวิถีแห่งพอเพียง” เป็นแนวคิดคนรุ่นใหม่ที่หันมาสนใจคุณค่าของบ้านเกิด อยากสร้างคุณค่าให้กับผืนแผ่นดินที่สืบทอดกันมา อยากจะเปลี่ยนไร่ข้าวโพดให้กลายเป็นสวนผสมที่มีระบบนิเวศที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งหลักๆคือพืชสมุนไพร ประกอบกับความรักธรรมชาติและชอบพืชสมุนไพรมาตั้งแต่เด็ก จึงนำเอาวัตถุดิบที่มีมาแปรรูปให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้คนรุ่นเก่าเห็นคุณค่าถึงการทำเกษตรแบบผสมผสานที่สามารถสร้างคุณค่าได้มากกว่าการทำเกษตรเชิงเดี่ยว และเป็นแบบอย่างที่ดีให้คนรุ่นหลัง	มีการใช้น้ำแร่ธรรมชาติ จากแหล่งน้ำพุร้อนแม่กาษา เป็นแหล่งน้ำแร่ในพื้นที่ เป็นแหล่งน้ำพุร้อนที่มีแร่ธาตุสำคัญต่อการบำรุงผิวหน้า และรักษาสมดุลน้ำในผิวให้ชุ่มชื้นได้ตลอดวัน และมีการนำสมุนไพร มาสกัด หยอกกล้วย ตำลึง และรางจืด ซึ่งเป็นสมุนไพรพื้นบ้าน ที่ปลูกแบบอินทรีย์มาเพิ่มมูลค่า โดยการดึงคุณสมบัติเด่น ๆ ของสมุนไพรแต่ละตัวออกมาและผสมผสานกันได้ลงตัวที่จะช่วยฟื้นฟูผิวหลังจากเจอแดดและมลภาวะ ช่วยลดการอักเสบ และช่วยปกป้องผิว	สมุนไพรที่ ไม่ใช่อาหาร

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

พื้นที่/ ชื่อวิสาหกิจ ชุมชน	ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์กับอัตลักษณ์ชุมชน	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์/ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์	ประเภทกลุ่ม ผลิตภัณฑ์
อำเภอแม่สอด (ต่อ)			
วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตร ประณีต	ประชาชนในตำบลแม่ตาว ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร และเนื่องจากในเขตพื้นที่ตำบลแม่ตาวได้รับผลกระทบจากการปนเปื้อนของสารแคดเมียม จึงทำให้ชาวบ้านในพื้นที่และชาวบ้านในพื้นที่ใกล้เคียงเกิดความวิตกกังวลในผลผลิตทางการเกษตร และทำให้ผลผลิตทางการเกษตรของตำบลแม่ตาวไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ทำให้เกิดผลกระทบต่อการขายสินค้าทางการเกษตรเป็นอย่างมาก ดังนั้น เมื่อเกิดผลกระทบดังกล่าวขึ้น จึงทำให้ชาวบ้านบางกลุ่มในพื้นที่ร่วมกันก่อตั้งกลุ่มเกษตรประณีตขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพของชาวบ้านในพื้นที่ให้ชาวบ้านมีรายได้เสริมเพื่อมาจุนเจือครอบครัว และยังเป็นการสนับสนุนให้ชาวบ้านรู้จักการทำการเกษตรที่ปลอดภัยต่อตนเองและผู้บริโภค จึงมีการปลูกพืชผักสวนครัวโดยไม่พึ่งสารเคมี หรือยาฆ่าแมลง เป็นการทำการเกษตรเพื่อการบริโภคในครัวเรือน เมื่อผลผลิตมีมากจึงทำการจัดจำหน่ายต่อไป	1.กลุ่มเกษตรประณีตจะเน้นการปลูกผักตามฤดูกาล 2.กลุ่มเกษตรประณีตใช้น้ำหมักแทนสารเคมีในการปลูกผักเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดี ที่ปลอดภัยและมีคุณภาพต่อตัวผู้บริโภค 3.กลุ่มเกษตรประณีตใช้วิธีการปลูกดอกดาวเรืองในแปลงผัก เพื่อเป็นการไล่แมลงแทนการใช้สารเคมี หรือยาฆ่าแมลง 4.กลุ่มเกษตรประณีตมีจุดเด่นของกลุ่มอยู่ตรงที่การปลูกผักกะหล่ำ เป็นการปลูกในถุงดำ ดอกกะหล่ำที่ปลูกในถุงดำเพียงหัวเดียวนั้นมีขนาดใหญ่ และสวยงามทำให้ ชาวบ้านในพื้นที่นิยมซื้อเพื่อเป็นของฝาก 5.การปลูกผักของกลุ่มเกษตรประณีต เน้นการปลูกเพื่อใช้บริโภค เพื่อการดำรงชีวิตของชาวบ้านในกลุ่ม และเมื่อผลผลิตมีมากเกินไปจึงจัดจำหน่าย	ผลผลิตทาง การเกษตร และอาหาร แปรรูป
วิสาหกิจชุมชน สมุนไพรแม่ ทองคำ 2558	เป็นการผลิตนำสมุนไพรที่มีอยู่ในพื้นที่มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทั้งยารักษาโรค และเครื่องสำอาง เช่น ครีมรักษาหัวรอยและรอยสิ่วจากผลอะโวคาโด เจลอาบน้ำสมุนไพร ผงสมุนไพรขัดหน้า เป็นต้น วิสาหกิจชุมชน เกิดจากแนวคิด การนำสมุนไพรต่าง ๆ ที่อยู่ในพื้นที่มาใช้สอยและให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเพื่อเป็นการส่งเสริมให้มีรายได้ไว้ใช้ในครัวเรือน ส่วนผสมหลัก ในการผลิตผลิตภัณฑ์นั้นได้มาจากสมุนไพรในพื้นที่ และมีการปลูกไว้เพื่อใช้ในการผลิตเองด้วย เพราะส่วนผสมส่วนใหญ่มาจากธรรมชาติและสมุนไพรในพื้นที่	1.นำสารสกัดจากสมุนไพรพื้นบ้านที่มีอยู่ในพื้นที่มาทำเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรแต่ละชนิดที่นำมาผลิตมีคุณสมบัติเพื่อการรักษาและบรรเทาอาการแบบวิถีธรรมชาติ 2.สมุนไพรต่าง ๆ ที่นำมาผลิตนั้น เป็นการนำสมุนไพรในพื้นที่มาสกัดออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ และนำออกมาจัดจำหน่าย เพื่อลดต้นทุนการผลิต 3.สมุนไพรที่นำมาผลิต นอกจากผลิตเพื่อการรักษาโรคแล้ว ยังทำการผลิตเพื่อเสริมความงาม ผลิตออกมาเป็นเครื่องสำอาง 4.เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงและดูแลผิวแบบธรรมชาติไม่มีสารปนเปื้อนของสารเคมีร้ายแรง ไม่ทำให้เกิดอาการแพ้	สมุนไพรที่ ไม่ใช่อาหาร

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

พื้นที่/ ชื่อวิสาหกิจชุมชน	ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์กับอัตลักษณ์ชุมชน	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์/ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์	ประเภทกลุ่ม ผลิตภัณฑ์
อำเภอแม่สวด (ต่อ)			
วิสาหกิจชุมชน แม่ละออ	ตำบลแม่กาษา อำเภอแม่สวด จังหวัดตาก ชาวบ้านในพื้นที่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตร จึงทำให้มีผลผลิตทางการเกษตรมากเกินความต้องการของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นพืชผักสวนครัวและกล้วย แต่กล้วยจะเน่าเสียเร็วกว่าพวกพืชผักสวนครัว จึงทำให้ชาวบ้านในพื้นที่คิดที่จะแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรให้มีมูลค่ามากขึ้น ทั้งยังเป็นการเก็บรักษาไว้ให้นานขึ้นกว่าเดิม ดังนั้นจึงมีการรวมกลุ่มกันของบรรดาแม่บ้านที่ต้องการมีอาชีพเสริม นอกเหนือจากการทำนา และการรับจ้างทั่วไป จึงได้มีการรวมตัวกันเพื่อก่อตั้งกลุ่มภายใต้ชื่อ “กลุ่มสตรีบ้าน แม่กัฒหลวง” เพื่อผลิตและแปรรูปกล้วย มีประธานกลุ่มคือ คุณแม่ละออ ดอยเงิน เป็นผู้ดูแลและควบคุมในการผลิตและจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำกล้วยอบน้ำผึ้งสูตรโบราณ เรียกว่า “กล้วยอบน้ำผึ้งแม่ละออ” ซึ่งมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันดีในบ้านแม่กัฒหลวงและพื้นที่ใกล้เคียง มาเป็นเวลากว่า 10 กว่าปี เป็นผู้ถ่ายทอดสูตรการทำกล้วยอบน้ำผึ้งให้กับกลุ่ม จนกลายมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับของกลุ่ม “กล้วยอบน้ำผึ้งแม่ละออ” มาจนถึงปัจจุบัน	กล้วยที่ใช้เป็นกล้วยที่ปลูกด้วยวิธีชาวบ้านโดยไม่ใช้สารเคมี ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมและต่อคนปลูกและคนบริโภค เป็นผลผลิตที่ปลูกโดยชาวบ้านในพื้นที่มีการปลูกดูแลอย่างดี ได้กล้วยคุณภาพที่ผ่านการคัดสรรจากสวน มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และผ่านกระบวนการแปรรูปโดยภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ กล้วยอบน้ำผึ้ง กล้วยกรอบแก้ว กล้วยฉาบหวาน กล้วยฉาบเค็ม กล้วยสุกทอด เผือกทอด มันทอด สำหรับกล้วยอบน้ำผึ้ง ใช้กล้วยน้ำว้าพันธุ์มะลิอ่อน ซึ่งเหมาะสมในการทำกล้วยอบน้ำผึ้ง เป็นผลผลิตที่ปลูกโดยชาวบ้านในพื้นที่มีการปลูก และดูแลอย่างดี ได้กล้วยคุณภาพที่ผ่านการคัดสรรจากสวน และผ่านกระบวนการแปรรูปโดยภูมิปัญญาท้องถิ่น กล้วยกรอบแก้วแม่ละออ ผลิตโดยนำกล้วยดิบไปทอดแล้วนำไปเคลือบเนย แล้วนำไปทอดใหม่และพักไว้จนเย็น กล้วยฉาบหวานแม่ละออ ผลิตโดยนำกล้วยดิบไปทอดแล้วนำไปฉาบกับน้ำตาลให้ทั่ว กล้วยฉาบเค็มแม่ละออ ผลิตโดยจะนำกล้วยดิบไปทอดแล้วนำไปคลุกกับผงบาปีคิวให้ทั่ว กล้วยสุกทอดแม่ละออ ผลิตโดยนำกล้วยสุกพอประมาณไปทอดให้เหลือง แล้วตักออกให้สะเด็ดน้ำมัน ร่อนน้ำมันแห้งจะได้ไม่เหนียวเกินไป เผือกทอดแม่ละออ ผลิตโดยนำเผือกไปหั่นเป็นแผ่น แล้วนำไปทอดให้สุก ร่อนให้สะเด็ดน้ำมัน มันฝรั่งทอดแม่ละออ ผลิตโดยจะนำมันฝรั่งใส่เป็นแผ่นบาง ๆ ทอดให้กรอบ แล้วตักออกให้สะเด็ดน้ำมัน ร่อนน้ำมันแห้ง	ผลผลิตทาง การเกษตรและ อาหารแปรรูป

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

พื้นที่/ ชื่อวิสาหกิจชุมชน	ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์กับอัตลักษณ์ชุมชน	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์/ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์	ประเภทกลุ่ม ผลิตภัณฑ์
อำเภอแม่สวด (ต่อ)			
วิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้า ปักกะญอบ้าน ปู่แป๊ะ ตำบลพะวอ	ชาวปักกะญอส่วนใหญ่ออกไปทำไร่ในช่วงเวลากลางวัน จะมีเพียงชาวปักกะญอบางคนที่เป็นแม่บ้านอยู่กับบ้าน ทำการทอผ้าที่มีลวดลายเป็นของตนเองด้วยมือ ส่วนหนึ่งเอาไว้เพื่อขายและส่วนหนึ่งก็เพื่อไว้ใช้สอยของสมาชิกในครอบครัว	ผ้าทอกะเหรี่ยงถือเป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่สืบทอดมาหลายชั่วอายุคน ทั้งลวดลายและสีของผ้ายังเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงถึงกลุ่มชาติพันธุ์ชนเผ่าปักกะญออีกด้วย	ผ้า เครื่องแต่ง กาย
อำเภอแม่ระมาด			
วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูป สมุนไพรพื้นบ้าน (แปรรูปกล้วยอบ น้ำผึ้งคั่ว/กล้วย อบน้ำผึ้งอิน ทวงศ์)	อัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนที่นำมาใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ คือการอบแบบเตาถ่าน ใช้กล้วยน้ำว้า พันธุ์มะลิอ่อง และมีการถนอมอาหารแบบดั้งเดิมแบบโบราณ เพื่อให้เก็บรักษาไว้รับประทานได้นาน 2-3 เดือน เดิมกล้วยอบน้ำผึ้งเกิดจากภูมิปัญญาของชาวอำเภอแม่ระมาด ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีวิธีการในการผลิตเป็นเอกลักษณ์เฉพาะรู้จักกันในชื่อ “กล้วยอบน้ำผึ้งอินทวงศ์” โดยมีนายแปลง อินทวงศ์ เป็นผู้ได้คิดค้นวิธีการผลิตกล้วยอบน้ำผึ้งประมาณปี พ.ศ.2514 มีการมีกล้วยเป็นจำนวนมากจึงได้มีการเก็บกล้วยไว้รับประทานได้นาน ๆ ได้ ทำกล้วยตากโดยตากแดดเก็บไว้รับประทาน แต่จะเก็บได้ไม่นาน กล้วยจะดำและขึ้นรา ต่อมาได้เปลี่ยนวิธีโดยทำตูบโดยใช้กระดาษแข็ง แต่เมื่อใช้แล้วพบปัญหาไฟแรงเปลี่ยนวิธีใช้ไม้อัดทำเป็นตูบแต่ก็ไม่ทนไฟใช้ได้ไม่นานนัก เปลี่ยนวิธีใช้เป็นใช้สังกะสี เป็นตูบ โครงตู้เป็นไม้ทำให้ผลิตกล้วยได้ดี กล้วยอบมีคุณภาพ และได้มีการสืบทอดภูมิปัญญาการผลิตกล้วยอบน้ำผึ้งแบบดั้งเดิมมาจนถึงปัจจุบัน มีการนำสมุนไพร มาอบแห้ง มาแปรรูป ให้มีความแปลกใหม่ แต่สรรพคุณยังคงเดิม อย่างเช่น ดอกอัญชัน และใบหม่อน ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาชาวบ้านไว้สืบไป	ความโดดเด่น ใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่เป็นอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์คือจะอบด้วยเตาถ่าน ทำกล้วยอบน้ำผึ้งโดยการอบด้วยธัญพืช “งาขาว งาดำ” ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าทางด้านโภชนาการและมีความแปลกใหม่ของตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคอยากลิ้มลองรสชาติของกล้วยอบน้ำผึ้งธัญพืช วิธีการอบเตาอบแบบเตาถ่านโบราณดั้งเดิมจะใช้เตาถ่านในการอบ จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีกลิ่นหอมแบบธรรมชาติ นุ่มนวลซึ่งมาจากกลิ่นของถ่าน และมีกล้วยแบบใหม่คือ ทำกล้วยอบโดนัท มีทั้งแบบงาและไม่มีงา ทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และมีความน่าสนใจมากขึ้น เรื่องของรูปแบบผลิตภัณฑ์ มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนารูปแบบไปเรื่อย ๆ แต่ที่เน้นคือในโลโก้ของผลิตภัณฑ์ จะต้องมียูนิคอร์นและกล้วย เพื่อสะท้อนให้เห็นว่า กล้วยอบมาจากกาการอบด้วยเตาถ่านแบบโบราณดั้งเดิม ตัวสมุนไพรจะมีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น คือ ดอกอัญชัน จะโดดเด่นในเรื่องของการอบแห้ง สีของดอกอัญชันจะสวยมากกว่าการนำไปตากแดด เพราะจะทำให้สีของดอกชัดได้ และสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานถึง 1 ปี โดยที่สีไม่ซีด	ผลผลิตทาง การเกษตร และอาหาร แปรรูป

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

พื้นที่/ ชื่อวิสาหกิจชุมชน	ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์กับอัตลักษณ์ชุมชน	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์/ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์	ประเภทกลุ่ม ผลิตภัณฑ์
อำเภอแม่ระมาด (ต่อ)			
วิสาหกิจชุมชน ตำบลชะเนือ	อัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนที่นำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ โดยจะมุ่งเน้นวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมอยู่แบบพอเพียง ปลูกพืชผักรับประทาน ทำให้ปลอดสารพิษ โดยการผลิตผลิตภัณฑ์ไวน์มะเมาะ น้ำผลไม้มะเมาะและองุ่น ในการผลิตทางกลุ่มผู้จัดทำจะใช้วัตถุดิบทุกอย่างที่ปลูกขึ้นเอง เพราะในพื้นที่ตำบลชะเนือ อำเภอแม่ระมาด มีดินที่ปลอดภัย และอุณหภูมิเหมาะแก่การปลูก ผลผลิตและมีสภาพอากาศที่เหมาะสมแก่การปลูก จึงทำให้สะท้อนให้เห็นตามหลักการใช้ชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง ในการผลิตมุ่งเน้นปลอดสารพิษ ตามเอกลักษณ์ของตำบลชะเนือ คือ นำมาจากภูเขาที่มู ซึ่งที่มูเป็นหมู่บ้านหมู่บ้านหนึ่ง เป็นภาษากะเหรี่ยง คำว่า ที่ หมายถึงน้ำ มูหมายถึง ภูเขา ซึ่งเป็นน้ำที่สะอาดและบริสุทธิ์ สมัยก่อนชาวบ้านนิยมนำมะเมาะมาทำเป็นสมุนไพร เช่น เวลาที่วัวหรือสัตว์อื่น ๆ เป็นแผลตามตัวจะใช้มะเมาะมาเป็นยาทำให้แผลสมานไวขึ้น รวมไปถึงการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น ช่วยแก้อาการตกขาว มีสรรพคุณทางยาช่วยขับเสมหะ ใบมะเมาะนำไปอังไฟแล้วนำมาประคบ ใช้รักษาอาการฟกช้ำดำเขียว ใบสดนำมาตำใช้พอกรักษาแผลฟิหนอง ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจได้เล็งเห็นคุณสมบัติ และสรรพคุณของมะเมาะ จึงนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์	ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ไวน์มะเมาะ เน้นใช้วัตถุดิบจากแหล่งธรรมชาติ มีการคัดสรรวัตถุดิบที่ปลอดสารพิษ และมีการหมักแตกต่างจากที่ใช้ความละเอียดในการหมักมากเป็นพิเศษ มีการเพาะเชื้อยีสต์ มีการทำความสะอาดยีสต์ทุกสัปดาห์ และยีสต์ที่ได้จะเป็นยีสต์ที่มีคุณภาพ มะเมาะจะมีสรรพคุณมากมาย เช่น ผลมะเมาะสุกจะมีสารแอนโทไซยานิน ที่สามารถป้องกันมะเร็งได้ และช่วยขจัดสารพิษออกจากร่างกาย แถมยังช่วยชะลอความแก่ชราได้ และรสขมของมะเมาะจะมีสารแทนนิน มีคุณสมบัติช่วยให้เกล็ดเลือดจับตัวกันน้อยลง มีส่วนช่วยป้องกันโรคหัวใจล้มเหลวได้ ทั้งห้าส่วน (ผล ราก ต้น ใบ ดอก) ของมะเมาะสามารถใช้ต้มดื่มเป็นประจำเป็นยาอายุวัฒนะได้ และที่สำคัญมะเมาะมีศักยภาพในการช่วยกระตุ้นภูมิคุ้มกันและฤทธิ์ต้านเชื้อ HIV อีกด้วย กระบวนการในการผลิตไวน์จะมุ่งเน้นถึงความสะอาด ถูกหลักอนามัย วัตถุดิบที่ใช้เป็นวัตถุดิบที่หาได้ตามพื้นที่ตามธรรมชาติ บรรจุภัณฑ์เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีการสั่งซื้อ เพื่อมีการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีการสั่งซื้อจุกก๊อกเป็นจุกไม้ซึ่งจะทำให้การเก็บรักษาเป็นเวลานานกว่าจุกพลาสติก ด้านของรสชาติ ไวน์มะเมาะจะมีรสชาติที่นุ่มนวล ขึ้นอยู่ระยะเวลาในการหมัก และในด้านกลิ่นของไวน์มะเมาะจะหอม เพราะมีการนำองุ่นมาเป็นส่วนในการผลิตจะทำให้กลิ่นวัตถุดิบ ในเรื่องของสี มีวิธีการถนอมสีของผลิตภัณฑ์ให้มีความใส อีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ Spread ผลิตภัณฑ์ทาขนมปังมะม่วงผสมองุ่น จะเป็นลักษณะคล้ายแยมทาขนมปัง จะมีลักษณะที่โดดเด่นคือ ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะไม่เจือสีสังเคราะห์และใส่วัตถุกันเสีย จึงทำให้มีความปลอดภัยในการบริโภค ในด้านของรสชาติ จะมีรสชาติที่นุ่มลิ้น หอม หวานอมเปรี้ยว ยังมีน้ำมะเมาะผสมองุ่นอีกด้วย เป็นน้ำผลไม้ ที่บริโภคแล้วมีความสดชื่น มีกลิ่นหอมของมะเมาะและองุ่น มีความโดดเด่นของสีแดงแอนโทไซยานินส์	- ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป - เครื่องดื่ม

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

พื้นที่/ ชื่อวิสาหกิจชุมชน	ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์กับอัตลักษณ์ชุมชน	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์/ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์	ประเภทกลุ่ม ผลิตภัณฑ์
อำเภอแม่ระมาด (ต่อ)			
วิสาหกิจชุมชน แปรรูปสมุนไพร ปลูกรัก	พื้นที่มีการปลูกสมุนไพร เพื่อใช้ทำยาตามบ้านเรือนอยู่ มาก และเริ่มต้นด้วยการทำผงขมิ้นบำรุงนํ้านมแม่ที่ใช้หัวปลี ขิงและใบกะเพรา เพื่อเพิ่มมูลค่าสมุนไพร ซึ่งผลตอบรับดี เรา จึงเริ่มสร้างเป็นวิสาหกิจชุมชน ปลูกพืชสมุนไพรให้ออกมาใน ลักษณะเกษตรอินทรีย์และให้เป็นเกษตรยั่งยืน เพื่อลดปัญหา การปลูกพืชเชิงเดี่ยว กลายเป็นคอนเซ็ปต์ From land to hand From love to love จากพื้นแผ่นดิน จากเกษตรกร สู่ มือผู้ที่เรารัก จากรักถึงคนที่เรารัก พืชสมุนไพรที่นำมาแปรรูปส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกแบบ หลากหลาย สร้างป่า สร้างรายได้ มีทั้งพื้นราบและบนภูเขา สนับสนุนให้ชาวเขาปลูกพืชสมุนไพรแบบยืนต้น เพื่อเปลี่ยน ภูเขาหัวโล้นให้กลับมามีชีวิตเหมือนเดิม	เป็นเครื่องดื่มจากธรรมชาติ หัวปลี ขิง ลูกขี้ด ชนิดผง รสหวานเครื่องดื่ม จากธรรมชาติ เพื่อให้คุณแม่ได้เลือกดื่มบำรุงร่างกาย สะดวก รสชาติดี ดื่ม ง่าย ปลอดภัย ส่วนผสมจากธรรมชาติ 100% ใช้งานง่ายแต่คงคุณค่าประโยชน์ สมุนไพร เป็นตัวช่วยสำหรับคุณแม่หลังคลอดดูแลสุขภาพ นํ้ามันหอมระเหยสูตรผสมสมุนไพร 22 ชนิดเพื่อฟื้นฟูสุขภาพหญิงหลัง การคลอดทดแทนการอยู่ไฟ โดยใช้เทคโนโลยีการสกัดที่ทันสมัย 3 ชนิด แล้ว จึงนํ้าสกัดที่ได้มาผสมกันในอัตราส่วนที่เหมาะสมเพื่อให้คุณค่าและ คุณประโยชน์สูงสุดของสมุนไพร สามารถนำไปอบ อาบ แช่ตัวได้ทั้งคุณแม่ หลังคลอด เพื่อขับนํ้าคาวปลา ลดการอักเสบหลังคลอด ช่วยปรับสมดุลใน ร่างกาย และบุคคลทั่วไปที่ต้องการบำบัดอาการปวดเมื่อย เพิ่มการไหลเวียน โลหิตขับสารพิษ รักษาโรคผิวหนังและบำรุงผิวพรรณให้เปล่งปลั่ง	สมุนไพรที่ไม่ใช่ อาหาร
วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูป ผลิตภัณฑ์ชุมชน ดอนแก้ว	เอกลักษณ์ของกล้วยอบน้ำผึ้งของวิสาหกิจชุมชน คือ กล้วยอบน้ำผึ้ง สูตรโบราณ อบด้วยเตาถ่านแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็น สูตรดั้งเดิมและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในอำเภอแม่ระมาดและ อำเภอใกล้เคียง จะทำให้กล้วยมีความหอมจากควันของถ่าน และทำให้กล้วยผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิด จากภูมิปัญญาของชาวอำเภอแม่ระมาด เป็นผลิตภัณฑ์ที่มี วิธีการในการผลิตเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ รู้จักกันในชื่อ “กล้วย อบน้ำผึ้งอินทวงศ์” โดยกล้วยที่นำมาใช้ในการผลิตคือ กล้วย น้ำว้าพันธุ์มะลิอ่อน ซึ่งแต่เดิมกล้วยล้นตลาด ไม่รู้จะนำแปรรูป ด้วยวิธีไหนจึงได้นำมาแปรรูปเป็นการอบกล้วยน้ำว้าจนถึง ปัจจุบัน	กล้วยอบน้ำผึ้งอบจากเตาถ่าน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูป ผลิตภัณฑ์ชุมชนดอนแก้ว เป็นการอบแบบเตาถ่านแบบภูมิปัญญาชาวบ้าน แต่ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีตู้อบกล้วยแบบไฟฟ้า จะทำให้อบกล้วยได้เยอะ ในแต่ละครั้ง แต่ก็มีข้อเสีย คือ กล้วยไม่มีความหอมจากเตาถ่าน และทำให้ กล้วยแข็ง และโดดเด่นในเรื่องของน้ำผึ้งใช้นํ้าผึ้งป่าเดือนห้า และกล้วยที่ใช้ คือ กล้วยน้ำว้าพันธุ์มะลิอ่อน การทำกล้วยตากอบน้ำผึ้งให้น่าทาน มีสี่สอย เนื้อกล้วยนุ่มไม่แข็ง กระด้าง ขั้นตอนแรกต้องเลือกกล้วยที่ไม่มีเมล็ด ขั้นตอนการลวกกล้วยต้องไม่ ปกอเปลือกกล้วยไว้จำนวนมาก ๆ เพราะจะทำให้มีสีคล้ำ การทำให้กล้วยทับ เนื้อนุ่ม คือขั้นตอนการทับกล้วยต้องนำใส่ถุงพลาสติกแล้วทับเบาๆ โดยทำ หลายๆ ครั้งก็จะได้น้ำกล้วยที่นุ่มอร่อย	ผลผลิตทาง การเกษตรและ อาหารแปรรูป

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

พื้นที่/ ชื่อวิสาหกิจชุมชน	ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์กับอัตลักษณ์ชุมชน	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์/ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์	ประเภทกลุ่ม ผลิตภัณฑ์
อำเภอแม่ระมาด (ต่อ)			
วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม ผ้าทอพื้นเมือง (ผ้า กะเหรี่ยง) บ้าน ชะเนงจื้อ	ประชากรส่วนหนึ่งในพื้นที่เป็นคนที่ย้ายมาจากจังหวัด ลำพูน อาชีพส่วนใหญ่ทำการเกษตร เมื่อมีพิธีกรรมต่าง ๆ จะสวม ใส่เสื้อผ้าชนเผ่า โดยบ้านชะเนงจื้อ ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทย ภูเขาชาวกะเหรี่ยง	ผลิตภัณฑ์มีการพัฒนางานทอ เกี่ยวกับสีที่ใช้ มีการทอแบบ ดั้งเดิมโดยใช้กี่ มีทั้งลวดลายดั้งเดิม และลวดลายประยุกต์ที่สวยงาม	ผ้า เครื่องแต่งกาย
อำเภอพบพระ			
วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูก อะโวคาโดตำบลพบ พระ	อะโวคาโดถูกนำมาปลูกโดยโครงการหลวงซึ่งนำอะโวคาโดมา ทดลองปลูกในพื้นที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทุ่งเริงเมื่อประมาณปี พ.ศ.2526 ปรากฏว่าผลผลิตที่ได้มีคุณภาพดี จึงนำมาส่งเสริมให้ เกษตรกรปลูกเป็นพืชสร้างรายได้ในพื้นที่เขตภาคเหนือเป็นหลัก เนื่องจากอะโวคาโดเติบโตได้ดีในพื้นที่ภาคเหนือที่มีอากาศหนาว เย็น ดังเช่น ในพื้นที่อำเภอพบพระ	อะโวคาโดมีคุณค่าทางอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย มากกว่าผลไม้ชนิดอื่น จึงถือว่าเป็นอาหารเพื่อสุขภาพเพราะอุดมไป ด้วยแร่ธาตุ และสารอาหารที่จำเป็น สำหรับประโยชน์ที่เด่นชัด คือมี ไขมันที่อิ่มตัว ช่วยให้ผิวของเรานั้นชุ่มชื้นมีน้ำมีนวล มีความจำเป็น สำหรับการบำรุงหัวใจเป็นอย่างดี ผิวมีสุขภาพแข็งแรงในการป้องกัน แสงแดดช่วยในการสังเคราะห์วิตามินดีจากแสงแดด สารอาหาร สำคัญคือกรดไขมันโอเมก้า 3 และโอเมก้า 6 สามารถที่จะกระตุ้น การไหลเวียนของโลหิตและขยายหลอดเลือด มีส่วนในการบำรุง ระบบประสาทและสมองให้ความจำดี และมีการนำอะโวคาโดมาทำ เป็นครีมเพื่อบำรุงผิวอีกด้วย	ผลผลิตทาง การเกษตรและ อาหารแปรรูป สมุนไพรที่ไม่ใช่ อาหาร
วิสาหกิจชุมชน เกษตรผสมผสาน บ้านเสรีราษฎร์	พื้นที่อำเภอพบพระ เหมาะกับการปลูกพืชที่สูงจึงทดลองปลูก แมคคาเมีย ซึ่งสามารถปลูกได้บางพื้นที่เพราะหาคะดပ် น้ำทะเล ไม่ได้แมคคาเมียจะออกผลได้ไม่ดี ไม่มีคุณภาพ และมีแนวคิด ว่าปลูกป่าให้ประเทศเพราะแมคคาเมียผลัดใบแต่ไม่หมดต้น ทำให้ พื้นที่ที่ปลูกเขียวตลอดทั้งปีและไม่ต้องดูแลผลผลิตมากเพราะ ลักษณะผลเป็นเปลือกแข็งแมลงไม่สามารถที่จะทำลายผลผลิตได้ ทั้งนี้ผลของแมคคาเดเมียเป็นถั่วที่มีราคาแพง มีคู่แข่งทาง การตลาดน้อย	เป็นผลผลิตที่ใช้สารพิษน้อย การใช้สารมีแค่การใส่ปุ๋ยตาม ช่วงเวลา วิธีการอบแบบธรรมชาติ ผ่านมือทุกเมล็ดเพราะไม่ใช้ เครื่องจักรในวิธีการใช้คนในการทำทุกขั้นตอน	ผลผลิตทาง การเกษตรและ อาหารแปรรูป

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

พื้นที่/ ชื่อวิสาหกิจชุมชน	ความสอดคล้องของผลิตภัณฑ์กับอัตลักษณ์ชุมชน	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์/ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์	ประเภทกลุ่ม ผลิตภัณฑ์
อำเภอพบพระ (ต่อ)			
วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม สตรีบ้านเสรีราษฎร์	อำเภอพบพระ ถือเป็นแหล่งปลูกกุหลาบที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของเมืองไทย เนื่องจากมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม พื้นที่ไม่สูงชัน สภาพดินที่มีความอุดม สมบูรณ์ ทำให้ มีการปลูกกุหลาบสายพันธุ์ต่าง ๆ มากมาย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 และ มีการขยายพื้นที่ปลูกไปอย่างต่อเนื่อง	ใช้ดอกกุหลาบสดที่มีอยู่ในอำเภอมารอบแห้ง ลักษณะสินค้าที่แปลกใหม่ เช่น แบบกรอบรูป แบบโต๊ะและแบบขวดโหล สามารถเก็บไว้ได้นาน เป็นปี	ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก
วิสาหกิจชุมชน น้ำพริกกุ้งบ้าน วาลี	วัตถุดิบในการทำน้ำพริกกุ้ง ล้วนได้มาจากผลผลิตทางการเกษตรของ ชาวบ้าน เพื่อเป็นการช่วยเหลือและสนับสนุนผลผลิตทางการเกษตรจากชาวบ้าน ในพื้นที่ ทั้งเป็นการลดต้นทุนในการผลิต ประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่ประกอบ อาชีพเกษตรกร ดังนั้นผลผลิตทางการเกษตรมีจำนวนมากและได้คิดวิธีการนำ ผลผลิตจากเกษตรกร มาแปรรูปเพื่อเป็นการช่วยเหลือชาวบ้านในเบื้องต้น เช่น การคิดค้นการนำพืชผลการเกษตร เช่น หอมแดง กระเทียม มาเป็นวัตถุดิบในการทำ น้ำพริกกุ้งอีกด้วย	การผลิตน้ำพริกกุ้งของชาวบ้านวาลีเหนือจะ ผลิตแบบแห้ง เพื่อให้มีการเก็บรักษาให้นาน กว่าเดิม ผลิตภัณฑ์ของชาวบ้านวาลีเหนือจะบรรจุใน บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ใช้ผลผลิตที่มีในพื้นที่เป็นส่วนประกอบในการ ทำน้ำพริกกุ้ง	ผลผลิตทาง การเกษตรและ อาหารแปรรูป
วิสาหกิจชุมชนผ้า ทอกระเหรี่ยงบ้าน ทิกะเปอ	ชาวปากกระแจะหรือกระเหรี่ยง นิยมใส่เสื้อผ้าฝ้ายทอมือมาแต่สมัยโบราณ แต่ เดิมชาวกระเหรี่ยงจะปลูกฝ้ายเอง นำฝ้ายมาปั่นเป็นเส้นด้าย ย้อมด้วยสีธรรมชาติ สร้างลวดลายด้วยการทอ การปักด้วยเส้นไหม และลูกเดือย สตรีชาวกระเหรี่ยงจะ ถ่ายทอดภูมิปัญญากระบวนการผลิตผ้าทอ แก่บุตรสาวอายุ 12-15 ปี เริ่มจาก แบบง่าย ๆ ผักฝนจนชำนาญ และสามารถออกแบบลวดลายด้วยตนเอง สำหรับ ลวดลายผ้าทอของชาวกระเหรี่ยง มีเรื่องราวเล่าสืบมาว่าได้มาจากลายหนังงูใหญ่ ซึ่งเป็นคุริกในอดีตของหญิงสาวชาวกระเหรี่ยง โดยจะเปลี่ยนลายทุกวัน และหญิง สาวก็ทอผ้าตามลายที่ปรากฏจนครบ 7 วัน ทอได้ 7 ลาย	สามารถออกแบบลวดลายของเสื้อผ้าได้ แต่ ต้องเป็นหนึ่งในรูปแบบลายที่มีอยู่แล้ว ผ้าทอของชาวทิกะเปอ ลักษณะผ้าของ ชาวบ้านในพื้นที่จะแตกต่างจากที่อื่น เนื้อผ้าจะมี ความหนาใส่สบายและเนื้อผ้ามีความนุ่มสบาย ลักษณะเสื้อผ้า จะแบ่งตามชายหญิง และหาก ใครที่แต่งงานมีคู่อยู่แล้วต้องใส่เสื้ออีกแบบ จะไม่ใส่ เหมือนคนที่ยังไม่ได้แต่งงาน	ผ้า เครื่องแต่งกาย

ตารางที่ 4.18 แสดงการวิเคราะห์ การนำข้อมูลมาจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน แต่ละแห่ง ได้อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน โดยมี 1) วิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ (1) วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ (2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรประณีต (3) วิสาหกิจชุมชนแม่ละอ (4) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรพื้นบ้าน (แปรรูปกล้วยอบน้ำผึ้งคั่ว/กล้วยอบน้ำผึ้งอินทวงศ์) (5) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนดอนแก้ว (6) วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกอะโวคาโด ตำบลพบพระ (7) วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานบ้านเสรีราษฎร์ และ (8) วิสาหกิจชุมชนน้ำพริกกุ้งบ้านวาลย์ 2) วิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องดื่ม มีจำนวน 1 แห่ง คือ วิสาหกิจชุมชนตำบลชะเนือ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนี้มีผลิตภัณฑ์อยู่ในกลุ่มอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูปด้วย 3) วิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผ้า เครื่องแต่งกาย มีจำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าปากกะญอบ้านปูแป้ ตำบลพะวอ (2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอพื้นเมือง (ผ้ากะเหรี่ยง) บ้านชะเนือ และ (3) วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเปอ แต่ยังมีและมีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าจากใยกล้วย ที่อยู่นอกพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก แต่เป็นกลุ่มที่น่าสนใจและสามารถพัฒนาระดับไปพร้อมกับกลุ่มนี้ได้ 4) วิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก อีกจำนวน 1 แห่ง คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีบ้านเสรีราษฎร์ และ 5) วิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ (1) วิสาหกิจชุมชนพодиสมุนไพร (2) วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรแม่ทองคำ 2558 (3) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกกรัก และ (4) วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกอะโวคาโด ตำบลพบพระ

การวิเคราะห์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้ทำการศึกษา พบว่า กลุ่มวิสาหกิจมีการสะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชน ใน 3 ด้าน คือ 1) ด้านการเกษตร 2) ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 3) ด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น และการศึกษาการจัดกลุ่มอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนทำให้สามารถเลือกประเภทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน เพื่อนำมาศึกษาและยกระดับศักยภาพได้ 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป 2) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และ 3) ผ้า เครื่องแต่งกาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งที่ได้จากเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรที่เกี่ยวข้อง ผู้นำชุมชน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ปราชญ์ชาวบ้าน และนักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร ประชาชนชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยว และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

แหล่งข้อมูล	อัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก					อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก				
	ด้านท่องเที่ยว	ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์	ด้านการเกษตร	ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น	ด้านประเพณี วัฒนธรรม ท้องถิ่น	ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป	เครื่องมือ	ผ้า เครื่องแต่งกาย	ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร
เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร			✓	✓	✓	✓		✓		✓
ประชาชนชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน			✓	✓	✓	✓	✓			✓
นักท่องเที่ยว	✓	✓			✓	✓		✓	✓	
กลุ่มวิสาหกิจชุมชน			✓	✓	✓	✓		✓		✓
สรุป			✓	✓	✓	✓		✓		✓

จากตารางที่ 4.19 แสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากแหล่งข้อมูลทั้ง 4 แหล่ง สามารถสรุปได้ ดังนี้

อัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากมี 3 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านการเกษตร
- 2) ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 3) ด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น

อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมี 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ

- 1) ผลิตภัณฑ์กลุ่มผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป
- 2) ผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้า เครื่องแต่งกาย
- 3) ผลิตภัณฑ์กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

สำหรับชนิดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้ทำการศึกษา พบว่ามีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังแสดงในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์ชนิดผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

แหล่งข้อมูล	ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป							ผ้า เครื่องแต่งกาย			สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร		
	กล้วย และผลิตภัณฑ์จากกล้วย	ผลไม้ และผลิตภัณฑ์จากผลไม้	ดอกกุหลาบ และผลิตภัณฑ์จากดอกกุหลาบ	ผักสด/ผักปลอดภัย	พืชผักสมุนไพร และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร	ถั่ว และผลิตภัณฑ์จากถั่ว	ข้าว	ผ้าทอมือ และผลิตภัณฑ์จากผ้า	เครื่องแต่งกาย	เครื่องประดับ อัญมณี	ยาจากสมุนไพร	เครื่องสำอางสมุนไพร	วัตถุดิบทรายที่ใช้ในบ้านเรือน
เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตร	✓	✓	✓	✓				✓				✓	
ปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน	✓	✓	✓	✓				✓			✓	✓	
นักท่องเที่ยว	✓			✓	✓	✓		✓		✓	✓		
กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	✓	✓	✓	✓			✓	✓			✓	✓	
สรุป	✓	✓	✓	✓				✓			✓	✓	

จากตารางที่ 4.20 สรุปได้ว่าชนิดของผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มี 7 ชนิด ซึ่งสามารถนำมาจัดลงในกลุ่มของอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษใน 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ สามารถจัดกลุ่มได้ ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์กลุ่มผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป มี 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่

- กล้วย/ผลิตภัณฑ์จากกล้วย เนื่องจากมีกระบวนการผลิตที่อบด้วยเตาถ่านที่เป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่น ทำให้กล้วยมีความหอมแตกต่างจากแหล่งอื่น มีกลิ่นหอมแบบธรรมชาติ นุ่มนวลซึ่งมาจากกลิ่นของถ่าน กล้วยที่ใช้เป็นพันธุ์มะลิอ่อนที่ปลูกด้วยวิธีชาวบ้านโดยไม่ใช้สารเคมี

- ผลไม้/ผลิตภัณฑ์จากผลไม้ ได้แก่ อะโวคาโด แมคคาเดเมียและมะเมีนา เนื่องจากสภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากมีความเหมาะสมในการปลูกผลไม้ในพื้นที่สูง ทำให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ

- พืชผักปลอดภัย เนื่องจากพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากเป็นแหล่งขายส่งผักเป็นทุนเดิม และปัจจุบันที่การตระหนักถึงสุขภาพของผู้ปลูก จึงทำให้พื้นที่เป็นแหล่งปลูกพืชผักปลอดภัยแหล่งใหญ่

- ดอกกุหลาบ/ผลิตภัณฑ์จากดอกกุหลาบ เนื่องจากเป็นแหล่งขายส่งดอกกุหลาบที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ และมีนวัตกรรมการทำดอกกุหลาบแห้งไว้ประดับตกแต่งในโหลแก้วโดยสีไม่เปลี่ยนแปลงนานนับ 10 ปี

2) ผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้า เครื่องแต่งกาย มีผลิตภัณฑ์ คือผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีหลากหลายชาติพันธุ์อาศัยอยู่ โดยผ้าที่มีชื่อเสียง ได้แก่

- ผ้าทอกระเหรี่ยง ซึ่งเป็นกระเหรี่ยงปกากะญอ เป็นกลุ่มชาวกระเหรี่ยงที่มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ พื้นที่แถบลุ่มน้ำต่างๆ บริเวณเขตชายแดนไทย-เมียนมาร์ ซึ่งมีการทอผ้าจนเป็นวัฒนธรรมประจำชาติพันธุ์ มีลวดลายที่คิดค้นเลียนแบบจากธรรมชาติรอบ ๆ ตัวตามวิถีชีวิต ซึ่งมีวิธีการทอที่เป็นเอกลักษณ์ คือ การทอด้วยกี่ ที่ผูกติดกับเอวเรียกว่า กี่เอว เป็นการทอด้วยเครื่องทอขนาดเล็ก โดยใช้เข็มขัดคาดหลัง เข็มขัดหรือสายคาดหลังอาจทำด้วยผ้า ผืนหนัง หรือเชือกที่มีความแข็งแรง ซึ่งการทอผ้าทั่วไปจะใช้เสาแข็งแรง 4 เสา เพื่อชิงเส้นด้ายยืนให้ตึง แต่การทอด้วยกี่เอวใช้การขยับเคลื่อนไหวตัวของผูทอ

- ผ้าทอโยกัญชง เป็นผ้าที่ทอจากเส้นใยของต้นกัญชงของชนเผ่าม้ง ซึ่งเส้นใยของต้นกัญชงดั้งเดิมชนเผ่าม้งที่มีการใช้ประโยชน์ตามประเพณี นับตั้งแต่เกิดจนตาย ตามความเชื่อของชาวเขาเผ่าม้งที่เชื่อว่าเทพเจ้าหรือเยอโฮไซเป็นผู้สร้างโลก สร้างมนุษย์ และได้ประทานพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ มาให้มนุษย์ได้ใช้ กัญชงในภาษาม้ง เรียกว่า “หมั่ง” หรือ “ม่าง” หมั่งก็เป็นพันธุ์พืชชนิดหนึ่งที่ได้ประทานมาให้มนุษย์ได้ใช้ทำเป็นเครื่องนุ่งห่ม ใช้สอย และใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้ยังใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ อีกทั้งยังใช้เป็นรองเท้าของคนตายเพื่อเดินทางไปสวรรค์ ทำเป็นด้ายสายสิญจน์ในพิธีกรรมต่าง ๆ ตลอดจนใช้ทอผ้า ทำเครื่องนุ่งห่ม

3) ผลิตภัณฑ์กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร มี 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เครื่องสำอางจากสมุนไพรและยาสมุนไพร ปลูกพืชสมุนไพรให้ออกมาในลักษณะเกษตรอินทรีย์และให้เป็นเกษตรยั่งยืน

ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จากตอนที่ 1 นี้จะนำไปศึกษาหากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการดำเนินงานและศักยภาพในการแข่งขัน และมีผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะแสดงผลในตอนต่อไป

4.2 ตอนที่ 2 ผลการศึกษาแนวทางยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ

ผลการศึกษาแนวทางยกระดับขีดความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ได้จากการศึกษาศักยภาพการบริหารการดำเนินงาน ศักยภาพการแข่งขัน และประเมินศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่มีอัตลักษณ์ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ 2 แห่ง คือ วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง และวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาจากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบทั้ง 2 แห่ง มีผลดังนี้

4.2.1 ตอนที่ 2.1 วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง

1) ประวัติความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชน

พ.ศ. 2514-2519 ก่อตั้ง - การทอผ้าของนาหมื่นศรีมีมาแต่โบราณ แต่เริ่มน้อยลงตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 ที่ชาวดัตช์ดับ หลังสงครามการทอผ้าประจำบ้านที่ใช้วัสดุธรรมชาติปั่นฝ้ายย้อมสีเองก็ลดลงเนื่องจากการมีเส้นใยย้อมสำเร็จรูปเข้ามาแทนที่ และมีผ้าจากโรงงานและเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่สามารถซื้อได้ง่ายกว่า การทอผ้าจึงค่อย ๆ ลดลงจนเกือบหมดไป แต่ในปี พ.ศ. 2514 มีกลุ่มผู้อาวุโสกลุ่มหนึ่งที่ต้องการฟื้นฟูการทอผ้าขึ้นมาอีกครั้งคือ ยายนาง ช่วยรอด ยายพอม ขุนทอง ยายอิน เขย

ชื่นจิตร และยายฉิม ชูบัว ช่วยกันซ่อมก็และเครื่องมือทอผ้า โดยตั้งใจให้ลูกหลานได้รู้จักและสืบทอดทอผ้าแบบดั้งเดิม ได้รื้อฟื้นการทอผ้าจนสามารถรวมตัวเป็นกลุ่มและเผยแพร่ออกสู่สาธารณะ ต่อมา นางกุศล นิลล่อ ลูกของยายนางได้เข้าเรียนรู้และสืบทอด มีคนเข้าร่วมกลุ่มเพื่อทอผ้าเป็นอาชีพเสริม ต่อมา พ.ศ.2516 ทางพัฒนาการอำเภอเข้ามาสนับสนุนให้ก่อตั้งกลุ่มทอผ้านาหมื่นศรีขึ้น

พ.ศ. 2519-2542 ย่างก้าวการเรียนรู้ - ทางราชการเข้ามาสนับสนุนเงินทุน ส่งไปอบรมศึกษาดูงานและส่งเจ้าหน้าที่มาฝึกสอน ช่วยเผยแพร่ผ้าทอ แต่ยังจำกัดในวงแคบ ส่วนใหญ่เป็นหน่วยราชการสั่งซื้อ มีคนทอผ้าทยอยเข้ามาเรื่อย ๆ ทำให้สมาชิกกลุ่มมีมากขึ้น ไต้งบฯ สร้างอาคาร และเปิดอาคารได้ใน พ.ศ.2526 มีสมาชิกราว 80 คน พ.ศ.2520 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมส่งผู้เชี่ยวชาญมาสอนย้อมสีและทอผ้าด้วยกี่กระตุกโดยมีลูกหลานของสมาชิกมาหัดทอ ผู้อาวุโสที่ทอผ้าที่บ้านทอเพื่อใช้เองและนำไปจำหน่ายในงานต่าง ๆ ต่อมาสมาชิกส่วนหนึ่งหยุดทอผ้า เพราะแต่งงานมีครอบครัวและไปทำงานอื่น จนในที่สุดเหลือสมาชิกประจำเพียง 4-5 คน กับคนทอผ้าตามบ้านมาส่งขายอยู่บ้างมีผ้าวางขายที่กลุ่มแต่ไม่มากนักพ.ศ. 2535 -2542 ศูนย์ส่งเสริมศิลปและวัฒนธรรม มอ.หาดใหญ่ เข้ามาศึกษาและส่งเสริมการฟื้นฟูกลุ่ม ต่อมากลุ่มได้ไปร่วมงาน “ทอโลกให้โลกแล” ที่ มอ. เป็นผู้จัด ต่อมาได้เงินทุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมและพัฒนาผ้าพื้นบ้านภาคใต้ของศูนย์ฯ ได้อบรมลายใหม่ๆ แกะลายเก่าลงกราฟ ปรับปรุงการบริหารจัดการให้สมาชิกกลุ่มทุกคนมีส่วนร่วมโดยจัดเวรขายหน้าร้าน ทำบัญชี เช็คสต็อก

พ.ศ. 2543-2545 เติบโต - กลุ่มได้รับการส่งเสริมจากองค์กรต่าง ๆ เช่น สวช.ให้งบประมาณปรับปรุงศูนย์ฝึกอาชีพ ที่อาคารของโรงเรียนบ้านควนสวรรค์ อบต.สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนรับซื้อผ้าและจัดอบรม งานเหล่านี้ต่อเนื่องมาจากปลายปี 2542 ใน พ.ศ. 2543 กองทุนเพื่อการลงทุนทางสังคม (SIF) สนับสนุนการก่อสร้างอาคาร กิจกรรมการอบรมและจัดซื้ออุปกรณ์รวม 1,000,000 บาท ใช้ก่อสร้าง 640,500 บาท โดยกลุ่มสมทบอีก 280,034 บาท ทำพิธีเปิดเมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2544 โดย ฯพณฯ ชวน หลีกภัย ต่อมาในปี 2545 ได้รับงบฯจาก SIF ครั้งที่ 2 เพื่อก่อสร้างอาคารศูนย์เรียนรู้ ชื่อ มหาวิทยาลัย ชุมชนปักษ์ใต้นาหมื่นศรี 1,140,000 บาท ในที่ดิน 340 ตารางเมตร

พ.ศ. 2546-2548 ทบทวนสืบทอด - ผ้าทอและที่บ้านเริ่มน้อยลง สมาชิกรุ่นใหม่พอใจทอที่กระตุกเพราะเร็วกว่าง่ายกว่า เมื่อลูกค้าถามประวัติชื่อลายผ้า คนหน้าร้านตอบไม่ได้ ในที่สุดก็สรุปว่าต้องฟื้นฟูความรู้และภูมิปัญญาดั้งเดิมกลับคืนมา ด้วยการทำงานวิจัยโครงการแนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูภูมิปัญญาลายผ้านาหมื่นศรีโดยการสนับสนุนของ สกว. หรือสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ฝ่ายท้องถิ่นพอดิบ ใน พ.ศ. 2545 ผ้าลายสี่ทิศได้รับรางวัลดีเด่น ทำให้เริ่มขายดีขึ้น ผลจากงานวิจัยที่เสร็จสิ้นใน พ.ศ.2546 ทำให้กลุ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น และได้พัฒนาเพิ่มเติมโดยสอนทอผ้าลายมรดกแก่คนในชุมชนด้วยกัน ปีเดียวกันนี้ผ้าลายกลีบบัวได้รับรางวัลชนะเลิศประเภทผ้าฝ้ายทอมือระดับภาคใต้ ผ้าขายดีขึ้นเรื่อย ๆ ในปีต่อ ๆ มา ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ จัดงบประมาณให้เรื่อยมา เช่น สนง.วัฒนธรรม จ.ตรัง ม.สงขลานครินทร์ อบต.นาหมื่นศรี

พ.ศ. 2548-ปัจจุบัน ก้าวไปข้างหน้า - กลุ่มได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2548 โดยใช้ชื่อว่า “วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี” รหัสทะเบียน 5-92-08-05/1-0003 พ.ศ. 2548-2549 ได้รับงบฯ จาก อบต.นาหมื่นศรี เพื่ออบรมและการจัดซื้ออุปกรณ์ พ.ศ. 2550 ไต้งบฯ โครงการอยู่ดีมีสุขจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดตรัง ทำกล่องและถุงบรรจุภัณฑ์

ช่วง 2-3 ปีนี้ การขายเริ่มชะลอตัวลูกค้าต้องการสินค้าแปรรูปมากขึ้น กลุ่มจัดขึ้นฝึกอบรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการ นอกจากนี้ยังมีการฝึกอบรมอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ทอผ้าไหม เพิ่มลายใหม่

ปัจจุบันนางสาวอารอบ เรืองสังข์ หรือ ป้าอุย ได้เป็นประธานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี ถือเป็นรุ่นที่ 5 นับจากทวดของทวด ป้าอุยได้ซึมซับและได้เห็นคุณค่าของสิ่งที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษ และดูแลจัดการกลุ่มทอผ้านาหมื่นศรีมาจนถึงปัจจุบัน

2) อัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์โดดเด่น

ลักษณะพิเศษ ของผ้าทอนาหมื่นศรี ได้แก่ โครงสร้างของผืนผ้า ลวดลายและสี ผู้ทอที่มีฝีมือจะนำลายหลาย ๆ ลายมารวมไว้ เช่น ลายลูกแก้วใหญ่ ลายลูกแก้วสีหน่วยใน ลายดอกจัน บางผืนประสมเฉพาะชุดลูกแก้ว เป็นต้น ส่วนที่เป็นเอกลักษณ์ด้านสี ถ้าเป็นประเภทผ้าห่ม และผ้าเช็ดหน้า ยกดอก ที่ทอขึ้นใช้เองหรือให้แกกัน จะใช้ด้ายยืนสีแดง ยกดอกสีเหลือง มีบ้างที่ยกดอกสีขาวหรือสีเขียว หากเป็นผ้าทอเพื่อขาย พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงสีด้ายยืน และด้ายพุ่งตามความต้องการตลาด และในกรณีทอใช้เอง ยังคงเป็นสีแดงเหลืองไม่เปลี่ยนแปลง

ผ้าทอนาหมื่นศรี แบ่งตามลักษณะโครงสร้างของผืนผ้า ได้ 3 ชนิด ได้แก่ ผ้าพื้น ผ้าตา และ ผ้ายกดอก ซึ่งแต่ละชนิดแบ่งย่อยเป็นชื่อลายต่าง ๆ ได้อีกหลายลาย

ผ้าพื้น เป็นผ้าที่ใช้ด้ายยืนสีแดง มีผ้าพื้นธรรมดา แบ่งเป็นผ้าพื้นสีเรียบและผ้าพื้นสีเหลือง ผ้าหางกระรอก และผ้าล่อง หรือผ้ารีว มีลายต่าง ๆ ได้แก่ ลายหัวพลู ลายดอกเข็ม ลายดอกช่อ

ผ้าตา เป็นผ้าที่ใช้ด้ายยืนสลับกันตั้งแต่สองสีขึ้นไป ลายตาสมุก ลายลูกโซ่ตาราง ลายตานก และ ลายดอกมุด

ผ้ายกดอก เป็นผ้าที่ใช้ด้ายพุ่ง 2 ชนิด เกิดจากการทอด้วยวิธียกดอก หรือการสร้างลวดลาย โดยการเพิ่มด้ายพุ่ง มักใช้ลวดลายดั้งเดิมที่มีความซับซ้อน ใช้จำนวนตะกอ (เขา) มาก ในอดีตมีการทอผ้าเป็นคำสอนในพระพุทธศาสนา ซึ่งมีจำนวนตะกอนับร้อย ลวดลายเฉพาะของผ้ายกนาหมื่นศรี ได้แก่ ลายลูกแก้ว ลายแก้วชิงดวง ลายลูกแก้วไข่มุก ลายลูกแก้วสีหน่วยใน ลายราชวัตร ลายดอกจัน ลายเกสร ลายดอกกก ลายดอกพิกุล ปัจจุบันมีลวดลายที่นิยมทอเพิ่มอีกกว่า 30 ลาย เช่น ลายพิกุลแก้ว ลายดาวล้อมเดือน ลายลูกแก้วลูกศร ลายขมเปี้ยกปูน ลายลูกหวาย ลายจัตุรัส ลายดาวล้อมเดือน ลายช่อมาลัย ลายช่อล่อกลอย ลายดอกมะพร้าว ลายดอกเทียน ลายท้ายมังกร ลายเม็ดแตง ลายข้าวหลามตัด ลายราชวัตรห้อง ลายตีนัด ลายครุฑ ลายนกเหว (นกการเวก) ลายตุ๊กตาถือดอกบัว ลายกิ้งก่า ลายตัวหนังสือ และลายประสม

3) ศักยภาพการบริหาร การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

ด้านทิศทางของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน - วัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน ส่งเสริมให้สมาชิกมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สร้างความสามัคคีในกลุ่มสมาชิกและสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าทอนาหมื่นศรี และกลุ่มจะเน้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เมื่อผู้บริโภคซื้อผ้าไปใช้จะสามารถใช้ได้นานทนทาน

ด้านวิสัยทัศน์ ศักยภาพ ความเป็นผู้นำของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน - อารอบ เรืองสังข์ เป็นประธานกลุ่ม ซึ่งมีภาวะผู้นำ มีความเข้มแข็ง ใจเด็ด กล้าทำ มีวิสัยทัศน์ในการบริหารงาน ซึ่งมีการสนับสนุนให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และแผนการดำเนินงานในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน มีการทบทวนการดำเนินงาน ทำให้ผลประกอบการของกลุ่มมีกำไร และมีการจัดสรร

ผลประโยชน์แก่สมาชิก นอกจากนี้ผู้นำกลุ่มมีการดูแลให้สมาชิกปฏิบัติตามกฎระเบียบหรือข้อบังคับ มีความเสมอภาคไม่ลำเอียง

ด้านสมาชิก การบริหารสมาชิก และการมีส่วนร่วมในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน - กลุ่มผ้าทอหมิ่นศรีเป็นกลุ่มที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ มีสมาชิกจำนวน 89 คน สมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง เพราะงานทอผ้าเป็นงานที่ต้องอาศัยความละเอียด ประณีตสมาชิกสามารถประกอบอาชีพอื่นร่วมกับการทอผ้าได้ เช่น การทำสวนยาง การทำนา เนื่องจากการทอผ้าสามารถใช้ที่พักอาศัยเป็นสถานที่ผลิตสินค้า การดำเนินงานของกลุ่มต้องอาศัยความสามัคคี โดยจะมีกฎ กติกาของกลุ่ม หากสมาชิกไม่ทำตามกติกา ต้องออกจากกลุ่ม มีการกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิก การพัฒนาความสามารถของสมาชิก มีการสร้างขวัญกำลังใจ ความพึงพอใจและแรงจูงใจ ซึ่งเป็นการบริหารจัดการกลุ่มแบบสมาชิกมีส่วนร่วม โดยแต่ละเดือนมีการพบปะกันในสมาชิกกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน เดือนละครั้ง ซึ่งมีส่วนร่วมการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มอีกด้วย ทำให้สมาชิกทราบถึงผลการดำเนินงาน และหาแนวทางการปรับปรุงการดำเนินงานของกลุ่ม

ด้านการบริหารจัดการ การวางแผนดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน - กลุ่มผ้าทอหมิ่นศรีมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจน มีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไว้ชัดเจน มีการนำปัญหามาปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่อง การจัดการสินค้ามีการกำหนดขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน มีการควบคุมกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐาน ซึ่งในการทอผ้าสมาชิกจะต้องนำผ้าที่ทอเสร็จแล้วนำมาส่งที่กลุ่ม ไม่ว่าจะทอได้เท่าไร จะมาส่งเพื่อจำหน่ายที่กลุ่มเท่านั้น ซึ่งกลุ่มจะมีการวางแผนการผลิตโดยส่วนใหญ่จะเป็นการทอตามคำสั่งซื้อที่มีการสั่งซื้อล่วงหน้า แต่มีบ้างที่ทอไว้ล่วงหน้า โดยบางคนจะทอขายเดี๋ยวลดลด ทอขายตามคำสั่งซื้อ เมื่อได้คำสั่งซื้อมาจะมีการประชุม และกระจายให้สมาชิกในกลุ่มไปทอ ตามความถนัดในการทอ เพื่อให้ทันตามคำสั่งซื้อและมีคุณภาพ

ด้านการผลิตและกระบวนการจัดการสินค้าและบริการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน - วัตถุดิบเส้นด้ายที่นำมาทอนั้น สักมาจากโรงงาน เส้นด้ายที่มีราคาสูงจากโรงงานแถวสมุทรปราการ แต่สมัยก่อนใช้ฝ้ายที่ปั่นเอง เส้นใยสัปะรด เนื่องจากสมัยก่อนทอเพื่อใส่เอง เส้นด้ายต่าง ๆ จึงสามารถปลูกและทำกันเองเพื่อมาทอได้ แต่ปัจจุบันเมื่อร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อที่จะจำหน่าย เส้นด้ายไม่เพียงพอ จึงมีการสั่งเส้นด้ายคุณภาพดีจากโรงงานและสั่งในครั้งละปริมาณมาก มีฝ่ายจัดหาวัตถุดิบให้กับสมาชิกในกลุ่มเพื่อนใช้ในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้ได้ราคาเส้นด้ายที่ต่ำลง โดยจะซื้อจากแหล่งจำหน่ายต่าง ๆ ที่ได้มีการติดต่อร่วมทำภาวาระหว่างกัน ใช้เงินที่มาจากเงินกองกลางที่เก็บไว้เป็นเงินทุนหมุนเวียนนำมาใช้ในการจัดซื้อวัตถุดิบ แล้วมาขายต่อให้แก่สมาชิก เมื่อต้องการจัดทำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สามารถเบิกวัตถุดิบจากกลุ่มเพื่อไปทำการทอสินค้าและผลิตภัณฑ์ได้ สำหรับการทอมีสมาชิกที่ทอประจำอยู่ที่กลุ่ม 17 คน โดยผ้าทอจะได้จากการทอที่กลุ่ม 50% และได้จากการกระจายการทอที่บ้าน 50% ซึ่งคนที่ทอตามบ้านประมาณ 70 กว่าคน แต่ละคนสามารถทอได้ประมาณวันละ 3-4 เมตร ตามความยากง่ายของลาย ความยากง่ายและลวดลายผ้า ส่งผลถึงกำลังการผลิตคือปริมาณผ้าที่ทอได้ในแต่ละวันด้วย สมาชิกในกลุ่มสามารถผลิตผ้าทอได้ต่อเนื่องตลอดทั้งปี ซึ่งลวดลายผ้าของกลุ่มได้พยายามพัฒนาลวดลายให้มากขึ้น เช่น ลายลูกแก้ว ลายลูกแก้วฝูง ลายลูกแก้วย่าน ลายดาวล้อมเดือน ลายราชวัตรห้อง ลายครุฑกับนกกระเวก ลายปลา เป็นต้น โดยการผลิตสินค้าของกลุ่ม จะเริ่มวางแผนก่อนเทศกาลประมาณ 3 เดือน เพื่อให้ทางสมาชิกได้ทำการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ทันกับการนำออกจัดจำหน่ายและออกร้านในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ในแต่ละช่วงของปี

ด้านต้นทุน และการบริหารการเงินในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน - กลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี ได้รับเงินสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดตรัง ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้รับสนับสนุนจากกลุ่มเซ็นทรัล ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอนาหมื่นศรี ซึ่งในกลุ่มจะมีการลงหุ้นจากสมาชิกกลุ่ม การลงหุ้นถือเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมให้แก่สมาชิกในกลุ่มในการจัดตั้งเพื่อให้กลุ่มมีความเข้มแข็งทั้งยังใช้สำหรับเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการลงทุนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม ดังนั้นเงินภายในกลุ่มจึงมีหมุนเวียน โดยแหล่งเงินทุนของกลุ่มมาจาก 3 แหล่ง ได้แก่ (1) เงินค่าหุ้นของสมาชิกในกลุ่ม (2) เงินค่าธรรมเนียม เงินบริจาค เงินได้จากกิจการของกลุ่มและรายได้อื่น ๆ และ (3) เงินสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ โดยกลุ่มจะตั้งเกณฑ์การแบ่งผลประโยชน์เพื่อเป็นเงินออมทรัพย์และการจัดสรรผลกำไรให้แก่สมาชิก การจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตกลุ่มมีการออกสมุดบัญชีให้สมาชิกคนละ 1 เล่ม เพื่อให้สมาชิกสามารถกู้ยืมเงินได้เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตหรือเพื่อการอื่น โดยให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการดำเนินการเห็นสมควร นอกจากนี้กลุ่มมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของทางกลุ่ม ทำบัญชีการเบิกจ่ายวัสดุอุปกรณ์แก่สมาชิก เพื่อให้สามารถจัดการบริหารด้านการเงินได้อย่างโปร่งใส ส่วนเงินรายได้ ทางกลุ่มจะจ่ายเงินให้กับผู้ทอโดยผู้ทอโดยผู้ทอเป็นคนตั้งราคา ราคาผ้าทอของกลุ่มจะมีราคาสูงกว่าจังหวัดอื่น เช่น ผ้าขาวม้า ของจังหวัดอื่นผืนละ 100 บาท แต่ของกลุ่มชาย 160 บาท เนื่องจากกลุ่มตีค่าราคาการทอ และเส้นฝ้ายที่ทางกลุ่มสั่งมาใช้ในการทอด้วย โดยการตั้งราคาโดยประธานกลุ่มนั้น จะเป็นการตั้งโดยเฉลี่ย ซึ่งสมาชิกสามารถมีรายได้จากการทอผ้าแต่ละคนจะขึ้นจากความสามารถ โดยมีรายได้ประมาณหลายพัน จนถึงสูงสุดประมาณ 10,000 กว่าบาทต่อเดือน โดยสมาชิกจะมีรายได้ทั้งปี เนื่องจากมีการทอตามคำสั่งซื้อ

ด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน - สมาชิกกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จะนำผ้าทอที่ผลิตได้มาส่งให้กับทางกลุ่มฯ เพื่อจัดจำหน่าย ณ ที่ทำการกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี และนำไปจำหน่ายในงานแสดงนิทรรศการต่าง ๆ ตามคำเชิญของหน่วยงานราชการต่าง ๆ ในแต่ละปี และยังมีการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานเอกชนที่มาสืบค้น เช่น เซ็นทรัล นอกจากนี้มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ ซึ่งสามารถส่งสินค้าผ่านทางไลน์และเฟสบุ๊กได้ หากโอนเงินแล้ว ทางกลุ่มจะจัดส่งผ้าไปให้ทันที โดยส่วนใหญ่หากมีผ้า/สินค้า จะถ่ายรูปโพสลงในเฟสบุ๊กและไลน์ให้ลูกค้าได้เลือก แต่ก็จะมีลูกค้าจะโทรมาสอบถามว่าหากต้องการลายผ้าแบบนี้ สีออกโทนแบบนี้มีหรือไม่ ทางกลุ่มก็จะถ่ายรูปส่งไปให้ลูกค้าดู ซึ่งตอนนี้ยังไม่มีแบบลายผ้าให้ดูเลือก ซึ่งทางกลุ่มกำลังจัดทำอยู่ สำหรับกลุ่มลูกค้าของกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี แบ่งออกเป็น 1) ลูกค้าองค์กร ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ลูกค้ากลุ่มนี้จะสั่งซื้อในปริมาณมาก สั่งผ้าทอนาหมื่นศรี เพื่อนำไปตัดเย็บเป็นเครื่องแบบของหน่วยงาน หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อเป็นของที่ระลึกสำหรับหน่วยงาน 2) ลูกค้าทั่วไป ลูกค้ากลุ่มนี้จะซื้อผ้าทอนาหมื่นศรี สำหรับตัดเย็บเครื่องแต่งกายของตนเอง และซื้อผ้าทอนาหมื่นศรี และผลิตภัณฑ์อื่นเพื่อเป็นของฝาก 3) กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว ลูกค้ากลุ่มนี้นอกจากจะมาซื้อสินค้าผ้าทอนาหมื่นศรี และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อเป็นของฝากแล้ว ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อมาศึกษาการทอผ้านาหมื่นศรี ณ ที่ทำการกลุ่มฯ ด้วย 4) ลูกค้ากลุ่มธุรกิจ จะสั่งซื้อผ้าทอนาหมื่นศรี และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ไปจำหน่ายต่อ ซึ่งกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี มีการติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้า และมีเครือข่ายด้านการตลาดอีกด้วย

ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก - กลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ในการอบรมความรู้ด้านต่าง ๆ ได้รับการสนับสนุนจากคนในหมู่บ้าน

เนื่องจากมีคนมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านเพิ่มมากขึ้น มีการศึกษาดูงานจากสถาบันการศึกษา และหน่วยงานต่าง ๆ ดังนั้น การมีกลุ่มทำให้ชุมชนเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น กลุ่มเป็นแหล่งถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้ที่สนใจในด้านการทอผ้าและวิถีชีวิตของคนนาหมื่นศรี ซึ่งทำให้เศรษฐกิจของคนในชุมชนดีขึ้น

ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน - สมาชิกของกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรีส่วนใหญ่มีรายได้มากขึ้น คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ด้านสินค้าและบริการ สินค้าของกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่องและสินค้าได้รับการรับรองมาตรฐาน รวมทั้งเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน สมาชิกของกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี มีการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะในการทำงานเพิ่มขึ้น และสามารถถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้ นอกจากนี้ยังทำให้คนในชุมชนหันมาฟื้นฟูและเกิดการเรียนรู้ด้านการจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นและประเพณีดั้งเดิมของชุมชนตนเอง และเกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนอีกด้วย และได้รับรางวัลจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินวิสาหกิจชุมชนที่สามารถเป็นต้นแบบให้กับวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ได้อีกด้วย

จากข้อมูลการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี นำข้อมูลมาประเมินศักยภาพของกลุ่ม เพื่อที่จะสามารถนำไปเปรียบเทียบกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก และยกระดับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายต่อไป โดยการประเมินได้จากการประเมินให้คะแนนร่วมกันของผู้วิจัยจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ตามเกณฑ์การประเมินวิสาหกิจชุมชน ของกรมส่งเสริมการเกษตร ผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี แสดงในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 การประเมินศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง

ลำดับที่	ปัจจัยที่ประเมิน	ระดับคะแนน				
		5	4	3	2	1
หมวดที่ 1 ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน						
1.1 ผู้นำ						
1	การกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของผู้นำ	✓				
2	การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และแผนการดำเนินงาน		✓			
3	ความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำวิสาหกิจชุมชน	✓				
4	ความสามารถในการบริหารธุรกิจของผู้นำวิสาหกิจชุมชน	✓				
5	ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ	✓				
6	ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	✓				
1.2 โครงสร้างและกฎระเบียบ						
7	การกำหนดโครงสร้างและการแบ่งหน้าที่ของกรรมการและสมาชิกในการดำเนินงาน	✓				
8	การกำหนดกฎระเบียบหรือข้อบังคับ	✓				

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ลำดับที่	ปัจจัยที่ประเมิน	ระดับคะแนน				
		5	4	3	2	1
1.3 การเงินและบัญชี						
9	การระดมทุน	✓				
10	การจดบันทึกการเงินหรือบัญชี	✓				
11	การใช้ประโยชน์จากบันทึกการเงินหรือบัญชี	✓				
12	การจัดสรรรายได้และผลประโยชน์	✓				
13	การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่น ๆ แก่สมาชิก	✓				
1.4 สวัสดิการสมาชิกและชุมชน						
14	การจัดสวัสดิการแก่สมาชิก	✓				
15	การทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์	✓				
หมวดที่ 2 การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน						
16	การจัดทำแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน		✓			
17	การชี้แจงแผนแก่กรรมการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน		✓			
18	การปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ /แผนที่ได้ปรับปรุงตามสถานการณ์		✓			
19	การนำปัญหาในการดำเนินงานมาปรับปรุงแก้ไข	✓				
หมวดที่ 3 การบริหารตลาด						
20	การกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่าย	✓				
21	แหล่งจำหน่ายหรือตลาด และเครือข่ายด้านการตลาด	✓				
22	การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด	✓				
หมวดที่ 4 การจัดการความรู้และข้อมูล						
23	การแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	✓				
24	การจัดเก็บข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน	✓				
25	การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก เครือข่าย และบุคคลภายนอก	✓				
หมวดที่ 5 การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน						
26	การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	✓				
27	การพัฒนาสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	✓				
28	การสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน	✓				
29	การให้ความร่วมมือของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในรอบปีที่ผ่านมา		✓			
หมวดที่ 6 การจัดการสินค้าหรือบริการ						
30	ขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ	✓				
31	ปฏิบัติตามขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้า/บริการ	✓				
32	การควบคุมคุณภาพสินค้าหรือบริการ	✓				

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ลำดับที่	ปัจจัยที่ประเมิน	ระดับคะแนน				
		5	4	3	2	1
หมวดที่ 7 ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน						
7.1 ด้านผลลัพธ์ตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน						
33	การลดรายจ่ายของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	✓				
34	การเพิ่มรายได้ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	✓				
35	การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	✓				
7.2 ด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการ						
36	ความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ	✓				
37	มาตรฐาน คุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้า/บริการ	✓				
38	การสร้างความแตกต่างให้เป็นที่ต้องการของตลาด	✓				
7.3 ด้านประสิทธิภาพของการดำเนินงาน						
39	การลดต้นทุนในการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน		✓			
40	การลดความผิดพลาดและการสูญเสียในการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน	✓				
7.4 ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน						
41	ความสำเร็จของกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน	✓				
42	การเพิ่มความรู้ ความสามารถ และทักษะของสมาชิก	✓				
43	ความพึงพอใจของสมาชิก	✓				
44	ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากวิสาหกิจชุมชน	✓				

4.2.2 ตอนที่ 2.2 วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านแคว อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

1) ประวัติความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชน

จุดเริ่มต้นในปี 2538 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและค่อยๆพัฒนาจนเกิดความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ ดูแลสมาชิกในกลุ่มได้ โดยน้อมนำพระราชดำรัสหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นหลักในการทำงาน มุ่งเน้นให้เกิดความพอเพียงและความสุขของสมาชิก เศรษฐกิจที่ยั่งยืน คนในชุมชนมีรายได้ที่แน่นอน สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมมากที่สุด เน้นคุณภาพชีวิตมากกว่ารายได้

2) อัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์โดดเด่น

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านแคว เป็นกลุ่มแม่บ้านที่นำผลผลิตทางการเกษตรภาคเหนือด้วยวิธีถนอมอาหารแบบอบแห้ง แก้ปัญหาผลไม้ล้นตลาดและผลิตผลไม้ตามฤดูกาล เช่น ลำไย มะม่วง ส้ม สับปะรด มะเขือเทศ มะขาม มะเฟือง ลิ้นจี่ สตอเบอร์รี่ ขิง ตะไคร้ โดยการกวน อบแห้ง รวมถึงการทำเป็นเครื่องดื่ม ทำให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน สามารถเป็นของฝากจากจังหวัดเชียงใหม่ สร้างรายได้สู่ชุมชนที่มั่นคง อีกทั้งยังสร้างความเข้มแข็งให้กับคนในชุมชน และสามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มเกษตรกรในชุมชน และสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

จุดเด่นของกลุ่ม ชื้อชุมชนเป็นบ้านแคว เป็นสินค้าชุมชน สินค้าแตกต่างจากที่อื่น สีสันสดใส เพราะไม่ใส่สาร รสชาติยังคงเดิม ยังมีกลิ่นผลไม้ติดอยู่ ไม่หวานมาก และมีมาตรฐานเป็นของตนเอง

3) ศักยภาพการบริหาร การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

ธนาคารเพื่อการเกษตรได้เข้ามาช่วยเหลือ ทั้งในด้านของสินเชื่อ การตลาด จัดงานให้กลุ่มมีการแสดงสินค้า และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีและการจัดการกลุ่ม เกิดการสร้างงานในชุมชน ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีความแตกต่างเป็นที่ยอมรับของตลาด ถือว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีศักยภาพในการแข่งขัน รัฐบาลเข้ามาสนับสนุนของภาครัฐ เกษตรอำเภอ พาณิชย์จังหวัด สาธารณสุข หน่วยงานราชการเข้ามาช่วยเหลือในเรื่องของ การบริหารการจัดการ พาไปศึกษาดูงาน พาไปอบรม เรื่อง อย. 5ส.

ข้อดีของการรวมกลุ่มวิสาหกิจในชุมชน คือ คนได้มารวมตัวกัน เป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน มีรายได้ร่วมกัน ชุมชนมีความเข้มแข็ง เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น

ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังมีการจัดสอนวิชาชีพให้กับคนในชุมชนโดยป้าแดงได้รับเชิญให้ไปเป็นวิทยากรในการทำกิจกรรมการแปรรูปต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าอบรมว่าต้องการความรู้แบบใด เช่น การกวน การทำท็อฟฟี่ ผลไม้กวน เป็นต้น เพราะการอบต้องมีเครื่องมือที่ใช้ในการอบโดยเฉพาะ จึงเป็นการให้ความรู้แบบ การกวน การทำท็อฟฟี่แทน ซึ่งป้าแดงได้รับเชิญจากเกษตรอำเภอ พัฒนาชุมชน ให้ไปเป็นวิทยากรตามอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงไปให้ความรู้ให้กับชาวเขาที่ออกมาอีกด้วย

นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนฯ ยังได้รับมาตรฐานสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) GMP และอาหารฮาลาล (Halal Food)

การผลิตผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว คือ สินค้ามาจากผลผลิตในชุมชน คนในท้องถิ่น ไม่ใช่การผลิตโดยใช้เครื่องจักร แบบโรงงานขนาดใหญ่ทุกอย่างหมุนเวียน และคนกำไรแก่ชุมชนให้ทุกคนอยู่อย่าง ยั่งยืนพึ่งพาตนเองได้ ตนเองมีความสุข ครอบครัวมีความสุข สำหรับอุปกรณ์ก็มีเตาต้นแบบที่ได้งบประมาณสนับสนุนมาจากภาครัฐของบกระต้นเศรษฐกิจเป็นเตาอบมร้อน และทางกลุ่มได้ไปจ้างโรงงานสเตนเลสแกะแบบและทำเป็นตัวใหม่ขึ้นมาอีก 1 เครื่อง อุปกรณ์ในการผลิตนั้นนอกจากจะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐแล้ว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังจัดซื้อ จัดหาด้วยตัวเองอีกด้วย และการผลิตโดยการกวนเป็นเทคนิคให้คนมีงานทำ งานเลี้ยงคน ในระหว่างที่ไม่มีผลผลิตไม่มีการผลิตก็นั่งทำรวมกัน วัตถุประสงค์ตามฤดูกาล กลัวยมาจากเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

ด้านการตลาด กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ใช้แนวคิด ต้องมีตลาดก่อนถึงจะสามารถทำธุรกิจได้ ถ้าไม่มีตลาดก็ไม่สามารถขายได้ การหาตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญอีกข้อหนึ่งของกลุ่มที่ต้องคำนึงถึงในการทำธุรกิจ และมีการคำนวณยอดขายของปีที่แล้วนำมาเป็นข้อมูลในการพยากรณ์ยอดขายปีถัดไป และกลุ่มจะเลือกขายเฉพาะในห้างสรรพสินค้า สนามบิน และผลิตตามการสั่งซื้อของลูกค้าเท่านั้น การขายสินค้าทางกลุ่มจะขายอยู่หน้าโรงงาน ที่เป็นพื้นที่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเอง

การสร้างมาตรฐานจะเน้นสิ่งที่ลูกค้านิยม เน้นนักท่องเที่ยวจีน คนจีนชอบทานอะไรแบบไหน เช่น ชอบมะม่วง สับปะรด ซึ่งสับปะรดไม่มีที่ไหนผลิตเลย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีสต็อกสินค้าไว้ประมาณ 30 ตัน มีการส่งสินค้าแล้ว อีกทั้งยังมีบริษัทที่เข้ามาสั่งผลิตแล้วตีแบรนด์สินค้าเป็นของบริษัทที่สั่งผลิตหรือที่เรียกว่า OEM (Original Equipment Manufacturer) หมายถึง การรับจ้าง

ผลิตสินค้าให้กับแบรนด์ต่าง ๆ ตามแบบที่ลูกค้ากำหนด โดยไม่ใช้มาตรฐานของกลุ่ม แต่ใช้มาตรฐานของบริษัทที่มาสั่งผลิตแทน

ผลกำไรที่ได้จาก OEM นั้นจะได้น้อยแต่ขายทีเดียวได้เงินทันที ส่วนกำไรจากแบรนด์ของกลุ่มนั้นมีกำไรเยอะแต่ช้า การบริหารเงิน มีหุ้นไว้ และมีการกู้ยืมเงินเพื่อเป็นทุนสนับสนุนในการบริหารจัดการภายในกลุ่ม

สถานที่โรงงานเป็นของป่าแดงเอง ซึ่งจุดมุ่งหมายเริ่มต้นของป่าแดงเอง คิดแค่จะสร้างงานและให้มีรายได้ โดยเริ่มแรกอุปกรณ์ในการผลิตนั้นป่าแดงจะหยิบยืมมาจากวัด เนื่องจากการของบประมาณสนับสนุนนั้น ต้องมีประวัติกลุ่ม ต้องมีการรวมกลุ่มประมาณ 3 เดือนก่อน จึงจะสามารถกู้เงินสนับสนุนได้ โดยการขอจากเกษตรอำเภอ เคหะกิจ อีกทั้งยังมีมหาวิทยาลัยเข้ามาช่วยในเรื่องของการวิจัยการแปรรูป พวกกลุ่มไปอบรมเกี่ยวกับการถนอมอาหารที่มหาวิทยาลัย และมีอาจารย์ที่มหาวิทยาลัยฯ จัดทำแผนธุรกิจให้กับกลุ่ม

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถทำสับปะรด ได้ 30 ตัน เพราะว่า มีเครือข่ายที่ดี วัดอุทัยนั้นได้มาจากแหล่งที่ปลูกบนดอย จังหวัดเชียงราย ซึ่งทำให้ชาวบ้านที่บนดอยจังหวัดเชียงรายจำนวน 35 คน มีรายได้เพราะสับปะรด อีกทั้งยังมีโรงงานที่ลำพูนอีกด้วย สำหรับคู่แข่ง ทำคู่แข่งให้เป็นพันธมิตร โดยการสั่งผลิตสินค้าของกลุ่มแล้วบรรจุใส่ซองเป็นชื่อสินค้าของตัวเอง

ลูกค้าที่พึงพอใจในสินค้าของกลุ่ม ซึ่งสินค้าเป็นสินค้าที่ธรรมชาติ ผลิตโดยคนในชุมชน สินค้าไม่ขายตามข้างทาง มีขายเฉพาะในห้างเท่านั้น ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ 90% คือคนจีน และยังมี Supplier มาติดต่ออีกด้วย ยังมี Big C เข้ามาติดต่อแต่ทางกลุ่มไม่ได้ทำการค้ากับ Big C เพราะเห็นว่าถ้าขายให้กับ Supplier จะสะดวกกว่า เพราะการจัดการ การวางบิลต่าง ๆ Supplier จะเป็นฝ่ายจัดการทั้งหมด ซึ่งหากทำการค้ากับ Big C ทางกลุ่มไม่สะดวกในเรื่องของการขนส่งสินค้าตามกำหนดเวลา

มาตรฐานความรู้ทันเทคโนโลยี ซึ่งตอนนี้กลุ่มก็ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ เช่น การสแกนลายนิ้วมือในการเข้า-ออกงาน โปรแกรมคิดเงินเดือน จ่ายเงินเดือนผ่านธนาคาร ไม่มายื่นรอเงินสดอีกต่อไป อนาคตเตรียมตัวสู่ Thailand 4.0 อย่างเต็มที่ และมีการศึกษาข้อมูลของธุรกิจสมัยใหม่ตลอดเวลา และกลุ่มมีความโชคดีที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์เอง

ช่องทางการจัดจำหน่าย รายได้จาก OEM มี 2 เจ้า ประมาณ 50% รวมแล้วประมาณ 6 เดือน ขายออกไปแล้ว 16 ตัน ขายที่ริมปิงทุกสาขา มีการจ้างคนขายประจำอยู่ที่ริมปิง

ลูกค้ารู้จักกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านแคว จากช่องทางการออกจัดบูธตามนิทรรศการต่าง ๆ รายการโทรทัศน์ Facebook Google ช่องทางการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มมี 3 ช่องทาง ประกอบด้วยเว็บไซต์ โบว์ชัวร์ วิดีทัศน์ที่ออกอากาศทางโทรทัศน์และเพจ Facebook รวมถึงการออกรายการวิทยุ

จากข้อมูลการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านแคว นำข้อมูลที่ได้มาประเมินศักยภาพของกลุ่ม เพื่อที่จะสามารถนำไปเปรียบเทียบกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ และยกระดับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายต่อไป โดยการประเมินได้จากการประเมินให้คะแนนร่วมกันของผู้วิจัยจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ตามเกณฑ์การประเมินวิสาหกิจชุมชน ของกรมส่งเสริมการเกษตร โดยผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านแคว ดังแสดงในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 การประเมินศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านแคว อำเภอสарภี จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	ปัจจัยที่ประเมิน	ระดับคะแนน				
		5	4	3	2	1
หมวดที่ 1 ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน						
1.1 ผู้นำ						
1	การกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของผู้นำ	✓				
2	การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และแผนการดำเนินงาน	✓				
3	ความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำวิสาหกิจชุมชน	✓				
4	ความสามารถในการบริหารธุรกิจของผู้นำวิสาหกิจชุมชน	✓				
5	ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ	✓				
6	ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	✓				
1.2 โครงสร้างและกฎระเบียบ						
7	การกำหนดโครงสร้างและการแบ่งหน้าที่ของกรรมการ และสมาชิกในการดำเนินงาน	✓				
8	การกำหนดกฎระเบียบหรือข้อบังคับ	✓				
1.3 การเงินและบัญชี						
9	การระดมทุน	✓				
10	การจัดบันทึกการเงินหรือบัญชี	✓				
11	การใช้ประโยชน์จากบันทึกการเงินหรือบัญชี	✓				
12	การจัดสรรรายได้และผลประโยชน์	✓				
13	การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่น ๆ แก่สมาชิก	✓				
1.4 สวัสดิการสมาชิกและชุมชน						
14	การจัดสวัสดิการแก่สมาชิก	✓				
15	การทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์	✓				
หมวดที่ 2 การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน						
16	การจัดทำแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน	✓				
17	การชี้แจงแผนแก่กรรมการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน		✓			
18	การปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ หรือแผนที่ได้ปรับปรุงตามสถานการณ์	✓				
19	การนำปัญหาในการดำเนินงานมาปรับปรุงแก้ไข	✓				
หมวดที่ 3 การบริหารตลาด						
20	การกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่าย	✓				
21	แหล่งจำหน่ายหรือตลาด และเครือข่ายด้านการตลาด	✓				
22	การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด	✓				

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ลำดับที่	ปัจจัยที่ประเมิน	ระดับคะแนน				
		5	4	3	2	1
หมวดที่ 4 การจัดการความรู้และข้อมูล						
23	การแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	✓				
24	การจัดเก็บข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน	✓				
25	การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก เครือข่าย และบุคคลภายนอก	✓				
หมวดที่ 5 การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน						
26	การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	✓				
27	การพัฒนาสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	✓				
28	การสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน	✓				
29	การให้ความร่วมมือของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในรอบปีที่ผ่านมา	✓				
หมวดที่ 6 การจัดการสินค้าหรือบริการ						
30	ขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ	✓				
31	การปฏิบัติตามขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ	✓				
32	การควบคุมคุณภาพสินค้าหรือบริการ	✓				
หมวดที่ 7 ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน						
7.1 ด้านผลลัพธ์ตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน						
33	การลดรายจ่ายของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	✓				
34	การเพิ่มรายได้ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	✓				
35	การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	✓				
7.2 ด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการ						
36	ความพึงพอใจต่อสินค้า/บริการ	✓				
37	มาตรฐาน คุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้า/บริการ	✓				
38	การสร้างความแตกต่างของสินค้า/บริการให้เป็นที่ต้องการของตลาด	✓				
7.3 ด้านประสิทธิภาพของการดำเนินงาน						
39	การลดต้นทุนในการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน		✓			
40	การลดความผิดพลาดและการสูญเสียในการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน	✓				
7.4 ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน						
41	ความสำเร็จของกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน	✓				
42	การเพิ่มความรู้ ความสามารถ และทักษะของสมาชิก	✓				
43	ความพึงพอใจของสมาชิก	✓				
44	ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากวิสาหกิจชุมชน	✓				

จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบทั้ง 2 แห่ง นำมาวิเคราะห์ศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจากการประเมินร่วมกันของผู้วิจัย ตามเกณฑ์การประเมินวิสาหกิจชุมชน ของกรมส่งเสริมการเกษตร โดยค่าคะแนนการประเมินได้จากการประเมินร่วมกันของผู้วิจัย สามารถสรุปคะแนนศักยภาพการบริหาร การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบทั้ง 2 แห่ง ได้ดังแสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 สรุปการประเมินศักยภาพการบริหาร การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน	ปัจจัยที่ประเมิน												
	การประเมินกระบวนการ									การประเมินผลลัพธ์			
	1. ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน				2. การวางแผนดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน	3. การบริหารตลาด	4. การจัดการความรู้และข้อมูล	5. การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	6. การจัดการสินค้าและบริการ	7. ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน			
	ผู้นำ	โครงสร้างและกฎระเบียบ	การเงินและบัญชี	สวัสดิการแก่สมาชิก						ผลลัพธ์ตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน	คุณภาพสินค้าหรือบริการ	ประสิทธิภาพของการดำเนินงาน	การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน
วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี	4.83	5.00	5.00	5.00	4.25	5.00	5.00	4.75	5.00	5.00	5.00	4.50	5.00
วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านแคว	5.00	5.00	5.00	5.00	4.75	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.50	5.00

4.3 ตอนที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

การดำเนินการในการศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมี 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์เอกสาร ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รับผิดชอบ ขั้นตอนที่ 3 การสอบถามวิสาหกิจชุมชน 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวน 84 แห่ง และขั้นตอนที่ 4 การสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตภัณฑ์สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน 17 แห่ง จึงแบ่งการแสดงผลการศึกษาออกเป็น 4 ตอน รายละเอียด ดังต่อไปนี้

4.3.1 ตอนที่ 3.1 ผลการศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการวิเคราะห์เอกสาร

ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ซึ่งแต่ละปัจจัยสามารถเป็นได้ทั้งปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวาง

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่จะนำมาวิเคราะห์ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจ มี 2 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยภายใน มี 6 ปัจจัย และปัจจัยภายนอก 5 ปัจจัย ดังนี้

1) ปัจจัยภายใน ได้แก่

- 1.1 ปัจจัยเงินทุนงบประมาณ เช่น เงินตั้งต้น เงินหมุน แหล่งกู้ ภาครัฐ
- 1.2 ปัจจัยบุคลากร เช่น ผู้นำ สมาชิก การมีส่วนร่วม ฝีมือแรงงาน
- 1.3 ปัจจัยผลิตภัณฑ์/กิจกรรม เช่น การผลิตการควบคุมคุณภาพ เก็บรักษา
- 1.4 ปัจจัยการตลาด เช่น ตรงความต้องการของลูกค้า ราคา สอดคล้องอัตลักษณ์วิถี

ชุมชน

- 1.5 ปัจจัยที่ตั้ง เช่น สถานที่จัดจำหน่าย ช่องทาง ตัวแทน ออนไลน์
- 1.6 ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร เช่น การวางแผน แบ่งงาน แก้ปัญหา ควบคุม

อนาคต

2) ปัจจัยภายนอก 5 ปัจจัย ได้แก่

2.1 ปัจจัยนโยบายรัฐ เช่น หน่วยงานภาครัฐสนับสนุน ท้องถิ่น ตลาดประชารัฐ ธนาคารประชาชน

- 2.2 ปัจจัยเครือข่ายเช่น เครือข่ายหาวัตถุดิบ ผลิตสินค้า ขายสินค้า
- 2.3 ปัจจัยคู่แข่งเช่น คู่แข่งขันเข้มแข็ง สินค้าเหมือนกัน
- 2.4 ปัจจัยการมีส่วนร่วม เช่น ชุมชนมีส่วนร่วม จัดสำนึก อัตลักษณ์สินค้า
- 2.5 ปัจจัยการคมนาคม เช่น การเข้าถึงวัตถุดิบ การขยายเส้นทางค้าขาย การขนส่ง

และจำหน่าย

ซึ่งจากผลการศึกษา นำปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน มาจัดทำเป็นแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในขั้นตอนต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลนำไปวิเคราะห์ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

4.3.2 ตอนที่ 3.2 ผลการศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

ขั้นตอนการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จากเจ้าหน้าที่หน่วยงานที่รับผิดชอบในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนโดยตรง จำนวน 10 คน โดยแบ่งการเก็บรวบรวมจากพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ 3 อำเภอ 14 ตำบล จากข้อมูลการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาสรุปปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ได้แสดงในตารางที่ 4.24 และ 4.25 ดังนี้

ตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์ปัจจัยเอื้อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ 7 ปัจจัย	
ปัจจัยภายใน 3 ปัจจัย	ปัจจัยภายนอก 4 ปัจจัย
1.ปัจจัยบุคลากร วิสาหกิจที่สามารถดำเนินการได้ จะเกิดจากผู้ก่อตั้งวิสาหกิจที่มีความสามารถ สามารถระดมเงิน สามารถผลิตและหาตลาดขายได้ ความสำเร็จของวิสาหกิจอยู่ที่ผู้ก่อตั้งที่มีความสามารถและภาวะผู้นำสูง 2.ปัจจัยที่ตั้ง วิสาหกิจเกือบทั้งหมดจะตั้งอยู่ที่บ้านเรือนหรือในพื้นที่ของประธานวิสาหกิจที่มักจะเป็นที่ตั้งที่ดี ทั้งอาจจะใกล้แหล่งวัตถุดิบและใกล้แหล่งคมนาคม ทำให้สามารถขายผลิตภัณฑ์ไปด้วยได้ และไม่จำเป็นต้องมีหรือสร้างพื้นที่อาคารขึ้นมาเพิ่ม เพียงแต่ต่อเติมเท่านั้น 3.ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจ จะผลิตจากวัตถุดิบในพื้นที่ ทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้ หากเป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นจะทำให้คนในชุมชน นักท่องเที่ยว และคนภายนอกสนใจต้องการบริโภค ทำให้มีรายได้ แต่ยังมีภาพรวมของการบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่งเริ่มต้น ยังไม่ได้สวยงามและเพิ่มมูลค่าสินค้ามากนัก	1.ปัจจัยนโยบายรัฐบาล นโยบายรัฐบาลที่สนับสนุนวิสาหกิจ โดยเฉพาะภาคการเกษตร ทั้งการสนับสนุนเงินทุน แหล่งเงินทุน เครื่องมือเครื่องจักร อาคารสถานที่ อุปกรณ์ต่าง ๆ ทำให้วิสาหกิจส่วนใหญ่ได้รับและสามารถดำเนินธุรกิจได้ 2.ปัจจัยเครือข่าย วิสาหกิจที่สามารถดำเนินการได้มักมีเครือข่ายกับวิสาหกิจ ภาคธุรกิจ ภาคเอกชนและภาครัฐ ทั้งเครือข่ายด้านองค์ความรู้ ด้านวัตถุดิบ ด้านการผลิต เป็นต้น เช่น เครือข่ายเกษตรปลอดภัย มีทั้งวิสาหกิจผลิตข้าวอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ สมุนไพรพื้นบ้าน เครื่องสำอางสมุนไพร 3.ปัจจัยการคมนาคม ถือเป็นปัจจัยที่ไม่ได้ทำให้วิสาหกิจมีโอกาสในทางธุรกิจเพิ่มขึ้นมากนักเนื่องจากการคมนาคมปัจจุบันค่อนข้างสะดวก ประกอบกับการสั่งซื้อปัจจุบันสามารถสั่งซื้อได้ทั้งในทางโทรศัพท์ ออนไลน์และช่องทางอื่น ๆ สามารถส่งสินค้าให้ทั้งทางไปรษณีย์ ภาครัฐ และขนส่งเอกชน ทำให้การคมนาคมมีบทบาทน้อยไปด้วย แต่ก็ไม่ใช่ปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน 4.ปัจจัยการมีส่วนร่วม มีลักษณะเช่นเดียวกับปัจจัยการคมนาคม เนื่องจากการมีส่วนร่วมกับชุมชนยังมีไม่มากนักชุมชนยังไม่เห็นบทบาทของวิสาหกิจในการพัฒนาชุมชนมากนัก ยกเว้นบางวิสาหกิจที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมชุมชนบ้าง เช่น การบริจาคสิ่งของ การให้ทุนการศึกษา การแจกพืชผลทางการเกษตร ก็จะทำให้ชุมชนให้ความสนใจและร่วมมือมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจ 5 ปัจจัย	
ปัจจัยภายใน 4 ปัจจัย	ปัจจัยภายนอก 1 ปัจจัย
1.ปัจจัยการตลาด เป็นปัจจัยที่สำคัญ เนื่องจากผลิตแล้วไม่มีตลาดรองรับจะทำให้ขายไม่ได้ และไม่มีรายได้ในที่สุด ส่วนราคาและลักษณะที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชนจะเห็นได้ว่ามีความเหมาะสมคือราคาไม่สูงมากนัก ฟังพอใจทั้งคนขายและคนซื้อ และส่วนใหญ่เกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบในชุมชน 2.ปัจจัยเงินทุนงบประมาณ เนื่องจากบางวิสาหกิจมีงบประมาณจำกัด แต่บางวิสาหกิจมีการลงทุน ระดมเงินจะสามารถดำเนินการได้ แต่มีข้อจำกัดในการขยายตลาดและผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่วิสาหกิจจะปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาลเป็นครั้งๆ ไปเพื่อใช้ในการประกอบกิจการ 3.ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร มีเพียงบางวิสาหกิจ ที่สามารถทำอย่างเป็นระบบ ส่วนใหญ่ทำเพราะหน่วยงานรัฐเข้าไปกำหนดและช่วยเหลือเท่านั้น เช่น มีการแบ่งงานกันทำตามโครงสร้างวิสาหกิจ มีการประชุมเดือนละครั้งหรือน้อยกว่านั้น เป็นต้น 4.ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ถือเป็นปัจจัยที่มีลักษณะพิเศษเนื่องจากเป็นทั้งปัจจัยที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ แต่ในขณะเดียวกันยังเป็นปัจจัยที่ขัดขวางทำให้วิสาหกิจไม่สามารถพัฒนาได้มากนัก เนื่องจากสาเหตุที่สำคัญ คือ ผลิตภัณฑ์มีความเหมือนหรือไม่แตกต่างกันในพื้นที่เดียวกัน อันเนื่องจากวัตถุดิบเหมือนกัน ทำให้บางครั้งมีลักษณะเป็นคู่แข่งกันเองด้วย	1.ปัจจัยคู่แข่ง เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจมีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ทำให้วิสาหกิจในพื้นที่เดียวกันมักผลิตสินค้าแบบเดียวกัน ทำให้เป็นคู่แข่งกันเอง ทำให้สัดส่วนการตลาดและรายได้ไม่มากนัก อีกทั้งยังมีคู่แข่งภายนอกเช่น สินค้าที่วางขายตามท้องตลาดอยู่แล้ว ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกสินค้าทดแทนได้มากอีกด้วย

จากตารางที่ 4.24 และ 4.25 พบว่าจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยเอื้อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ประกอบด้วย ปัจจัยภายใน 3 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยบุคลากร 2) ปัจจัยที่ตั้ง และ 3) ปัจจัยผลิตภัณฑ์ และปัจจัยภายนอก 4 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยนโยบายรัฐบาล 2) ปัจจัยเครือข่าย 3) ปัจจัยการคมนาคม และ 4) ปัจจัยการมีส่วนร่วม

สำหรับปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ประกอบด้วย ปัจจัยภายใน 4 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยการตลาด 2) ปัจจัยเงินทุน 3) ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร และ 4) ปัจจัยผลิตภัณฑ์ และปัจจัยภายนอก 1 ปัจจัย คือ ปัจจัยคู่แข่ง

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก พบว่ามี 1 ปัจจัย ที่สามารถเป็นได้ทั้งปัจจัยเอื้อ และปัจจัยขัดขวาง นั่นคือ ปัจจัยภายใน ปัจจัยผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจ จะผลิตจากวัตถุดิบในพื้นที่ ทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้ แต่การที่มีวัตถุดิบในการผลิตในพื้นที่ จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความเหมือนหรือไม่แตกต่างกันในพื้นที่เดียวกัน อันเนื่องจากวัตถุดิบเหมือนกัน ทำให้บางครั้งมีลักษณะเป็นคู่แข่งกันเองด้วย

4.3.3 ตอนที่ 3.3 ผลการศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสอบถามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ตามอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก รวม 84 แห่ง มีผลการศึกษา ดังนี้

1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลจากแบบสอบถามแสดงข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จาก 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ แสดงดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	28	33.33
หญิง	56	66.67
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	2	2.38
อายุ 20-30ปี	2	2.38
อายุ 31-40ปี	36	42.86
อายุ 41-50ปี	34	40.48
อายุ 51-60ปี	9	10.71
อายุ 60 ปีขึ้นไป	3	3.57
ตำแหน่งในวิสาหกิจชุมชน		
ประธานกลุ่มหรือรองประธาน	20	23.81
คณะกรรมการ	43	51.19
ตำแหน่งอื่นในชุมชน	21	25.00
อายุของกิจการวิสาหกิจชุมชน		
1-5 ปี	18	21.43
6-10 ปี	45	53.57
11-15 ปี	21	25.00

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนสมาชิกและลูกจ้างในวิสาหกิจชุมชน		
1-7 คน	22	26.19
8-14 คน	18	21.43
15-21 คน	43	51.19
22 คนขึ้นไป	1	1.19
รายได้ของวิสาหกิจชุมชนต่อเดือน		
10,000-20,000 บาท	14	16.67
20,001-30,000 บาท	23	27.38
30,001-40,000 บาท	37	44.05
40,001-50,000 บาท	6	7.14
50,001 บาทขึ้นไป	4	4.76
การได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ*		
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (สำนักงานเกษตรจังหวัด)	84	100.00
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ ฯลฯ	81	96.42
กรมการปกครอง เช่น สำนักงานจังหวัด อำเภอ ฯลฯ	80	95.23
กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล ฯลฯ	65	77.38
หน่วยงานอื่น ๆ	3	3.57
*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		
รวม	84	100.00

จากตารางที่ 4.26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และเพศหญิงจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงไปคือ ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 40.48 ช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 10.71 ช่วงอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.57 และต่ำสุดช่วงอายุ 20- 30 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.38

ผู้ตอบแบบสอบถามครึ่งหนึ่งดำรงตำแหน่งเป็นคณะกรรมการตำแหน่งอื่นจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 51.19 รองลงมา คือ ตำแหน่งอื่นจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และดำรงตำแหน่งประธานหรือรองประธาน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 23.81 มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการโดยเฉลี่ยมากที่สุด คือจำนวน 6 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.75 รองลงไปคือ 11 – 15 ปี จำนวน 21คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และระยะเวลาในการดำเนินกิจการโดยเฉลี่ยที่ต่ำสุด คือ 1-5 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนสมาชิกและลูกจ้างในวิสาหกิจโดยเฉลี่ยมากที่สุด คือ จำนวน 15 – 21 คน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 51.19 รองลงไปคือ 1 – 7 คน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 26.19 รองลงไปคือ 8 – 14 คน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43 และมีจำนวนสมาชิกและลูกจ้างในวิสาหกิจโดยเฉลี่ยที่ต่ำสุด คือ 22 – 28 คน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.19 มีรายได้ต่อเดือนมากที่สุด คือ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 44.05 รองลงไปคือรายได้ต่อเดือน 20,001–30,000 บาทจำนวน 23คน คิดเป็นร้อยละ 27.38 รายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 รายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7.14 และรายได้ต่อเดือนที่ต่ำสุดคือ รายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76 และผู้ตอบแบบสอบถามได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐมากที่สุด คือ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (สำนักงานเกษตรจังหวัด) จำนวน 84 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือสำนักงานพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย จำนวน 81 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 96.42 กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย จำนวน 80 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 95.23 และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย จำนวน 65 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 77.38

2) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

ผลจากการสอบถามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ดังตารางที่ 4.27 – 4.37

ตารางที่ 4.27 ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยเงินทุน
งบประมาณ

ปัจจัยเงินทุนงบประมาณ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย	ลำดับ
1.วิสาหกิจฯ มีเงินทุนตั้งต้นในการดำเนินการเพียงพอ	2.63	0.69	ปานกลาง	4
2.วิสาหกิจฯ มีเงินทุนหมุนเวียนและแหล่งเงินทุนสำรองเพียงพอ	2.57	0.66	ปานกลาง	5
3.วิสาหกิจฯ มีแหล่งกู้ยืมและเข้าถึงได้สะดวก	2.80	0.64	ปานกลาง	3
4.วิสาหกิจฯ มีการวางแผนทางการเงินและคาดการณ์อนาคตได้อย่างเหมาะสม	2.99	0.59	ปานกลาง	2
5.วิสาหกิจฯ ได้รับความช่วยเหลือด้านเงินทุนจากหน่วยงานรัฐเหมาะสม	3.08	0.61	ปานกลาง	1
รวม	2.81	0.67	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ปัจจัยเงินทุนงบประมาณมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.81 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 โดยรายละเอียด พบว่าเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนได้รับความช่วยเหลือด้านเงินทุนจากหน่วยงานรัฐเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.08 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชนมีการวางแผนทางการเงินและคาดการณ์อนาคตได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 2.99 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชนมีแหล่งกู้ยืมและเข้าถึงได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64

วิสาหกิจชุมชนมีเงินทุนตั้งต้นในการดำเนินกิจการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.63 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ วิสาหกิจชุมชนมีเงินทุนหมุนเวียนและแหล่งเงินทุนสำรองเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.57 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66

ตารางที่ 4.28 ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยบุคลากร

ปัจจัยบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย	ลำดับ
1.วิสาหกิจชุมชน มีผู้นำที่มีความสามารถ	3.01	0.69	ปานกลาง	3
2.วิสาหกิจชุมชน มีสมาชิกที่มีวิธีสอดคล้องกับวิสาหกิจชุมชน	2.89	0.66	ปานกลาง	5
3.วิสาหกิจชุมชน มีสมาชิกที่มีส่วนร่วมกับวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็ง	2.99	0.61	ปานกลาง	4
4.วิสาหกิจชุมชน มีสมาชิกที่มีจิตสำนึกรักษาท้องถิ่นร่วมกัน	3.04	0.55	ปานกลาง	2
5.วิสาหกิจชุมชน มีบุคลากรและแรงงานที่มีฝีมือและความสามารถในการผลิต	3.10	0.63	ปานกลาง	1
รวม	3.00	0.63	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ปัจจัยบุคลากรมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 โดยรายละเอียด พบว่าเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชน มีบุคลากรและแรงงานที่มีฝีมือและความสามารถในการผลิตมีค่าเฉลี่ย 3.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชนมีสมาชิกที่มีจิตสำนึกรักษาท้องถิ่นร่วมกัน มีค่าเฉลี่ย 3.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชนมีผู้นำที่มีความสามารถ มีค่าเฉลี่ย 3.01 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชนมีสมาชิกที่มีส่วนร่วมกับวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็ง มีค่าเฉลี่ย 2.99 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ วิสาหกิจชุมชนมีสมาชิกที่มีวิธีสอดคล้องกับวิสาหกิจชุมชน มีค่าเฉลี่ย 2.89 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66

ตารางที่ 4.29 ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยผลิตภัณฑ์/กิจกรรม

ปัจจัยผลิตภัณฑ์/กิจกรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย	ลำดับ
1.วิสาหกิจชุมชน มีสินค้าสอดคล้องกับวิถีของชุมชน	2.85	0.72	ปานกลาง	5
2.วิสาหกิจชุมชน มีอุปกรณ์การผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐาน	2.86	0.71	ปานกลาง	4
3.วิสาหกิจชุมชน มีวัตถุดิบและการหาวัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพ	3.06	0.70	ปานกลาง	2
4.วิสาหกิจชุมชน มีการผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐาน	2.95	0.64	ปานกลาง	3
5.วิสาหกิจชุมชน มีสินค้าที่มีคุณภาพและสามารถตรวจสอบได้	3.11	0.66	ปานกลาง	1
รวม	2.96	0.69	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ปัจจัยผลิตภัณฑ์/กิจกรรมมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.96 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 โดยรายละเอียด พบว่าเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนมีสินค้าที่มีคุณภาพและสามารถตรวจสอบได้ มีค่าเฉลี่ย 3.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชนมีวัตถุดิบและการหาวัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชนมีการผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 2.95 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชนมีอุปกรณ์การผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 2.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ วิสาหกิจชุมชนมีสินค้าสอดคล้องกับวิถีของชุมชน มีค่าเฉลี่ย 2.85 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72

ตารางที่ 4.30 ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยการตลาด

ปัจจัยการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย	ลำดับ
1.วิสาหกิจชุมชนมีสินค้าตรงตามความต้องการลูกค้า	2.77	0.72	ปานกลาง	4
2.วิสาหกิจชุมชน มีสินค้าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	2.79	0.71	ปานกลาง	3
3.วิสาหกิจชุมชน มีสินค้าที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีชุมชน	3.02	0.74	ปานกลาง	2
4.วิสาหกิจชุมชน ได้รับการสนับสนุนทางการตลาดจากหน่วยงานภาครัฐ	3.10	0.75	ปานกลาง	1
รวม	2.92	0.74	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ปัจจัยการตลาดมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 โดยรายละเอียด พบว่าเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนได้รับการสนับสนุนทางการตลาดจากหน่วยงานภาครัฐ มีค่าเฉลี่ย 3.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชนมีสินค้าที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.02 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 วิสาหกิจชุมชนมีสินค้าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 2.79 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ วิสาหกิจชุมชนมีสินค้าตรงตามความต้องการลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.77 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72

ตารางที่ 4.31 ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยที่ตั้ง

ปัจจัยที่ตั้ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย	ลำดับ
1.วิสาหกิจชุมชน มีสถานที่จัดจำหน่ายที่สะดวกสำหรับลูกค้า	2.77	0.68	ปานกลาง	1
2.วิสาหกิจชุมชน มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย	2.77	0.65	ปานกลาง	1
3.วิสาหกิจชุมชน มีตัวแทนและช่องทางขายออนไลน์	2.76	0.70	ปานกลาง	3
รวม	2.77	0.71	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ปัจจัยที่ตั้งมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.77 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 โดยรายละเอียดพบว่า เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนมีสถานที่จัดจำหน่ายที่สะดวกสำหรับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.77 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชนมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 2.77 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ วิสาหกิจชุมชนมีตัวแทนและช่องทางขายออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 2.76 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70

ตารางที่ 4.32 ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร

ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย	ลำดับ
1.วิสาหกิจชุมชน มีการวางแผนแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน	3.04	0.68	ปานกลาง	4
2.วิสาหกิจชุมชน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันตลอดเวลา	2.94	0.68	ปานกลาง	5
3.วิสาหกิจชุมชน แก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว ทันทีและมีประสิทธิภาพ	3.11	0.64	ปานกลาง	1
4.วิสาหกิจชุมชน กำกับดูแลการควบคุมทุกขั้นตอนอย่างใกล้ชิด	3.05	0.64	ปานกลาง	3
5.วิสาหกิจชุมชน มีแนวทางและมองเห็นโอกาสในอนาคต	3.08	0.59	ปานกลาง	2
รวม	3.04	0.65	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กรมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.04 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 โดยรายละเอียด พบว่าเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว ทันทีและมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชน มีแนวทางและมองเห็นโอกาสในอนาคตมีค่าเฉลี่ย 3.08 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชนกำกับดูแลการควบคุมทุกขั้นตอนอย่างใกล้ชิด มีค่าเฉลี่ย 3.05 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชนมีการวางแผนแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ วิสาหกิจชุมชนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 2.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68

ตารางที่ 4.33 ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยนโยบายภาครัฐ

ปัจจัยนโยบายภาครัฐ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย	ลำดับ
1.รัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน อย่างต่อเนื่อง	2.87	0.64	ปานกลาง	3
2.หน่วยงานท้องถิ่น สถาบันการศึกษาร่วมมือในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	2.94	0.66	ปานกลาง	2
3.นโยบายรัฐอื่นสนับสนุน เช่น ตลาดประชารัฐ ธนาคารประชาชน	3.02	0.64	ปานกลาง	1
รวม	2.94	0.64	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ปัจจัยนโยบายภาครัฐมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.94 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 โดยรายละเอียดพบว่า เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ นโยบายรัฐอื่นสนับสนุน เช่น ตลาดประชารัฐ ธนาคารประชาชน มีค่าเฉลี่ย 3.02 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 รองลงมาคือ หน่วยงานท้องถิ่น สถาบันการศึกษาร่วมมือในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน มีค่าเฉลี่ย 2.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ รัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 2.87 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64

ตารางที่ 4.34 ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยเครือข่าย

ปัจจัยเครือข่าย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย	ลำดับ
1.มีเครือข่ายจัดส่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ	2.88	0.61	ปานกลาง	2
2.มีเครือข่ายในการผลิตสินค้าที่เข้มแข็ง	2.87	0.62	ปานกลาง	3
3.มีเครือข่ายการตลาดจัดขายสินค้าที่หลากหลาย	3.04	0.77	ปานกลาง	1
รวม	2.93	0.66	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ปัจจัยเครือข่ายมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.93 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 โดยรายละเอียด พบว่าเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนมีเครือข่ายการตลาดจัดขายสินค้าที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.04 ค่า 0.77 รองลงมาคือ มีเครือข่ายจัดส่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 2.88 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีเครือข่ายในการผลิตสินค้าที่เข้มแข็ง มีค่าเฉลี่ย 2.87 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62

ตารางที่ 4.35 ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยคู่แข่ง

ปัจจัยคู่แข่ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย	ลำดับ
1.มีผู้ขายสินค้าเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันจำนวนมาก	2.92	0.95	ปานกลาง	2
2.คู่แข่งสามารถเข้ามาผลิตแข่งขันได้ง่าย	2.77	0.72	ปานกลาง	3
3.คู่แข่งมีความเข้มแข็งและโอกาสทางการตลาดสูง	2.95	0.69	ปานกลาง	1
รวม	2.88	0.71	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ปัจจัยคู่แข่งชั้นมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.88 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 โดยรายละเอียด พบว่าเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ คู่แข่งมีความเข้มแข็งและโอกาสทางการตลาดสูง มีค่าเฉลี่ย 2.95 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 รองลงมาคือ มีผู้ขายสินค้าเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 2.92 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.95 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ คู่แข่งสามารถเข้ามาผลิตแข่งขันได้ง่าย มี 2.77 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72

ตารางที่ 4.36 ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยการมีส่วนร่วมจากภายนอก

ปัจจัยการมีส่วนร่วมจากภายนอก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย	ลำดับ
1.ประชาชนมีส่วนร่วมกับวิสาหกิจชุมชน	2.89	0.62	ปานกลาง	2
2.ชุมชนมีจิตสำนึกในความเป็นท้องถิ่นร่วมกัน	2.89	0.68	ปานกลาง	2
3.อัตลักษณ์สินค้าเกิดจากการมีส่วนร่วมจากชุมชน	2.98	0.78	ปานกลาง	1
รวม	2.92	0.69	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ปัจจัยการมีส่วนร่วมจากภายนอกมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 โดยรายละเอียด พบว่าเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ อัตลักษณ์สินค้าเกิดจากการมีส่วนร่วมจากชุมชน มีค่าเฉลี่ย 2.98 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 รองลงมาคือ ชุมชนมีจิตสำนึกในความเป็นท้องถิ่นร่วมกัน มีค่าเฉลี่ย 2.89 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ประชาชนมีส่วนร่วมกับวิสาหกิจชุมชน มีค่าเฉลี่ย 2.89 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62

ตารางที่ 4.37 ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยคมนาคม

ปัจจัยคมนาคม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย	ลำดับ
1.การคมนาคมเข้าถึงสถานประกอบการสะดวก	3.06	0.65	ปานกลาง	2
2.การขยายเส้นทางคมนาคมและแหล่งขายสินค้า	2.99	0.74	ปานกลาง	3
3.เส้นทางคมนาคมสะดวก สามารถขนส่งและจำหน่ายสินค้าได้ทันเวลา	3.08	0.70	ปานกลาง	1
รวม	3.04	0.69	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ปัจจัยคมนาคมมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.04 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 โดยรายละเอียด พบว่าเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ เส้นทางคมนาคมสะดวก ทำให้สามารถขนส่งและจำหน่ายสินค้าได้ทันเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.08 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 รองลงมาคือการคมนาคมเข้าถึงสถานประกอบการสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การคมนาคมเข้าถึงสถานประกอบการสะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.99 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74

จากผลการศึกษาแบบสอบถามปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ จากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ตามอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

ของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก นำมาวิเคราะห์เพื่อสรุปว่า ปัจจัยใดบ้าง เป็นปัจจัยเอื้อ และปัจจัยใดบ้างเป็นปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจ ดังแสดงใน ตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 การวิเคราะห์ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มี ผลผลิตตามอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนา เศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสอบถามกลุ่มวิสาหกิจ

ปัจจัยการดำเนินงาน	$\bar{X}$	ลักษณะ ปัจจัย	รวม	สรุปปัจจัย
ปัจจัยภายใน				
ปัจจัยเงินทุนงบประมาณ 1.วิสาหกิจชุมชน มีเงินทุนตั้งต้นในการดำเนินกิจการ เพียงพอ 2.วิสาหกิจชุมชน มีเงินทุนหมุนเวียนและแหล่งเงินทุน สำรองเพียงพอ 3.วิสาหกิจชุมชน มีแหล่งกู้ยืมและเข้าถึงได้สะดวก 4.วิสาหกิจชุมชน มีการวางแผนทางการเงินและคาดการณ์ อนาคตได้อย่างเหมาะสม 5.วิสาหกิจชุมชน ได้รับความช่วยเหลือด้านเงินทุนจาก หน่วยงานรัฐเหมาะสม	2.63 2.57 2.80 2.99 3.08	✕ ✕ ✕ ✓ ✓	2.81	ปัจจัย ขัดขวาง
ปัจจัยบุคลากร 1.วิสาหกิจชุมชน มีผู้นำที่มีความสามารถ 2.วิสาหกิจชุมชน มีสมาชิกที่มีวิถีสอดคล้องกับวิสาหกิจ ชุมชน 3.วิสาหกิจชุมชน มีสมาชิกที่มีส่วนร่วมกับวิสาหกิจชุมชนที่ เข้มแข็ง 4.วิสาหกิจชุมชน มีสมาชิกที่มีจิตสำนึกรักษาท้องถิ่นร่วมกัน 5.วิสาหกิจชุมชน มีบุคลากรและแรงงานที่มีฝีมือและ ความสามารถในการผลิต	3.01 2.89 2.99 3.04 3.10	✓ ✕ ✓ ✓ ✓	3.00	ปัจจัยเอื้อ
ปัจจัยผลิตภัณฑ์/กิจกรรม 1.วิสาหกิจชุมชน มีสินค้าสอดคล้องกับวิถีของชุมชน 2.วิสาหกิจชุมชน มีอุปกรณ์การผลิตที่มีคุณภาพและ มาตรฐาน 3.วิสาหกิจชุมชน มีวัตถุดิบและการหาวัตถุดิบที่มี ประสิทธิภาพ 4.วิสาหกิจชุมชน มีการผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐาน 5.วิสาหกิจชุมชน มีสินค้าที่มีคุณภาพและสามารถตรวจสอบ ได้	2.85 2.86 3.06 2.95 3.11	✕ ✕ ✓ ✓ ✓	2.96	ปัจจัยเอื้อ

ตารางที่ 4.38 (ต่อ)

ปัจจัยการดำเนินงาน	$\bar{x}$	ลักษณะปัจจัย	รวม	สรุปปัจจัย
ปัจจัยภายใน (ต่อ)				
ปัจจัยการตลาด 1.วิสาหกิจชุมชนมีสินค้าตรงตามความต้องการลูกค้า 2.วิสาหกิจชุมชน มีสินค้าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ 3.วิสาหกิจชุมชน มีสินค้าที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีชุมชน 4.วิสาหกิจชุมชน ได้รับการสนับสนุนทางการตลาดจากหน่วยงานภาครัฐ	2.77 2.79 3.02 3.10	✕ ✕ ✓ ✓	2.92	ปัจจัยขัดขวาง
ปัจจัยที่ตั้ง 1.วิสาหกิจชุมชน มีสถานที่จัดจำหน่ายที่สะดวกสำหรับลูกค้า 2.วิสาหกิจชุมชน มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย 3.วิสาหกิจชุมชน มีตัวแทนและช่องทางขายออนไลน์	2.77 2.77 2.76	✕ ✕ ✕	2.77	ปัจจัยขัดขวาง
ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร 1.วิสาหกิจชุมชน มีการวางแผนแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน 2.วิสาหกิจชุมชน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน 3.วิสาหกิจชุมชน แก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว ทันทีและมีประสิทธิภาพ 4.วิสาหกิจชุมชน กำกับดูแลการควบคุมทุกขั้นตอนอย่างใกล้ชิด 5.วิสาหกิจชุมชน มีแนวทางและมองเห็นโอกาสในอนาคต	3.04 2.94 3.11 3.05 3.08	✓ ✓ ✓ ✓ ✓	3.04	ปัจจัยเอื้อ
ปัจจัยภายนอก				
ปัจจัยนโยบายภาครัฐ 1.รัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน อย่างต่อเนื่อง 2.หน่วยงานท้องถิ่น สถาบันการศึกษาร่วมมือในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน 3.นโยบายรัฐอื่นสนับสนุน เช่น ตลาดประชารัฐ ธนาคารประชาชน	2.87 2.94 3.02	✕ ✓ ✓	2.94	ปัจจัยเอื้อ
ปัจจัยเครือข่าย 1.มีเครือข่ายจัดส่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ 2.มีเครือข่ายในการผลิตสินค้าที่เข้มแข็ง 3.มีเครือข่ายการตลาดจัดขายสินค้าที่หลากหลาย	2.88 2.87 3.04	✕ ✕ ✓	2.93	ปัจจัยเอื้อ

ตารางที่ 4.38 (ต่อ)

ปัจจัยการดำเนินงาน	$\bar{x}$	ลักษณะปัจจัย	รวม	สรุปปัจจัย
ปัจจัยภายนอก (ต่อ)				
ปัจจัยคู่แข่งชั้น				
1. มีผู้ขายสินค้าเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันจำนวนมาก	2.92	×	2.88	ปัจจัย ขัดขวาง
2. คู่แข่งสามารถเข้ามาผลิตแข่งขันได้ง่าย	2.77	×		
3. คู่แข่งมีความเข้มแข็งและโอกาสทางการตลาดสูง	2.95	✓		
ปัจจัยการมีส่วนร่วมจากภายนอก				
1. ประชาชนมีส่วนร่วมกับวิสาหกิจชุมชน	2.89	×	2.92	ปัจจัย ขัดขวาง
2. ชุมชนมีจิตสำนึกในความเป็นท้องถิ่นร่วมกัน	2.89	×		
3. อัตลักษณ์สินค้าเกิดจากการมีส่วนร่วมจากชุมชน	2.98	×		
ปัจจัยคมนาคม				
1. การคมนาคมเข้าถึงสถานประกอบการสะดวก	3.06	✓	3.04	ปัจจัยเอื้อ
2. การขยายเส้นทางคมนาคมและแหล่งขายสินค้า	2.99	✓		
3. เส้นทางคมนาคมสะดวก ทำให้สามารถขนส่งและจำหน่ายสินค้าได้ทันเวลา	3.08	✓		

จากตารางที่ 4.38 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก เพื่อระบุปัจจัยการดำเนินการจากความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนว่าปัจจัยใดเป็นปัจจัยเอื้อ ปัจจัยใดเป็นปัจจัยขัดขวาง ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน มี 6 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยบุคลากร 2) ปัจจัยผลิตภัณฑ์/กิจกรรม 3) ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร 4) ปัจจัยนโยบายภาครัฐ 5) ปัจจัยเครือข่าย และ 6) ปัจจัยคมนาคม

ปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน มี 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยเงินทุน งบประมาณ 2) ปัจจัยการตลาด 3) ปัจจัยที่ตั้ง 4) ปัจจัยคู่แข่ง และ 5) ปัจจัยการมีส่วนร่วม

4.3.4 ตอนที่ 3.4 ผลการศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีศักยภาพ มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ใน 3 ประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และผ้าเครื่องแต่งกาย มีผลการจากสัมภาษณ์ ดังนี้ จากข้อมูลสามารถนำมาสรุปภาพรวมของปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก โดยสรุปปัจจัยเอื้อ แสดงในตารางที่ 4.39 และปัจจัยขัดขวาง แสดงในตารางที่ 4.40 ดังนี้

ตารางที่ 4.39 สรุปปัจจัยเอื้อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีศักยภาพ

ปัจจัยเอื้อการดำเนินธุรกิจ 7 ปัจจัย	
ปัจจัยภายใน 3 ปัจจัย	ปัจจัยภายนอก 4 ปัจจัย
1.ปัจจัยผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชนมองว่าสินค้าของตนเองมีความโดดเด่นเพียงพอและสามารถขายสู่ภายนอกได้ เนื่องจากวิสาหกิจส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตมีความสามารถสูงในการผลิตตามที่ผู้บริโภคต้องการได้ทุกรูปแบบ ทำให้ปัจจัยผลิตภัณฑ์ไม่เป็นปัญหาของวิสาหกิจชุมชน 2.ปัจจัยบุคลากร วิสาหกิจชุมชนมีผู้นำที่เข้มแข็งและได้รับการส่งเสริมให้รวมกลุ่ม จึงมีการรวมกลุ่ม ส่วนใหญ่จะเป็นอาชีพเดิมที่ทำอยู่แล้ว แต่เมื่อหน่วยงานรัฐมีการส่งเสริมจึงได้รวมกลุ่มเพื่อให้เข้าถึงความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐได้ ยิ่งกว่านั้นยังทำให้บุคลากรของวิสาหกิจมีความรู้ความสามารถมากยิ่งขึ้นด้วย 3.ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร วิสาหกิจชุมชนมีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็งมีสมาชิกตั้งแต่ 7 คนขึ้นไปจนถึงกว่า 50 คน และยังมีสมาชิกในชุมชนที่ช่วยส่งหรือขายวัตถุดิบอีกด้วย วิสาหกิจมีการแบ่งงานกันทำตามความถนัดอย่างเหมาะสม	1.ปัจจัยนโยบายรัฐบาล วิสาหกิจชุมชนมองว่าหากไม่มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือคงไม่สามารถมีเงินทุนและเครื่องมือเครื่องจักรเพียงพอต่อการผลิตคงต้องผลิตแบบดั้งเดิมใช้แรงงานเข้มข้นและได้ผลผลิตน้อย จำเป็นต้องใช้แรงงานคนจำนวนมากและเป็นต้นทุนสำคัญ ยิ่งกว่านั้นปัจจุบันหน่วยงานรัฐยังเข้ามาช่วยเหลือหลายหน่วยงาน ทั้งหน่วยงานการเกษตร หน่วยงานสหกรณ์การเกษตร หน่วยงานทหาร หน่วยงานมหาดไทย ทำให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น 2.ปัจจัยเครือข่าย เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญทั้งการให้คำปรึกษา เป็นพี่เลี้ยง ช่วยหาวัตถุดิบ ตลอดจนการฝากขายสินค้า แต่เครือข่ายที่ชัดเจนที่สุด คือ เครือข่ายส่งมอบวัตถุดิบในการผลิตซึ่งวิสาหกิจในท้องถิ่นมีเครือข่ายอยู่แล้ว แต่ไม่ได้ช่วยในการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้นได้ 3.ปัจจัยการคมนาคม เกี่ยวข้องกับความสะดวกในการจำหน่ายและรับส่งวัตถุดิบ ซึ่งปัจจัยการคมนาคมปัจจุบัน เป็นช่องทางที่มีบทบาทน้อยลง เนื่องจากปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนจะรับคำสั่งซื้อทางออนไลน์ หรือทางโทรศัพท์ ส่วนการจำหน่ายสินค้าใช้ช่องทางไปรษณีย์มากยิ่งขึ้น 4.ปัจจัยการมีส่วนร่วม วิสาหกิจชุมชนมองว่าเป็นการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนในกลุ่ม เนื่องจากวิสาหกิจเป็นของทุกคนในชุมชน แต่บางวิสาหกิจชุมชนเป็นของกลุ่มเครือญาติ ชุมชนจะมีส่วนร่วมน้อย แต่ภาพรวมส่วนใหญ่มองว่าเป็นการเปิดตัวและสร้างการยอมรับจากภายนอกให้แก่วิสาหกิจให้ได้รับการยอมรับมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.40 สรุปปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย

ปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจ 4 ปัจจัย	
ปัจจัยภายใน 3 ปัจจัย	ปัจจัยภายนอก 1 ปัจจัย
1.ปัจจัยการตลาด การตลาดเป็นปัญหาและปัจจัยที่สำคัญที่สุด หากมีการส่งเสริมและหาตลาดชุมชนให้ขายสินค้าได้ จะทำให้วิสาหกิจที่เก่งเรื่องการผลิตอยู่แล้ว สามารถขายได้มากยิ่งขึ้น เช่น ทำตลาดขายของ ตลาดออนไลน์ จับคู่ธุรกิจ 2.ปัจจัยเงินทุนงบประมาณ ส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนมีเงินทุนจากการกู้เงินธนาคาร และได้รับเงินสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการริเริ่มดำเนินการ แม้ว่าบางวิสาหกิจจะมีการระดมเงินจากสมาชิกหรือมีการให้เป็นเจ้าของหุ้นวิสาหกิจชุมชน แต่ยังมีจำนวนเงินทุนจำกัด และบางวิสาหกิจจะเก็บเงินไว้เมื่อยามจำเป็นเท่านั้น เพื่อให้มีสภาพคล่อง 3.ปัจจัยที่ตั้ง วิสาหกิจชุมชนมองว่าไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน แต่ต้องการให้หน่วยงานรัฐนำสินค้าไปจำหน่ายหรือแสดงสินค้า เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภครู้จัก และอาจติดต่อขอซื้อสินค้าในภายหลังได้ หากมีสถานที่จำหน่ายจะทำให้ธุรกิจขยายตัวมากยิ่งขึ้น	1.ปัจจัยคู่แข่ง สภาพเศรษฐกิจทำให้ผู้บริโภคหันไปซื้อสินค้าที่หาง่ายและทดแทนกันได้ ทำให้วิสาหกิจชุมชนที่เคยมองว่าไม่มีคู่แข่ง เห็นว่าเริ่มมีคู่แข่งมากขึ้น

ผลการศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน การสอบถามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ และการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย นำมาวิเคราะห์เพื่อสรุปปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ดังแสดงในตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 การวิเคราะห์ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม

แหล่งข้อมูล	ปัจจัยภายใน						ปัจจัยภายนอก				
	เงินทุน งบประมาณ	บุคลากร	ผลิตภัณฑ์/ กิจกรรม	การตลาด	ที่ตั้ง	การบริหาร จัดการ องค์กร	นโยบาย ภาครัฐ	เครือข่าย	คู่แข่ง	การมีส่วนร่วม จาก ภายนอก	การ คมนาคม
เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ เกี่ยวกับวิสาหกิจ ชุมชน (10 คน)	×	✓	✓, ×	×	✓	×	✓	✓	×	✓	✓
กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป้าหมายที่มี ผลิตภัณฑ์ตามอัต ลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ชุมชน (84 แห่ง)	×	✓	✓	×	×	✓	✓	✓	×	✓	✓
วิสาหกิจชุมชนที่มี ศักยภาพจากวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่มเป้าหมาย (17 แห่ง)	×	✓	✓	×	×	✓	✓	✓	×	×	✓
สรุปปัจจัย	ขัดขวาง	เอื้อ	เอื้อ	ขัดขวาง	ขัดขวาง	ขัดขวาง	เอื้อ	เอื้อ	ขัดขวาง	ขัดขวาง	เอื้อ

✓ = ปัจจัยเอื้อการดำเนินธุรกิจ × = ปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจ

จากตารางที่ 4.41 การวิเคราะห์ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจากกลุ่มประชากร 3 กลุ่ม สามารถสรุปปัจจัยที่เป็นปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ โดยการที่จะสรุปว่าปัจจัยใดเป็นปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนนั้นเลือกจากปัจจัยที่กลุ่มประชากรทุกกลุ่มเห็นว่าเป็นปัจจัยเอื้อ และปัจจัยอื่น ๆ จะเป็นปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจ ซึ่งจากตารางสรุปได้ว่า

ปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มี 5 ปัจจัย เป็นปัจจัยภายใน 2 ปัจจัย ปัจจัยภายนอก 3 ปัจจัย ได้แก่

- 1) ปัจจัยบุคลากร
- 2) ปัจจัยผลิตภัณฑ์/กิจกรรม
- 3) ปัจจัยนโยบายภาครัฐ
- 4) ปัจจัยเครือข่าย
- 5) ปัจจัยการคมนาคม

ปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มี 6 ปัจจัย เป็นปัจจัยภายใน 4 ปัจจัย ปัจจัยภายนอก 2 ปัจจัย ได้แก่

- 1) ปัจจัยเงินทุนงบประมาณ
- 2) ปัจจัยการตลาด
- 3) ปัจจัยที่ตั้ง
- 4) ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร
- 5) ปัจจัยคู่แข่ง
- 6) ปัจจัยการมีส่วนร่วมจากภายนอก

จากผลการสรุปปัจจัยเอื้อ ปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก แสดงให้เห็นว่าปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน เป็นปัจจัยภายในถึง 4 ปัจจัย ดังนั้นแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ควรดำเนินการแก้ไข สร้างความเข้มแข็งจากภายในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และใช้ปัจจัยภายนอกมาเป็นปัจจัยผลักดันการดำเนินงานธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

จากผลข้างต้นยังสอดคล้องกับผลที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเห็นว่าตัววิสาหกิจชุมชนเองมีการบริหารจัดการองค์กรที่ดี ซึ่งตรงข้ามเจ้าหน้าที่ในภาครัฐ ที่เห็นว่าการบริหารจัดการองค์กรของวิสาหกิจเป็นปัจจัยขัดขวาง ดังนั้น แนวทางในการพัฒนาจึงจำเป็นต้องชี้ให้วิสาหกิจชุมชนเห็นว่าปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนคือการบริหารจัดการภายในองค์กรของวิสาหกิจชุมชนเองเสียก่อน แล้วดำเนินการปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และมีอีกหนึ่งปัจจัยที่ทางวิสาหกิจชุมชนมีความเห็นแตกต่างจากเจ้าหน้าที่ คือปัจจัยของที่ตั้ง ซึ่งวิสาหกิจชุมชนมองว่าที่ตั้งเป็นปัจจัยขัดขวาง เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีสถานที่ผลิตและจำหน่ายในพื้นที่เดียวกัน วิสาหกิจจึงมองว่าที่ตั้งคือสถานที่จำหน่ายที่ลูกค้าต้องเดินทางเข้ามาซื้อทำให้เป็นปัจจัยขัดขวาง แต่เจ้าหน้าที่เห็นว่าสถานที่ผลิตของวิสาหกิจชุมชนมีความสะดวกในการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายยังสถานที่ต่าง ๆ ดังนั้น หากต้องการพัฒนาจึงต้องมีการพัฒนาช่องทางการตลาดให้กับกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนให้มีช่องทางการจำหน่าย และสถานที่จำหน่ายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อแก้ไขให้ปัจจัยที่ตั้งไม่เป็นปัจจัยขัดขวางในมุมมองของวิสาหกิจชุมชน

4.4 ตอนที่ 4 ผลการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ผลการศึกษาศักยภาพการดำเนินงาน และศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก เป็นการศึกษาวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ได้แก่ 1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป 2) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และ 3) ผ้า เครื่องแต่งกายตามอัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ใน 3 ด้าน คือ 1) ด้านการเกษตร 2) ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 3) ด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 84 แห่ง และวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีศักยภาพที่ได้จากการคัดเลือกจากเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเจ้าหน้าที่เห็นว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นมีผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก และมีศักยภาพในการพัฒนา โดยกลุ่มวิสาหกิจดังกล่าว มาจาก 3 อำเภอของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จำนวน 17 แห่ง โดยผลการศึกษาแบ่งเป็น 2 ตอน คือ ผลการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และผลการศึกษาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำผลการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่ได้ไปเปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ เพื่อหาแนวทางยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายต่อไป

4.4.1 ตอนที่ 4.1 ผลการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ผลการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการประเมินศักยภาพการดำเนินงานตามเกณฑ์การประเมินศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งประกอบด้วยการประเมิน 2 ส่วน 7 ประเด็น คือ ส่วนที่ 1 การประเมินกระบวนการ ประกอบด้วย 6 ประเด็น และส่วนที่ 2 การประเมินผลลัพธ์ประกอบด้วย 1 ประเด็น ผลการประเมินศักยภาพการดำเนินงานจากวิสาหกิจชุมชน ทั้ง 17 แห่ง แสดงในตารางที่ 4.42 – 4.43

ตารางที่ 4.42 การประเมินศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ลำดับ	ปัจจัยที่ประเมิน	วิสาหกิจชุมชน																
		ข้าวไร่ใจ	พอดีส้มไพร	เกษตรประณีต	สมุนไพรหอมคำ 2558	แม่ละออ	ทอผ้าจากกะยอบ้านปูแป้	แปรรูปสมุนไพรบ้าน	แปรรูปสมุนไพรลูกรัก	(ผู้กะเหรี่ยง) บ้านชะเนือ	ชุมชนตำบลชะเนือ	ชุมชนดอนแก้ว	แปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน	ผู้ปลูกอะโวคาโด อ.พบพระ	เกษตรผสมผสานบ้านเสรีราษฎร์	สตรีบ้านเสรีราษฎร์	ผ้าทอกระเหรี่ยงบ้านทิกะเปือ	น้ำพริกกุ้งบ้านวาลย์เหนือรวมใจ
หมวดที่ 1 ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน																		
1.1 ผู้นำ																		
1	การกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของผู้นำ	4	4	3	3	2	3	3	5	3	3	3	4	4	3	4	2	3
2	การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายทิศทาง และแผนการดำเนินงาน	3	3	2	2	1	2	3	3	3	2	2	3	3	2	4	2	3
3	ความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำ	5	5	4	3	4	3	3	5	3	4	3	4	4	2	4	3	3
4	ความสามารถในการบริหารธุรกิจของผู้นำ	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	2	4	4	2	3	1	2
5	ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	2	2
6	ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3
1.2 โครงสร้างและกฎระเบียบ																		
7	การกำหนดโครงสร้างและการแบ่งหน้าที่ของกรรมการและสมาชิกในการดำเนินงาน	4	4	4	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	2	4	2	3
8	การกำหนดกฎระเบียบหรือข้อบังคับ	4	4	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	4	3	4	2	3

ตารางที่ 4.42 (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยที่ประเมิน	วิสาหกิจชุมชน																
		ข้าวใส่ใจ	พอดิสมุนไพร	เกษตรประณีต	สมุนไพรทองคำ 2558	แม่ละออ	ทอผ้าปากกระอญบ้านปู่แป	แปรรูปสมุนไพรพื้นบ้าน	แปรรูปสมุนไพรปลูก	(ผ้ามะเหลียง) บ้านชะเม็ลือ	ชุมชนตำบลชะเม็ลือ	ชุมชนดอนแก้ว	แปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน	ผู้ปลูกอะโวคาโด อ.พบพระ	เกษตรผสมผสานบ้านเสริราษฎร์	สตรีบ้านเสริราษฎร์	ผ้าทอกระเหรี่ยงบ้านทึะปะเปอ	น้ำพริกกุ้งบ้านวาลย์เหนือรวมใจ
1.3 การเงินและบัญชี																		
9	การระดมทุน	3	3	2	2	3	1	2	2	2	2	1	2	3	2	2	1	1
10	การจดบันทึกการเงินหรือบัญชี	4	4	3	3	3	3	3	5	2	3	3	4	4	3	4	2	3
11	การใช้ประโยชน์จากบันทึกการเงินหรือบัญชี	4	4	4	3	3	2	3	5	2	3	3	4	4	3	4	1	2
12	การจัดสรรรายได้และผลประโยชน์	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	2	3	4	3	4	2	3
13	การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่น ๆ แก่สมาชิก	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	2	3
1.4 สวัสดิการสมาชิกและชุมชน																		
14	การจัดสวัสดิการแก่สมาชิก	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	4	1	3
15	การทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	1	3
หมวดที่ 2 การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน																		
16	การจัดทำแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน (แผนบริหารองค์กรและแผนประกอบกิจการ)	3	3	3	2	3	2	2	4	2	2	1	3	2	1	2	1	2
17	การชี้แจงแผนแก่กรรมการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	1	3

ตารางที่ 4.42 (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยที่ประเมิน	วิสาหกิจชุมชน																
		ทอผ้าจากใยกล้วยง	น้ำพริกกุ้งบ้านวาลย์เหนือ รวมใจ	ผ้าทอกระเหรี่ยงบ้านทึกระเป๋	สตรีบ้านเสีราษฎร์	เกษตรผสมผสาน บ้านเสีราษฎร์	ผู้ปลูกอะโวคาโด อ.พมพระ	แปรรูปผลิตภัณฑ์ ชุมชนดอนแก้ว	ชุมชนตำบลชะเมื้อ	ผ้าทอพื้นเมือง (ผ้ากะเหรี่ยง) บ้านชะเมื้อ	แปรรูปสมุนไพรปลูก	แปรรูปสมุนไพรบ้าน	ทอผ้าปากกระออบบ้านปู่	แม่ละออ	สมุนไพรหอมคำ 2558	เกษตรประณีต	พอดีสมุนไพร	ข้าวใส่ใจ
หมวดที่ 2 (ต่อ)																		
18	การปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ หรือแผนที่ได้ปรับปรุงตามสถานการณ์	3	2	4	2	4	3	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	4
19	การนำปัญหาในการดำเนินงานมาปรับปรุงแก้ไข	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	4	4
หมวดที่ 3 การบริหารตลาด																		
20	การกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่าย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการ	2	1	2	1	2	3	1	2	2	1	3	2	1	2	1	2	2
21	แหล่งจำหน่ายหรือตลาด และเครือข่ายด้านการตลาด (เครือข่ายด้านการตลาด หมายถึง เครือข่ายที่สามารถเชื่อมโยงหรือขยายตลาดได้ทั้งเครือข่ายที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ)	3	1	2	2	3	3	2	2	4	1	3	3	2	2	1	3	3
22	การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและตลาด (การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้ทราบข้อมูลความพึงพอใจ ปัญหา และความต้องการเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ)	2	1	3	2	3	3	2	2	4	2	3	3	2	3	1	2	2

ตารางที่ 4.42 (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยที่ประเมิน	วิสาหกิจชุมชน																
		ข้าวไล่ใจ	พุดสีมุนไพร	เกษตรประณีต	สมุนไพรทองคำ 2558	แม่ละออ	ทอผ้าจากกะยอบ้านปูแป๊ะ	แปรรูปสมุนไพรปลูก	แปรรูปสมุนไพรบ้าน	(ผ้ากะเหรี่ยง) บ้านชะเมื้อ	ชุมชนตำบลชะเมื้อ	ชุมชนดอนแก้ว	แปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนดอนแก้ว	ผู้ปลูกอะโวคาโด อำเภอพบพระ	เกษตรผสมผสานบ้านเสรีราษฎร์	สตรีบ้านเสรีราษฎร์	ผ้าทอกระเหรี่ยงบ้านทึกะเป่อ	น้ำพริกกุ้งบ้านวาลย์เหนือรวมใจ
หมวดที่ 4 การจัดการความรู้และข้อมูล																		
23	การแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	5	5	4	3	3	3	4	5	3	3	2	3	4	2	5	1	2
24	การจัดเก็บข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน (ข้อมูลทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน)	3	4	3	2	2	2	3	4	2	2	1	3	3	2	3	1	2
25	การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก เครือข่าย และบุคคลภายนอก	4	4	3	2	2	1	2	4	1	2	1	2	2	1	2	1	2
หมวดที่ 5 การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน																		
26	การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	2	3
27	การพัฒนาสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2
28	การสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน	4	3	3	2	2	2	3	3	2	2	1	2	2	1	3	1	2
29	การให้ความร่วมมือของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในรอบปีที่ผ่านมา (ดูจากการให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุม)	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	2	3	3	2	4	2	3

ตารางที่ 4.42 (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยที่ประเมิน	วิสาหกิจชุมชน																
		ข้าวไร่ใจ	พอดีสมนไพร	เกษตรประณีต	สมุนไพรหม่องคำ 2558	แม่ละออ	ทอผ้าปากกระออบบ้านปู่แป	แปรรูปสมุนไพรพื้นบ้าน	แปรรูปสมุนไพรปลูก	(ผ้ากะเหรี่ยง) บ้านชะเม็ลือ	ชุมชนตำบลชะเม็ลือ	ชุมชนดอนแก้ว	แปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน	ผู้ปลูกอะโวคาโด อำเภอพบ	เกษตรผสมผสานบ้านเสี้ยวราษฎร์	สตรีบ้านเสี้ยวราษฎร์	ผ้าทอกระเหรี่ยงบ้านทึะปะเปอ	น้ำพริกกุ้งบ้านวาลย์เหนือรวมใจ
หมวดที่ 6 การจัดการสินค้าหรือบริการ																		
30	ขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ	5	4	3	3	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	2	3
31	การปฏิบัติตามขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ	5	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3
32	การควบคุมคุณภาพสินค้าหรือบริการ	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4
หมวดที่ 7 ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน																		
7.1 ด้านผลลัพธ์ตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน																		
33	การลดรายจ่ายของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4
34	การเพิ่มรายได้ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	4
35	การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสมาชิก	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3
7.2 ด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการ																		
36	ความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	4
37	มาตรฐาน คุณภาพ ความปลอดภัยของสินค้า	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	4
38	การสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการให้เป็นที่ต้องการของตลาด	3	4	2	2	1	2	3	4	2	2	1	3	2	3	2	1	4

ตารางที่ 4.42 (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยที่ประเมิน	วิสาหกิจชุมชน																
		ทอผ้าจากใยกล้วยง	น้ำพริกกุ้งบ้านวาลย์เหนือ รวมใจ	ผ้าทอกระเหรี่ยงบ้านทึกระเป๋	สตรีบ้านเสรีราษฎร์	เกษตรผสมผสาน บ้านเสรีราษฎร์	ผู้ปลูกอะโวคาโด อ.พพระ	แปรรูปผลิตภัณฑ์ ชุมชนดอนแก้ว	ชุมชนตำบลชะเม็ล	ผ้าทอพื้นเมือง (ผู่กะเหรี่ยง) บ้านชะเม็ล	แปรรูปสมุนไพรปลูก	แปรรูปสมุนไพรบ้าน	ทอผ้าปากกระญิบบ้านปู่	แม่ละออ	สมุนไพรหม่องคำ 2558	เกษตรประณีต	พอดีสมุนไพร	ข้าวไร่ใจ
7.3 ด้านประสิทธิภาพของการดำเนินงาน																		
39	การลดต้นทุนในการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3
40	การลดความผิดพลาดและการสูญเสียในการ ดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3
7.4 ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน																		
41	ความสำเร็จของกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	1	3
42	การเพิ่มความรู้ ความสามารถ และทักษะของ สมาชิก	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	1	2
43	ความพึงพอใจของสมาชิก (วัดความพึงพอใจโดย ดูจากการเข้าร่วมกิจกรรมของสมาชิกวิสาหกิจ ชุมชน)	4	4	4	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3
44	ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากวิสาหกิจชุมชน	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	4	1	3

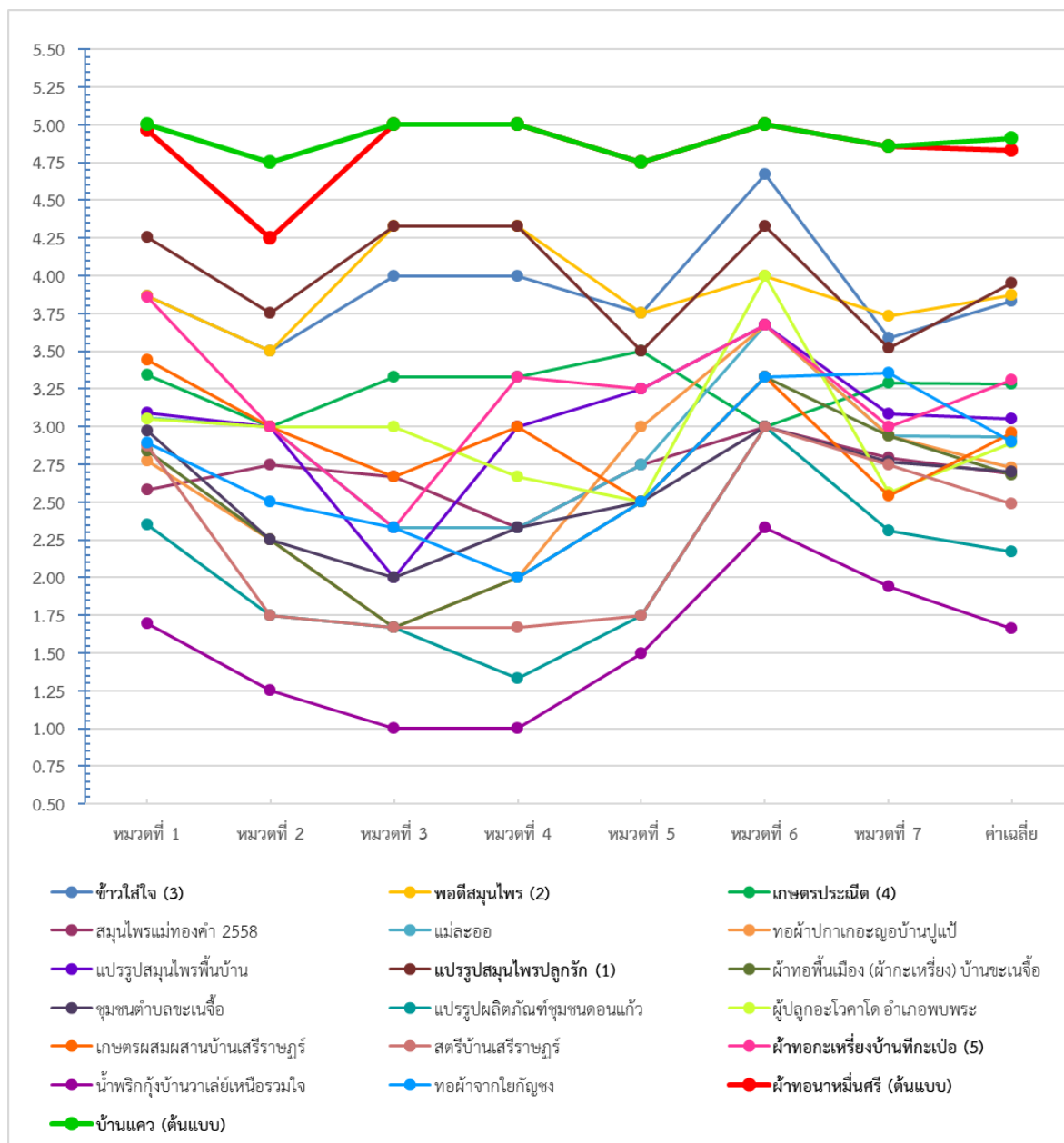
ตารางที่ 4.43 การวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงาน ของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

วิสาหกิจชุมชน	ปัจจัยที่ประเมิน													ค่าเฉลี่ย
	การประเมินกระบวนการ									การประเมินผลลัพธ์				
	1. ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน				2. การวางแผนดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน	3. การบริหารจัดการตลาด	4. การจัดการความรู้และข้อมูล	5. การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	6. การจัดการสินค้าและบริการ	7. ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน				
	ผู้นำ	กลไกและระบบ	กฎระเบียบ	วัฒนธรรม						ผลิตภัณฑ์และบริการ	รายได้	ต้นทุน	กำไร	
ข้าวไร่ใจ	4.17	4.00	3.80	3.50	3.50	4.00	4.00	3.75	4.67	3.67	3.67	3.50	3.50	3.83
พอดีสมนไพร	4.17	4.00	3.80	3.50	3.50	4.33	4.33	3.75	4.00	3.67	4.00	3.50	3.75	3.87
เกษตรประณีต	3.17	3.50	3.20	3.50	3.00	3.33	3.33	3.50	3.00	3.67	3.00	3.00	3.50	3.28
สมุนไพรแม่ทองคำ 2558	2.83	2.50	3.00	2.00	2.75	2.67	2.33	2.75	3.00	3.00	2.67	3.00	2.50	2.69
แม่ละออ	2.83	3.00	3.40	3.00	3.00	2.33	2.33	2.75	3.67	3.33	2.67	3.00	2.75	2.93
ทอผ้าปักกะยอบ้านปู่แป้	3.00	2.50	2.60	3.00	2.25	1.67	2.00	3.00	3.67	3.33	2.67	2.50	3.25	2.73
แปรรูปสมุนไพรพื้นบ้าน	3.17	3.00	3.20	3.00	3.00	2.00	3.00	3.25	3.67	3.33	3.00	3.00	3.00	3.05
แปรรูปสมุนไพรปลูกกรัก	4.33	4.50	4.20	4.00	3.75	4.33	4.33	3.50	4.33	3.33	4.00	3.50	3.25	3.95
ผ้าทอพื้นเมือง (ผ้ากะเหรี่ยง) บ้านชะเนงจ๊อ	3.17	3.00	2.20	3.00	2.25	1.67	2.00	2.50	3.33	3.33	2.67	2.50	3.25	2.68
ชุมชนตำบลชะเนงจ๊อ	3.00	3.00	3.40	2.50	2.25	2.00	2.33	2.50	3.00	3.00	2.33	3.00	2.75	2.70
แปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนดอนแก้ว	2.50	2.50	2.40	2.00	1.75	1.67	1.33	1.75	3.00	2.33	1.67	3.00	2.25	2.17

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

วิสาหกิจชุมชน	ปัจจัยที่ประเมิน													ค่าเฉลี่ย
	การประเมินกระบวนการ									การประเมินผลลัพธ์				
	1. ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน				2. การวางแผนดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน	3. การบริหารจัดการตลาด	4. การจัดการความรู้และข้อมูล	5. การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	6. การจัดการสินค้าและบริการ	7. ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน				
	บุุคผู้	กลุ่ประเบียบระรณ	ผู้กั้บและพหุระรณ	บญัชพหุระรณ						พหุระรณบญัชพหุระรณ	บญัชพหุระรณ	ระรณ	พหุระรณบญัชพหุระรณ	
ผู้ปลูกอะโวคาโด อำเภอพบพระ	3.50	3.00	3.20	2.50	3.00	3.00	2.67	2.50	4.00	3.00	3.00	2.00	2.25	2.89
เกษตรผสมผสานบ้านเสรีราษฎร์	3.67	3.50	3.60	3.00	3.00	2.67	3.00	2.50	3.33	3.00	2.67	2.00	2.50	2.96
สตรีบ้านเสรีราษฎร์	2.50	3.00	3.00	3.00	1.75	1.67	1.67	1.75	3.00	3.00	3.00	2.50	2.50	2.49
ผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเป๋อ	3.83	4.00	3.60	4.00	3.00	2.33	3.33	3.25	3.67	3.33	2.67	2.50	3.50	3.31
น้ำพริกกุ้งบ้านวาลัยเหนือรวมใจ	2.17	2.00	1.60	1.00	1.25	1.00	1.00	1.50	2.33	2.33	1.67	2.50	1.25	1.66
ทอดผ้าจากใยกล้วยขง	3.17	3.00	2.40	3.00	2.50	2.33	2.00	2.50	3.33	3.67	4.00	3.00	2.75	2.90

จากตารางที่ 4.43 การวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก นำมาวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานเปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ 2 แห่ง คือ วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรีและวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านแคว เพื่อให้เห็นช่องว่างความแตกต่างในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำไปวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ แสดงดังในภาพที่ 4.1

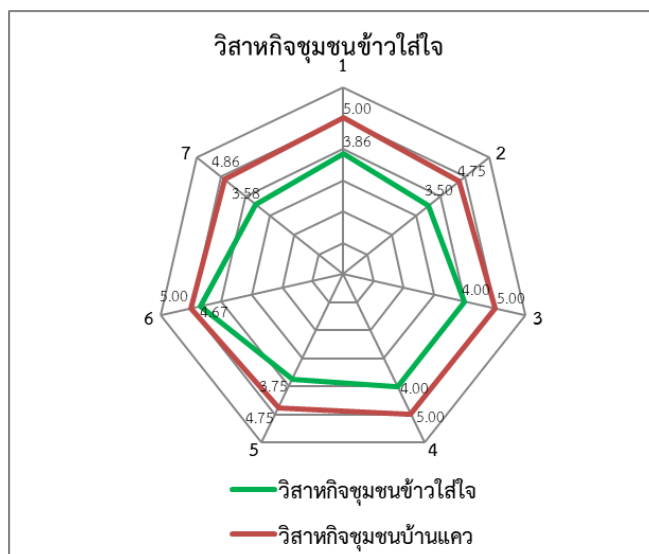


ภาพที่ 4.1 การวิเคราะห์ค่าความแตกต่างของศักยภาพการดำเนินงานระหว่างวิสาหกิจชุมชนต้นแบบกับวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

จากตารางที่ 4.43 และภาพที่ 4.1 เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานเปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนต้นแบบแล้ว ทำให้สามารถเลือกวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีศักยภาพ สามารถยกระดับขีดความสามารถได้ โดยการคัดเลือกใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยของศักยภาพการดำเนินงานสูงกว่า 3.25 ซึ่งมีวิสาหกิจชุมชนผ่านเกณฑ์ในการคัดเลือก 5 แห่ง ได้แก่

- 1) วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ
- 2) วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร
- 3) วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต
- 4) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก
- 5) วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

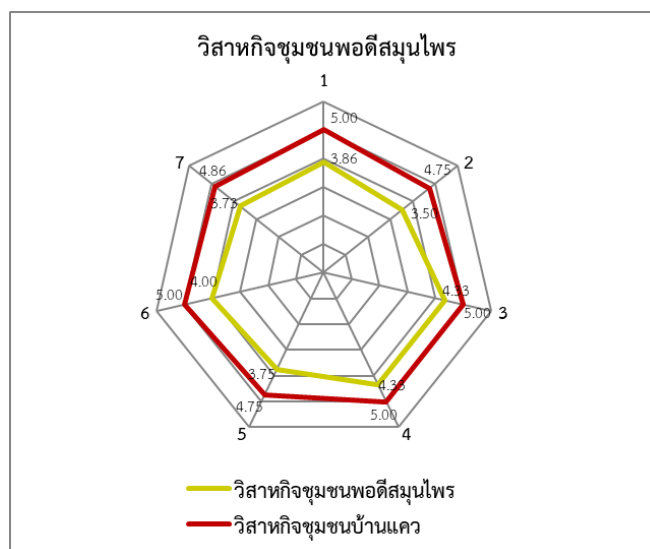
จากวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกทั้ง 5 แห่ง นำผลการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน มาเปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ แสดงเป็นแผนภาพวิเคราะห์ช่องว่างของศักยภาพการดำเนินงานในแต่ละปัจจัยใน 7 หมวด ดังภาพที่ 4.2 – 4.6



ภาพที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจเปรียบเทียบกับ

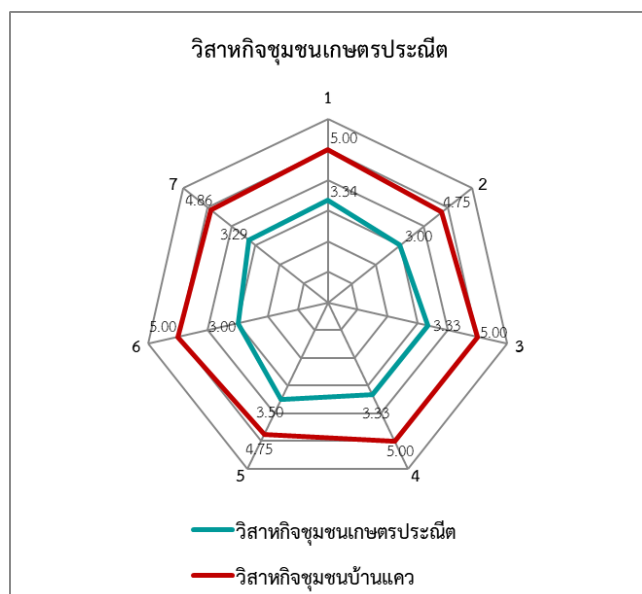
วิสาหกิจชุมชนบ้านแคว (ต้นแบบ) ในเกณฑ์การประเมินปัจจัย 7 หมวด

จากภาพที่ 4.2 การวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ เมื่อเทียบกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว (ต้นแบบ) แสดงให้เห็นว่า วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจมีการจัดการสินค้าและบริการที่ดีอยู่แล้ว มีค่าความแตกต่างกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแควเพียง 0.33 และมีค่าความต่างของศักยภาพกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแควที่เท่ากัน ใน 3 หมวด คือ การบริหารตลาด การจัดการความรู้ และข้อมูล และการบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน มีค่าความต่างเท่ากับ 1.00 ปัจจัยการดำเนินงานอีก 2 หมวดต่อมา เป็นปัจจัยที่ต้องเร่งดำเนินการพัฒนาศักยภาพเพื่อให้ลดค่าความแตกต่าง คือ ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน ที่มีค่าความต่าง 1.14 และการวางแผนดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ที่มีค่าความต่างสูงสุด คือ 1.25 ซึ่งจากศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในส่วนของผลลัพธ์การดำเนินงาน มีผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจมีค่าความแตกต่างกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว 1.28



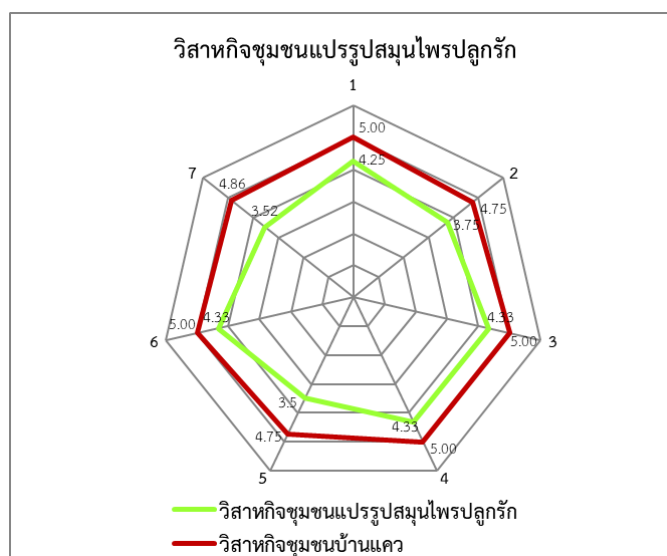
ภาพที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนพุดสีหมุนไพรเปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว (ต้นแบบ) ในเกณฑ์การประเมินปัจจัย 7 หมวด

จากภาพที่ 4.3 การวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนพุดสีหมุนไพรเมื่อเทียบกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว (ต้นแบบ) แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนพุดสีหมุนไพร มีศักยภาพในการบริหารตลาด และการจัดการความรู้และข้อมูลที่ดี มีค่าความต่างเพียง 0.67 เนื่องจากผู้นำกลุ่มเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับศักยภาพด้านอื่น ๆ ได้แก่ การบริหารสมาชิก การจัดการสินค้าและบริการ มีค่าความต่างเท่ากัน คือ 1.00 และศักยภาพด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน มีค่าความต่าง 1.14 แต่ที่วิสาหกิจชุมชนพุดสีหมุนไพรควรปรับปรุงก่อนคือ ด้านการวางแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และค่าความต่างผลลัพธ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนพุดสีหมุนไพรกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว มีความต่างเท่ากับ 1.13



ภาพที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีตเปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว (ต้นแบบ) ในเกณฑ์การประเมินปัจจัย 7 หมวด

จากภาพที่ 4.4 การวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต เมื่อเทียบกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว (ต้นแบบ) แสดงให้เห็นว่า วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีตมี ศักยภาพในการบริหารสมาชิกที่ดี มีค่าความต่างจากวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว 1.25 หากพัฒนา ศักยภาพด้านนี้จะสามารถทำให้วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีตมีความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น ศักยภาพ ด้านอื่น ๆ มีค่าความต่างที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ ศักยภาพของผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน 1.66 ศักยภาพการบริหารตลาด และการจัดการความรู้และข้อมูลมีค่าความต่างเท่ากับ 1.67 และศักยภาพ ที่วิสาหกิจชุมชนต้องเร่งปรับปรุงคือ การวางแผนดำเนินงาน และการจัดการสินค้าและบริการ ซึ่งมีค่า ความต่าง 1.75 และ 2.00 ตามลำดับ สำหรับค่าความต่างผลลัพธ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เกษตรประณีตกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว มีความต่างเท่ากับ 2.00

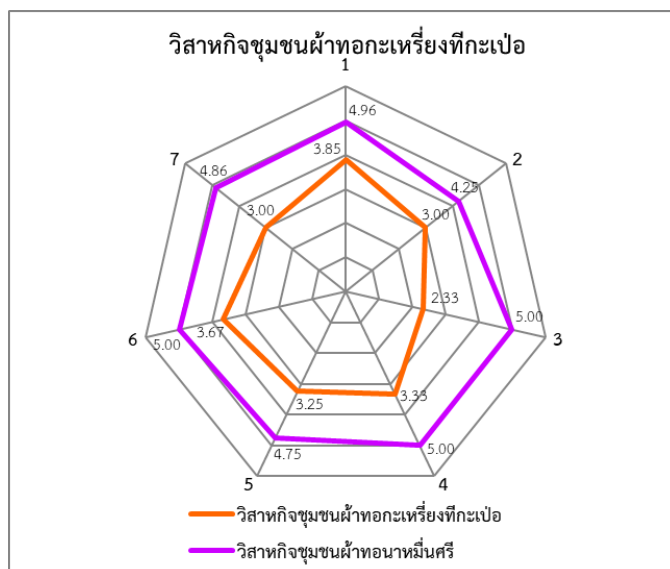


ภาพที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก

เปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว (ต้นแบบ) ในเกณฑ์การประเมินปัจจัย 7 หมวด

จากภาพที่ 4.5 การวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก เมื่อเทียบกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว (ต้นแบบ) แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรักเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพการดำเนินงานค่อนข้างสูง เนื่องจากมีศักยภาพการบริหาร ตลาด การจัดการความรู้และข้อมูล และการจัดการสินค้าและบริการที่ดี โดยมีค่าความต่างจาก วิสาหกิจชุมชนบ้านแควในทั้ง 3 ด้าน มีค่าที่เท่ากันคือ มีความต่างเพียง 0.67 เนื่องจากวิสาหกิจชุมชน แปรรูปสมุนไพรปลูกรัก มีการบริหารจากผู้นำที่เป็นคนรุ่นใหม่ มีความรู้เกี่ยวกับการตลาด นอกจากนี้ ยังมีการแบ่งส่วนของลูกค้า โดยนอกจากมีการผลิตจำหน่ายในชื่อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูป สมุนไพรปลูกรักแล้ว ยังมีการผลิตจำหน่ายในชื่อของบริษัท เนื่องจากกลุ่มมีการจดทะเบียนเป็นบริษัท อีกด้วย ทำให้มีการกำหนดตำแหน่งของสินค้าที่ต่างกันในตลาด มีกลุ่มของลูกค้าที่กว้างขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าศักยภาพด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนแปรรูป สมุนไพรปลูกรักมีศักยภาพ โดยมีค่าความต่างจากวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว 0.75 สำหรับปัจจัยที่กลุ่ม วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรต้องดำเนินการพัฒนา คือการวางแผนดำเนินงาน ซึ่งมีค่าความต่าง เท่ากับ 1.00 และด้านที่ต้องเร่งดำเนินงานปรับปรุง คือการบริหารสมาชิก เนื่องจากกลุ่มรับสมาชิก

เพื่อนำวัตถุดิบมาจำหน่ายให้กับทางกลุ่มเท่านั้น แต่การมีส่วนร่วมของสมาชิกกับกลุ่มยังมีน้อย ทำให้มีค่าความต่างกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแควที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของสมาชิก มีค่าความต่าง 1.25 สำหรับค่าความต่างผลลัพธ์การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรักกับวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว มีความต่างเท่ากับ 1.34



ภาพที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงที่กะเป๋อ เปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี (ต้นแบบ) ในเกณฑ์การประเมินปัจจัย 7 หมวด

จากภาพที่ 4.6 การวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงที่กะเป๋อ เมื่อเทียบกับวิสาหกิจชุมชนนาหมื่นศรี ซึ่งเป็นวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงที่กะเป๋อ มีศักยภาพด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน โดยมีค่าความต่างจากวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี 1.1 ปัจจัยที่มีศักยภาพรองลงมา คือ การวางแผนดำเนินงาน การจัดการสินค้า การบริหารสมาชิก และการจัดการความรู้และข้อมูล โดยมีค่าความต่าง 1.25, 1.33, 1.50 และ 1.67 ตามลำดับ แต่ปัจจัยที่วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงที่กะเป๋อต้องแก้ไขปรับปรุงอย่างเร่งด่วนมากที่สุด คือการบริหารตลาด เนื่องจากมีค่าความต่างกับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรีถึง 2.67 ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงที่กะเป๋อ ต้องพัฒนาความรู้ ทักษะในการบริหารการตลาด รวมไปถึงช่องทางใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีขึ้น ดังนั้น ทำให้ค่าความต่างในส่วนของผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านที่กะเป๋อกับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรีสูงถึง 1.86

จากภาพที่ 4.2 – 4.6 แสดงถึงช่องว่างในการดำเนินงานระหว่างวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีศักยภาพที่จะสามารถพัฒนา โดยเทียบกับวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่มีลักษณะผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงสามารถเทียบเคียงได้ เพื่อหาแนวทางพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยใช้การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบไปเป็นแนวทางในการพัฒนา โดยหาวิธีการแก้ไขปัจจัยในหมวดที่มีค่าความแตกต่างจากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบค่ามาก่อนเป็นปัจจัยแรก และใช้ปัจจัยในหมวดที่มีค่าใกล้เคียงวิสาหกิจชุมชนต้นแบบมาเป็นปัจจัยผลักดันวิสาหกิจชุมชน ลดช่องว่าง เพิ่มศักยภาพการดำเนินงาน

4.4.2 ตอนที่ 4.2 ผลการศึกษาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ได้ข้อมูลจากการสอบถามจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป 2) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และ 3) ผ้า เครื่องแต่งกาย ใน 3 อำเภอ จำนวน 84 แห่ง และจากการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก โดยผลการศึกษามีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1) ศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากจากการสอบถาม

ผลการศึกษาศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ จำนวน 84 แห่ง จากการสอบถามใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้า 2) อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ 3) ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ 4) ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน และ 5) การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม มีผลการศึกษา ดังตารางที่ 4.44 – 4.48 ดังนี้

ตารางที่ 4.44 ระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้า

ด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับศักยภาพ	ลำดับ
1.ลูกค้ามีจำนวนน้อยและเฉพาะกลุ่มเท่านั้น	3.06	0.63	ปานกลาง	1
2.ลูกค้ามีข้อมูลในการซื้อสินค้าน้อย	2.99	0.67	ปานกลาง	3
3.ลูกค้ายึดติดตราหือสินค้าในท้องตลาดที่มีตราสินค้าเข้มแข็ง	2.95	0.66	ปานกลาง	4
4.ลูกค้าเปลี่ยนใจเลือกซื้อสินค้าจากผู้ขายอื่นได้ง่าย	3.06	0.70	ปานกลาง	1
รวม	3.01	0.66	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ระดับศักยภาพการแข่งขันด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้าภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.01 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 โดยรายละเอียดพบว่า เป็นศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ ลูกค้าเปลี่ยนใจเลือกซื้อสินค้าจากผู้ขายอื่นได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 รองลงมาคือลูกค้ามีจำนวนน้อยและเฉพาะกลุ่มเท่านั้น มีค่าเฉลี่ย 3.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 รองลงมาคือลูกค้ามีข้อมูลในการซื้อสินค้าน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.99 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือลูกค้ายึดติดตราหือสินค้าในท้องตลาดที่มีตราสินค้าเข้มแข็ง มีค่าเฉลี่ย 2.95 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 โดยทุกข้อมีระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ

ตารางที่ 4.45 ระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ

อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับศักยภาพ	ลำดับ
1. มีผู้เสนอขายวัตถุดิบการผลิตจำนวนน้อย และเปลี่ยนแปลงมาก	2.94	0.63	ปานกลาง	2
2. วัตถุดิบที่ซื้อ แต่ละคนขายมีคุณภาพแตกต่างกันมาก	2.89	0.73	ปานกลาง	3
3. หากวัตถุดิบขาดแคลน หาวัตถุดิบทดแทนได้ยาก	2.82	0.70	ปานกลาง	4
4. การต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบได้ยาก	3.00	0.71	ปานกลาง	1
รวม	2.91	0.69	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ระดับศักยภาพการแข่งขันด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.91 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 โดยรายละเอียดพบว่าเป็นศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ การต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบได้ยาก มีค่าเฉลี่ย 3.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 รองลงมาคือมีผู้เสนอขายวัตถุดิบการผลิตจำนวนน้อย และเปลี่ยนแปลงมาก มีค่าเฉลี่ย 2.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 รองลงมาคือวัตถุดิบที่ซื้อ แต่ละคนขายมีคุณภาพแตกต่างกันมาก มีค่าเฉลี่ย 2.89 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือหากวัตถุดิบขาดแคลนหาวัตถุดิบทดแทนได้ยาก มีค่าเฉลี่ย 2.82 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 โดยทุกข้อมีระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ

ตารางที่ 4.46 ระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ด้านภัยจากผู้ผลิตรายใหม่

ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับศักยภาพ	ลำดับ
1. การเกิดผู้ขายรายใหม่เข้ามาแข่งขันผลิตสินค้าทำได้ง่าย	2.96	0.63	ปานกลาง	1
2. สินค้าที่ผลิตใช้เทคโนโลยีและภูมิปัญญาต่ำ ทำให้อาจเกิดคู่แข่ง	2.79	0.66	ปานกลาง	4
3. การผลิตใช้ต้นทุนต่ำ ทำให้อาจมีผู้ต้องการผลิตแข่งได้	2.94	0.77	ปานกลาง	2
4. การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐอาจทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ได้ง่าย	2.94	0.68	ปานกลาง	2
รวม	2.91	0.69	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ระดับศักยภาพการแข่งขันด้านภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.91 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 โดยรายละเอียดพบว่าเป็นศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ การเกิดผู้ขายรายใหม่เข้ามาแข่งขันผลิตสินค้าทำได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.96 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 รองลงมาคือการผลิตใช้ต้นทุนต่ำทำให้อาจมีผู้ต้องการผลิตแข่งได้ มีค่าเฉลี่ย 2.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 รองลงมาคือการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐอาจทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือสินค้าที่ผลิตใช้เทคโนโลยีและภูมิปัญญาต่ำทำให้อาจเกิดคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย 2.79 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 โดยทุกข้อมีระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ

ตารางที่ 4.47 ระดับศักยภาพแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ด้านภัยจากการใช้สินค้าทดแทน

ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับศักยภาพ	ลำดับ
1.ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าทดแทนสินค้าเราได้ง่าย	2.93	0.62	ปานกลาง	3
2.ที่ตั้งทำเลที่ดี เดินทางสะดวก ทำให้สามารถซื้อสินค้าได้ง่าย	2.76	0.72	ปานกลาง	4
3.ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้าอื่นได้ง่าย	2.94	0.73	ปานกลาง	2
4.ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าทดแทนได้ง่ายและคุณภาพไม่แตกต่างกัน	3.00	0.73	ปานกลาง	1
รวม	2.91	0.70	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ระดับศักยภาพการแข่งขันด้านภัยจากการใช้สินค้าทดแทน ภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.91 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 โดยรายละเอียด พบว่าเป็นศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าทดแทนได้ง่ายและคุณภาพไม่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ย 3.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 รองลงมาคือ ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้าอื่นได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 รองลงมาคือ ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าทดแทนสินค้าเราได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.93 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือที่ตั้งทำเลที่ดี เดินทางสะดวก ทำให้สามารถซื้อสินค้าได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.76 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 โดยทุกข้อมีระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.48 ระดับศักยภาพแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ด้านการแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม

การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับศักยภาพ	ลำดับ
1.มีผู้ขายสินค้าเดิมแบบเดียวกันจำนวนมากในพื้นที่	2.87	0.51	ปานกลาง	4
2.ผู้ขายแต่ละรายมีผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน	2.89	0.54	ปานกลาง	3
3.การแข่งขันทางการตลาดระหว่างผู้ขายมีสูง	2.99	0.57	ปานกลาง	2
4.ลูกค้าให้ความสำคัญกับตราสัญลักษณ์สินค้าในท้องตลาดสูง ทำให้ไม่เปลี่ยนใจมาซื้อของจากวิสาหกิจชุมชน	3.08	0.52	ปานกลาง	1
รวม	2.96	0.54	ปานกลาง	

จากตารางที่ 48 พบว่า ระดับศักยภาพการแข่งขันด้านการแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม ภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.96 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 โดยรายละเอียด พบว่าเป็นศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ ลูกค้าให้ความสำคัญกับตราสัญลักษณ์สินค้าในท้องตลาดสูง ทำให้ไม่เปลี่ยนใจมาซื้อของจากวิสาหกิจชุมชน มีค่าเฉลี่ย 3.08 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 รองลงมาคือ การแข่งขันทางการตลาดระหว่างผู้ขายมีสูง มีค่าเฉลี่ย 2.99 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 รองลงมาคือ ผู้ขายแต่ละรายมีผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ย 2.89 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือมีผู้ขายสินค้าเดิมแบบเดียวกันจำนวนมากในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ย 2.87 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 โดยทุกข้อมีระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในระดับปานกลางทุกข้อ

จากตารางที่ 4.44 – 4.48 แสดงให้เห็นว่าศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ดังแสดงสรุปในตารางที่ 4.49

ตารางที่ 4.49 ผลการสอบถามระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ (84 แห่ง)

ศักยภาพการแข่งขัน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
ด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้า	3.01	0.66	ปานกลาง
ด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ	2.91	0.69	ปานกลาง
ด้านภัยจากผู้ผลิตรายใหม่	2.91	0.69	ปานกลาง
ด้านภัยจากการใช้สินค้าทดแทน	2.91	0.70	ปานกลาง
ด้านการแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม	2.96	0.54	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.49 แสดงระดับศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนใน 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยยิ่งต่ำแสดงว่า ด้านนั้นยังมีศักยภาพการแข่งขันสูง โดยด้านที่วิสาหกิจชุมชนมองว่ามีศักยภาพการแข่งขันสูงมีค่าเท่ากัน 3 ด้าน คือ ด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ ด้านภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ และด้านภัยจากการใช้สินค้าทดแทน ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.91 ด้านรองลงมาคือด้านอำนาจต่อรองกับคู่แข่งรายเดิม มีค่าเฉลี่ย 2.96 และด้านที่วิสาหกิจชุมชนคิดว่ามีศักยภาพการแข่งขันน้อยที่สุด คือ ด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.01

2) ศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย

1. ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ผลจากการประเมินศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย ที่ได้จากการศึกษาตอนที่ 4.1 ผลการศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ที่ได้ทำการคัดเลือกวิสาหกิจชุมชน มาจำนวน 5 แห่ง ได้แก่

- 1) วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ
- 2) วิสาหกิจชุมชนพอติสมุนไพร
- 3) วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต
- 4) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก
- 5) วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเปือ

ผลการศึกษาสรุปดังแสดงในตารางที่ 4.50

ตารางที่ 4.50 สรุปศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการ สัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย

ศักยภาพการแข่งขันของ วิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย	ผลการสัมภาษณ์
1. อำนาจต่อรองกับลูกค้า	วิสาหกิจชุมชนมองว่าได้กำหนดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ที่มีลักษณะชัดเจน เช่น วิสาหกิจชุมชนข้าวใสใจกำหนดว่าลูกค้าคือผู้รักสุขภาพต้องการกินข้าวที่ปลอดภัยและมี วิสาหกิจชุมชนพอดีสมุนไพรกำหนดว่าลูกค้าคือผู้ห่วงใย ทำงานที่ต้องการดูแลสุขภาพและใช้เครื่องสำอางสุขภาพ ผิวพรรณและ เครื่องสำอางจากสมุนไพร วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีตกำหนดว่าลูกค้าคือ ผู้ที่ต้องการรับประทานผักที่ปลอดภัยทำให้ชีวิตปลอดภัย เป็นต้น ทำให้ วิสาหกิจมองว่าตนเองเป็นคนเลือกลูกค้า และจะทำให้ลูกค้าเลือกความ พิเศษที่ตนเองผลิตขึ้นเฉพาะกลุ่ม โดยวิสาหกิจจะมีการให้ข้อมูลในการเลือก ชื้อและเข้าถึงสินค้าทางช่องทางต่าง ๆ บางวิสาหกิจกำหนดลูกค้าระดับ ท้องถิ่น ระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ บางวิสาหกิจมองการส่งสินค้าไป จำหน่ายที่ประเทศเพื่อนบ้านด้วย โดยวิสาหกิจที่ต้องการจำหน่ายสินค้า ระดับประเทศมีการสร้างยี่ห้อสินค้าที่ชัดเจน เน้นเรื่องสุขภาพและมีการ สร้างจุดแข็งขึ้นมาขาย เช่น ลักษณะพื้นที่ วิถีท้องถิ่น วิถีกลุ่มชาติพันธุ์
2. อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ	การส่งมอบสินค้าและวัตถุดิบ วิสาหกิจถือว่าเป็นจุดแข็งของตนเอง เนื่องจากสินค้าผลิตจากวัตถุดิบตามธรรมชาติในท้องถิ่น ทำให้สามารถหา และผลิตได้ด้วยตนเอง หรืออาจรับซื้อจากคนในท้องถิ่น เนื่องจากมีวัตถุดิบ และผู้ผลิตวัตถุดิบส่งให้อาณาจำนวนมาก บางวิสาหกิจมีการรับซื้อจากทั้งผู้ที่ ลงทะเบียนกับวิสาหกิจเอาไว้ รับซื้อจากชาวบ้านทั่วไป และรับส่งผลิต วัตถุดิบจากวิสาหกิจอื่นในท้องถิ่น ดังนั้นการส่งมอบวัตถุดิบของวิสาหกิจใน ท้องถิ่นจึงถือเป็นจุดแข็ง อีกประการคือวิสาหกิจส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจในเชิง ผลิตสินค้า ทำให้วัตถุดิบส่วนใหญ่ตนเองสามารถควบคุมคุณภาพและ มาตรฐานได้เอง สภาวะการขาดแคลนวัตถุดิบต่าง ๆ จึงยังไม่เกิดขึ้น
3. ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่	วิสาหกิจมองว่าการผลิตสินค้าโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ทำให้สามารถมีคู่แข่ง ที่เป็นผู้ผลิตรายได้เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา แต่ยังเชื่อว่าตนเองทำได้ดีกว่า และมีความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสินค้าให้ดียิ่งขึ้น เช่น กลุ่มทอผ้า กะเหรี่ยง มีหลายกลุ่มชาติพันธุ์และหลายหมู่บ้าน และบางครั้งมีลวดลาย ใกล้เคียงกัน จึงต้องการยกระดับอัตลักษณ์ของลวดลายผ้า โดยการเก็บเป็น องค์ความรู้และจัดทำเป็นเรื่องราว เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผ้าทอกะเหรี่ยงและ ให้แตกต่างจากหมู่บ้านอื่น ๆ

ตารางที่ 4.50 (ต่อ)

ศักยภาพการแข่งขันของ วิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย	ผลการสัมภาษณ์
4. ภัยจากการใช้สินค้า ทดแทน	สินค้าทดแทนกับสินค้าชุมชน วิสาหกิจเห็นว่าสินค้าทดแทน มี 2 ประเภท ได้แก่ 1.สินค้าทดแทนคล้ายกันที่ขายตามท้องตลาดทั่วไป เช่น น้ำผลไม้ ผัก ผลไม้สด ซึ่งวิสาหกิจไม่สามารถแข่งขันหรือต่อสู้ได้ รับมือได้เพียงการสร้าง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ให้มีความเฉพาะและโดดเด่น ตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า และ 2. สินค้าชุมชนที่มีลักษณะเหมือนกันที่ขายใน หมู่บ้านหรือวิสาหกิจอื่น ซึ่งวิสาหกิจมองว่าไม่ได้แข่งขันหรือทดแทนกันมา กัน เพราะมีกลุ่มเป้าหมายและลูกค้าของตนเอง ลูกค้าของแต่ละวิสาหกิจก็ มีความนิยมหรือตรงตามความต้องการของตนเอง จะไม่มาซื้อผลิตภัณฑ์ ของคู่แข่งอยู่แล้ว เช่น วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร เน้นลูกค้าผู้หญิงวัย ทำงานช่วงต้น ที่รักสวยงามและต้องการธรรมชาติ
5. การแข่งขันกับคู่แข่งราย เดิม	วิสาหกิจมองว่าการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันเป็นเรื่องปกติ คู่แข่งรายเดิมมี หลายลักษณะ เช่น สินค้าตามท้องตลาด สินค้าชุมชน สินค้าที่อยู่ในตลาด อยู่แล้ว เป็นต้น ซึ่งถือเป็นคู่แข่งตามธรรมชาติ โดยแต่ละวิสาหกิจ จำเป็นต้องพัฒนา หาดตลาดและผลิตให้ได้ตามที่ตลาดต้องการ แต่ละ วิสาหกิจมีลูกค้าประจำของตนเอง ดังนั้นคู่แข่งรายเดิมและวิสาหกิจก็ จำเป็นต้องพัฒนาสินค้าและกำหนดลูกค้าให้ชัดเจนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และวิสาหกิจต่อไปในอนาคต

2. ผลการประเมินศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

การประเมินศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย จำนวน 5 แห่ง ได้แก่

- 1) วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ
- 2) วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร
- 3) วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต
- 4) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรรัก
- 5) วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเป๋อ

เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลการประเมินศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ต้นแบบ เพื่อหาแนวทางในการยกระดับความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนต่อไป ผลการ ประเมินศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย ดังแสดงในตารางที่ 4.51

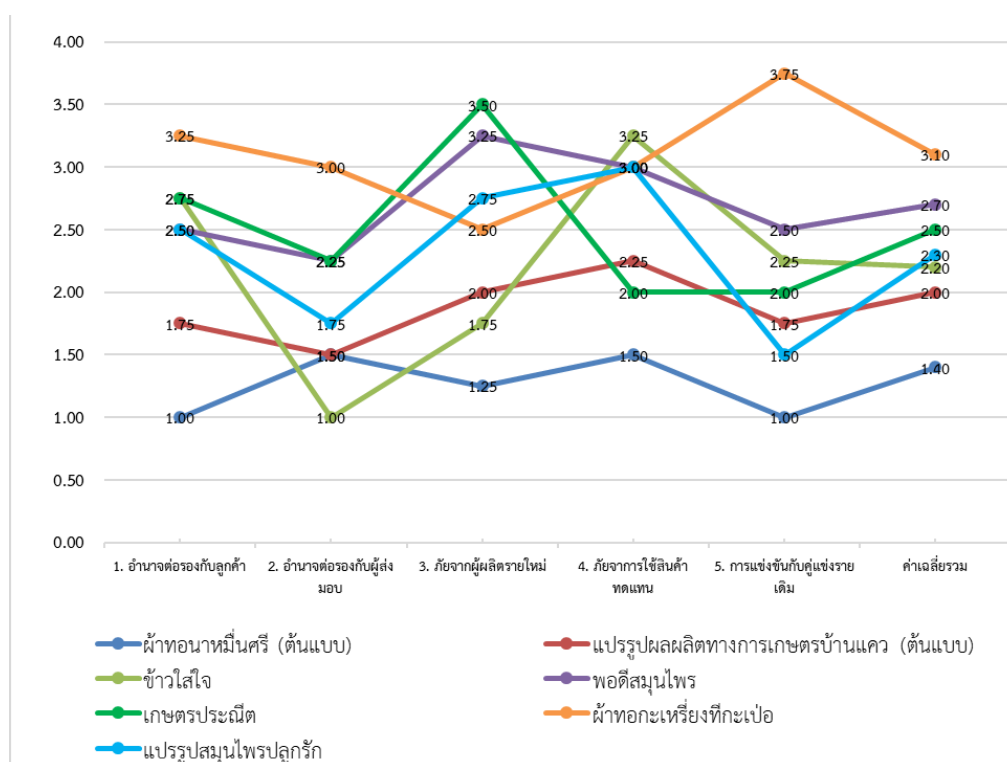
ตารางที่ 4.51 การประเมินศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายเปรียบเทียบกับวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

วิสาหกิจชุมชน ปัจจัยศักยภาพการแข่งขัน	ผ้าทอห่มนารี	แปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านคว	ข้าวใส่ใจ	พอดีสมนไพร	เกษตรประณีต	ผ้าทอกระเทียมที่กะเป๋	แปรรูปสมุนไพรปฏัก
1. อำนาจต่อรองกับลูกค้า							
1. ลูกค้ามีจำนวนน้อยและเฉพาะกลุ่มเท่านั้น	1	2	3	2	3	3	3
2. ลูกค้ามีข้อมูลในการซื้อสินค้าน้อย	1	2	3	2	3	4	3
3. ลูกค้ายึดติดตราหรือสินค้าในท้องตลาดที่มีตราสินค้าเข้มแข็ง	1	2	3	3	3	3	2
4. ลูกค้าเปลี่ยนใจเลือกซื้อสินค้าผู้ขายอื่นได้ง่าย	1	1	2	3	2	3	2
ค่าเฉลี่ย	1.00	1.75	2.75	2.50	2.75	3.25	2.50
2. อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ							
5. มีผู้เสนอขายวัตถุดิบการผลิตจำนวนน้อย และเปลี่ยนแปลงยาก	1	1	1	3	3	3	3
6. วัตถุดิบที่ซื้อ แต่ละคนขายมีคุณภาพแตกต่างกันมาก	2	2	1	2	2	2	2
7. หาวัตุดิบขาดแคลน หาวัตุดิบทดแทนได้ยาก	2	2	1	2	2	3	1
8. การต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบทำได้ยาก	1	1	1	2	2	4	1
ค่าเฉลี่ย	1.50	1.50	1.00	2.25	2.25	3.00	1.75
3. ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่							
9. เกิดผู้ขายรายใหม่เข้ามาแข่งผลิตสินค้าทำได้ง่าย	1	2	2	3	4	2	3
10. สินค้าที่ผลิตใช้เทคโนโลยีและภูมิปัญญาต่ำ ทำให้อาจเกิดคู่แข่ง	1	2	1	4	3	2	2
11. การผลิตใช้ต้นทุนต่ำ ทำให้อาจมีผู้ต้องการผลิตแข่งได้	1	1	1	3	3	2	3
12. การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐอาจทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ได้ง่าย	2	3	3	3	4	4	3
ค่าเฉลี่ย	1.25	2.00	1.75	3.25	3.50	2.50	2.75
4. ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน							
13. ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าอื่นทดแทนสินค้าเราได้ง่าย	1	2	3	3	2	3	3
14. ที่ตั้งทำเลที่ดี เดินทางสะดวก ทำให้สามารถซื้อสินค้าอื่นได้ง่าย	2	2	3	3	3	3	2
15. ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้าอื่นได้ง่าย	2	3	4	3	2	4	3
16. ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าทดแทนได้ง่ายและคุณภาพไม่แตกต่างกัน	1	2	3	3	1	2	4
ค่าเฉลี่ย	1.50	2.25	3.25	3.00	2.00	3.00	3.00

ตารางที่ 4.51 (ต่อ)

วิสาหกิจชุมชน ปัจจัยศักยภาพการแข่งขัน	ผ้าทอหมิ่นศรี	แปรรูปผลผลิตทางการเกษตร	ข้าวใส่ใจ	พอดีสมนไพร	เกษตรประณีต	ผ้าทอกะเหรี่ยงที่กะป๋อ	แปรรูปสมุนไพรปลูกรัก
5. การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม							
17. มีผู้ขายสินค้าเดิมแบบเดียวกันมากในพื้นที่	1	2	1	2	3	4	2
18. ผู้ขายแต่ละรายมีผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน	1	1	3	2	2	4	1
19. การแข่งขันทางการตลาดระหว่างผู้ขายมีสูง	1	2	3	3	1	4	1
20. ลูกค้าให้ความสำคัญกับตราหือสินค้าในท้องตลาดสูง ไม่เปลี่ยนใจมาซื้อจากวิสาหกิจชุมชน	1	2	2	3	2	3	2
ค่าเฉลี่ย	1.00	1.75	2.25	2.50	2.00	3.75	1.50
ค่าเฉลี่ยรวม	1.40	2.00	2.20	2.70	2.50	3.10	2.30

จากตารางที่ 4.51 แสดงปัจจัยศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย 5 แห่ง เปรียบเทียบกับปัจจัยศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ 2 แห่ง ค่าคะแนนการประเมินศักยภาพการแข่งขัน ได้จากการประเมินร่วมกันของผู้วิจัยจากข้อมูลจากการสอบถามและการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย โดยนำค่าเฉลี่ยของปัจจัยศักยภาพการแข่งขันทั้ง 5 ด้านมาแสดงเป็นกราฟ เพื่อให้เห็นช่องว่างค่าความแตกต่างของศักยภาพการแข่งขันในแต่ละด้าน ดังภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.7 การวิเคราะห์ค่าความแตกต่างของศักยภาพการแข่งขันระหว่างวิสาหกิจชุมชนต้นแบบกับวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

จากภาพที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่าศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายมีความแตกต่างกับวิสาหกิจชุมชนต้นแบบมากที่สุด คือ อำนาจต่อรองกับลูกค้า ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยศักยภาพที่วิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 5 แห่งต้องเร่งปรับปรุงมากที่สุด

สำหรับศักยภาพการแข่งขันที่วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษสามารถพัฒนาเพื่อนำไปใช้ในการยกระดับความสามารถ เนื่องจากมีศักยภาพการแข่งขันค่อนข้างสูงคือ ศักยภาพกับคู่แข่งรายเดิม แต่จะมีเพียงวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงที่กะเป๋อที่มีศักยภาพด้านนี้ที่มีศักยภาพต่ำ ดังนั้นแนวทางในการแก้ไขปัญหาศักยภาพการแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิมคือ สร้างเครือข่ายความร่วมมือกันในการประชาสัมพันธ์ จำหน่าย รวมถึงวัตถุดิบ และความรู้เรื่องกระบวนการทอตลอดไปใหม่ ๆ

นอกจากนี้ยังมีศักยภาพการแข่งขันบางด้านที่วิสาหกิจชุมชนเป้าหมายบางแห่ง มีศักยภาพสูงกว่าวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ ที่มีศักยภาพการแข่งขันด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบและศักยภาพด้านภัยจากผู้ผลิตรายใหม่สูงกว่าวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านแควที่เป็นวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรักที่มีศักยภาพการแข่งขันด้านการแข่งขันกับผู้แข่งรายเดิมสูงกว่าวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านแคว (ต้นแบบ) เนื่องจากสามารถสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์จากคู่แข่งรายเดิมที่มีการแปรรูปสมุนไพรในพื้นที่ ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนเหล่านี้สามารถใช้ศักยภาพการแข่งขันในด้านเหล่านั้น มาสร้างความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

4.5 ตอนที่ 5 ผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 4.52 - 4.57

ตารางที่ 4.52 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชน	จำนวนผู้ตอบ (คน)	ร้อยละ
อาหาร ได้แก่ ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป	224	56.00
เครื่องดื่ม	145	36.25
ผ้า เครื่องแต่งกาย	256	64.00
ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก	166	41.50
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เช่น ยา เครื่องสำอาง	115	28.75

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.52 พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชนมากที่สุด คือ ผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวน 256 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ อาหาร ได้แก่ ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป จำนวน 224 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 56.00 ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก จำนวน 166 ข้อ

คิดเป็นร้อยละ 41.50 เครื่องดื่ม จำนวน 145 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 36.25 และต่ำที่สุดคือสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เช่น ยา เครื่องสำอาง จำนวน 115 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 28.75

ตารางที่ 4.53 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์

เหตุผลของความต้องการ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตพัฒนา เศรษฐกิจพิเศษตาก ด้าน ผลิตภัณฑ์	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความ คิดเห็น
	โดดเด่น มาก (ร้อยละ)	โดดเด่น ปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่น น้อย (ร้อยละ)			
1.สินค้ามีคุณภาพสูง	137 (34.25)	252 (63.00)	11 (2.75)	2.32	0.52	ปาน กลาง
2.การบรรจุสินค้าสวยงามและน่า ซื้อ	101 (25.25)	291 (72.75)	8 (2.00)	2.23	0.47	ปาน กลาง
3.การบรรจุสินค้าสะดวกในการ เดินทาง	106 (26.50)	277 (69.25)	17 (4.25)	2.22	0.51	ปาน กลาง
4.สินค้ามีขายในเฉพาะพื้นที่	111 (27.75)	274 (68.50)	15 (3.75)	2.24	0.51	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ สินค้ามีคุณภาพสูง มีค่าเฉลี่ย 2.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 รองลงมา คือสินค้ามีขายในเฉพาะพื้นที่ มีค่าเฉลี่ย 2.24 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 รองลงมาคือ การบรรจุสินค้าสวยงามและน่าซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.23 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การบรรจุสินค้าสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 2.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.25 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50

ตารางที่ 4.54 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านราคาสินค้า

เหตุผลของความต้องการ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตพัฒนา เศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านราคา สินค้า	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความ คิดเห็น
	โดดเด่น มาก (ร้อยละ)	โดดเด่น ปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่น น้อย (ร้อยละ)			
1.สินค้าน่าราคาถูก	134 (33.50)	236 (59.00)	30 (7.50)	2.26	0.59	ปาน กลาง
2.สินค้าน่าราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับ สินค้านอื่น	152 (38.00)	230 (57.50)	18 (4.50)	2.34	0.56	มาก
3.สินค้าน่าราคาสูง แต่คุณภาพดีกว่า ที่อื่น	106 (29.50)	239 (59.75)	43 (10.75)	2.10	0.61	ปาน กลาง
4.สินค้าน่าราคาต่ำกว่าท้องตลาดหรือ ซื้อที่อื่น	98 (24.50)	251 (62.75)	51 (12.75)	2.12	0.60	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านราคาสินค้ามากที่สุด คือสินค้าราคาต่ำกว่าท้องตลาดหรือซื้อที่อื่น มีค่าเฉลี่ย 1.88 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 รองลงมาคือสินค้าราคาสูง แต่คุณภาพดีกว่าที่อื่น มีค่าเฉลี่ย 1.81 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 รองลงมาคือสินค้าราคาถูก มีค่าเฉลี่ย 1.74 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือสินค้าราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับสินค้าอื่น มีค่าเฉลี่ย 1.67 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านราคาสินค้า อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.20 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59

ตารางที่ 4.55 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่าย

เหตุผลของความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่าย	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
	โดดเด่นมาก (ร้อยละ)	โดดเด่นปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่นน้อย (ร้อยละ)			
1.ที่ตั้งจำหน่ายหาง่ายและสะดวกในการซื้อ	195 (48.750)	173 (43.25)	32 (8.00)	2.41	0.63	ปานกลาง
2.มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้า เช่น ตู้เอทีเอ็ม บาร์โค้ด	166 (41.50)	196 (49.00)	38 (9.50)	2.32	0.64	ปานกลาง
3.มีช่องทางการจำหน่ายและเข้าถึงสินค้าที่หลากหลาย เช่น ออนไลน์	106 (26.50)	196 (49.00)	98 (24.50)	2.02	0.71	ปานกลาง
4.มีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่น่าเชื่อถือ	127 (31.75)	185 (46.25)	88 (22.00)	2.10	0.73	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่ายมากที่สุด คือ ที่ตั้งจำหน่ายหาง่ายและสะดวกในการซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 รองลงมาคือมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้า เช่น ตู้เอทีเอ็ม บาร์โค้ด มีค่าเฉลี่ย 2.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 รองลงมาคือมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือมีช่องทางการจำหน่ายและเข้าถึงสินค้าที่หลากหลาย เช่น ออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 2.02 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่าย อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.21 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70

ตารางที่ 4.56 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการส่งเสริมการขาย

เหตุผลของความต้องการ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตพัฒนา เศรษฐกิจพิเศษตาก ด้านการ ส่งเสริมการขาย	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความ คิดเห็น
	โดดเด่น มาก (ร้อยละ)	โดดเด่น ปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่น น้อย (ร้อยละ)			
1.สินค้ามีการประชาสัมพันธ์ที่ เข้าถึงลูกค้าง่าย	141 (35.25)	219 (54.75)	40 (10.00)	2.25	0.62	ปาน กลาง
2.ผู้จำหน่ายสินค้าลดราคามากและ ชำนาญในการขาย	129 (32.25)	225 (56.25)	46 (11.50)	2.21	0.63	ปาน กลาง
3.มีการส่งเสริมการขายตลอดทั้งปี เช่น จัดงานส่งเสริมตลาด	116 (29.00)	241 (60.25)	43 (10.75)	2.18	0.60	ปาน กลาง
4.มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ หลากหลาย	122 (30.50)	230 (57.50)	48 (12.00)	2.19	0.63	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการส่งเสริมการขาย มากที่สุด คือ สินค้ามีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงลูกค้าง่าย มีค่าเฉลี่ย 2.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 รองลงมาคือ ผู้จำหน่ายสินค้าลดราคามากและชำนาญในการขาย มีค่าเฉลี่ย 2.21 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 รองลงมาคือ มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 2.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีการส่งเสริมการขายตลอดทั้งปี เช่น จัดงานส่งเสริมตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.18 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชนในลักษณะ ด้านการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.21 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62

ตารางที่ 4.57 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านความเฉพาะเจาะจง

เหตุผลของความต้องการ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตพัฒนา เศรษฐกิจพิเศษตาก ด้าน เฉพาะเจาะจง	ความคิดเห็น			$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความ คิดเห็น
	โดดเด่น มาก (ร้อยละ)	โดดเด่น ปานกลาง (ร้อยละ)	โดดเด่น น้อย (ร้อยละ)			
1.สินค้ามีเฉพาะท้องถิ่น ไม่ สามารถซื้อได้ในท้องถิ่นอื่น เช่น ลายผ้า แบบสินค้า	123 (30.75)	239 (59.75)	38 (9.50)	2.21	0.60	ปาน กลาง
2.สินค้าเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น สถานที่สำคัญ ประเพณีสำคัญ	159 (39.75)	205 (51.25)	36 (9.00)	2.31	0.63	ปาน กลาง
3.สินค้าหาไม่ได้จากพื้นที่อื่น	109 (27.25)	248 (62.00)	43 (10.75)	2.17	0.59	ปาน กลาง
4.สินค้าใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นที่รู้จัก กันดี	121 (30.25)	241 (60.25)	38 (9.50)	2.21	0.60	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านความเฉพาะเจาะจง มากที่สุด คือ สินค้าเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 2.31 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 รองลงมาคือ สินค้ามีเฉพาะท้องถิ่น ไม่สามารถซื้อได้ในท้องถิ่นอื่น เช่น ลายผ้า แบบสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.21 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 และสินค้าใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นที่รู้จักกันดี มีค่าเฉลี่ย 2.21 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ สินค้าหาไม่ได้จากพื้นที่อื่น มีค่าเฉลี่ย 2.17 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60

เมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านความเฉพาะเจาะจง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.22 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61

ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากมีความต้องการและเห็นว่าสอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน คือ ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผ้า และเครื่องแต่งกาย โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง สินค้าราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับสินค้าอื่น ที่ตั้งจำหน่ายง่ายและสะดวกในการซื้อ สินค้ามีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงลูกค้าง่าย และสินค้าเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น สถานที่สำคัญ ประเพณีสำคัญ

ดังนั้น จากผลการศึกษาในทุกตอน ตั้งแต่ตอนที่ 1 จนถึงตอนที่ 5 ทำให้ผู้วิจัยสรุปได้ว่าพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก คือ ผ้าทอกะเหรี่ยง เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากประเพณี วัฒนธรรมของชนเผ่ากะเหรี่ยงในพื้นที่ และมีกระบวนการทอด้วยกี่เอว ที่เป็นภูมิปัญญาของชนเผ่ากะเหรี่ยงอีกด้วย

สรุปจากผลการศึกษา ผู้วิจัยจึงเลือกวิสาหกิจชุมชนจากวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย 5 แห่ง ที่มีผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก และพร้อมทั้งเป็นวิสาหกิจที่มีศักยภาพความพร้อมในการพัฒนา คือ วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ซึ่งจะนำผลการศึกษาวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ไปวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางยกระดับขีดความสามารถ โดยผลการศึกษาการยกระดับขีดความสามารถวิสาหกิจชุมชนแสดงผลในตอน 6 ต่อไป

4.6 ตอนที่ 6 ผลการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

จากการเลือกวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชน และตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว คือวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ดังนั้น ในการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ จากผลการศึกษาทั้ง 5 ตอน มาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ โดยผลการศึกษาการยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชน จะดำเนินการวางแผนพัฒนา

ศักยภาพการดำเนินงาน ร่วมกับศักยภาพการแข่งขันวิสาหกิจชุมชน และการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

ผลการศึกษาดำเนินงานเพื่อยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชน มีผลการศึกษาใน 2 ตอน คือ

ตอนที่ 6.1 ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานและการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

ตอนที่ 6.2 ผลการพัฒนาและการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.6.1 ตอนที่ 6.1 ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานและการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

1) แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ได้จากการเปรียบเทียบศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ กับศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ เพื่อหาช่องว่างความต่างของศักยภาพการดำเนินงาน โดยในการศึกษาเลือกชุมชนต้นแบบ คือ วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง เนื่องจากอยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน คือ ผ้าและเครื่องแต่งกาย โดยการเทียบศักยภาพการดำเนินงานในส่วนกระบวนการ 6 หมวด และส่วนการประเมินผลลัพธ์ 1 หมวด ได้แก่

- 1) หมวดผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน
- 2) หมวดการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน
- 3) หมวดการบริหารตลาด
- 4) หมวดการจัดความรู้และข้อมูล
- 5) หมวดการบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน
- 6) หมวดการจัดการสินค้าหรือบริการ
- 7) หมวดผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

หลังจากนั้นนำแต่ละหมวดมาจัดลำดับ เพื่อให้ได้หมวดที่ควรแก้ไขปรับปรุงและพัฒนา ก่อนหรือหลัง แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้หาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน โดยการสนทนากลุ่ม (Focus group) สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ จึงมีผลการศึกษา 2 ส่วน ดังนี้

การวิเคราะห์เทียบศักยภาพการดำเนินงานระหว่างวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี กับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

ผลการวิเคราะห์เทียบศักยภาพการดำเนินงานระหว่างวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี ซึ่งเป็นวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ กับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ แสดงในตารางที่ 4.58

ตารางที่ 4.58 การประเมินศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี กับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเปือ

เกณฑ์ลำดับที่	ปัจจัยการประเมินศักยภาพการดำเนินงาน	วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี	วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเปือ	ค่าความต่าง
หมวดที่ 1 ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน				
1.1 ผู้นำ				
1	การกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของผู้นำ	5	4	1
2	การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และแผนการดำเนินงาน	4	4	0
3	ความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำ	5	4	1
4	ความสามารถในการบริหารธุรกิจของผู้นำ	5	3	2
5	ความรับผิดชอบต่อสาธารณะ	5	4	1
6	ความรับผิดชอบต่อลูกค้า	5	4	1
ค่าเฉลี่ย		4.83	3.83	1.00
1.2 โครงสร้างและกฎระเบียบ				
7	การกำหนดโครงสร้างและการแบ่งหน้าที่ของกรรมการและสมาชิกในการดำเนินงาน	5	4	1
8	การกำหนดกฎระเบียบหรือข้อบังคับ	5	4	1
ค่าเฉลี่ย		5.00	4.00	1.00
1.3 การเงินและบัญชี				
9	การระดมทุน	5	2	3
10	การจดบันทึกการเงินหรือบัญชี	5	4	1
11	การใช้ประโยชน์จากบันทึกการเงินหรือบัญชี	5	4	1
12	การจัดสรรรายได้และผลประโยชน์	5	4	1
13	การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่นแก่สมาชิก	5	4	1
ค่าเฉลี่ย		5.00	3.60	1.40
1.4 สวัสดิการสมาชิกและชุมชน				
14	การจัดสวัสดิการแก่สมาชิก	5	4	1
15	การทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์	5	4	1
ค่าเฉลี่ย		5.00	4.00	1.00
ค่าเฉลี่ยหมวดที่ 1		4.93	3.80	1.13

ตารางที่ 4.58 (ต่อ)

เกณฑ์ ลำดับ ที่	ปัจจัยการประเมินศักยภาพการดำเนินงาน	วิสาหกิจ ชุมชนผ้าทอ นาหมื่นศรี	วิสาหกิจชุมชน ผ้าทอกะเหรี่ยง บ้านทีกะเป๋อ	ค่าความ ต่าง
หมวดที่ 2 การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน				
16	การจัดทำแผนการดำเนินงาน	4	2	2
17	การชี้แจงแผนแก่กรรมการและสมาชิกวิสาหกิจ ชุมชน	4	3	1
18	การปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ /แผนที่ได้ปรับปรุง ตามสถานการณ์	4	4	0
19	การนำปัญหาในการดำเนินงานมาปรับปรุงแก้ไข	5	3	2
ค่าเฉลี่ยหมวดที่ 2		4.25	3.00	1.25
หมวดที่ 3 การบริหารตลาด				
20	การกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่าย	5	2	3
21	แหล่งจำหน่าย และเครือข่ายด้านการตลาด	5	2	3
22	การติดตามข้อมูลความต้องการของลูกค้าและ ตลาด	5	3	2
ค่าเฉลี่ยหมวดที่ 3		5.00	2.33	2.67
หมวดที่ 4 การจัดการความรู้และข้อมูล				
23	การแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน	5	5	0
24	การจัดเก็บข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน	5	3	2
25	การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่ สมาชิก เครือข่าย และบุคคลภายนอก	5	2	3
ค่าเฉลี่ยหมวดที่ 4		5.00	3.33	1.67
หมวดที่ 5 การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน				
26	การกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	5	3	2
27	การพัฒนาสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	5	3	2
28	การสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน	5	3	2
29	การให้ความร่วมมือของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนใน รอบปีที่ผ่านมา	4	4	0
ค่าเฉลี่ยหมวดที่ 5		4.75	3.25	1.50
หมวดที่ 6 การจัดการสินค้าหรือบริการ				
30	ขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ	5	4	1
31	การปฏิบัติตามขั้นตอนหรือกระบวนการผลิต สินค้าหรือบริการ	5	4	1
32	การควบคุมคุณภาพสินค้าหรือบริการ	5	3	2
ค่าเฉลี่ยหมวดที่ 6		5.00	3.67	1.33

ตารางที่ 4.58 (ต่อ)

เกณฑ์ ลำดับ ที่	ปัจจัยการประเมินศักยภาพการดำเนินงาน	วิสาหกิจชุมชน ผ้าทอนาหมื่น ศรี	วิสาหกิจชุมชน ผ้าทอกะเหรี่ยง บ้านทิกะเป๋อ	ค่าความ ต่าง
หมวดที่ 7 ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน				
7.1 ด้านผลลัพธ์ตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน				
33	การลดรายจ่ายของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	5	4	1
34	การเพิ่มรายได้ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	5	3	2
35	การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	5	3	2
ค่าเฉลี่ย		5.00	3.33	1.67
7.2 ด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการ				
36	ความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ	5	3	2
37	มาตรฐาน คุณภาพ ความปลอดภัยของ สินค้า/บริการ	5	3	2
38	การสร้างความแตกต่างของสินค้า/บริการให้ เป็นที่ต้องการของตลาด	5	2	3
ค่าเฉลี่ย		5.00	2.67	2.33
7.3 ด้านประสิทธิภาพของการดำเนินงาน				
39	การลดต้นทุนในการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน	4	2	2
40	การลดความผิดพลาดและการสูญเสียในการ ดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของวิสาหกิจ ชุมชน	5	3	2
ค่าเฉลี่ย		4.50	2.50	2.00
7.4 ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน				
41	ความสำเร็จของกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน	5	3	2
42	การเพิ่มความรู้ ความสามารถ และทักษะ ของสมาชิก	5	3	2
43	ความพึงพอใจของสมาชิก	5	4	1
44	ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากวิสาหกิจชุมชน	5	4	1
ค่าเฉลี่ย		5.00	3.50	1.50
ค่าเฉลี่ยหมวดที่ 7		4.91	3.08	1.84

ในการวิเคราะห์การจัดลำดับศักยภาพการดำเนินงานใน 7 หมวด ผู้วิจัยได้แยกหมวดหลักออกเป็นด้านย่อย โดยในส่วนของกระบวนการที่มี 6 หมวด จะมีการแยกหมวดที่ 1 ออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านของผู้นำ กับด้านของการบริหาร และในส่วนการประเมินผลลัพธ์ในหมวดที่ 7 จะแยก

ออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านผลลัพธ์ตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน ด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการ ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน และด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้แสดงแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านที่กะเป๋อได้ชัดเจนขึ้น

จากตาราง 4.58 แสดงให้เห็นว่าหมวดที่ต้องเร่งดำเนินการปรับปรุงมากที่สุด คือ 1) หมวดที่ 3 การบริหารตลาด รองลงมาคือ 2) หมวดที่ 4 การจัดความรู้และข้อมูล 3) หมวดที่ 5 การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 4) หมวดที่ 1 ด้านการบริหาร 5) หมวดที่ 6 การจัดการสินค้าหรือบริการ 6) หมวดที่ 2 หมวดการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน และ 7) หมวดที่ 1 ในด้านผู้นำ

สำหรับส่วนการประเมินผลลัพธ์ แสดงให้เห็นว่าผลลัพธ์ของการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านที่กะเป๋อ ต้องปรับปรุงพัฒนาในด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการมากที่สุด รองลงมาคือด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน ด้านผลลัพธ์ตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน และด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ตามลำดับ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำประเด็นที่ได้จากการประเมินศักยภาพการดำเนินงาน ในหมวดที่เป็นส่วนที่ต้องแก้ไขปรับปรุงเพื่อพัฒนา มาจัดเรียงเป็นประเด็นในการสนทนากลุ่ม เพื่อให้สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านที่กะเป๋อร่วมเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านที่กะเป๋อจากการสนทนากลุ่ม

จากการสนทนากลุ่มกับผู้นำและสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้าน ที่กะเป๋อ สามารถสรุปแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตามหมวดจากเกณฑ์การประเมิน โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงที่กะเป๋อในส่วนกระบวนการ และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงที่กะเป๋อในส่วนผลลัพธ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานส่วนกระบวนการ

1. การบริหารตลาด

กลุ่มจะต้องเปลี่ยนวิธีการผลิตมาเป็นการตลาดนำการผลิต กล่าวคือก่อนที่จะผลิตอะไรกลุ่มจะต้องศึกษาก่อนว่า สินค้าที่จะผลิตเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ ผลิตแล้วกลุ่มผู้บริโภคคือใคร ผู้บริโภคชอบ ผลิตภัณฑ์แบบไหน และผลิตแล้วจะไปขายที่ไหน เป็นต้น ซึ่งจะทราบโดยการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าและข้อมูลการซื้อของลูกค้า โดยในการกำหนดลูกค้านั้น กลุ่มมีการกำหนดลูกค้าไว้แต่ไม่มีการบันทึกไว้ให้สมาชิกในกลุ่มทุกคนได้ทราบ ดังนั้นควรมีการระบุไว้ให้เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน พร้อมกับแจ้งให้สมาชิกในกลุ่มทราบ ส่วนการกำหนดแหล่งจำหน่าย ทางกลุ่มมีหน้าร้านในการจำหน่ายอยู่ในชุมชน แต่ไม่ได้กำหนดแหล่งจำหน่ายแหล่งอื่น ๆ จึงส่งผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงบรรจุภัณฑ์ของสินค้า และส่งผลทำให้ไม่สามารถวางแผนการผลิตได้ ดังนั้นกลุ่มต้องกำหนดแหล่งจำหน่าย เพื่อนำข้อมูลจากการจำหน่ายให้กับลูกค้าแต่ละแหล่งไปวางแผนในการออกแบบสินค้าให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าในแต่ละแหล่ง รวมถึงการวางแผนการผลิตให้เหมาะสมกับประสิทธิภาพการจำหน่ายของแหล่งนั้น ๆ

แหล่งจำหน่ายหรือตลาด และเครือข่ายด้านการตลาดของกลุ่ม ต้องได้รับการสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะสำนักงานเกษตรจังหวัด ควรจะเข้ามามีบทบาทด้านนี้เพิ่มมากขึ้น โดยอาศัยความร่วมมือเชิงบูรณาการกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการจัดหาสถานที่แสดงสินค้าอย่างถาวรสำหรับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ โดยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถนำสินค้าของตนมาแสดงได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และหน่วยงานภาครัฐควรจะเข้ามามีบทบาทในการเป็นตัวกลางระหว่างวิสาหกิจชุมชนกับผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งหน่วยงานในระดับท้องถิ่น และจังหวัด ควรให้การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์และแหล่งผลิตให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้กลุ่มควรมีการจัดตั้งฝ่ายการตลาดเชิงรุก ที่มีพันธกิจในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับศูนย์การค้าต่าง ๆ ทั้งในและต่างจังหวัด เพื่อการออกบูทสินค้าของกลุ่มให้มากขึ้น และที่สำคัญในการตลาดปัจจุบัน เป็นยุคที่เทคโนโลยีเข้าถึงได้ง่าย โซเชียลมีเดียต่าง ๆ กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก กลุ่มควรต้องมีการขยายช่องทางการตลาดที่เข้าถึงได้ง่าย ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อกระจายการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ โดยการสร้างเว็บไซต์ของกลุ่มที่เป็นทางการ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ให้ความสะดวก รวดเร็ว และสามารถติดต่อได้ง่าย เช่น การขายสินค้าออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ ไลน์ ไลน์ ไอจี เฟสบุ๊ค เป็นต้น ซึ่งในเรื่องนี้ควรที่จะมีผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้หรือมาดูแลในเรื่องนี้ในระยะแรกก่อน และเมื่อกลุ่มมีผู้ดูแลที่มีความชำนาญแล้ว กลุ่มก็จะสามารถขายสินค้าผ่านช่องทางนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. การจัดความรู้และข้อมูล

กลุ่มต้องมีการแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน โดยติดตามข่าวสารจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ให้การสนับสนุนในการอบรมเพิ่มพูนความรู้ใหม่ ๆ รวมถึงผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่กลุ่มจะได้รับและควรมีการพัฒนาเครือข่าย เพื่อให้กลุ่มมุ่งสู่จุดหมายโดยการสร้างเครือข่ายเพิ่มขึ้น การเชื่อมโยงการทำงานร่วมกับเครือข่าย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับเครือข่าย

ในส่วนของการจัดเก็บข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าผ้าทอ ดังนั้น กลุ่มควรมีการบันทึกผลผลิตผ้าทอ ลงสื่ออย่างง่าย เช่น การบันทึกลงกระดาษกราฟ หรือการบันทึกภาพ เพื่อเป็นหลักฐาน หรือ เป็นสื่อในการถ่ายทอดให้เยาวชนคนรุ่นหลังได้ศึกษาเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาไม่ให้สูญหายไปกับกาลเวลาได้ รวมถึงการบันทึกวิธีการทอในแต่ละลาย เพื่อให้คนในชุมชนได้เรียนรู้วิธีการทอให้ตรงตามที่มีการบันทึกไว้ เพื่อให้ได้ผ้าทอที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน

การสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร แก่สมาชิก เครือข่าย และบุคคลภายนอก ทางกลุ่มควรมีช่องทางการสื่อสารสำหรับสมาชิกโดยเฉพาะ เช่น ไลน์ของสมาชิกในกลุ่ม เพื่อให้มีการสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว และสมาชิกกลุ่มทุกคนรับทราบข้อมูล แต่หากเป็นสมาชิกที่เป็นผู้สูงอายุ ควรที่จะมีคนในครอบครัวของสมาชิกที่มีความสามารถทางด้านการใช้โซเชียลเพื่อช่วยในการแจ้งข่าวให้สมาชิกทราบ ควรมีการประชาสัมพันธ์สินค้าและข้อมูลข่าวสารให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อต่าง ๆ ของชุมชน และส่งเสริมให้หน่วยงานต่าง ๆ มาดูศึกษาดูงาน การจัดกิจกรรมและสร้างความร่วมมือกับทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่นการอบรมให้ความรู้แก่เยาวชน และผู้สนใจในชุมชนเกี่ยวกับการทอผ้า ลวดลายต่าง ๆ ของผ้า เพื่อถ่ายทอดให้อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ไปยังสมาชิกรุ่นต่อไป

3. การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

ทางกลุ่มมีกฎระเบียบและเงื่อนไขของการรับสมาชิก แต่ยังไม่มีการบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ดังนั้นทางกลุ่มต้องจัดทำเกี่ยวกับ กฎระเบียบและเงื่อนไขต่าง ๆ เป็นรูปเล่มให้ชัดเจน พร้อมกับชี้แจงให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มได้รับทราบถึงกฎระเบียบและเงื่อนไขต่าง ๆ เพื่อให้สมาชิกได้ปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้กลุ่มเกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

ต้องมีการวางแผนในการพัฒนาสมาชิกของกลุ่ม ทั้งส่วนของคณะกรรมการและสมาชิก โดยคณะกรรมการของกลุ่มควรได้รับการพัฒนาในด้านการบริหารงานกลุ่มด้านต่าง ๆ เช่น การบริหารจัดการกลุ่มที่ดี การตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า เป็นต้น และสำหรับสมาชิกกลุ่มโดยเฉพาะสมาชิกกลุ่มมีหน้าที่หลักในการดำเนินการผลิต ให้มีความรู้ด้านการผลิต ซึ่งอาจเป็นการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณภาพการผลิต หรืออาจศึกษาดูงานเพื่อปรับปรุงรวดเร็ว หรือวิธีการทอเพื่อให้กลุ่มมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ซึ่งจะเป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้แก่สมาชิกกลุ่มอีกด้วย

4. ด้านการบริหาร

การบริหารงานของกลุ่มที่ต้องมีการปรับปรุงอย่างเร่งด่วนคือการเงินและบัญชี ซึ่งที่ผ่านมากลุ่มไม่เคยมีการระดมหุ้น เงินทุนในการก่อตั้งมาจากผู้นำกลุ่ม และสถานที่ในการจำหน่ายสินค้าเป็นร้านค้าประชารัฐ กองทุนหมู่บ้าน วัดอุทัยเส้นด้ายที่ใช้ในการทอผ้า จำเป็นต้องสั่งซื้อ จึงไม่สามารถซื้อได้ครั้งละจำนวนมาก เนื่องจากไม่มีเงินทุนในการพัฒนากลุ่มมากนัก ดังนั้นทางกลุ่ม จึงควรหาหน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อการจัดซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็น ในการผลิตเพื่อให้สินค้าที่มีคุณภาพ อาจดูจากผลการดำเนินงานของกลุ่มในปีที่ผ่านมาเพื่อประกอบการอนุมัติวงเงินกู้ และสำหรับการจดบันทึกการเงินหรือบัญชี ทางกลุ่มมีการจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย แต่ยังไม่มีการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินให้แก่สมาชิกทราบ ดังนั้น ทางกลุ่มในการประชุม ต้องมีการชี้แจงในเรื่องของข้อมูลทางการเงินในสมาชิกทราบ เพื่อให้สมาชิกเกิดความพอใจในการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ รวมถึงการสร้างความรักความสามัคคี ในการจัดการบัญชีรับ จ่ายของสมาชิกด้วย ซึ่งหน่วยงานภาครัฐนอกจากจะมีการสนับสนุนอบรมให้ความรู้เรื่องการทำบัญชีแล้ว ควรมีมาตรการในการตรวจบัญชี ติดตามการเรื่องการเงินของวิสาหกิจชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บัญชีรายรับ-รายจ่าย มีความเป็นปัจจุบัน

นอกจากนี้ทางกลุ่มควรมีการจัดสวัสดิการแก่สมาชิก หากทางกลุ่มมีผลประกอบการที่ดี อาจมีการจัดตั้งกองทุนเพื่อให้สมาชิกได้กู้ยืม หากสมาชิกมีความจำเป็น โดยกำหนดอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม รวมถึงควรมีการจัดตั้งกองทุนสำหรับให้กลุ่มทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ เพื่อให้กลุ่มเกิดความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน และได้รับการสนับสนุนจากชุมชน

5. การจัดการสินค้าหรือบริการ

กลุ่มควรมีขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control) สินค้าทุกชิ้นจากสมาชิกที่เป็นผู้ทอผ้า ก่อนที่ทางกลุ่มจะจ่ายค่าผลผลิตแก่สมาชิก เพื่อให้เกิดความมีมาตรฐานในสินค้าทุกชิ้นก่อนไปจำหน่ายให้กับลูกค้า โดยมีการกำหนดเกณฑ์ที่จะใช้ในการตรวจสอบคุณภาพ เช่น ความสม่ำเสมอของลาย ความเรียบร้อยของการทอ เป็นต้น

นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอกระเหรี่ยงของกลุ่ม ให้หลากหลาย มีความแปลกใหม่ และเป็นสากลมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดหาผู้เชี่ยวชาญเข้ามาช่วยในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่แปลกใหม่ ทันสมัย และมีความหลากหลาย เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยและวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลง เป็นที่ต้องการของลูกค้ามาก ยิ่งขึ้น ซึ่งในการจัดหาผู้เชี่ยวชาญทางกลุ่มควรมีการประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เพื่อสร้างงานวิจัยที่ตอบโจทย์ของตลาด หรือใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น เช่น ตลาดผ้าทอปัจจุบันมีความต้องการได้ผ้าทอจากด้ายที่เป็นสีธรรมชาติ ดังนั้น อาจให้สถาบันการศึกษามาพัฒนาการย้อมสีจากธรรมชาติ ให้ได้สีตามต้องการและติดทนนาน ซึ่งเป็นการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นลดต้นทุนในการผลิตได้อีกด้วย

6. การวางแผนการดำเนินงาน

เนื่องจากกลุ่มยังไม่มี การวางแผนการดำเนินการของกลุ่ม เนื่องจากกลุ่มขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผน ดังนั้น กลุ่มต้องประสานกับทางหน่วยงานภาครัฐ หรือสถาบันการศึกษา เพื่อช่วยให้สมาชิกในกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนการดำเนินงานของกลุ่ม โดยการจัดทำแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ใน 2 แผน คือ 1) แผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นแผนพัฒนากิจการ/แผนประกอบการ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ประกอบด้วย ที่มา วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ขั้นตอนและวิธีการ ระยะเวลา งบประมาณ ผลที่ได้รับ และระบุผู้รับผิดชอบ และ 2) แผนธุรกิจ เป็นแผนที่แสดงภาพรวมและทิศทางการดำเนินกิจการ ประกอบด้วย แผนการผลิต แผนการตลาด แผนบริหารจัดการ แผนการเงินการบัญชี และแผนปฏิบัติการ ซึ่งผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกจะต้องช่วยกันวิเคราะห์และจัดทำขึ้นมาเพื่อพัฒนากิจการของกลุ่มเอง ในการที่จะก่อให้เกิดรายได้แก่สมาชิกช่วยสร้างชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง มั่นคง และยั่งยืนต่อไป

นอกจากนี้ ต้องมีการชี้แจงแผนแก่กรรมการและสมาชิกกลุ่มได้รับ เพื่อให้ทุกคนในกลุ่มได้ปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ และสามารถปรับปรุงได้ตามสถานการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลงได้

7. ด้านผู้นำ

ในส่วนของผู้นำของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกระเหรี่ยงบ้านทิกะเปือ เป็นบุคคลที่มีความสามารถ ทำให้สามารถกำหนดเป้าหมาย และทิศทางในการพัฒนากลุ่มได้ รวมถึงการให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทางและการดำเนินงานของกลุ่ม แต่ส่วนที่ผู้นำต้องพัฒนาคือ ความสามารถในการบริหารธุรกิจ เนื่องจากผู้นำกลุ่มเป็นผู้นำบ้านของชุมชน มีความรู้ความเข้าใจ และสามารถติดต่อกับหน่วยงานของรัฐ และสถาบันการศึกษาได้ แต่ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการบริหารธุรกิจให้พร้อมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจได้ไม่มากนัก

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานส่วนผลลัพธ์

1. ด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการ

ทางกลุ่มต้องการมีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ที่จะนำมาจำหน่ายเป็นสินค้าที่มีความแตกต่างจากแหล่งอื่น และมีความหลากหลายมากขึ้น ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะสำนักงานเกษตร จะต้องเป็นผู้ประสานงานหรือสื่อกลางระหว่างกลุ่มกับสถาบันการศึกษา เพื่อให้สถาบันการศึกษาที่มีการเรียนการสอนในสาขาวิชาการออกแบบ มาเป็นผู้ช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่ม ซึ่งสามารถพัฒนาได้ทั้งรูปแบบของผลิตภัณฑ์ และลวดลายของผ้า โดยสามารถนำกรณีศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เป็นกรณีศึกษาแก่นักศึกษาในสถาบันการศึกษา หรือการ

ที่สถาบันการศึกษาสามารถให้ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการให้คำปรึกษาโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งจะทำให้กลุ่มสามารถพัฒนาตนเองในด้านนี้ได้ต่อไป

2. ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน

การลดต้นทุนการผลิต เป็นหัวใจสำคัญของการผลิตสินค้าเพื่อการแข่งขัน ดังนั้นกลุ่มจะต้องเน้นการใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นของตนเองเพื่อจะได้ไม่ต้องมีต้นทุนการจัดซื้อวัตถุดิบเพื่อการผลิต การอนุรักษ์และธำรงรักษาไว้ซึ่งวัตถุดิบซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติด้วยการ ปลูกทดแทน และไม่ใช่ทรัพยากรมากเกินไปจนกระทั่งทรัพยากรธรรมชาติไม่สามารถฟื้นฟูตนเองได้ และในการการทอผ้าวัตถุดิบในการผลิต คือด้ายสำหรับทอ กลุ่มจะทำการซื้อและแจกจ่ายให้กับสมาชิกเพื่อนำไปทอ เนื่องจากกลุ่มเห็นว่าการซื้อในครั้งละปริมาณมาก ซึ่งจะทำให้ราคาถูกลง ซึ่งทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำด้ายที่เป็นวัตถุดิบที่ซื้อมาให้กับสมาชิกในกลุ่มไปก่อน เพื่อให้สมาชิกนำไปทอ เมื่อทอเสร็จแล้วสมาชิกจึงจะนำผ้าทอที่ได้มาให้กับทางกลุ่ม และกลุ่มจะเป็นผู้จ่ายค่าแรงให้เป็นรายชิ้น แต่ทำให้สมาชิกไม่รู้ต้นทุนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ และอาจใช้วัตถุดิบอย่างไม่ระมัดระวัง ทำให้เกิดความสิ้นเปลืองในการใช้วัตถุดิบ ดังนั้น ควรให้สมาชิกในกลุ่มมาซื้อวัตถุดิบเพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้าและเมื่อสมาชิกนำผ้าทอที่ทอเสร็จแล้วมาให้กับทางกลุ่ม ให้กลุ่มจ่ายเงินให้กับสมาชิกเป็นรายชิ้นตามคุณภาพของสินค้าตามการประเมินคุณภาพ เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มรู้ราคาของต้นทุนที่แท้จริง และมีความระมัดระวังในการผลิตมากขึ้น

3. ด้านผลลัพธ์ตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน

การทอผ้ากะเหรี่ยงของบ้านที่กะเป๋อให้กับกลุ่ม เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกของกลุ่ม เนื่องจากสมาชิกที่ว่างเว้นจากการทำการเกษตร สมาชิกสามารถทอผ้าเพื่อเพิ่มรายได้ ทำให้สมาชิกมีเงินในการใช้สอยมากขึ้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และหากกลุ่มมีการจัดตั้งกองทุน ให้สมาชิกสามารถกู้ยืมนำไปใช้เมื่อมีความจำเป็น ก็จะเป็นการลดความเสี่ยงในการกู้เงินนอกระบบได้อีกด้วย

4. ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

การมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านที่กะเป๋อ ทำให้สมาชิกได้รับการพัฒนาทักษะ เกิดการแลกเปลี่ยนวิธีการทอ ลวดลายต่าง ๆ ให้ มีความน่าสนใจ และหลากหลายมากยิ่งขึ้น และนอกจากนี้ กลุ่มยังมีความต้องการในการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า โดยผ่านสื่อออนไลน์ ต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ หรือการสร้างเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและเพื่อการจำหน่ายสินค้าด้วยตนเอง เป็นต้น โดยภาครัฐจะต้องสนับสนุนให้กลุ่ม พัฒนาตนเองด้วยการฝึกอบรม การสร้างเว็บเพจโดยใช้แอปพลิเคชันสำเร็จรูปที่มีให้ใช้ฟรี เป็นต้น

นอกจากนี้เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านที่กะเป๋อ ทำให้ชุมชนได้มีการสืบทอดภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของคนในชุมชน ซึ่งเป็นคนกะเหรี่ยงที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่น่าสนใจ .สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ให้คนภายนอกได้เข้ามาศึกษา ทำให้เกิดรายได้ให้กับคนในชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย

2) แนวทางการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้าน ทิกะเปอ

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้าน ทิกะเปอ เป็นแนวทางเพื่อสร้างความได้เปรียบคู่แข่ง ได้จากการเทียบศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ กับศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง เพื่อหาช่องว่างความต่างของศักยภาพการแข่งขันระหว่างวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอกับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี โดยการดำเนินการเทียบศักยภาพการแข่งขัน ใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) อำนาจต่อรองกับลูกค้า 2) อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ 3) ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ 4) ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน และ 5) การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม เพื่อนำแนวทางของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ พร้อมกับผลการวิเคราะห์ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ มาเป็นข้อมูลในการหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน โดยการสนทนากลุ่ม (Focus group) สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ จึงมีผลการศึกษา 2 ส่วน ดังนี้

การวิเคราะห์เทียบศักยภาพการแข่งขันระหว่างวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี กับ วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

ผลการวิเคราะห์เทียบศักยภาพการแข่งขันระหว่างวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี ซึ่งเป็นวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ กับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ดังแสดงในตารางที่ 4.59

ตารางที่ 4.59 การประเมินศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี กับวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

วิสาหกิจชุมชน ปัจจัยศักยภาพการแข่งขัน	ผ้าทอนา หมื่นศรี	ผ้าทอกะเหรี่ยง ทิกะเปอ	ค่าความต่าง
1. อำนาจต่อรองกับลูกค้า			
1. ลูกค้ามีจำนวนน้อยและเฉพาะกลุ่มเท่านั้น	1	3	2
2. ลูกค้ามีข้อมูลในการซื้อสินค้าน้อย	1	4	3
3. ลูกค้ายึดติดตราหือสินค้าในท้องตลาดที่มีตราสินค้า เข้มแข็ง	1	3	2
4. ลูกค้าเปลี่ยนใจเลือกซื้อสินค้าจากผู้ขายอื่นได้ง่าย	1	3	2
ค่าเฉลี่ย	1.00	3.25	2.25
2. อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ			
5. มีผู้เสนอขายวัตถุดิบการผลิตจำนวนน้อย และ เปลี่ยนแปลงยาก	2	3	1
6. วัตถุดิบที่ซื้อ แต่ละคนขายมีคุณภาพแตกต่างกันมาก	2	2	0
7. หากวัตถุดิบขาดแคลน หาวัตถุดิบทดแทนได้ยาก	3	3	0
8. การต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบทำได้ยาก	2	4	2
ค่าเฉลี่ย	2.25	3.00	0.75

ตารางที่ 4.59 (ต่อ)

วิสาหกิจชุมชน ปัจจัยศักยภาพการแข่งขัน	ผ้าทอนา หมื่นศรี	ผ้าทอกะเหรี่ยง ทิกะเป๋อ	ค่าความต่าง
3. ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่			
9. การเกิดผู้ขายรายใหม่เข้ามาแข่งผลิตสินค้าทำได้ง่าย	1	2	1
10. สินค้าที่ผลิตใช้เทคโนโลยีและภูมิปัญญาดำ ทำให้อาจเกิดคู่แข่ง	1	2	1
11. การผลิตใช้ต้นทุนต่ำ ทำให้อาจมีผู้ต้องการผลิตแข่งได้	1	2	1
12. การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐอาจทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ได้ง่าย	2	4	2
ค่าเฉลี่ย	1.25	2.50	1.25
4. ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน			
13. ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าอื่นทดแทนสินค้าเราได้ง่าย	1	3	2
14. ที่ตั้งทำเลที่ดี เดินทางสะดวก ทำให้สามารถซื้อสินค้าอื่นได้ง่าย	2	3	1
15. ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้าอื่นได้ง่าย	2	4	2
16. ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าทดแทนได้ง่ายและคุณภาพไม่แตกต่างกัน	1	2	1
ค่าเฉลี่ย	1.50	3.00	1.50
5. การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม			
17. มีผู้ขายสินค้าเดิมแบบเดียวกันจำนวนมากในพื้นที่	1	4	3
18. ผู้ขายแต่ละรายมีผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน	1	4	3
19. การแข่งขันทางการตลาดระหว่างผู้ขายมีสูง	1	4	3
20. ลูกค้าให้ความสำคัญกับตราสัญลักษณ์สินค้าในท้องตลาด ทำให้ไม่เปลี่ยนใจมาซื้อจากวิสาหกิจชุมชน	1	3	2
ค่าเฉลี่ย	1.00	3.75	2.75
ค่าเฉลี่ยรวม	1.40	3.10	1.70

จากตาราง 4.59 แสดงให้เห็นว่าด้านที่วิสาหกิจชุมชนต้องเร่งปรับปรุงเพื่อไม่ให้เสียเปรียบคู่แข่ง คือ การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม และด้านที่จะสามารถจะพัฒนาเพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่งมากที่สุด คือ ด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ

แนวทางพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเป๋อจากการสนทนากลุ่ม

จากการสนทนากลุ่มกับผู้นำและสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเป๋อ นำผลมาวิเคราะห์ร่วมกับผลการประเมินศักยภาพการแข่งขัน ผลจากการสัมภาษณ์ศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเป๋อ และปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวาง

ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม สรุปเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การลดความเสียเปรียบ กับการพัฒนาความได้เปรียบ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันโดยการลดความเสียเปรียบ

1. ด้านการแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม

ทางกลุ่มควรประสานกับทางหน่วยงานราชการเพื่อรับการสนับสนุน ซึ่งเป็นการใช้ปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม เนื่องจากมีนโยบายภาครัฐเกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจจำนวนมาก เนื่องจากวิสาหกิจพัฒนาและจัดตั้งขึ้นมาได้โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหลากหลายหน่วยงาน เช่น ศูนย์พัฒนาอาชีพสตรี สำนักงานส่งเสริมการเกษตร อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เป็นต้น ทั้งการสนับสนุนด้านเงินทุน อุปกรณ์ องค์ความรู้ เป็นต้น

สำหรับสินค้าที่จะนำไปจำหน่าย กลุ่มต้องมีการพัฒนาตลาดของผ้าทอ และผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่นให้เป็นทางเลือกให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น เนื่องจากกลุ่มมีปัจจัยเอื้อด้านผลิตภัณฑ์ที่มีการควบคุมการผลิตมีการตรวจสอบให้มีคุณภาพและมาตรฐาน มีการควบคุมวัตถุดิบโดยการซื้อวัตถุดิบรวมกัน แล้วนำมาแบ่งให้สมาชิกแต่ละคนไปผลิต ซึ่งหากไม่ได้คุณภาพจะไม่นำมาจำหน่าย นอกจากนี้ทางกลุ่มมีกำลังการผลิตมาก ทำให้สามารถผลิตสินค้าได้จำนวนมาก จนเป็นที่น่าเชื่อถือ

นอกจากนี้กลุ่มควรนำปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มในด้านการบริหารจัดการองค์กร เนื่องจากทางกลุ่มมีการประชุมประจำเดือนต่อเนื่องและมีการประชุมเมื่อมีเหตุจำเป็น เช่น นโยบายของภาครัฐ การบริหารวิสาหกิจมีลักษณะที่ใกล้ชิดกับการบริหารของการปกครองส่วนท้องถิ่น เนื่องจากผู้ใหญ่บ้านค่อนข้างมีบทบาทมากในการผลักดันให้วิสาหกิจพัฒนาต่อไปได้ เนื่องจากเกี่ยวข้องกับรายได้ของคนในหมู่บ้านชัดเจน

2. ด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้า

ลูกค้าของวิสาหกิจมี 2 ส่วน ได้แก่ ชาวบ้านในพื้นที่ที่ซื้อสินค้าไปใช้ส่วนตัว และนักท่องเที่ยวที่ซื้อไปเป็นของฝาก ทำให้มีลูกค้าต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามความต้องการซื้อของลูกค้าไม่มากเพียงพอที่จะทำให้วิสาหกิจพัฒนาไปได้ วิสาหกิจจึงต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้สามารถขายได้มากขึ้น และสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชน และเพิ่มกลุ่มลูกค้าจากการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มช่องทางการตลาด

3. ด้านภัยจากการใช้สินค้าทดแทน

ส่วนคู่แข่งที่สำคัญในปัจจุบัน ได้แก่ บริษัทที่ผลิตสินค้าลอกเลียนแบบเสื้อกะเหรี่ยง ผ้ากะเหรี่ยงที่เกิดจากการผลิตในบริษัทและวางขายตามท้องตลาดทั่วไป ใช้เนื้อผ้าราคาถูกและขายในราคาถูกกว่ามาก ทำให้ลูกค้าที่ต้องการใส่เพียงเพื่อผิวเผิน จะหันไปใส่ผ้าทอกะเหรี่ยงที่ไม่ได้เกิดจากชุมชนของชาวกะเหรี่ยงที่แท้จริง หรือทำให้ลูกค้าบางกลุ่มที่มีรายได้น้อยหรือไม่เห็นคุณค่าของเสื้อผ้ากะเหรี่ยงซื้อใช้ ทำให้เสื้อผ้ากะเหรี่ยงของแท้ขายได้น้อยลง และทำให้กลุ่มผู้ผลิตมีน้อยลงไปด้วย ทางกลุ่มจึงควรสร้างเรื่องราว (story) ให้กับสินค้า เพื่อเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ให้ลูกค้าเห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์มากขึ้น และสถานที่จำหน่ายของกลุ่มอยู่ที่ร้านค้าในชุมชน ที่เป็นร้านค้าจากโครงการประชารัฐ กองทุนหมู่บ้าน และมีการจำหน่ายในการออกบูธในงานที่หน่วยงานภาครัฐจัดขึ้นเท่านั้น กลุ่มจึงควรมีการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายช่องทางอื่นโดยทำการ

สื่อสารการตลาดผ่านระบบสารสนเทศเพื่อสื่อสารเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันโดยการพัฒนาความได้เปรียบ

1. ด้านภัยจากผู้ผลิตรายใหม่

ทางกลุ่มมีศักยภาพการแข่งขันด้านภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ เนื่องจากกลุ่มมีคณะกรรมการส่วนใหญ่ และสมาชิกบางส่วนเป็นผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน รวมตัวกับกลุ่มต่าง ๆ เดิมที่มีในหมู่บ้าน เช่น กลุ่มสตรี กลุ่มเยาวชน กลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งในการดำเนินงาน และสามารถติดต่อประสานกับทางหน่วยงานราชการ รับรู้ข่าวสารการรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐได้โดยง่าย

นอกจากนี้ผู้ผลิตรายใหม่ที่เกิดขึ้น มักเกิดจากการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้น ทางกลุ่มวิสาหกิจสามารถเชิญผู้ผลิตรายใหม่ มาร่วมสร้างเป็นเครือข่าย เนื่องจากทางกลุ่มมีปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจด้านเครือข่าย เพื่อให้การผลิตสินค้าในกลุ่มผ้าทอกะเหรี่ยงมีความเข้มแข็งจนกระทั่งสามารถพัฒนาการจำหน่ายไปสู่ตลาดต่างประเทศได้

2. ด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ

เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ทางกลุ่มมีการบริหารจัดการวัตถุดิบ โดยวิสาหกิจจะเป็นผู้ซื้อวัตถุดิบให้กับผู้ทอผ้ารวมกัน ทำให้กลุ่มสามารถซื้อวัตถุดิบได้ในราคาถูกกว่าการให้สมาชิกแยกกันซื้อวัตถุดิบเพื่อมาผลิต นอกจากนี้กลุ่มยังมีเครือข่ายผู้ผลิตผ้าทอกะเหรี่ยงด้วยกัน ซึ่งเป็นปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งหากทางกลุ่มขาดวัตถุดิบในการผลิตจะสามารถใช้วัตถุดิบจากเครือข่ายได้

นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์บางตัว ใช้วัตถุดิบที่สมาชิกสามารถผลิตได้ เช่น ไผ่ฝ้าย ที่ส่วนใหญ่ใช้ในการผลิตสินค้าที่เป็นที่นิยมของตลาดผู้บริโภคที่มีศักยภาพ สินค้าจะราคาสูง เนื่องจากเป็นวัตถุดิบ การย้อมสีจากธรรมชาติ และต้องทอมือเท่านั้น เพราะเส้นด้ายขาดได้ง่าย ดังนั้น ทางกลุ่มจึงไม่จำเป็นต้องซื้อวัตถุดิบในการผลิตสินค้าในประเภทนี้ และยังได้ราคาของสินค้าที่สูงอีกด้วย

4.6.2 ตอนที่ 6.2 ผลการพัฒนาและการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อยกระดับขีด

ความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีเกเปอ

จากผลการศึกษาในตอนที่ 1 ของการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีเกเปอ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มต้องมีการพัฒนาเรื่องของการบริหารจัดการ ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของกลุ่ม เป็นการเพิ่มโอกาสในการขายลดความเสี่ยงด้านการแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม ลดจากการใช้สินค้าทดแทน เพิ่มอำนาจต่อรองกับลูกค้า และสามารถแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหม่ได้ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการพัฒนาเว็บไซต์ระบบวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีเกเปอ เพื่อให้กลุ่มมีช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น และมีการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้สมาชิกในกลุ่มสามารถใช้งานระบบเพื่อจำหน่ายสินค้าได้ ดังนั้นผลการศึกษาในตอนนี้ จึงแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ผลการศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีเกเปอ และ 2) ผลการประเมินความพึงพอใจการอบรมเชิงปฏิบัติการการใช้งานเว็บไซต์ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีเกเปอ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ผลการศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาเว็บไซต์ระบบจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนให้เป็นระบบ และทำให้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนสะดวกมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้มีการพัฒนาเว็บไซต์ขึ้น โดยการศึกษากระบวนการจำหน่ายเดิมเปรียบเทียบกับระบบจำหน่ายใหม่ แล้วจึงนำไปพัฒนาระบบสร้างเว็บไซต์ขึ้น แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ 1) ผลการศึกษาระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์เดิมของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ 2) ผลการศึกษาระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ และ 3) รูปแบบระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอแบบใหม่ที่พัฒนาขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผลการศึกษาระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบเดิมของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านทิกะเปอยังไม่มีระบบสารสนเทศเข้ามาใช้งานและยังใช้การบันทึกข้อมูลลงในสมุดบันทึก การที่ลูกค้าต้องการจะทราบข้อมูลสินค้า ชื่อสินค้า จำเป็นต้องเดินทางมาที่ร้านเท่านั้นทำให้ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร ทางร้านมีการจัดเก็บข้อมูลอยู่ในรูปแบบเอกสารและไม่มีการแบ่งแยกประเภทสินค้า และลูกค้าไม่สามารถเข้าถึงสินค้าที่วางขายหน้าร้านได้ทั้งหมด



ภาพที่ 4.8 ระบบการจำหน่ายแบบเดิมของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

ผลการศึกษาระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบใหม่ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ระบบจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ขายสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือกะเหรี่ยง ซึ่งทางคณะผู้จัดทำได้ทำการศึกษาระบบงานเก่าทั้งหมดที่ผ่านมาของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอโดยละเอียด และนำมาพัฒนาระบบเพื่อช่วยในการจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์อีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งการวางขายสินค้าโดยผ่านเว็บไซต์เป็น

การเผยแพร่สินค้าที่รวดเร็วและเข้าได้ทั่วถึง และยังสามารถอัปเดตสินค้าใหม่รวมไปถึงข่าวสารต่าง ๆ ได้ตลอดเวลาดีกว่าระบบงานเดิมการวางขายสินค้าหน้าร้าน และยังช่วยลดระยะเวลาการเผยแพร่สินค้าให้กระชับขึ้นจากเดิมสามารถบอกถึงรายละเอียดส่วนต่าง ๆ ของสินค้าหรือข่าวสารได้ครอบคลุมมากกว่าเดิมจากการพัฒนาช่องทางขายสินค้าทำให้เห็นถึงศักยภาพในการจัดจำหน่ายสินค้าและคุณภาพของสินค้าที่วางขายบนเว็บไซต์ออกมาในทางที่ดีกว่าเดิมอย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะเป็นระยะเวลาในการวางจำหน่ายสินค้าบนเว็บไซต์ และการครอบคลุมรายละเอียดของสินค้าได้ดี



ภาพที่ 4.9 ระบบการจำหน่ายแบบใหม่ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านที่กะเป๋อ

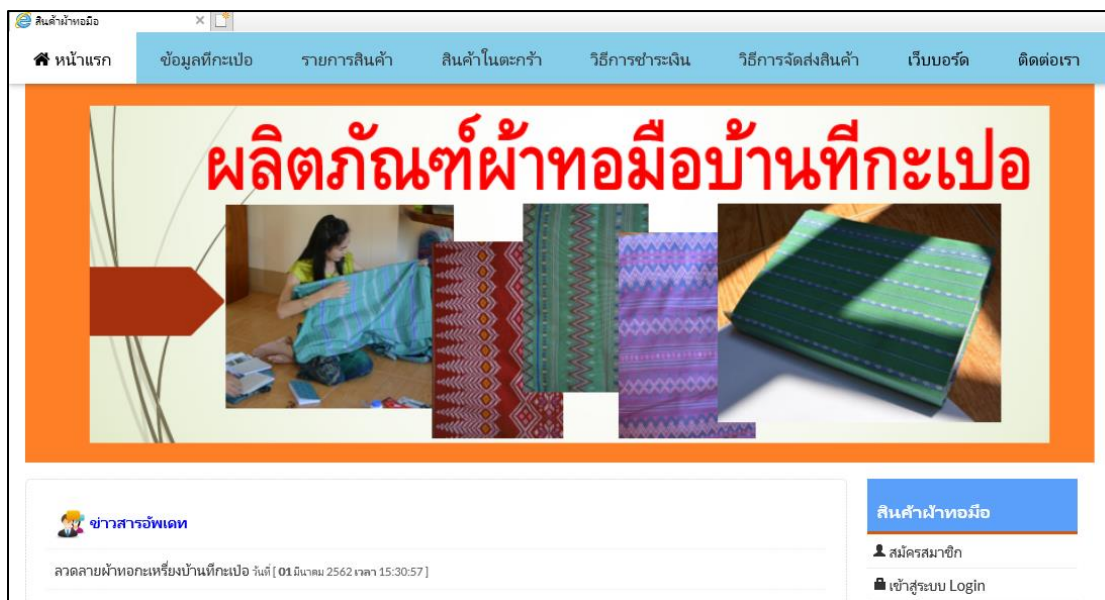
รูปแบบระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านที่กะเป๋อแบบใหม่ que พัฒนาขึ้น

การพัฒนา ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านที่กะเป๋อ ผู้พัฒนาได้วิเคราะห์และออกแบบขั้นตอนการทำงานของระบบโดยขั้นตอนการทำงานของระบบจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การใช้งานในส่วนบุคคลทั่วไป การใช้งานในส่วนสมาชิก และการใช้งานในส่วนของผู้ดูแลระบบ ได้ดังนี้

1. การใช้งานในส่วนบุคคลทั่วไป

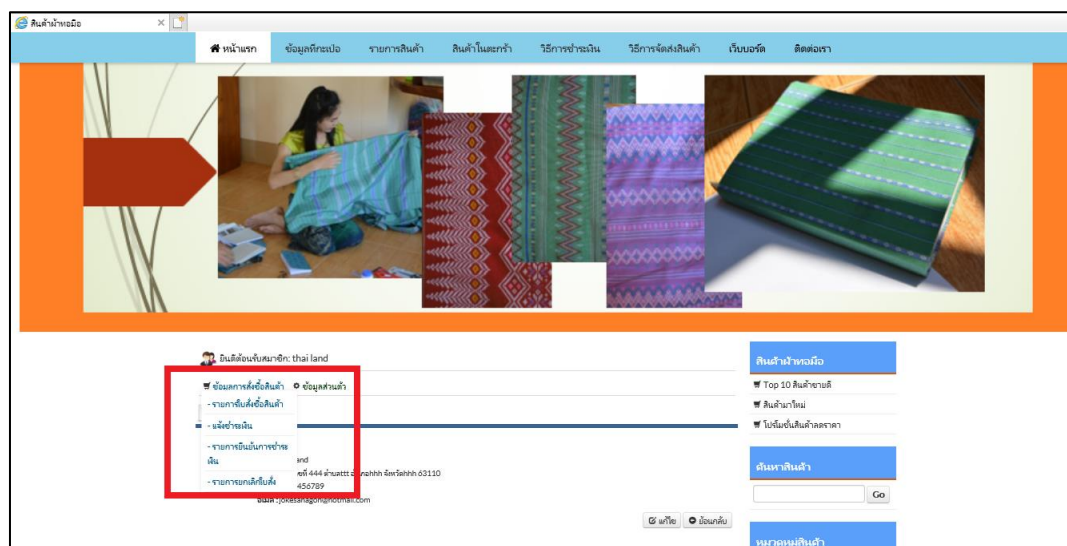
1) หน้าแรกของคนทั่วไป

หน้าแรกของคนทั่วไปที่ยังไม่ได้ทำการ Login เข้าสู่ระบบ ซึ่งมีเมนูอยู่ด้วยกัน 8 เมนู คือ หน้าแรก ข้อมูลของหมู่บ้าน รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เว็บไซต์ ติดต่อเรา



ภาพที่ 4.10 หน้าแรกของบุคคลทั่วไป

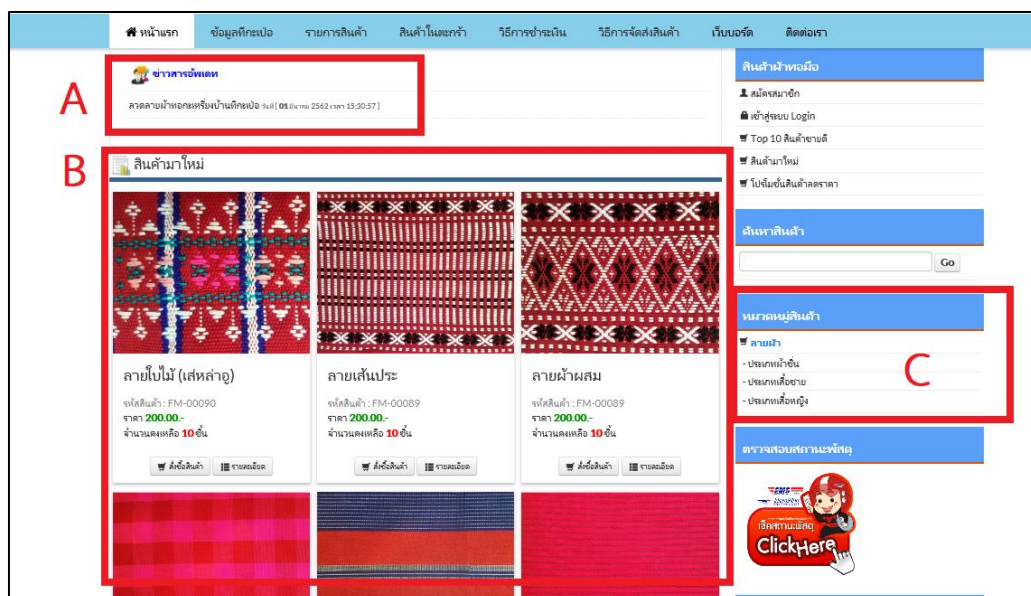
จากภาพแสดงหน้าแรกของลูกค้าซึ่งเป็นบุคคลทั่วไปจะเข้ามาสู่ระบบงานของเว็บไซต์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอมือที่บ้านทีกะเปอ โดยหน้าเว็บไซต์นี้ได้นำเสนอช่องทางการติดต่อ ข้อมูลชุมชน รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เว็บบอร์ด และช่องทางติดต่อวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งยังนำไปสู่กระบวนการต่อไปของเว็บไซต์อีกด้วย เช่น การสมัครเป็นสมาชิก การเข้าสู่ระบบ เป็นต้น



ภาพที่ 4.11 หน้าแรกของสมาชิก

จากภาพแสดงหน้าแรกของลูกค้าที่เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอมือที่บ้านทีกะเปอ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากหน้าของบุคคลทั่วไป และสามารถเห็นข้อมูลมากกว่าบุคคลทั่วไป ซึ่งวิสาหกิจชุมชนฯ สามารถออกแบบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ ชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องต้องการนำเสนอต่อลูกค้าที่เป็นสมาชิกได้ เป็นต้น

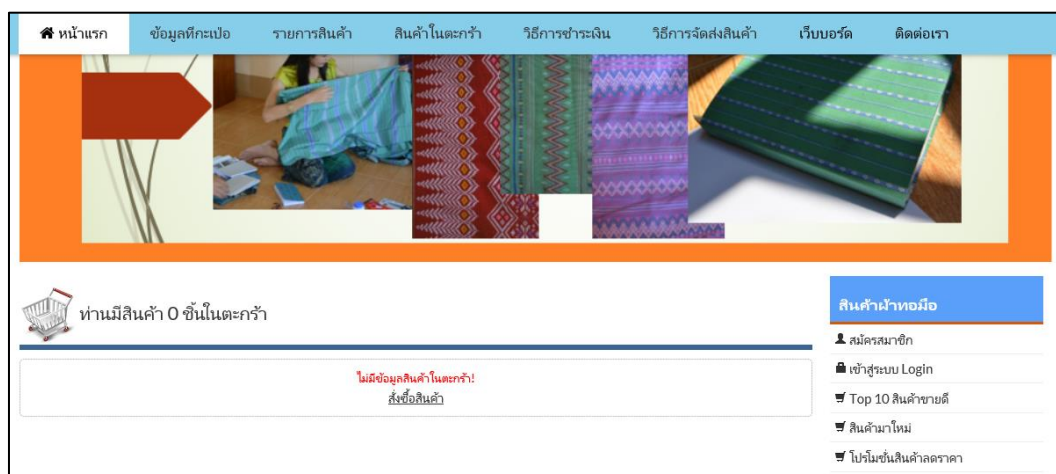
2) รายการสินค้า



ภาพที่ 4.12 หน้ารายการหน้าแรกของระบบ

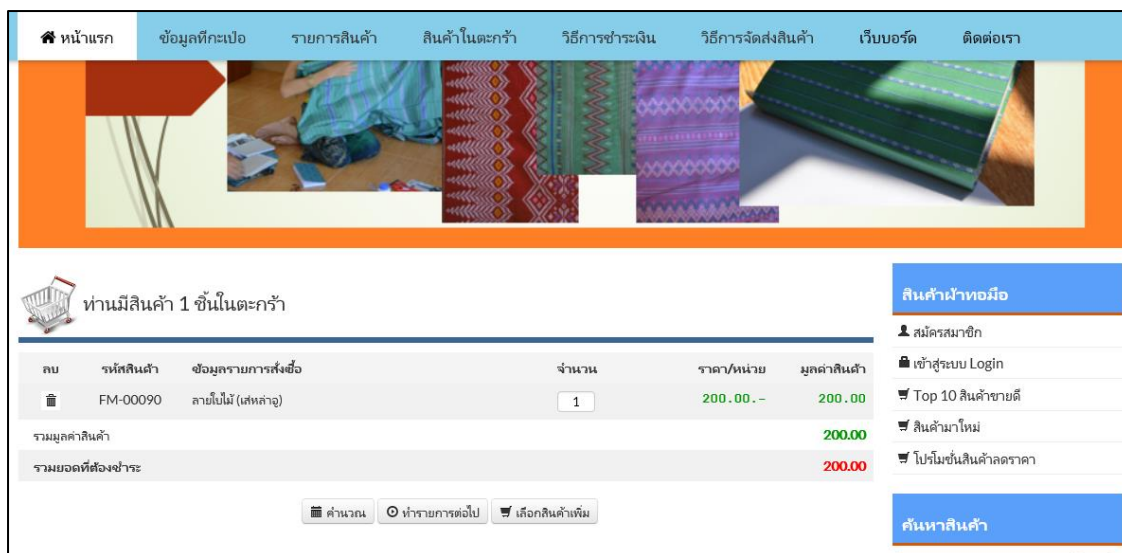
จากภาพแสดงหน้ารายการหน้าแรกของระบบที่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกสามารถเข้ามาดูรายการสินค้าที่วิสาหกิจชุมชนฯ ได้ออกแบบหน้าเว็บไซต์และข้อมูลเอาไว้ โดยในภาพวิสาหกิจชุมชนฯ ได้นำเสนอสินค้าใหม่ โดยมีรายละเอียดของลายผ้าทอพื้นเมืองกะเหรี่ยง ชื่อของลายผ้าทอ ประเภทของสินค้า ราคาสินค้า และจำนวนสินค้าคงเหลือที่มีอยู่ อีกทั้งยังมีรายการให้เลือกสินค้าได้ในหน้าเว็บไซต์นี้ได้อีกด้วย

3) สินค้าในตะกร้า



ภาพที่ 4.13 แสดงหน้าสินค้าในตะกร้ากรณีไม่มีสินค้าที่ซื้อ

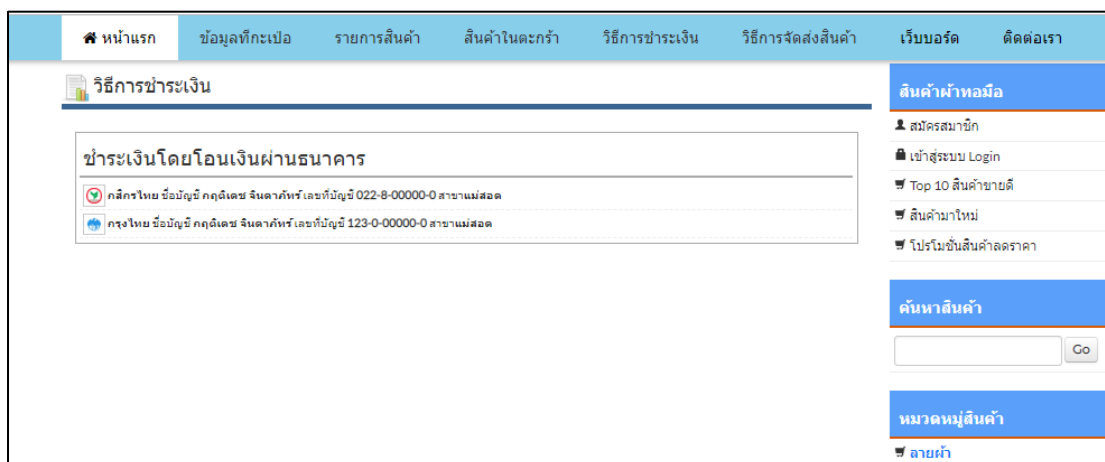
จากภาพแสดงสินค้าในตะกร้า กรณีไม่มีสินค้าที่ซื้อ จะทำให้ลูกค้าได้เห็นได้อย่างง่ายว่าได้มีการเลือกสินค้าไปแล้วหรือไม่ อีกทั้งยังสามารถเลือกไปสู่กระบวนการอื่นของระบบได้



ภาพที่ 4.14 หน้าสินค้าในตะกร้ากรณีมีสินค้า

จากภาพแสดงหน้าสินค้าในตะกร้า กรณีมีสินค้า จะทำให้ลูกค้าได้เห็นว่าได้มีการเลือกสินค้าไว้ในรายการสินค้าใดหรือไม่ อีกทั้งยังเห็นรายละเอียดอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น จำนวน ราคา สินค้า จำนวนราคาสินค้าทั้งหมดที่ต้องชำระเงินหากเลือกซื้อสำเร็จ เป็นต้น

4) หน้าแจ้งชำระเงิน



ภาพที่ 4.15 หน้าแจ้งชำระเงิน

จากภาพแสดงหน้าแจ้งชำระเงิน จะเป็นส่วนที่ทำให้ลูกค้าทราบรายละเอียดและมีความมั่นใจในการชำระเงินให้แก่วิสาหกิจชุมชนฯ โดยจะมีรายละเอียดของธนาคาร ชื่อบัญชี เลขบัญชี และรายละเอียดที่วิสาหกิจชุมชนฯ ต้องการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจให้แก่ลูกค้า

5) วิธีการจัดส่งสินค้า

ลำดับ	รูปแบบการจัดส่งสินค้า	ค่าบริการ
1	จัดส่งแค่ 20 ตัวขึ้นไปจัดส่งฟรี	0.00
2	ส่งสินค้าทางไปรษณีย์	0.00
3	จัดส่งสินค้าแบบ EMS	80.00
4	จัดส่งสินค้าแบบลงทะเบียน	50.00

สินค้าแนะนำ

- สมัครสมาชิก
- เข้าสู่ระบบ Login
- Top 10 สินค้าขายดี
- สินค้าใหม่
- โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

หมวดหมู่สินค้า

- ลายผ้า

ภาพที่ 4.16 หน้าวิธีการจัดส่งสินค้า

จากภาพแสดงหน้าวิธีการจัดส่งสินค้า จะเป็นส่วนที่ให้ลูกค้าเลือกวิธีการจัดส่งสินค้าตามความต้องการและพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากปัจจุบันการจัดส่งสินค้าสามารถทำได้หลากหลายวิธีการ เพื่ออำนวยความสะดวกและความมั่นใจให้แก่ลูกค้าในยุคปัจจุบันด้วย

6) ติดต่อเรา

ที่อยู่ร้าน :
จังหวัดตาก 63110 Tel.

Kamphaeng Phet Rajabhat Un...
222 Mu.7 MaePa, อำเภอ แม่สอด ตาก 63110
4.6 ★★★★★ 5 ความเห็น
ดูแผนที่ขนาดใหญ่

ติดต่อเรา

- สมัครสมาชิก
- เข้าสู่ระบบ Login
- Top 10 สินค้าขายดี
- สินค้าใหม่
- โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

หมวดหมู่สินค้า

- ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

ClickHere

ภาพที่ 4.17 หน้าติดต่อเรา

จากภาพแสดงหน้าติดต่อเรา จะเป็นส่วนที่ทำให้ลูกค้าทราบช่องทางการติดต่อวิสาหกิจชุมชนฯ โดยจะมีรายละเอียดของเลขที่ตั้ง จุดที่ตั้งในแผนที่ออนไลน์ พร้อมเส้นทางการเดินทาง

7) ข้อมูลหมู่บ้านทีกะเปือ

ภาพที่ 4.18 ข้อมูลชุมชนบ้านทีกะเปือ

จากภาพแสดงหน้าข้อมูลชุมชนบ้านทีกะเปือ จะเป็นส่วนที่มีรายละเอียดของข้อมูลวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเปือ หมู่ที่ 5 ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ซึ่งจะเป็นส่วนข้อมูลพื้นฐานของหมู่บ้านแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน จุดยืนการพัฒนาหมู่บ้าน ตำแหน่งการพัฒนาอาชีพ วิสัยทัศน์ของหมู่บ้าน ยิ่งกว่านั้น ยังมีข้อมูลของหมู่บ้านและวิสาหกิจชุมชนที่สำคัญ ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน กลุ่มองค์กรในชุมชน เงินกองทุนของชุมชน ศักยภาพของชุมชน ปัญหาที่สำคัญของชุมชน ผู้นำชุมชน การส่งเสริมอาชีพในชุมชน ประเพณีสำคัญของชุมชน

โดยมี Link หัวข้อต่าง ๆ ของหมู่บ้าน ดังนี้

(1) ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน

ภาพที่ 4.19 ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน

(2) กลุ่มองค์กรในชุมชน

หน้าแรก	ข้อมูลทีเกเปือ	รายการสินค้า	สินค้าในตะกร้า	วิธีการชำระเงิน	วิธีการจัดส่งสินค้า	เว็บบอร์ด	ติดต่อเรา
๒. กลุ่มองค์กรในชุมชน ๒.๑ กลุ่มแม่บ้าน เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ ๙ เดือนกราคม พ.ศ. ๒๕๔๔ ปัจจุบันมีสมาชิก ๔๐ ราย โดยมี นางอริสา มูลอาร์ เป็นประธาน นางน้อมดีโพ เทกมลเดช เป็นรองประธาน มีการบริหารจัดการกลุ่ม มีการออมเงินยอดปัจจุบัน จำนวน ๔๐,๐๐๐ บาท ตลอดจนการส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนในการทำงานเป็นทีมเชิงลงแขก ๒.๒ กลุ่มสตรี เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ ๑ เดือนกันยายน พ.ศ. ๒๕๔๔ ปัจจุบันมีสมาชิก ๔๐ ราย โดยมี นางณัฐพร ออมฤทธิ์ เป็นประธาน นางเนาะจะพอ ชนบุญ เป็นรองประธาน นางสาวราตรี เทกมลเดช เป็นเลขานุการ นางอริสา มูลอาร์ เป็นเหรัญญิก เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในการพัฒนาคุณภาพสตรี ให้มีความพร้อมเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัว ชีวิตในครอบครัว และการมีส่วนร่วมในสังคม โดยการกระตุ้นให้สตรีมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การใช้เวลารว่างให้เป็นประโยชน์ ตลอดจนการวางแผนยกระดับอาชีพในหมู่บ้าน เป็นแกนนำของการขับเคลื่อนการพัฒนาสตรีในหมู่บ้าน ๒.๓ กลุ่มเยาวชน เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ ๙ เดือนกราคม พ.ศ. ๒๕๔๗ ปัจจุบันมีสมาชิก ๔๗ ราย โดยมี นายธีรเดช เชิดชูชาติไทย เป็นประธาน นางสาวบุญนุช เทกมลเดช เป็นรองประธาน นางสาวอริยา เพชรจันทร์หา เป็นเลขานุการ นายถนัด พงศ์ชนะธรรมา เป็นเหรัญญิก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เยาวชนเสริมสร้างความสามัคคี ลดปัญหาทางสังคม อาทิเช่น ปัญหาเสพยาเสพติด ปัญหาเด็กแว้น ปัญหาครอบครัว และที่สำคัญเป็นการเสริมสร้างการทำงานเป็นทีมอย่างเป็นระบบในเยาวชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีในการดำรงชีพในสังคม เป็นการสนับสนุนให้เยาวชนรู้จักหลักการบริหาร/การครองตน/การครองคน และการครองงานอย่างยั่งยืน ๒.๔ กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ ๒๐ เดือนมีนาคม พ.ศ. ๒๕๔๐ ปัจจุบันมีสมาชิก ๑๐ ราย โดยมี นางเพ็ญศรี กัณเฑาะวงษ์ เป็นประธาน นางอรนิดา อุตมกุลวารี เป็นรองประธาน จัดตั้งกลุ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในการบริการด้านสาธารณสุข เป็นกลไกการดูแลครอบครัวผู้ด้อยโอกาส อาทิเช่น การออกให้ความรู้คนในหมู่บ้านให้ตระหนักถึงการดูแลสุขภาพทั้งด้านการบริโภคอาหาร การออกกำลังกาย ตลอดจนการปฏิบัติตนอย่างถูกต้องสุขอนามัย ซึ่งเป็นการลดปัญหาการเจ็บป่วยได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการรักษาสิ่งแวดล้อมทั่วทั้งหมู่บ้านในการเป็นแกนนำให้กับเด็กๆ เยาวชน และชาวบ้านในการเก็บขยะทำลายแหล่งเพาะพันธุ์ลูกน้ำยุงลายในทุกเดือนๆ ละหนึ่งครั้งเป็นอย่างน้อย ๒.๕ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีจำนวน ๒ กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีเกเปือ และกลุ่มเลี้ยงหมู ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการขับเคลื่อนกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ๒.๕.๑ กลุ่มผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีเกเปือ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๕ มีสมาชิก ๔๒ คน โดยมี นางน้อมดีโพ เทกมลเดช เป็นประธาน นางปิยนันท์ บารมีสัมฤทธิ์ เป็นรองประธาน นางอรนิดา อุตมกุลวารี เป็นเลขานุการ ต่อมาปี พ.ศ. ๒๕๔๗ หน่วยงานพัฒนาชุมชนอำเภอพบพระ ได้เข้ามาจัดตั้งกลุ่มเบียร์โอท็อป จนได้ผ่านการประเมินเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมตามโครงการการพัฒนาศักยภาพเครือข่าย ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เพื่อสังคม พ.ศ. ๒๕๔๘ มีการบริหารจัดการกลุ่ม ตลอดจน การรับผลิตสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภค							

ภาพที่ 4.20 กลุ่มองค์กรในชุมชน

(3) เงินกองทุนของชุมชน

หน้าแรก	ข้อมูลทีเกเปือ	รายการสินค้า	สินค้าในตะกร้า	วิธีการชำระเงิน	วิธีการจัดส่งสินค้า	เว็บบอร์ด	ติดต่อเรา
เบบเลขานุการมีเป้าหมายเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดและเพื่อเอาชนะยาเสพติด ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นกองทุนแม่ของแผ่นดิน เมื่อวันที่ ๑๘ เดือนธันวาคม พ.ศ. ๒๕๔๘ และได้รับเงินขวัญพระราชทานเมื่อวันที่ ๓ เดือนสิงหาคม พ.ศ. ๒๕๔๘ ปัจจุบันมีสมาชิก ๑๙๗ คน ๑๐๐ ครอบครัว มีทุนทรัพย์ ๔๔,๓๒๓ บาท และมีครัวเรือนที่ได้รับการรับรองเป็นครัวเรือนปลอดยาเสพติด จำนวน ๕๐ ครัวเรือน จากกองอำนาจการรักษามั่นคงภายในภาค ๓ ส่วนแยก ๑ เมื่อวันที่ ๑๖ เดือนสิงหาคม พ.ศ. ๒๕๔๙							
๓. เงินกองทุนของชุมชน ๓.๑ กองทุนแก้ไขปัญหายาเสพติดจากหมู่บ้านทีเกเปือ เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๓๙ มีสมาชิกกลุ่ม จำนวน ๖๔ ครัวเรือน โดยมี นางสาวราตรี เทกมลเดช เป็นประธาน นางอรนิดา อุตมกุลวารี เป็นรองประธาน นางสาวอริยา หัตถดักดีวิไล เป็นเลขานุการ นางสาวจันทรีนิภา โชติช่วงเกษตร เป็นเหรัญญิก เพื่อแก้ไขปัญหายาเสพติดจากของครัวเรือนยากจน และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในหมู่บ้าน สมาชิกครัวเรือนเป้าหมายมาจากข้อมูล จปฐ. โดยรัฐบาลสนับสนุนเงิน จำนวน ๒๘๐,๐๐๐ บาท กรรมการกองทุน กษ.คจ. ประจำหมู่บ้านคัดเลือกและจัดลำดับครัวเรือนจัดทำบัญชีทะเบียนครัวเรือน ปัจจุบันการบริหารจัดการของคณะกรรมการกองทุน กษ.คจ. หมู่บ้านมีเงินหมุนเวียนจำนวน ๓๒๔,๓๒๓.๔๗ บาท ๓.๒ กองทุนหมู่บ้านทีเกเปือ เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๔ ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่ม จำนวน ๗๙ ราย โดยมี นางสาวราตรี เทกมลเดช เป็นประธาน นางปิยนันท์ บารมีสัมฤทธิ์ เป็นรองประธาน นางอรนิดา อุตมกุลวารี เป็นเลขานุการ นางสาวอริยา หัตถดักดีวิไล เป็นเหรัญญิก สถานภาพกองทุนมีความมั่นคง มีการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างการออมเงินด้วยวิธีการฝากเงินออมแบบรายปี ละ ๒๔๐ บาท/คน ปัจจุบันมีเงินออมจำนวน ๑๕๐,๙๐๓ บาท เป็นแหล่งเงินหมุนเวียนให้กับสมาชิกในการกู้ยืมเพื่อการลงทุนประกอบอาชีพหลัก และอาชีพเสริม จากการสนับสนุน เงินของภาครัฐ ระยะที่ ๑ จำนวน ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท ระยะที่ ๒ จำนวน ๒๐๐,๐๐๐ บาท ระยะที่ ๓ จำนวน ๑,๐๐๐,๐๐๐ บาท รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น ๒,๒๐๐,๐๐๐ บาท ปัจจุบันการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านมีเงินหมุนเวียน จำนวน ๒,๔๒๒,๑๘๒.๗๖ บาท ๓.๓ กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ ๒๖ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๔๗ มีสมาชิก จำนวน ๖๔ คน โดยมี นายธงยุทธ เพชรจันทร์หา เป็นประธาน นางอรนิดา อุตมกุลวารี เป็นรองประธาน นางสาวราตรี เทกมลเดช เป็นเลขานุการ นางสาวจันทรีนิภา โชติช่วงเกษตร เป็นเหรัญญิก สถานภาพกองทุนมีความมั่นคง มีการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างการออมเงินด้วยวิธีการฝากเงินออมแบบรายเดือนๆ ละ ๓๐ บาท เพื่อมุ่งเน้นหลักการออมเงินตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นการส่งเสริมระบบเงินทุนหมุนเวียน เพื่อกระตุ้นระบบ							

ภาพที่ 4.21 เงินกองทุนของชุมชน

(4) ศักยภาพของชุมชน

หน้าแรก	ข้อมูลทีละเปาะ	รายการสินค้า	สินค้าในตะกร้า	วิธีการชำระเงิน	วิธีการจัดส่งสินค้า	ติดต่อเรา
๔. ศักยภาพของชุมชนให้นำไปสู่ทิศทางการพัฒนาหมู่บ้านที่ยั่งยืน จุดแข็ง ๑. มีป่าชุมชนที่อุดมสมบูรณ์ ๒. คณะกรรมการหมู่บ้านให้ความสำคัญ มีควมสามัคคี เสียสละเพื่อส่วนรวม ๓. มีขีดรักษาความปลอดภัยหมู่บ้านที่เข้มแข็ง ๔. ชาวชนมีความสามารถพัฒนาชุมชน ชุมชนปลอดภัยเสถียร ๕. มีการจัดระบบการบริหารงานในชุมชนที่ดี ๖. มีกลุ่มออมทรัพย์ที่เข้มแข็ง ๗. มีกลุ่มทอผ้าเครื่องใช้ครัวเรือนธรรมชาติ จุดอ่อน ๑. ระบบไฟฟ้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของชาวบ้าน เช่น กระแสไฟฟ้าตก บ่อยครั้ง ๒. ไม่มีบ่อขยะภายในหมู่บ้าน ๓. ระบบน้ำไม่เพียงพอต่อการอุปโภคบริโภค และการเกษตร โอกาส ๑. หน่วยงานทุกภาคส่วนให้การช่วยเหลือสนับสนุนอย่างสม่ำเสมอ อาทิ อำเภอ, สาธารณสุข, เกษตร, ปศุสัตว์, พัฒนาชุมชน, อบต., ทหาร, สสส. เป็นต้น ๒. หน่วยงานภาคเอกชน อาทิ บริษัทซีพี บริษัทปียาต่างๆ ที่เข้ามาช่วยเหลือร่วมกิจกรรมหมู่บ้าน อุปสรรค ๑. ประชากรบางส่วนขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาตนเอง สิ่งจูงใจกระตุ้นให้ตื่นตัวในการพัฒนาอย่างไม่เพียงพอ ๒. แรงงานต่างด้าว ที่มาพร้อมกับปัญหาต่างๆ อาทิ โรคติดต่อ อาชญากรรม เป็นต้น						

ภาพที่ 4.22 ศักยภาพของชุมชน

(5) ปัญหาที่สำคัญของชุมชน

หน้าแรก	ข้อมูลทีละเปาะ	รายการสินค้า	สินค้าในตะกร้า	วิธีการชำระเงิน	วิธีการจัดส่งสินค้า	ติดต่อเรา
๒. แรงงานต่างด้าว ที่มาพร้อมกับปัญหาต่างๆ อาทิ โรคติดต่อ อาชญากรรม เป็นต้น ๕. ปัญหาที่สำคัญของชุมชน ปัญหาที่สำคัญของชุมชนบ้านทีละเปาะ ได้แก่ ๕.๑ น้ำอุปโภคบริโภค/น้ำเพื่อการเกษตรยังไม่เพียงพอ ๕.๒ ถนนเพื่อการเกษตรยังไม่ทั่วถึงและสะดวกโดยเฉพาะในฤดูฝน ๕.๓ เอกสารสิทธิ์ที่ดินที่กินกันยังมีน้อย ๕.๔ ราคาพืชไร่ตกต่ำ						

ภาพที่ 4.23 ปัญหาที่สำคัญของชุมชน

(6) ผู้นำชุมชน

หน้าแรก	ข้อมูลทีละเปาะ	รายการสินค้า	สินค้าในตะกร้า	วิธีการชำระเงิน	วิธีการจัดส่งสินค้า	ติดต่อเรา
6. ผู้นำชุมชน ๖.๑ นางสาวราตรี เทียมมเดช ผู้ใหญ่บ้าน ๖.๒ นายอนุชา อินทร์ทอง ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ฝ่ายปกครอง ๖.๓ นางอรุณา อุดมกลวารี ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ฝ่ายปกครอง ๖.๔ นายสตี เพชรเงินตรา ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ฝ่ายศึกษาวัฒนธรรม ๖.๕ นายเอกทัต ทรัพย์ธรรมมาธิ์ นักวิชาการบริหารส่วนตำบล ๖.๖ นายอนุชิต เทพรังนงรา สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล โครงสร้างนักปกครองท้องที่ บ้านทีละเปาะ หมู่ที่ ๕ ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก  นางสาวราตรี เทียมมเดช (ผู้ใหญ่บ้าน)   						

ภาพที่ 4.24 ผู้นำชุมชน

(7) การส่งเสริมอาชีพในชุมชน

หน้าแรก	ข้อมูลที่จะไป	รายการสินค้า	สินค้าในตะกร้า	วิธีการชำระเงิน	วิธีการจัดส่งสินค้า	ติดต่อเรา
สมาชิกรองการบริหารส่วนตำบลช่องแคบ สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลช่องแคบ						
๗. การส่งเสริมอาชีพในชุมชน หมู่บ้านที่เกาะเปาะได้ส่งเสริมอาชีพทุกครัวเรือนดำเนินชีวิตตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อาทิเช่น การปลูกพืชผักสวนครัว การเลี้ยงไก่ เลี้ยงหมู การจัดทำบัญชีครัวเรือน หรือแม้แต่การเก็บออมเงิน และในขณะเดียวกันยังได้มีการส่งเสริมการประกอบอาชีพหลักและอาชีพเสริมภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพียงโดยการส่งเสริมการลดต้นทุนและปัจจัยในการผลิตด้านการเกษตร อาชีพหลัก ลดการใช้สารเคมีโดยวิธีทางธรรมชาติ การไถกลบ การใช้ปุ๋ยหมัก การใช้ปุ๋ยชีวภาพ การใช้มูลสัตว์ และที่สำคัญยังเสนอแนะให้บริหารจัดการอาชีพอย่างยั่งยืน คือการทำเกษตรแบบผสมผสานปลูกพืชที่หลากหลายตามแนวคิตเกษตรทฤษฎีใหม่ ซึ่งมีหน่วยงานเกษตรอำเภอพบพระให้ความรู้ แก่เกษตรกร ตลอดจนลงพื้นที่ตรวจสอบศัตรูพืชไร่ และการรับรองพื้นที่แปลงปลูกพืชต่างๆ ให้เกษตรกรโดยมีอาสาสมัครเกษตรหมู่บ้านเป็นตัวแทนประสานงานในหมู่บ้าน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับราษฎร  						

ภาพที่ 4.25 การส่งเสริมอาชีพในชุมชนประเพณีสำคัญของ

(8) ประเพณีสำคัญของชุมชน

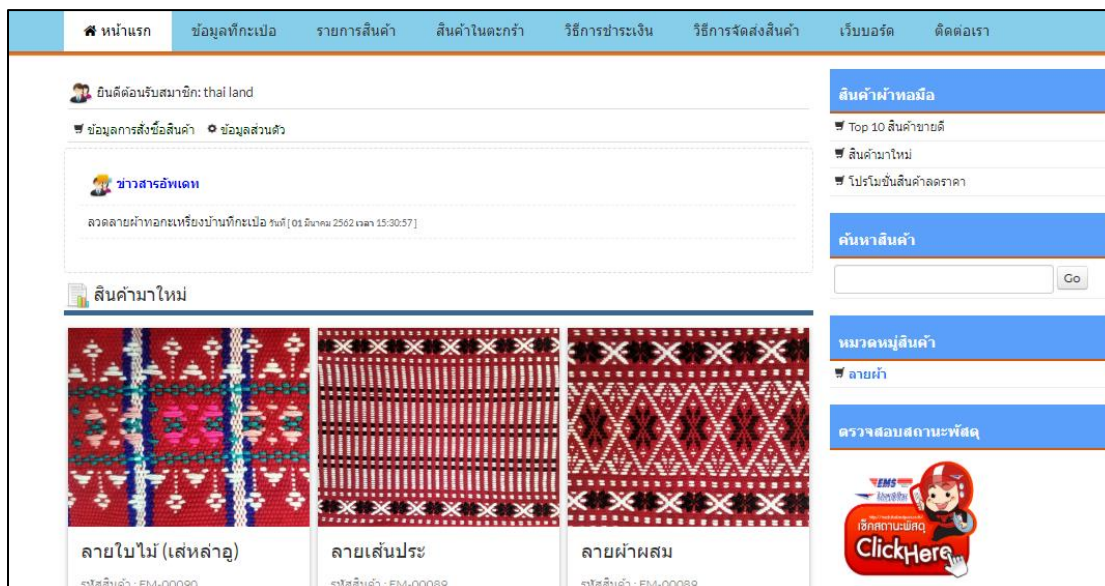
หน้าแรก	ข้อมูลที่จะไป	รายการสินค้า	สินค้าในตะกร้า	วิธีการชำระเงิน	วิธีการจัดส่งสินค้า	ติดต่อเรา
๘. ประเพณีสำคัญของชุมชน ๘.๑ <u>ประเพณีแห่ธงเจดีย์ทราย</u> กิจกรรมแห่การหลอมรวมจิตใจชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง มีทั้งเด็กเล็ก คนชรา พ่อบ้าน แม่บ้าน หรือแม้แต่ผู้สูงอายุก็จะหลอมรวมกันเป็นหนึ่งเดียวกับวัฒนธรรมความเชื่อ บาป บุญ คุณ โทษ ที่ทุกคนต้องช่วยกันสร้างบุญกุศล บุญบารมี เพื่อตนเอง เพื่อผู้อื่น ทั้งในชาตินี้ และในภพหน้า เพราะเรานั้นมีอาจเสือกเกิดได้ตลอดจนการล้างบาปต่อไปตามารดาได้ค้นในไร่ได้รับพระบารมีของพระเจดีย์ทราย อันคู่บ้านคูเมืองของชนเผ่ากะเหรี่ยงที่สืบทอดกันมาช้านานแต่บรรพบุรุษ โดยเน้นการแต่งกายแบบชนเผ่า ซึ่งปัจจุบันชาวบ้านจะช่วยกันจัดเตรียมทำความสะดวกสถานที่เจดีย์ทราย การทำทอใบตุงจากใหม่และไฟ และการแห่ทำบุญไปยังสถานที่สำคัญต่างๆ เช่น พระธาตุเจดีย์ทรายประจำหมู่บ้าน เจดีย์ทรายศาลเจ้าพ่อ พะวอ เจดีย์ทรายลำผาโด่ พระธาตุเจดีย์ทรายเจดีย์โด้ และพระธาตุเจดีย์ทรายตามหมู่บ้านต่างๆ เป็นต้น  						

ภาพที่ 4.26 ประเพณีสำคัญของชุมชน

2. การใช้งานในส่วนของสมาชิก

1) หน้าแรกของสมาชิก

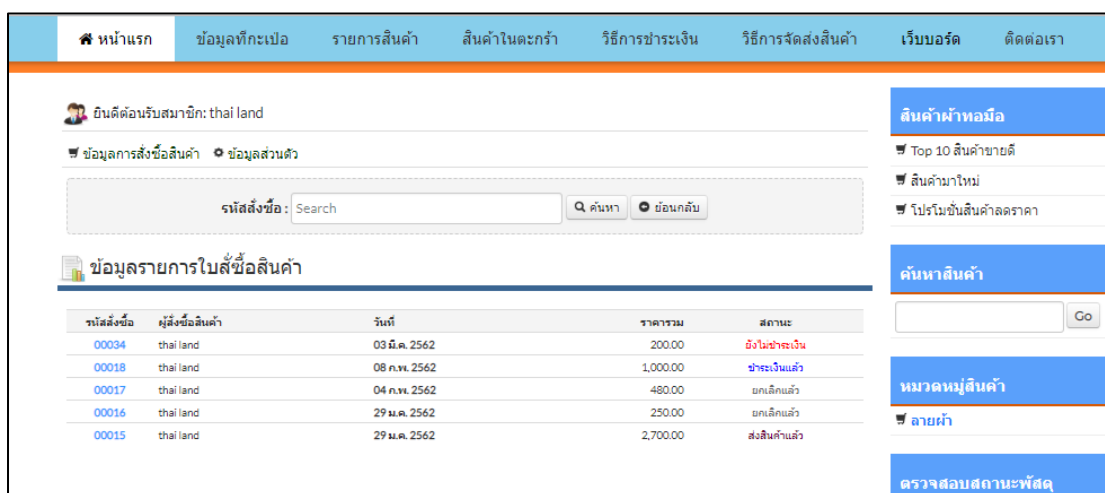
หน้าแรกของสมาชิก ที่เข้าสู่ระบบแล้ว ซึ่งมีเมนูหลักอยู่ด้วยกันสองเมนู คือ ข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า และ ข้อมูลส่วนตัว การสั่งซื้อสินค้ามีเมนูย่อย 4 เมนู คือ รายการใบสั่งซื้อสินค้า แจ้งชำระเงิน การยืนยันการชำระเงิน รายการยกเลิกใบสั่ง และข้อมูลส่วนตัว มีเมนูย่อย 3 เมนู คือ ข้อมูล เปลี่ยนรหัสผ่าน และออกจากระบบ



ภาพที่ 4.27 หน้าแรกของสมาชิก

จากภาพแสดงหน้าแรกของสมาชิก ซึ่งเป็นลูกค้าที่ได้สมัครเข้ามาสู่ช่องทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเปือ โดยหน้าเว็บไซต์นี้ได้นำเสนอข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า ข้อมูลส่วนตัว ข่าวสารอัพเดท สินค้ามาใหม่ ที่แสดงข้อมูลของลวดลาย รหัสสินค้า ราคาสินค้า สินค้าผ้าพหือมือ ค้นหาสินค้า หมวดหมู่สินค้า ตรวจสอบสถานะพัสดุ เป็นต้น

2) รายการใบสั่งซื้อสินค้า



ภาพที่ 4.28 หน้ารายการใบสั่งซื้อสินค้า

จากภาพแสดงหน้ารายการใบสั่งซื้อสินค้า จะเป็นหน้าแสดงข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า รหัสสั่งซื้อ การค้นหา ข้อมูลรายการใบสั่งซื้อสินค้า ประกอบด้วย รหัสสั่งซื้อ ผู้สั่งซื้อสินค้า วันที่สั่งซื้อ ราคารวมแต่ละครั้งที่สั่งซื้อ และสถานะของการสั่งซื้อแต่ละครั้งที่สั่งซื้อ เป็นต้น

3) แจ้งชำระเงิน

รหัสสั่งซื้อ	ผู้สั่งซื้อสินค้า	วันที่	ราคารวม	สถานะ
00034	thai land	03 มี.ค. 2562	200.00	ยังไม่ชำระเงิน

ภาพที่ 4.29 หน้าแจ้งชำระเงิน

จากภาพแสดงหน้าแจ้งชำระเงิน เป็นข้อมูลรายการแจ้งชำระเงินของผู้สั่งซื้อ ซึ่งประกอบด้วย รหัสสั่งซื้อ ผู้สั่งซื้อสินค้า วันที่สั่งซื้อ ราคารวมการสั่งซื้อแต่ละครั้ง และสถานะการสั่งซื้อตามรายการที่แสดงว่ายังไม่ชำระเงิน

4) รายการยืนยันการชำระเงิน

รหัสสั่งซื้อ	ผู้สั่งซื้อสินค้า	วันที่	ราคารวม	สถานะ
00018	thai land	08 ก.พ. 2562	1,000.00	ชำระเงินแล้ว

ภาพที่ 4.30 หน้ารายการยืนยันการชำระเงิน

จากภาพแสดงหน้ารายการยืนยันการชำระเงิน เป็นข้อมูลรายการยืนยันการชำระเงินของผู้สั่งซื้อ ซึ่งประกอบด้วย รหัสสั่งซื้อ ผู้สั่งซื้อสินค้า วันที่สั่งซื้อ ราคารวมการสั่งซื้อแต่ละครั้ง และสถานะการสั่งซื้อตามรายการที่แสดงว่ามีการชำระเงินสินค้าแล้ว

5) รายการยกเลิกใบสั่ง

หน้าแรก ข้อมูลทีละใบ รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เว็บบอร์ด ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับสมาชิก: thai land

ข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า ข้อมูลส่วนตัว

รหัสสั่งซื้อ: Search ค้นหา ย้อนกลับ

ข้อมูลรายการยกเลิกใบสั่ง

รหัสสั่งซื้อ	ผู้สั่งซื้อสินค้า	วันที่	ราคารวม	สถานะ
00017	thai land	04 ก.พ. 2562	480.00	ยกเลิกแล้ว
00016	thai land	29 ม.ค. 2562	250.00	ยกเลิกแล้ว

สินค้าพหุมือ

- Top 10 สินค้าขายดี
- สินค้ามาใหม่
- โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

หมวดหมู่สินค้า

- ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

ภาพที่ 4.31 หน้ารายการยกเลิกใบสั่ง

จากภาพแสดงหน้ารายการยกเลิกใบสั่ง เป็นรายการยกเลิกใบสั่งของผู้สั่งซื้อ ซึ่งประกอบด้วย รหัสสั่งซื้อ ผู้สั่งซื้อสินค้า วันที่สั่งซื้อ ราคารวมการสั่งซื้อแต่ละครั้ง และสถานะการสั่งซื้อตามรายการที่แสดงว่ามีการยกเลิกแล้ว

6) ข้อมูลส่วนตัว

หน้าแรก ข้อมูลทีละใบ รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เว็บบอร์ด ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับสมาชิก: thai land

ข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า ข้อมูลส่วนตัว

ข้อมูลส่วนตัว

Login: thai

ชื่อ-นามสกุล: thai land

ที่อยู่: บ้านเลขที่ 444 ถนนตติย อําเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา 90110

เบอร์โทร: 0123456789

อีเมล: jokesahagon@hotmail.com

แก้ไข ย้อนกลับ

สินค้าพหุมือ

- Top 10 สินค้าขายดี
- สินค้ามาใหม่
- โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

หมวดหมู่สินค้า

- ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

ภาพที่ 4.32 หน้าข้อมูลส่วนตัว

จากภาพแสดงหน้าข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก เป็นรายการข้อมูลชื่อในการ Login ชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ เบอร์โทร และอีเมลของลูกค้า

7) เปลี่ยนรหัสผ่าน

ภาพที่ 4.33 หน้าเปลี่ยนรหัสผ่าน

จากภาพแสดงหน้าเปลี่ยนรหัสผ่าน เป็นรายการข้อมูลการเปลี่ยนรหัสผ่านใหม่ ซึ่งประกอบด้วย รหัสผ่านเดิม รหัสผ่านใหม่ รหัสผ่านใหม่อีกครั้ง โดยมีการเลือกเปลี่ยนรหัสผ่านใหม่ และย้อนกลับได้

8) ออกจากระบบ

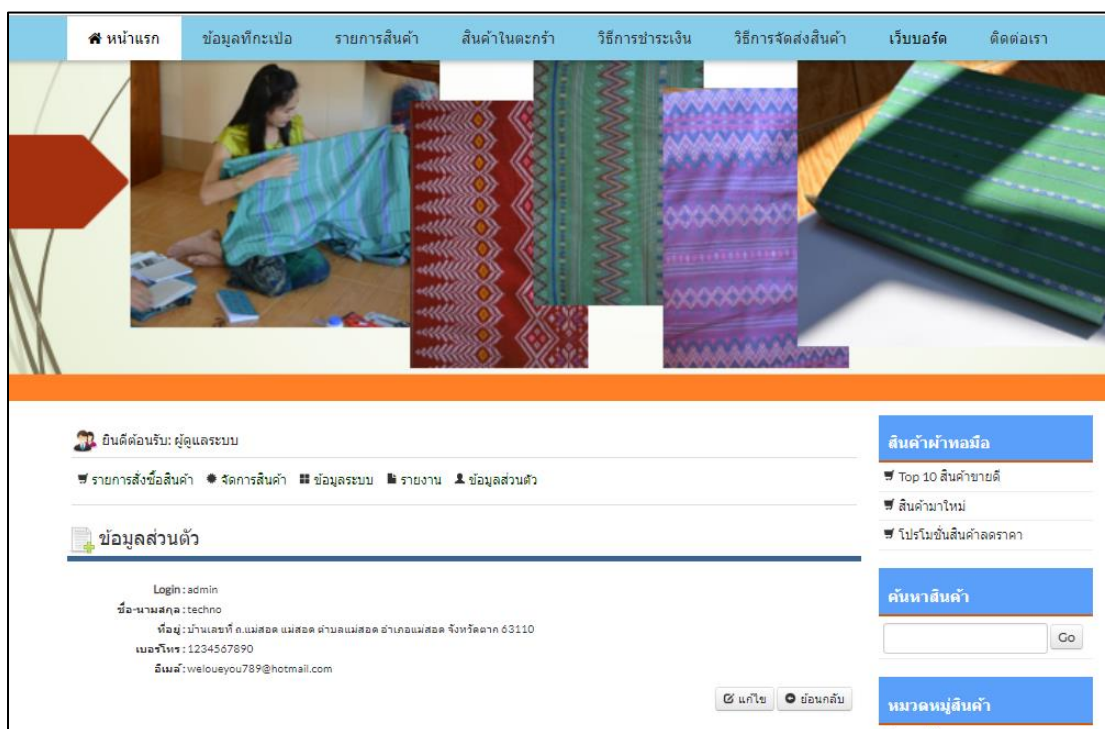
ภาพที่ 4.34 หน้าออกจากระบบ

จากภาพแสดงหน้าออกจากระบบ เป็นรายการเมื่อผู้ใช้งานต้องการออกจากระบบของเว็บไซต์ของวิสาหกิจชุมชนฯ

3. การใช้งานในส่วนของผู้ดูแลระบบ (Admin)

1) หน้าแรกของผู้ดูแลระบบ

หน้าแรกของผู้ดูแลระบบ ที่เข้าสู่ระบบแล้ว ซึ่งมีเมนูหลักอยู่ด้วยกัน 5 เมนู คือ รายการสั่งซื้อสินค้า จัดการสินค้า ข้อมูลระบบ รายงาน และข้อมูลส่วนตัว 1) รายการสั่งซื้อสินค้ามีเมนูย่อยอีก 5 เมนู คือ รายการใบสั่งซื้อสินค้า รายการแจ้งชำระเงิน รายการรออนุมัติสินค้า รายการสินค้ารอจัดส่ง และรายการจัดส่งสินค้า 2) รายการจัดการสินค้า มีเมนูย่อยอีก 4 เมนู คือ ข้อมูลสินค้า หน่วยนับสินค้า หมวดหมู่สินค้า และประเภทสินค้า 3) ข้อมูลระบบมีเมนูย่อยอีก 4 เมนู คือ ข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์ ข้อมูลธนาคาร รูปแบบการจัดส่งสินค้า และข้อมูลสมาชิก 4) รายงานมีเมนูย่อยอีก 5 เมนู คือ สั่งซื้อตามช่วงวันเดือน สินค้าทั้งหมด สินค้าใกล้หมด สินค้าขายดี 10 อันดับ และสินค้าขายไม่ดี 10 อันดับ 5) ข้อมูลส่วนมีเมนูย่อยอีก 3 เมนู คือ ข้อมูลผู้ดูแลระบบ เปลี่ยนรหัสผ่าน และออกจากระบบ



ภาพที่ 4.35 หน้าแรกของผู้ดูแลระบบ

2) รายการใบสั่งซื้อสินค้า

หน้าแรก

ข้อมูลทีละใบ

รายการสินค้า

สินค้าในตะกร้า

วิธีการชำระเงิน

วิธีการจัดส่งสินค้า

เว็บบอร์ด

ติดต่อเรา

รายการสั่งซื้อสินค้า

จัดการสินค้า

ข้อมูลระบบ

รายงาน

ข้อมูลส่วนตัว

รหัสสั่งซื้อ: Search

ค้นหา

ย้อนกลับ

ข้อมูลรายการใบสั่งซื้อสินค้า

รหัสสั่งซื้อ	ผู้สั่งซื้อสินค้า	วันที่	ราคารวม	สถานะ
00034	thai land	03 มี.ค. 2562	200.00	ยังไม่ชำระเงิน
00033	นางสาวราตรี เทพมงคลเดช	09 ก.พ. 2562	280.00	รอตรวจสอบ
00032	oooo	09 ก.พ. 2562	1,950.00	รอตรวจสอบ
00031	ลลิตา ทวีศักดิ์	09 ก.พ. 2562	550.00	รอตรวจสอบ
00030	นางสาวราตรี เทพมงคลเดช	09 ก.พ. 2562	550.00	ยกเลิกแล้ว
00029	วาสนา มุลอ	09 ก.พ. 2562	750.00	รอตรวจสอบ
00028	นางสาวมณฑิลา สีสวน	09 ก.พ. 2562	550.00	ส่งสินค้าแล้ว
00027	นพณณ	09 ก.พ. 2562	550.00	รอตรวจสอบ
00026	น.ส.หนึ่งฤทัย เพระจินทร	09 ก.พ. 2562	550.00	ส่งสินค้าแล้ว
00025	ศุภฤดา ออมฤทธิ์	09 ก.พ. 2562	550.00	รอตรวจสอบ
00024	น.ส.อำพร ธนมงคล	09 ก.พ. 2562	500.00	รอตรวจสอบ
00023	นายอดิษฐ์ จินดาภิเษ	09 ก.พ. 2562	550.00	ส่งสินค้าแล้ว
00022	อรณา เลิศมงคลศิริ	09 ก.พ. 2562	4,050.00	รอตรวจสอบ
00021	นางสาวราตรี เทพมงคลเดช	09 ก.พ. 2562	280.00	ยกเลิกแล้ว
00020	kgpu	09 ก.พ. 2562	400.00	ส่งสินค้าแล้ว
00019	Katty	08 ก.พ. 2562	1,080.00	ส่งสินค้าแล้ว
00018	thai land	08 ก.พ. 2562	1,000.00	ชำระเงินแล้ว
00017	thai land	04 ก.พ. 2562	480.00	ยกเลิกแล้ว
00016	thai land	29 ม.ค. 2562	250.00	ยกเลิกแล้ว
00015	thai land	29 ม.ค. 2562	2,700.00	ส่งสินค้าแล้ว

Top 10 สินค้าขายดี

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

Go

หมวดหมู่สินค้า

ลายน้

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

ClickHere

เช็คสถานะพัสดุ

สถิติผู้เข้าชม

22228

ภาพที่ 4.36 หน้ารายการใบสั่งซื้อสินค้า

3) รายการแจ้งชำระเงิน

หน้าแรก

ข้อมูลทีละใบ

รายการสินค้า

สินค้าในตะกร้า

วิธีการชำระเงิน

วิธีการจัดส่งสินค้า

เว็บบอร์ด

ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า

จัดการสินค้า

ข้อมูลระบบ

รายงาน

ข้อมูลส่วนตัว

รหัสสั่งซื้อ: Search

ค้นหา

ย้อนกลับ

ข้อมูลรายการแจ้งชำระเงิน

รหัสสั่งซื้อ	ผู้สั่งซื้อสินค้า	วันที่	ราคารวม	สถานะ
00033	นางสาวราตรี เทพมงคลเดช	09 ก.พ. 2562	280.00	รอตรวจสอบ
00032	oooo	09 ก.พ. 2562	1,950.00	รอตรวจสอบ
00031	ลลิตา ทวีศักดิ์	09 ก.พ. 2562	550.00	รอตรวจสอบ
00029	วาสนา มุลอ	09 ก.พ. 2562	750.00	รอตรวจสอบ
00027	นพณณ	09 ก.พ. 2562	550.00	รอตรวจสอบ
00025	ศุภฤดา ออมฤทธิ์	09 ก.พ. 2562	550.00	รอตรวจสอบ
00024	น.ส.อำพร ธนมงคล	09 ก.พ. 2562	500.00	รอตรวจสอบ
00022	อรณา เลิศมงคลศิริ	09 ก.พ. 2562	4,050.00	รอตรวจสอบ

สินค้าพหุมือ

Top 10 สินค้าขายดี

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

Go

หมวดหมู่สินค้า

ลายน้

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

ClickHere

เช็คสถานะพัสดุ

ภาพที่ 4.37 หน้ารายการแจ้งชำระเงิน

4) รายการรออนุมัติสินค้า

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า • จัดการสินค้า • ข้อมูลระบบ • รายงาน • ข้อมูลส่วนตัว

รหัสสั่งซื้อ: ค้นหา

ข้อมูลรายการยื่นการชำระเงิน อนุมัติสินค้าตามรหัสสั่งซื้อ

รหัสสั่งซื้อ	รหัสสินค้า	วันที่	ราคารวม	สถานะ
00018	thailand	08 ก.พ. 2562	1,000.00	ชำระเงินแล้ว

สินค้าพหุมือ

- Top 10 สินค้าขายดี
- สินค้ามาใหม่
- โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

หมวดหมู่สินค้า

- ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

ClickHere

ภาพที่ 4.38 หน้ารายการรออนุมัติสินค้า

5) รายการสินค้ารอจัดส่ง

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า • จัดการสินค้า • ข้อมูลระบบ • รายงาน • ข้อมูลส่วนตัว

รหัสสั่งซื้อ: ค้นหา

ข้อมูลรายการสินค้ารอจัดส่ง

ไม่มีข้อมูล

สินค้าพหุมือ

- Top 10 สินค้าขายดี
- สินค้ามาใหม่
- โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

หมวดหมู่สินค้า

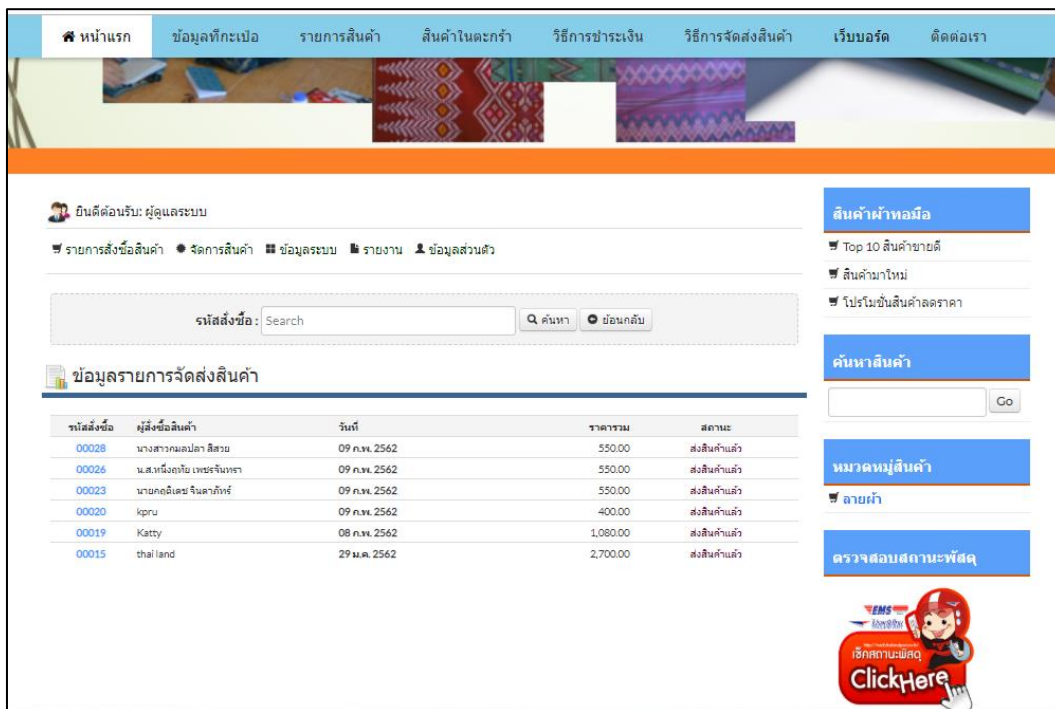
- ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

ClickHere

ภาพที่ 4.39 หน้ารายการสินค้ารอจัดส่ง

6) รายการจัดส่งสินค้า



หน้าแรก ข้อมูลที่จะเปิด รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เว็บบอร์ด ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า • จัดการสินค้า ข้อมูลระบบ รายงาน ข้อมูลส่วนตัว

รหัสสั่งซื้อ: ค้นหา ย้อนกลับ

ข้อมูลรายการจัดส่งสินค้า

รหัสสั่งซื้อ	ผู้สั่งซื้อสินค้า	วันที่	ราคารวม	สถานะ
00028	นางสาวกมลปlesa ลีสุข	09 ก.พ. 2562	550.00	ส่งสินค้าแล้ว
00026	น.ส.หนึ่งฤทัย เพชรจิ๋วเรา	09 ก.พ. 2562	550.00	ส่งสินค้าแล้ว
00023	นายอภิเดช จินลาภิรักษ์	09 ก.พ. 2562	550.00	ส่งสินค้าแล้ว
00020	kpnu	09 ก.พ. 2562	400.00	ส่งสินค้าแล้ว
00019	Katty	08 ก.พ. 2562	1,080.00	ส่งสินค้าแล้ว
00015	thai land	29 ม.ค. 2562	2,700.00	ส่งสินค้าแล้ว

สินค้าพรีวิว

Top 10 สินค้าขายดี

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

Go

หมวดหมู่สินค้า

ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

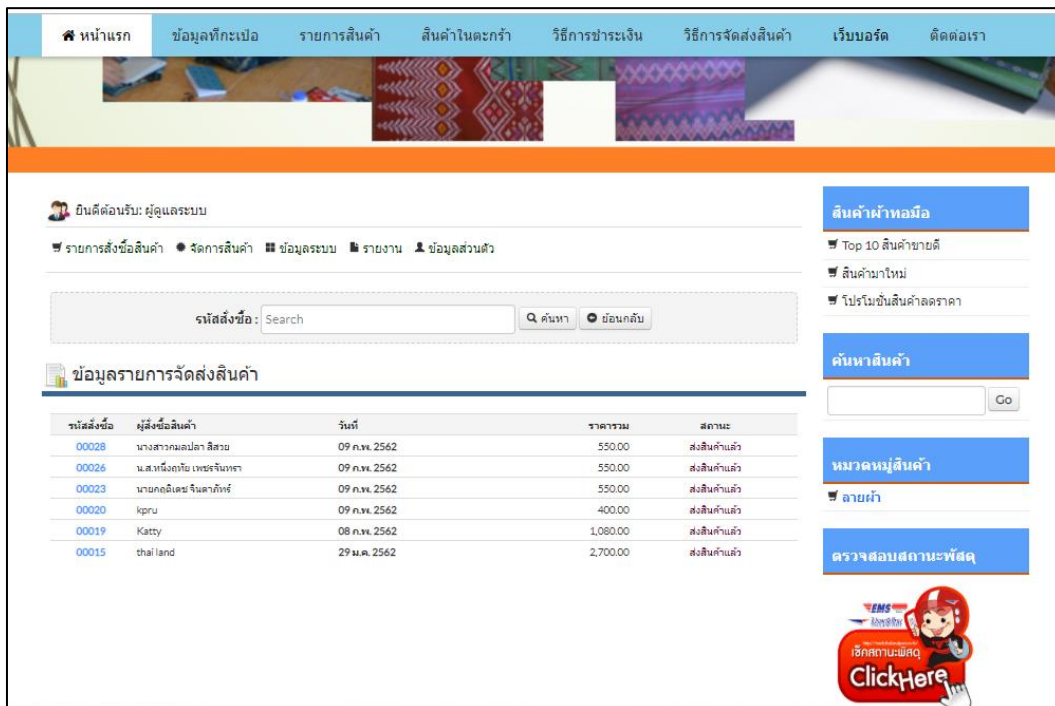
EMS ปลอดภัย

เช็คสถานะพัสดุ

ClickHere

ภาพที่ 4.40 หน้ารายการจัดส่งสินค้า

7) รายการยกเลิกใบสั่ง



หน้าแรก ข้อมูลที่จะเปิด รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เว็บบอร์ด ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า • จัดการสินค้า ข้อมูลระบบ รายงาน ข้อมูลส่วนตัว

รหัสสั่งซื้อ: ค้นหา ย้อนกลับ

ข้อมูลรายการยกเลิกใบสั่ง

รหัสสั่งซื้อ	ผู้สั่งซื้อสินค้า	วันที่	ราคารวม	สถานะ
00028	นางสาวกมลปlesa ลีสุข	09 ก.พ. 2562	550.00	ยกเลิกแล้ว
00026	น.ส.หนึ่งฤทัย เพชรจิ๋วเรา	09 ก.พ. 2562	550.00	ยกเลิกแล้ว
00023	นายอภิเดช จินลาภิรักษ์	09 ก.พ. 2562	550.00	ยกเลิกแล้ว
00020	kpnu	09 ก.พ. 2562	400.00	ยกเลิกแล้ว
00019	Katty	08 ก.พ. 2562	1,080.00	ยกเลิกแล้ว
00015	thai land	29 ม.ค. 2562	2,700.00	ยกเลิกแล้ว

สินค้าพรีวิว

Top 10 สินค้าขายดี

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

Go

หมวดหมู่สินค้า

ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

EMS ปลอดภัย

เช็คสถานะพัสดุ

ClickHere

ภาพที่ 4.41 หน้ารายการยกเลิกใบสั่ง

8) ข้อมูลสินค้า

หน้าแรก ข้อมูลที่จะเปิด รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เว็บบอร์ด ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า ● จัดการสินค้า ข้อมูลระบบ รายงาน ข้อมูลส่วนตัว

เพิ่มรายการสินค้า Search ค้นหา ย้อนกลับ

ข้อมูลรายการสินค้า

ลำดับ	รหัสสินค้า	ชื่อรายการสินค้า	จำนวน	ส่วนลด	ราคา	ขายไป
1	FM-00090	ลายใบไม้ (สีฟ้า)	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
2	FM-00089	ลายเส้นประ	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
3	FM-00089	ลายทิวสน	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
4	M01-00087	ลายตาราง/เส้นสีแดง	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
5	M01-00086	ลายเส้นแดง	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
6	M01-00085	ลายตารางแดง	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
7	S01-00085	ลายเมล็ดพืชทอง	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
8	S01-00084	ลายนก	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
9	S01-00083	ลายดาว	10 ชิ้น	0%	100.00.-	0 ชิ้น

สินค้าพหุหม้อ

Top 10 สินค้าขายดี

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

Go

หมวดหมู่สินค้า

ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

EMS
บริการพิเศษ
เช็คสถานะพัสดุ
ClickHere

ภาพที่ 4.42 หน้าข้อมูลสินค้า

9) หน่วยนับสินค้า

หน้าแรก ข้อมูลที่จะเปิด รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เว็บบอร์ด ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า ● จัดการสินค้า ข้อมูลระบบ รายงาน ข้อมูลส่วนตัว

เพิ่มหน่วยนับสินค้า Search ค้นหา ย้อนกลับ

ข้อมูลหน่วยนับสินค้า

ลำดับ	ชื่อหน่วยนับสินค้า	แก้ไข	ลบ
1	ชิ้น	แก้ไข	ลบ
2	ชุด	แก้ไข	ลบ

สินค้าพหุหม้อ

Top 10 สินค้าขายดี

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

Go

หมวดหมู่สินค้า

ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

EMS
บริการพิเศษ
เช็คสถานะพัสดุ
ClickHere

ภาพที่ 4.43 หน้าหน่วยนับสินค้า

10) หมวดหมู่อินเทอร์เน็ต

หน้าแรก ข้อมูลที่เกะเปื้อน รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เร็วบอร์ด ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า จัดการสินค้า ข้อมูลระบบ รายงาน ข้อมูลส่วนตัว

เพิ่มหมวดหมู่อินเทอร์เน็ต Search ค้นหา ย้อนกลับ

ข้อมูลหมวดหมู่อินเทอร์เน็ต

ลำดับ	ชื่อหมวดหมู่อินเทอร์เน็ต	แก้ไข	ลบ
1	ลายผ้า	แก้ไข	ลบ

สินค้าที่พบบ่อย

Top 10 สินค้าขายดี

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

Go

หมวดหมู่อินเทอร์เน็ต

ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

EMS บริการจัดส่งพัสดุ

ClickHere

ภาพที่ 4.44 หน้าหมวดหมู่อินเทอร์เน็ต

11) ประเภทสินค้า

หน้าแรก ข้อมูลที่เกะเปื้อน รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เร็วบอร์ด ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า จัดการสินค้า ข้อมูลระบบ รายงาน ข้อมูลส่วนตัว

เพิ่มประเภทสินค้า Search ค้นหา ย้อนกลับ

ข้อมูลประเภทสินค้า

ลำดับ	รหัสอ้างอิงสินค้า	ชื่อประเภทสินค้า	แก้ไข	ลบ
1	S01	ประเภทผ้าชิ้น	แก้ไข	ลบ
2	FM	ประเภทเสื้อแขน	แก้ไข	ลบ
3	MO1	ประเภทเสื้อแขน	แก้ไข	ลบ

สินค้าที่พบบ่อย

Top 10 สินค้าขายดี

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

Go

หมวดหมู่อินเทอร์เน็ต

ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

EMS บริการจัดส่งพัสดุ

ClickHere

ภาพที่ 4.45 หน้าประเภทสินค้า

12) ข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์

หน้าแรก ข้อมูลทีละเปาะ รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เว็บบอร์ด ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า จัดการสินค้า ข้อมูลระบบ รายงาน ข้อมูลส่วนตัว

เพิ่มข่าวประชาสัมพันธ์ Search ค้นหา ย้อนกลับ

ข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์

ลำดับ	ข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์	แก้ไข	ลบ
1	ลาวลายผ้าห่อกระเบื้องม้านทีละเปาะ	แก้ไข	ลบ

สินค้าพหุมือ

Top 10 สินค้าขายดี

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

หมวดหมู่สินค้า

ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

ClickHere

ภาพที่ 4.46 หน้าข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์

13) ข้อมูลธนาคาร

หน้าแรก ข้อมูลทีละเปาะ รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เว็บบอร์ด ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า จัดการสินค้า ข้อมูลระบบ รายงาน ข้อมูลส่วนตัว

เพิ่มธนาคาร Search ค้นหา ย้อนกลับ

ข้อมูลธนาคาร

ธนาคาร	ชื่อบัญชี	เลขที่บัญชี	สาขา
กรุงไทย	กสิกรไทย	123-0-00000-0	แม่สอด
กสิกรไทย	กสิกรไทย	022-8-00000-0	แม่สอด

สินค้าพหุมือ

Top 10 สินค้าขายดี

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

หมวดหมู่สินค้า

ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

ClickHere

ภาพที่ 4.47

14) รูปแบบการจัดส่งสินค้า

หน้าแรก ข้อมูลที่เกาะเปาะ รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เว็บบอร์ด ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า ● จัดการสินค้า ■ ข้อมูลระบบ ■ รายงาน ■ ข้อมูลส่วนตัว

เพิ่มรูปแบบการจัดส่งสินค้า Search ค้นหา ย้อนกลับ

ข้อมูลรูปแบบการจัดส่งสินค้า

ลำดับ	ชื่อรูปแบบการจัดส่งสินค้า	ค่าบริการ	แก้ไข	ลบ
1	ข้อส่งแค่ 20 ชิ้นไปจัดส่งฟรี	0.00	แก้ไข	ลบ
2	ส่งสินค้าหน้าร้าน	0.00	แก้ไข	ลบ
3	จัดส่งสินค้าแบบ EMS	80.00	แก้ไข	ลบ
4	จัดส่งสินค้าแบบลงทะเบียน	50.00	แก้ไข	ลบ

สินค้าพหุมือ

Top 10 สินค้าขายดี

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

Go

หมวดหมู่สินค้า

ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

ClickHere

ภาพที่ 4.48 หน้ารูปแบบการจัดส่งสินค้า

15) ข้อมูลสมาชิก

หน้าแรก ข้อมูลที่เกาะเปาะ รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เว็บบอร์ด ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า ● จัดการสินค้า ■ ข้อมูลระบบ ■ รายงาน ■ ข้อมูลส่วนตัว

Search ค้นหา ย้อนกลับ

ข้อมูลสมาชิก

ลำดับ	ชื่อ Login เข้าสู่ระบบ	ชื่อ-นามสกุล	เบอร์โทร	อีเมล	สถานะ
1	raddd	น.ส.หนึ่งทิว เพชรจันทร์	0631354624	raddd@gmail.com	✓
2	amporn	น.ส. อัมพร อมวงค์	0613642368	amporn.tanamongkol.324@gmail.com	✓
3	janjirn	นางสาวจันทิมา จันตวงค์	0658879196	dxfrg@hotmail.com	✓
4	lalita	ลลิตา หงษ์พิทักษ์	0987640535	lalita@gmail.com	✓
5	thitima	ธีติมา มุลอาร์	0631129891	kwamg@hotmail.com	✓
6	mmmm	oooo	4444444444	dd@hotmail.com	✓
7	nana	นางสาวกมลปราณี สิริข	0982365714	li@hotmail.com	✓
8	orana	อรณา เลิศมงคลศรี	0932845510	dog2020@hotmail.com	✓
9	wasana	วาสนา มุลอาร์	0979708135	wasana@hotmail.com	✓
10	kprums	นายภคิณีเชย จันตวิทย์	0872112619	joke@hotmail.com	✓
11	www	น.น.น.น.	0000000000	kk@hotmail.com	✓
12	kwang	ณัฐวรา ออมฤทธิ์	0852677875	nootza_za@hotmail.com	✓
13	ratree	นางสาวราตรี เทียมทอง	0898393064	ra_tree_03@hotmail.com	✓
14	kpru	kpru	1111111111	11@hotmail.com	✓
15	Katty	Katty	0899998899	jshdgy@hotmail.com	✓
16	thai	thai land	0123456789	jokasahagon@hotmail.com	✓
17	ajjoke	จ่านโจ๊ก	1234567890	ajjoke@hotmail.com	✓
18	Bastaxi1	Panuwat Audekew	0828842707	Bastaxi@hotmail.co.th	✓

สินค้าพหุมือ

Top 10 สินค้าขายดี

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

Go

หมวดหมู่สินค้า

ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

ClickHere

สถิติผู้เข้าชม

22244

ภาพที่ 4.49 หน้าข้อมูลสมาชิก

16) สั่งซื้อตามช่วงวันเดือน

หน้าแรก

ข้อมูลทีละใบ

รายการสินค้า

สินค้าในตะกร้า

วิธีการชำระเงิน

วิธีการจัดส่งสินค้า

เว็บบอร์ด

ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า

จัดการสินค้า

ข้อมูลระบบ

รายงาน

ข้อมูลส่วนตัว

เลือกช่วงเวลาดูรายงาน

ตั้งแต่วันที่

29/01/2561

ถึง

29/01/2562

เรียกดูรายงาน

พิมพ์รายงาน

รายงานยอดขายสินค้า

รหัสสั่งซื้อ	ผู้สั่งซื้อสินค้า	วันที่	ราคารวม
00015	thai land	29 มกราคม 2562	2,700.00
ยอดรวม			2,700.00

สินค้าพหุมือ

Top 10 สินค้าขายดี

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

หมวดหมู่สินค้า

ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

EMS

ClickHere

ภาพที่ 4.50 หน้าสั่งซื้อตามช่วงวันเดือน

17) สินค้าทั้งหมด

หน้าแรก

ข้อมูลทีละใบ

รายการสินค้า

สินค้าในตะกร้า

วิธีการชำระเงิน

วิธีการจัดส่งสินค้า

เว็บบอร์ด

ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า

จัดการสินค้า

ข้อมูลระบบ

รายงาน

ข้อมูลส่วนตัว

รายงานสินค้าทั้งหมด

ออกรายงาน

ลำดับ	รหัสสินค้า	ข้อมูลรายงาน	จำนวน	ส่วนลด	ราคา	ขายไป
1	FM-00090	ลายใบไม้ (เส้นผ่า)	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
2	FM-00089	ลายเส้นประ	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
3	FM-00089	ลายผ้าผสม	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
4	M01-00087	ลายตาราง/เส้นเส้น	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
5	M01-00086	ลายผ้าแดง	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
6	M01-00085	ลายตรงแดง	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
7	S01-00085	ลายเมล็ดพืชทอง	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
8	S01-00084	ลายนก	10 ชิ้น	0%	200.00.-	0 ชิ้น
9	S01-00083	ลายดาว	10 ชิ้น	0%	100.00.-	0 ชิ้น

สินค้าพหุมือ

Top 10 สินค้าขายดี

สินค้ามาใหม่

โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

หมวดหมู่สินค้า

ลายผ้า

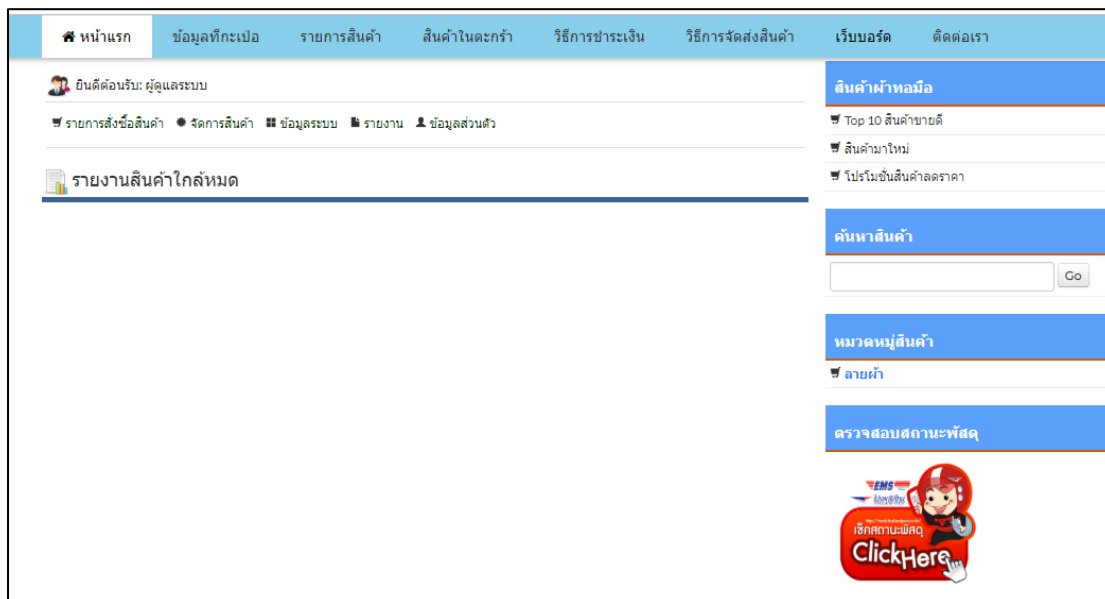
ตรวจสอบสถานะพัสดุ

EMS

ClickHere

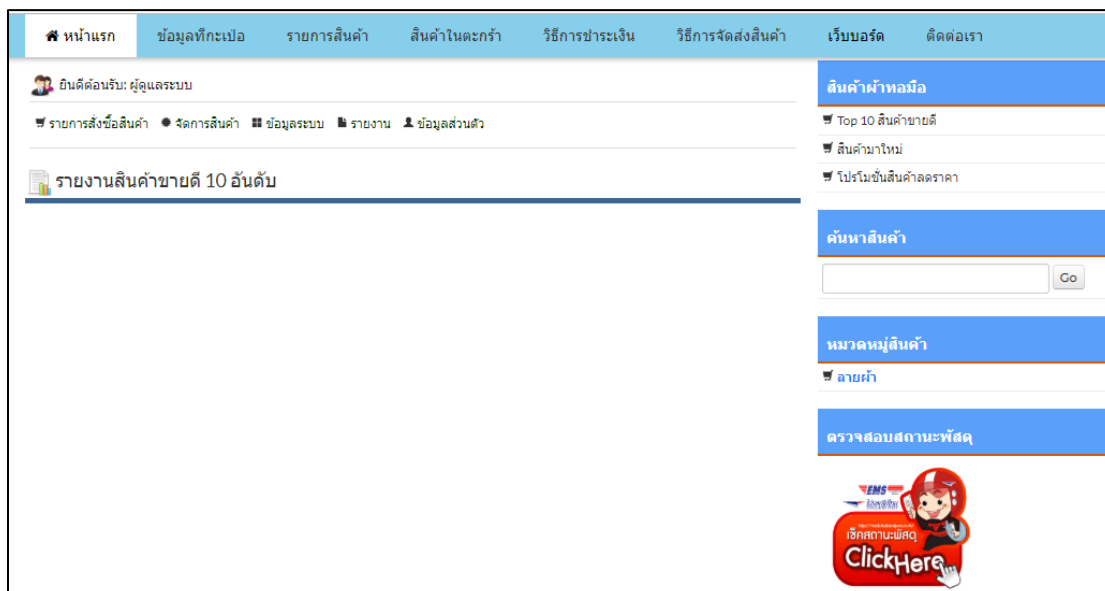
ภาพที่ 4.51 หน้าสินค้าทั้งหมด

18) สินค้าใกล้หมด



ภาพที่ 4.52 แสดงหน้าสินค้าใกล้หมด

19) สินค้าขายดี 10 อันดับ



ภาพที่ 4.53 หน้าสินค้าขายดี 10 อันดับ

20) สินค้าขายไม่ดี 10 อันดับ

หน้าแรก ข้อมูลที่กะเป๋อ รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เร็บบอร์ด ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า • จัดการสินค้า • ข้อมูลระบบ • รายงาน • ข้อมูลส่วนตัว

รายงานสินค้าขายไม่ดี 10 อันดับ

สินค้ามาใหม่

- Top 10 สินค้าขายดี
- สินค้ามาใหม่
- โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

Go

หมวดหมู่สินค้า

- ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

Click Here

ภาพที่ 4.54 หน้าสินค้าขายไม่ดี 10 อันดับ

21) ข้อมูลผู้ดูแลระบบ

หน้าแรก ข้อมูลที่กะเป๋อ รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เร็บบอร์ด ติดต่อเรา

ยินดีต้อนรับ: ผู้ดูแลระบบ

รายการสั่งซื้อสินค้า • จัดการสินค้า • ข้อมูลระบบ • รายงาน • ข้อมูลส่วนตัว

ข้อมูลส่วนตัว

Login : admin

ชื่อ-นามสกุล : techno

ที่อยู่ : บ้านเลขที่ ๓.แม่สอด แม่สอด ตำบลแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 63110

เบอร์โทร : 1234567890

อีเมล : weloueyou789@hotmail.com

แก้ไข ย้อนกลับ

สินค้ามาใหม่

- Top 10 สินค้าขายดี
- สินค้ามาใหม่
- โปรโมชั่นสินค้าลดราคา

ค้นหาสินค้า

Go

หมวดหมู่สินค้า

- ลายผ้า

ตรวจสอบสถานะพัสดุ

Click Here

ภาพที่ 4.55 แสดงหน้าข้อมูลผู้ดูแลระบบ

22) เปลี่ยนรหัสผ่าน

ภาพที่ 4.56 หน้าเปลี่ยนรหัสผ่าน

23) ออกจากระบบ

ภาพที่ 4.57 หน้าออกจากระบบ

2) ผลการประเมินความพึงพอใจการอบรมเชิงปฏิบัติการการใช้งานเว็บไซต์ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

ผู้วิจัยได้ทำการประเมินความพึงพอใจ ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ภายหลังจากอบรมเชิงปฏิบัติการและได้ใช้งานเว็บไซต์ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น แบ่งออกเป็นด้านข้อมูลของเว็บไซต์และด้านประสิทธิภาพของเว็บไซต์ได้ผลดังตารางที่ 4.60 ดังนี้

ตารางที่ 4.60 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านข้อมูลของเว็บไซต์			
1.ความน่าสนใจของข้อมูลในเว็บไซต์	4.28	0.69	มากที่สุด
2.ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลสารสนเทศในเว็บไซต์	4.00	0.79	มาก
3.ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในเว็บไซต์	4.44	0.60	มากที่สุด
4.ความเป็นปัจจุบันของข้อมูลในเว็บไซต์	4.43	0.67	มากที่สุด
5.ความเหมาะสมของการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์	4.35	0.73	มากที่สุด
6.ความหลากหลายของข้อมูลสารสนเทศในเว็บไซต์	4.13	0.67	มาก
7.ความชัดเจนและเหมาะสมของภาพสินค้าและภาพประกอบต่าง ๆ	4.53	0.75	มากที่สุด
8.ประโยชน์ที่ได้จากข้อมูลในเว็บไซต์	4.31	0.62	มากที่สุด
รวม	4.30	0.53	มากที่สุด
ด้านประสิทธิภาพของเว็บไซต์			
9.ความสะดวกและไม่ซับซ้อนของเว็บไซต์	3.90	0.89	มาก
10.ความเหมาะสมของรูปแบบเมนู	4.36	0.69	มากที่สุด
11.ความเหมาะสมน่าสนใจของการแสดงผลในเว็บไซต์	4.10	0.78	มาก
12.รูปแบบและขนาดตัวอักษรมีความสวยงามและอ่านง่าย	3.90	0.89	มาก
13.คำอธิบายการใช้เว็บไซต์ชัดเจนสามารถทำได้	3.44	1.06	มาก
14.ความง่ายในการใช้งานด้วยตนเอง	3.20	0.89	ปานกลาง
15.ความมีเสถียรภาพเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา	4.44	0.77	มากที่สุด
16.ความรวดเร็วในการแสดงผลของเว็บไซต์	4.23	0.69	มากที่สุด
รวม	3.94	0.63	มาก

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านข้อมูลของเว็บไซต์ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 2) ด้านประสิทธิภาพของเว็บไซต์ พบว่า อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันบนฐานนวัตกรรมอัตลักษณ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากครั้งนี้ ผู้วิจัยขอนำเสนอสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังนี้

5.1 สรุปผล

ผู้วิจัยได้นำเสนอสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยเป็น 6 ตอน ได้แก่

5.1.1 ตอนที่ 1 อัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

สรุปผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีดังนี้

ตอนที่ 1.1 อัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

สรุปอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก สามารถสรุปได้ว่า พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีอัตลักษณ์ชุมชน 3 ด้าน คือ

1. ด้านการเกษตร เนื่องจากพื้นที่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม คนในชุมชนประกอบอาชีพเกษตรกร มีการปลูกพืชพรรณที่หลากหลายและให้ผลผลิตจำนวนมาก มีพืชผลการเกษตรที่โดดเด่น เช่น ดอกไม้ ผลไม้ สมุนไพร พืชผลทางการเกษตรที่ส่งขายทั้งในและนอกพื้นที่จังหวัดตาก และมีแหล่งเกษตรกรรมที่โดดเด่นและน่าสนใจ อีกทั้งยังมีพื้นที่เหมาะสมในการเพาะปลูก สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือแหล่งเรียนรู้ทางการเกษตรได้เป็นอย่างดี

2. ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากอัตลักษณ์ชุมชนด้านองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ไม่มีโครงสร้างทางกายภาพให้เห็นได้ชัดเจน แต่จะเป็นการนำองค์ความรู้ ภูมิปัญญาไปใช้ในการสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่มาแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนได้

3. ด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น เนื่องจากพื้นที่มีประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลายเนื่องจากมีหลายชาติพันธุ์อาศัยอยู่ร่วมกัน ซึ่งใช้ภูมิปัญญาในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงประเพณี วัฒนธรรมของแต่ละเชื้อชาติได้ มีกิจกรรมประเพณีที่น่าสนใจของชนเผ่า เช่น ประเพณีบวชปอยสา่งลอง วัฒนธรรมด้านการแต่งกาย เช่น ผ้าทอกะเหรี่ยง ผ้าทอโยกัญชง

ตอนที่ 1.2 อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

สรุปอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก สรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ คือ

1. กลุ่มผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป เนื่องจากเป็นพื้นที่ของการเกษตรจำนวนมาก จึงมีผลผลิตทางการเกษตรที่หลากหลาย เป็นพื้นที่ปลูกเพื่อจัดส่งสินค้าเกษตรไปทั่วประเทศ เช่น ผักชนิดต่าง ๆ และผลผลิตบางชนิดผลิตได้ดีเฉพาะในพื้นที่เท่านั้น เช่น ดอกกุหลาบ อะโวคาโด กาแฟแมคคาเดเมีย เป็นต้น และนอกจากนี้คนในชุมชน ที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจมีความรู้ ภูมิปัญญาในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรที่หลากหลาย สามารถสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ได้

2. กลุ่มผ้า เครื่องแต่งกาย เนื่องจากพื้นที่ในทั้ง 3 อำเภอของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าที่หลากหลาย ทั้งกลุ่มชาติพันธุ์ไทยเหนือ ชาวม้ง ชาวกระเหรี่ยง เป็นต้น ทำให้มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยเฉพาะวัฒนธรรมการแต่งกาย เช่น การทอผ้าชนเผ่าไวโซเอง มีลวดลายและลักษณะเป็นของตนเอง ทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชนที่แตกต่างกันด้วย

3. กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เนื่องจากพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ซึ่งแต่เดิมเป็นพื้นที่ชายแดน การเดินทางลำบาก คนในชุมชนจึงมีการปลูกพืชสมุนไพร และใช้สมุนไพรเพื่อเป็นยาและเครื่องสำอาง ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่มีมาแต่เดิม ทำให้มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีการผลิตยาสมุนไพร และเครื่องสำอางจากสมุนไพรที่มีความโดดเด่น โดยมีการนำเอาอัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่มาใช้ เช่น แหล่งน้ำแร่ ทำให้ผลิตภัณฑ์กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร มีความโดดเด่น สามารถเป็นอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ได้

ชนิดอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ชนิดของผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มี 7 ชนิด ซึ่งนำมาจัดลงในกลุ่มของอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษใน 3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ สามารถจัดกลุ่มได้ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์กลุ่มผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป มี 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่

- *กล้วย/ผลิตภัณฑ์จากกล้วย* เนื่องจากมีกระบวนการผลิตที่อบด้วยเตาถ่านที่เป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่น ทำให้กล้วยมีความหอมแตกต่างจากแหล่งอื่น มีกลิ่นหอมแบบธรรมชาติ นุ่มนวล ซึ่งมาจากกลิ่นของถ่าน กล้วยที่ใช้เป็นพันธุ์มะลิอ่อนที่ปลูกด้วยวิธีชาวบ้านโดยไม่ใช้สารเคมี

- *ผลไม้/ผลิตภัณฑ์จากผลไม้* ได้แก่ อะโวคาโด แมคคาเดเมียและมะม่วง เนื่องจากสภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากมีความเหมาะสมในการปลูกผลไม้ในพื้นที่สูง ทำให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ

- *พืชผักปลอดภัย* เนื่องจากพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากเป็นแหล่งขายส่งผักเป็นทุนเดิม และปัจจุบันที่การตระหนักถึงสุขภาพของผู้ปลูก จึงทำให้พื้นที่เป็นแหล่งปลูกพืชผักปลอดภัยแหล่งใหญ่

- ดอกกุหลาบ/ผลิตภัณฑ์จากดอกกุหลาบ เนื่องจากเป็นแหล่งขายส่งดอกกุหลาบที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ และมีนวัตกรรมการทำดอกกุหลาบแห้งไว้ประดับตกแต่งในโหลแก้วโดยสีของดอกกุหลาบไม่เปลี่ยนแปลงนานนับ 10 ปี

2. ผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้า เครื่องแต่งกาย มีผลิตภัณฑ์ คือผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีหลากหลายชาติพันธุ์อาศัยอยู่ โดยผ้าที่มีชื่อเสียง ได้แก่

- ผ้าทอกะเหรี่ยง ซึ่งเป็นกะเหรี่ยงปกากะญอ เป็นกลุ่มชาวกะเหรี่ยงที่มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ พื้นที่แถบลุ่มน้ำต่าง ๆ บริเวณเขตชายแดนไทย-เมียนมา ซึ่งมีการทอผ้าจนเป็นวัฒนธรรมประจำชาติพันธุ์ มีลวดลายที่คิดค้นเลียนแบบจากธรรมชาติรอบ ๆ ตัวตามวิถีชีวิต โดยมีวิธีการทอที่เป็นเอกลักษณ์ คือ การทอด้วยกี่ ที่ผูกติดกับเอวเรียกว่า กี่เอว

- ผ้าทอโยกัญชง เป็นผ้าที่ทอจากเส้นใยของต้นกัญชงของชนเผ่าม้ง ซึ่งเส้นใยของต้นกัญชงดั้งเดิมชนเผ่าม้งที่มีการใช้ประโยชน์ตามประเพณี นับตั้งแต่เกิดจนตาย ตามความเชื่อของชาวเขาเผ่าม้งที่เชื่อว่าเทพเจ้าหรือเยอโซะเป็นผู้สร้างโลก สร้างมนุษย์ และได้ประทานพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ มาให้มนุษย์ได้ใช้ กัญชงในภาษาม้ง เรียกว่า “หมั่ง” หรือ “ม่าง” หมั่งก็เป็นพันธุ์พืชชนิดหนึ่งที่ได้ประทานมาให้มนุษย์ได้ใช้ทำเป็นเครื่องนุ่งห่ม ใช้สอย และใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้ยังใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ อีกทั้งยังใช้เป็นรองเท้าของคนตายเพื่อเดินทางไปสวรรค์ ทำเป็นด้ายสายสัญญาณในพิธีกรรมต่าง ๆ ตลอดจนใช้ทอผ้าทำเครื่องนุ่งห่ม

3) ผลิตภัณฑ์กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ที่เน้นปลูกพืชสมุนไพรให้ออกมาในลักษณะเกษตรอินทรีย์และให้เป็นเกษตรยั่งยืน และมีกระบวนการอบโดยใช้เตาถ่าน ตามภูมิปัญญาท้องถิ่น มี 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่

- เครื่องสำอางจากสมุนไพร

- ยาสมุนไพร

5.1.2 ตอนที่ 2 แนวทางยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ

การศึกษาแนวทางยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ 2 แห่ง คือ วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปพืชผลทางการเกษตรบ้านแคว อำเภอสารภ จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและแนวทางในการบริหาร การดำเนินงานที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนต้นแบบประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ ที่สามารถนำมาเป็นแนวทางการยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก สรุปได้ดังนี้

ศักยภาพและแนวทางการบริหาร การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ เพื่อยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

1. ด้านทิศทางของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การก่อตั้งและการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการก่อตั้งและดำเนินการให้ชัดเจน ซึ่งจากการศึกษาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบทั้ง 2 แห่ง พบว่าการจัดตั้งกลุ่มมาจากความต้องการในการเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชน ส่งเสริมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เพียงพอ เนื่องจากสมาชิกประกอบอาชีพการเกษตร ดังนั้น การตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงจะสามารถสร้างรายได้เพิ่ม จากการมีเวลาหลังจากการทำการเกษตร

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบยังเน้นเรื่องของความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ทำให้สมาชิกมีความเข้าใจในกระบวนการผลิตของสินค้าภายในกลุ่ม เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี สมาชิกมีความต้องการจะสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทอผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชนด้านประเพณี วัฒนธรรม ร่วมกับอัตลักษณ์ชุมชนด้านองค์ความรู้ และภูมิปัญญา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว เน้นการแปรรูปผลผลิตการเกษตรในภาคเหนือ ที่เป็นผลผลิตตามฤดูกาลซึ่งแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ชุมชนด้านการเกษตร

นอกจากนี้ในการดำเนินงานของกลุ่ม ไม่ได้คำนึงถึงประโยชน์ของสมาชิกในกลุ่มเท่านั้น ยังให้ความสำคัญกับชุมชน ในการพัฒนาชุมชนสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เช่น การที่มินิกท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ หรือการรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรที่มีอยู่ในพื้นที่ ซึ่งทำให้เศรษฐกิจของคนในชุมชนที่นอกเหนือจากสมาชิกดีขึ้นตามไปด้วย วิสาหกิจจึงได้รับการยอมรับและการสนับสนุนจากคนในชุมชนทำให้วิสาหกิจดำเนินธุรกิจอยู่ในชุมชนได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

2. ด้านผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนศักยภาพด้านผู้นำเป็นสิ่งสำคัญมาก ที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จ จากการศึกษพบว่าวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ มีผู้นำที่มีความเข้มแข็ง มีวิสัยทัศน์ภาวะผู้นำ มีความกล้าในการดำเนินงาน แต่จะมีการวางแผนการดำเนินงานและมีการทบทวนผลการดำเนินงานเพื่อเกิดการปรับปรุงพัฒนา ทำให้ผลประกอบการของกลุ่มมีกำไรและมีการจัดสรรผลประโยชน์แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน และมีการสนับสนุนให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย และแผนในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนด้วย และผู้นำจะมีการดูแล เอาใจใส่สมาชิกให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบหรือข้อบังคับอย่างเสมอภาคไม่ลำเอียง

นอกจากนี้ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจต้องเป็นบุคคลที่พัฒนาตนเอง แสวงหาความรู้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งในเรื่องการดำเนินธุรกิจ และเทคโนโลยีต่าง ๆ และต้องเป็นผู้ที่พร้อมจะแบ่งปัน ถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ต่าง ๆ ให้กับสมาชิกและคนภายนอกอีกด้วย

3. ด้านสมาชิก การบริหารสมาชิก และการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

สิ่งสำคัญในด้านสมาชิกของกลุ่ม คือต้องมีการบริหารเพื่อให้สมาชิกมีความสามัคคี มีทิศทางและเป้าหมายเดียวกัน วิสาหกิจจึงจะสามารถพัฒนาได้ จากการศึกษาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

แสดงให้เห็นว่า พื้นฐานของความสามัคคีจะเกิดจากการเคารพซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม รู้หน้าที่และความรับผิดชอบของตนเอง

ภายในกลุ่มต้องมีกฎ กติกาของกลุ่ม หากสมาชิกไม่ทำตามกติกา ต้องมีระเบียบในการลงโทษที่เหมาะสม มีการกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิก การพัฒนาความสามารถของสมาชิก มีการสร้างขวัญกำลังใจ ความพึงพอใจและแรงจูงใจ ซึ่งเป็นการบริหารจัดการกลุ่มแบบสมาชิกมีส่วนร่วม

การบริหารสมาชิก ในแต่ละเดือนต้องมีการพบปะกันในสมาชิกกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน มีส่วนร่วมการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มอีกด้วย ทำให้สมาชิกทราบถึงผลการดำเนินงาน และหาแนวทางการปรับปรุงการดำเนินงานของกลุ่ม สร้างความเป็นเจ้าของร่วมกัน ซึ่งจะทำให้กลุ่มมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

4. ด้านบริหารจัดการ การวางแผนดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การบริหารจัดการการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ พบว่าการบริหารจัดการที่จะทำให้วิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จคือ การบริหารแบบมีส่วนร่วม โดยให้สมาชิกได้รับรู้ผลการดำเนินการ ร่วมวางแผน ร่วมวางแผนการปรับปรุงกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย ของกลุ่ม ซึ่งข้อดีของการรวมกลุ่มวิสาหกิจในชุมชน และมีการบริหารแบบมีส่วนร่วม คือ คนได้มาร่วมตัวกัน เป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน มีรายได้ร่วมกัน ชุมชนมีความเข้มแข็ง เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น

การบริหารจัดการ ต้องมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไว้ชัดเจน มีการนำปัญหามาปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่อง การจัดการสินค้ามีการกำหนดขั้นตอนการทำงานที่เป็นระบบ มีการควบคุมกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้มาตรฐาน เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มสามารถปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถผลิตสินค้าได้อย่างมีคุณภาพตามมาตรฐาน และควรมีการนำเทคโนโลยีในการบริหารจัดการมาใช้ เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เช่น การสแกนลายนิ้วมือในการเข้า-ออกงาน โปรแกรมคิดเงินเดือน จ่ายเงินเดือนผ่านธนาคาร และมีการศึกษาข้อมูลของธุรกิจสมัยใหม่ตลอดเวลา ซึ่งส่งผลต่อการวางแผนการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตัวสมาชิกอาจยังขาดความรู้ความเข้าใจ เพราะผู้นำกลุ่มและสมาชิกจะต้องมีส่วนร่วมช่วยกันวิเคราะห์และจัดทำขึ้นมาเพื่อพัฒนากิจการของกลุ่มเอง จึงอาจต้องมีผู้ที่มีความรู้ มาช่วยในการจัดทำแผนทั้งแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และแผนธุรกิจ เช่น ได้รับความช่วยเหลือจากอาจารย์ในสถาบันการศึกษา

5. ด้านการผลิตและกระบวนการจัดการสินค้าและบริการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ด้านการผลิตสินค้าและบริการของกลุ่ม จากการศึกษาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ พบว่าเริ่มต้นตั้งแต่สถานที่ในการผลิต อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร และวัตถุดิบที่นำมาใช้ต้องมีมาตรฐานและคุณภาพที่ดี รวมไปถึงการวางแผนการผลิตสินค้าและบริการให้สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าของวิสาหกิจชุมชน โดยสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะเน้นเป็นผลผลิตที่มาจากการผลิตในชุมชน คนในท้องถิ่น ไม่ใช้การผลิตโดยการใช้เครื่องจักร แบบโรงงานขนาดใหญ่ทุกอย่างหมุนเวียน และคืนกำไรแก่ชุมชนให้ทุกคนอยู่อย่าง ยั่งยืนพึ่งพาตนเองได้ ตนเองมีความสุข ครอบครัวมีความสุข

ส่วนของสถานที่ในการผลิต และอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร ต้องพิจารณาความเหมาะสมกับลักษณะของสินค้าและบริการ เช่น ลักษณะสินค้าที่เป็นผ้าทอ สถานที่การผลิตสามารถผลิตในที่พักของสมาชิกที่มีกี่ทอผ้า ทำให้สมาชิกมีความสะดวกในการผลิตสินค้า แต่หากเป็นสินค้าเกี่ยวกับการแปรรูปอาหาร ต้องมีโรงเรือนในการผลิตที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้สินค้าได้รับการรับรองมาตรฐานเช่น มาตรฐานสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) GMP และอาหารฮาลาล (Halal Food) เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการบริโภคสินค้า แต่ในการเริ่มต้นของการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน อาจใช้สถานที่ที่มีอยู่เดิมแต่มีการปรับปรุงเพื่อให้ผ่านมาตรฐาน โดยอาศัยแหล่งเงินที่สนับสนุนจากภาครัฐ เมื่อผลประกอบการของวิสาหกิจชุมชนดีขึ้น หรือมีการระดมทุนจากสมาชิกจึงมีการขยายสถานที่ และจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน

กระบวนการจัดการสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจ ในการผลิตต้องมีการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และหากเป็นวัตถุดิบที่ต้องมีการจัดซื้อ ในจัดซื้อแต่ละครั้งควรจัดหาในปริมาณมาก เพื่อให้ได้ราคาของวัตถุดิบที่ต่ำลง แล้วจึงนำวัตถุดิบมาจำหน่ายให้กับสมาชิกไปผลิตต่อไป ทำให้สมาชิกสามารถได้วัตถุดิบที่มีราคาถูกกว่าไปซื้อด้วยตนเอง นอกจากนี้กลุ่มยังควรสนับสนุนวัตถุดิบที่สามารถผลิตได้เอง หรือหาซื้อจากชุมชนได้ และสนับสนุนกระบวนการผลิตที่ใช้คนในกระบวนการผลิต เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มมีงานทำ และรวมกลุ่มกันได้สื่อสารกันระหว่างกระบวนการผลิตอีกด้วย และวิสาหกิจชุมชนควรมีเครือข่ายในการจัดหาวัตถุดิบในการผลิต เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐานการผลิต สามารถวางแผนการจัดหาวัตถุดิบได้ และเป็นช่วยส่งเสริมการค้าในธุรกิจของเครือข่ายอีกด้วย

การวางแผนการผลิตสินค้า ต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการเก็บข้อมูลการซื้อของลูกค้า สินค้าที่เป็นที่นิยม ช่วงเวลาที่มีการสั่งซื้อจำนวนมากของปี เช่น ความต้องการในช่วงเทศกาลต่าง ๆ และมีการคำนวณยอดขายของปีที่แล้วนำมาเป็นข้อมูลในการพยากรณ์ยอดขายปีถัดไป เพื่อดำเนินการจัดเตรียมวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า ได้อย่างเพียงพอและไม่สิ้นเปลือง

กระบวนการผลิตต้องมีการพัฒนากระบวนการผลิต เพื่อให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าให้มีความหลากหลายเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าได้มากขึ้น อาจใช้เครือข่ายกับสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาสินค้าอีกด้วย

6. ด้านต้นทุน และการบริหารการเงินในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ต้นทุนของวิสาหกิจชุมชนในการเริ่มต้นการค้าในธุรกิจ มักได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ แต่มักมีงบประมาณที่จำกัด ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรมีการลงหุ้นจากสมาชิก การลงหุ้นถือเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมให้แก่สมาชิกในกลุ่มในการจัดตั้งเพื่อให้กลุ่มมีความเข้มแข็งทั้งยังใช้สำหรับเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการลงทุนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม ซึ่งแหล่งเงินหมุนเวียนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อาจมาจาก 3 แหล่ง ได้แก่ (1) เงินค่าหุ้นของสมาชิกในกลุ่ม (2) เงินค่าธรรมเนียมเงินบริจาค เงินได้จากกิจการของกลุ่มและรายได้อื่น ๆ และ (3) เงินสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ

การบริหารการเงินในวิสาหกิจชุมชน กลุ่มจะตั้งเกณฑ์การแบ่งผลประโยชน์เพื่อเป็นเงินออมทรัพย์และการจัดสรรผลกำไรให้แก่สมาชิก การจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตกลุ่มควรมีการออกสมุดบัญชีให้สมาชิก เพื่อให้สมาชิกสามารถกู้ยืมเงินได้เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตหรือเพื่อการอื่นโดยให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการดำเนินการเห็นสมควร และกลุ่มต้องมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของทางกลุ่ม ทำบัญชีการเบิกจ่ายวัสดุอุปกรณ์แก่สมาชิก เพื่อให้สามารถจัดการบริหารด้านการเงินได้อย่างโปร่งใส ส่วนเงินรายได้จะมีเกณฑ์ในการจ่ายให้แก่สมาชิกอย่างชัดเจน

7. ด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทางกลุ่มต้องทราบกลุ่มลูกค้าก่อนที่จะวางแผนทางการตลาด เพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าได้สะดวก เป็นการใช้แนวคิดต้องมีตลาดก่อนถึงจะสามารถทำธุรกิจได้ ถ้าไม่มีตลาดก็ไม่สามารถขายได้ การหาตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญอีกข้อหนึ่งของกลุ่มที่ต้องคำนึงถึงในการทำธุรกิจ แต่ส่วนใหญ่ช่องทางการตลาดที่เป็นตลาดหลักของวิสาหกิจมักเป็นสถานที่ในชุมชน ที่ตั้งของวิสาหกิจซึ่งอาจไม่เป็นที่รู้จัก จากการศึกษาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ แสดงให้เห็นว่าต้องมีการสร้างเป็นแหล่งเรียนรู้หรือแหล่งท่องเที่ยว ตามอัตลักษณ์ชุมชนเข้ามาเสริมเพื่อให้สถานที่จำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจได้รับการสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เข้ามาสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอีกด้วย

นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนควรจะขยายช่องทางการตลาดให้มากขึ้น หากมีศักยภาพในการผลิต กำหนดระดับของตลาดและช่องทางให้เหมาะสมกับสินค้า เพราะจะส่งผลถึงการกำหนดราคาสินค้าและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ของสินค้าอีกด้วย

ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญในปัจจุบันอีกช่องทางหนึ่งคือ การประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ ซึ่งสามารถส่งสินค้าผ่านช่องทางเหล่านี้ได้ ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าและได้รับสินค้าได้โดยไม่ต้องออกมาซื้อสินค้าจากแหล่งจำหน่ายได้ เป็นช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกและรวดเร็ว เพิ่มโอกาสในการซื้อสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

8. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก เพื่อเพิ่มโอกาสและศักยภาพการดำเนินงาน และศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

เนื่องจากการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก เช่นหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ทำให้วิสาหกิจชุมชนได้รับการสนับสนุน ทั้งในเรื่องแหล่งทุน หรือความรู้ด้านต่าง ๆ เช่น การบริหารจัดการ มาตรฐานสินค้าและบริการ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ฯลฯ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนมีเป็นจำนวนมาก เช่น สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เป็นต้น นอกจากนี้การมีเครือข่ายที่ดีทั้งในการผลิตและการจำหน่ายทำให้เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับกลุ่มอีกด้วย

สำหรับชุมชน การสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน เป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ทั้งการที่วิสาหกิจชุมชนเอื้อประโยชน์ให้กับชุมชน การมีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาดูแหล่งเรียนรู้หรือซื้อสินค้าสามารถทำให้เศรษฐกิจของคนในชุมชนดีขึ้น มีการสร้างงานในชุมชน เกิดการสนับสนุนของ

คนในชุมชน ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน และชุมชนจะให้ความร่วมมือกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้วิสาหกิจชุมชนคงอยู่ในชุมชนได้อย่างเข้มแข็ง

5.1.3 ตอนที่ 3 ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

สรุปผลการศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีผลสรุป 2 ส่วน คือ ปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก และปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก สรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 3.1 ปัจจัยเอื้อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีทั้งหมด 5 ปัจจัย โดยเป็นปัจจัยเอื้อที่เป็นปัจจัยภายใน 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยภายนอก 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยนโยบายรัฐบาล ปัจจัยเครือข่าย และปัจจัยการคมนาคม ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังมีความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจไม่มากนัก และยังสามารถสรุปได้ว่าหน่วยงานภายนอกมีการให้ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน พร้อมให้ประสานเพื่อขอรับการสนับสนุน โดยมีผลสรุปและลำดับปัจจัยเอื้อจากมากไปน้อย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคลากร

บุคลากรเป็นปัจจัยเอื้อของการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนเนื่องจาก วิสาหกิจชุมชนจะสามารถดำเนินการได้ จะเกิดจากผู้นำซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งวิสาหกิจ มีวิสัยทัศน์ ภาวะผู้นำสูง มีความเข้มแข็ง มีความสามารถ ความสามารถในการระดมเงิน ความสามารถในการรวมกลุ่ม เมื่อได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐให้มีการรวมกลุ่มในชุมชน ให้มีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนก็จะสามารถรวมกลุ่มได้ ทำให้กลุ่มมีศักยภาพเพื่อเข้าถึงความช่วยเหลือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชนได้มากขึ้น ดังนั้น วิสาหกิจจะมีความพร้อมในการพัฒนา จะเกิดจากการที่ผู้นำมีความสามารถในการบริหารจัดการ และการบริหารสมาชิกให้มีความรู้ ความสามารถ ทักษะในการผลิตสินค้า และดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ถือเป็นปัจจัยเอื้อที่สำคัญ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จะผลิตจากวัตถุดิบในพื้นที่ ทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้ เป็นสินค้าที่มีความโดดเด่นเพียงพอ และสามารถจำหน่ายสู่ภายนอกได้ เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ ผลิตผลิตภัณฑ์โดยอาศัยความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นเฉพาะพื้นที่ ทำให้สินค้ามีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งทำให้คนในชุมชน นักท่องเที่ยว และคนภายนอกสนใจต้องการบริโภค ทำให้มีรายได้ แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีภาพรวมของการบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่งเริ่มต้น ยังไม่ได้สวยงามและเพิ่มมูลค่าสินค้ามากนัก

3. ปัจจัยการคมนาคม

การคมนาคมปัจจุบันค่อนข้างสะดวกในเกือบทุกพื้นที่ ทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถจำหน่าย และรับส่งวัตถุดิบในการผลิตสินค้า นอกจากนี้การคมนาคมยังสามารถทำให้วิสาหกิจจัดส่งสินค้าที่ลูกค้ามีการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น ทำให้ลูกค้าไม่มีความจำเป็นต้องเดินทางมาซื้อสินค้าด้วยตนเองอีกด้วย

4. ปัจจัยนโยบายรัฐบาล

ปัจจัยนโยบายรัฐบาลเป็นปัจจัยเอื้อ ที่สนับสนุนวิสาหกิจที่ทำให้วิสาหกิจสามารถดำเนินธุรกิจได้ ปัจจุบันหน่วยงานรัฐยังเข้ามาช่วยเหลือหลายหน่วยงาน ทั้งหน่วยงานการเกษตร หน่วยงานสหกรณ์การเกษตร หน่วยงานทหาร หน่วยงานมหาดไทย ทำให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ดียิ่งขึ้นโดยเฉพาะภาคการเกษตร ทั้งการสนับสนุนเงินทุน แหล่งเงินทุน เครื่องมือเครื่องจักร อาคารสถานที่ อุปกรณ์ต่าง ๆ ทำให้วิสาหกิจส่วนใหญ่ได้รับและสามารถดำเนินธุรกิจได้

5. ปัจจัยเครือข่าย

วิสาหกิจที่สามารถดำเนินการได้มักมีเครือข่ายกับวิสาหกิจ ภาคธุรกิจ ภาคเอกชนและภาครัฐ ทั้งเครือข่ายด้านองค์ความรู้ เครือข่ายส่งมอบวัตถุดิบ เครือข่ายด้านการผลิต เครือข่ายวิสาหกิจมีความสำคัญทั้งการให้คำปรึกษา เป็นพี่เลี้ยง ช่วยหาวัตถุดิบ ตลอดจนการฝากจำหน่ายสินค้า แต่เครือข่ายที่ชัดเจนที่สุด คือ เครือข่ายส่งมอบวัตถุดิบในการผลิตซึ่งวิสาหกิจในท้องถิ่นมีเครือข่าย แต่อาจยังไม่ได้ช่วยในการจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้น

ตอนที่ 3.2 ปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

สรุปปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีทั้งหมด 5 ปัจจัย โดยเป็นปัจจัยขัดขวางที่เป็นปัจจัยภายใน 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านเงินทุนงบประมาณ ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร ปัจจัยด้านที่ตั้ง และปัจจัยผลิตภัณฑ์ ซึ่งปัจจัยการผลิตภัณฑ์สามารถเป็นได้ทั้งปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวาง และปัจจัยภายนอก 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยการมีส่วนร่วม และปัจจัยคู่แข่ง ซึ่งผลแสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน และศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจให้มีศักยภาพสูงมากขึ้น เพื่อแก้ไขปัจจัยภายในทั้ง 5 ปัจจัย ให้เปลี่ยนเป็นปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน โดยปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก โดยมีผลสรุปและลำดับปัจจัยขัดขวางจากมากไปน้อยได้ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านที่ตั้ง

เนื่องจากวิสาหกิจเกือบทั้งหมดจะตั้งอยู่ที่บ้านหรือในพื้นที่ของประธานวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมักอยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงได้ไม่สะดวกมากนัก ทำให้ลูกค้าหาสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนได้ยาก และส่วนใหญ่ไม่มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าลักษณะอื่น ทำให้จำหน่ายสินค้าได้น้อย ไม่มีเงินหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยด้านที่ตั้งจึงเป็นปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจ

ของวิสาหกิจชุมชนที่สำคัญ แต่สถานที่ตั้งอาจเป็นปัจจัยเอื้อ ในเรื่องของการใกล้แหล่งวัตถุดิบ ดังนั้น อาจมีการแก้ปัญหาเรื่องของสถานที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชน โดยการได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ ที่ให้การสนับสนุนการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภครู้จัก และอาจติดต่อขอซื้อสินค้าในภายหลังได้ และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ ซึ่งสามารถแก้ปัญหาเรื่องของสถานที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชนได้

2. ปัจจัยด้านเงินทุนงบประมาณ

วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ส่วนใหญ่มีงบประมาณไม่มากนักและได้รับเงินสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการริเริ่มดำเนินการเท่านั้น ทำให้วิสาหกิจมีงบประมาณที่จำกัดในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ถึงแม้มีบางวิสาหกิจมีการลงหุ้น ระดมเงินจะสามารถดำเนินการธุรกิจได้ แต่สมาชิกกลุ่มยังมีข้อจำกัดในการลงหุ้นเช่นกัน ซึ่งส่วนใหญ่วิสาหกิจจะปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาลเป็นครั้งๆ ไปเพื่อใช้ในการประกอบกิจการเพื่อให้เกิดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ

3. ปัจจัยคู่แข่ง

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนมีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ทำให้วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เดียวกัน มักผลิตสินค้าแบบเดียวกัน ทำให้เป็นคู่แข่งกันเอง ทำให้สัดส่วนการตลาดและรายได้ไม่มากนัก อีกทั้งยังมีคู่แข่งภายนอก เช่น สินค้าที่วางขายตามท้องตลาดอยู่แล้ว ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาเลือกสินค้าทดแทนได้มากอีกด้วย ทำให้วิสาหกิจที่เคยมองมีคู่แข่งมากขึ้น ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนต้องสร้างผลิตภัณฑ์ ที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน พร้อมกับสร้างเรื่องราว เพื่อสร้างความแตกต่าง และมูลค่าให้กับสินค้าของวิสาหกิจชุมชนได้มากขึ้น

4. ปัจจัยด้านการตลาด

เป็นปัจจัยขัดขวางที่สำคัญ เนื่องจากเมื่อวิสาหกิจมีการผลิตสินค้าแล้ว ไม่มีตลาดรองรับจะทำให้ไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ และไม่มีรายได้ ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยกเลิกไปในที่สุด ดังนั้น หากวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ ต้องหาวิธีในการได้รับการส่งเสริม และหาช่องทางการตลาด ในผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนสามารถจำหน่ายได้ เนื่องจากวิสาหกิจที่มีทักษะ องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในเรื่องการผลิตอยู่แล้ว จะสามารถจำหน่ายผลผลิตได้มากขึ้น เช่น จัดตลาดจำหน่ายสินค้า ตลาดออนไลน์ จับคู่ธุรกิจให้ จะทำให้วิสาหกิจมีเครือข่ายและจำหน่ายได้มากยิ่งขึ้น

5. ปัจจัยการมีส่วนร่วม

ปัจจัยการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ยังคงเป็นปัจจัยขัดขวางในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนกับชุมชนยังมีไม่มากนัก อาจมีเพียงการที่วิสาหกิจชุมชนมีการบริจาคสิ่งของ การให้ทุนการศึกษา การแจกพืชผลทางการเกษตรเท่านั้น จึงแสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนยังสามารใช้ปัจจัยการมีส่วนร่วมมาใช้เป็นปัจจัยเอื้อได้ แต่เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเห็นว่าการสร้างการยอมรับจากชุมชน หรือจากหน่วยงานภายนอกสามารถทำให้วิสาหกิจได้รับการยอมรับมากยิ่งขึ้น ทำให้ชุมชนให้ความสนใจและร่วมมือมากยิ่งขึ้น วิสาหกิจชุมชนจึงมีความสนใจจะพัฒนาการมีส่วนร่วมกับชุมชนมากขึ้น เพื่อให้ปัจจัยการมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยเอื้อต่อไป

6. ปัจจัยผลิตภัณฑ์

ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ถือเป็นปัจจัยที่มีลักษณะพิเศษเนื่องจากเป็นทั้งปัจจัยที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ แต่ในขณะเดียวกันยังเป็นปัจจัยที่ขัดขวางทำให้วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถพัฒนาได้มากนัก เนื่องจากสาเหตุที่สำคัญ คือ ผลิตภัณฑ์มีความเหมือน หรือไม่มีความแตกต่างกันในพื้นที่เดียวกัน อันเนื่องจากวัตถุดิบเหมือนกัน ทำให้บางครั้งมีลักษณะเป็นคู่แข่งกันเองด้วย ดังนั้น ควรที่จะต้องปรับคู่แข่งในพื้นที่ให้เป็นเครือข่าย เพื่อเสริมศักยภาพให้กับวิสาหกิจชุมชน

7. ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร

ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กรของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ เป็นปัจจัยขัดขวาง พบว่ามีเพียงบางวิสาหกิจชุมชนที่สามารถทำอย่างเป็นระบบ ส่วนใหญ่ทำเพราะหน่วยงานรัฐเข้าไปกำหนดและช่วยเหลือเท่านั้น เช่น มีการแบ่งงานกันทำตามโครงสร้างวิสาหกิจ มีการประชุมเดือนละครั้งหรือน้อยกว่านั้น เป็นต้น แต่ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจะมีการแบ่งงานกันตามความถนัดและทักษะของสมาชิกได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น หากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการปรับปรุงการดำเนินธุรกิจให้มีการบริหารจัดการองค์กร ตามแผนการดำเนินงาน และแผนธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบและสม่ำเสมอ จะทำให้ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กรเป็นปัจจัยเอื้อได้

5.1.4 ตอนที่ 4 ศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

สรุปผลศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก แยกผลสรุปออกเป็น 2 ส่วน คือ ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก และศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจตาก มีผลสรุปดังนี้

ตอนที่ 4.1 ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ทำให้สามารถเลือกวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพที่จะสามารถยกระดับขีดความสามารถได้ มีวิสาหกิจชุมชนผ่านเกณฑ์ในการคัดเลือก 5 แห่ง ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ 2) วิสาหกิจชุมชนพอติสมุนไพร 3) วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต 4) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก และ 5) วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกระเหรี่ยงบ้านทิกะเปือ โดยมีการประเมินศักยภาพในการดำเนินงาน 2 ส่วน 7 ประเด็น คือ ส่วนที่ 1 การประเมินกระบวนการ ประกอบด้วย 6 ประเด็น และส่วนที่ 2 การประเมินผลลัพธ์ประกอบด้วย 1 ประเด็น สามารถสรุปศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านเกณฑ์ทั้ง 5 แห่ง ได้ดังนี้

1. ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน

ด้านผู้นำ วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยมีวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง 2 กลุ่ม คือ วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต และวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทึกะเป๋อ และสำหรับวิสาหกิจชุมชนข้าวไร่ วิสาหกิจชุมชนพืச்சุมไพร และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกกรัก มีศักยภาพด้านผู้นำอยู่ในระดับมาก โดยความสามารถของผู้นำที่มีศักยภาพสูงที่สุดคือความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำ และศักยภาพน้อยที่สุดคือทำให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และแผนการดำเนินงาน

ด้านการบริหารวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพอยู่ในระดับมากถึงระดับมากที่สุด โดยมีวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับมาก 4 กลุ่ม คือ วิสาหกิจชุมชนข้าวไร่ วิสาหกิจชุมชนพืச்சุมไพร วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต และวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทึกะเป๋อ และสำหรับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกกรักอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีศักยภาพการบริหารด้านโครงสร้างและกฎระเบียบมีศักยภาพสูงที่สุด และศักยภาพการบริหารด้านการเงินและบัญชีมีศักยภาพน้อยที่สุด

2. การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

ศักยภาพในการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยมีวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง 2 กลุ่ม คือ วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต และวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทึกะเป๋อ และอยู่ในระดับมาก 3 กลุ่ม คือ วิสาหกิจชุมชนข้าวไร่ วิสาหกิจชุมชนพืச்சุมไพร และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกกรัก ศักยภาพในการวางแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพสูงคือการปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ หรือแผนที่ได้ปรับปรุงตามสถานการณ์ และที่มีศักยภาพในการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนน้อยคือการชี้แจงแผนแก่กรรมการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

3. การบริหารตลาด

ศักยภาพการบริหารการตลาดของวิสาหกิจชุมชนทั้ง 5 แห่ง มีความแตกต่างของศักยภาพค่อนข้างมาก โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับตั้งแต่น้อยจนถึงระดับมากที่สุด โดยวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการบริหารตลาดที่อยู่ในระดับน้อยคือ วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทึกะเป๋อ วิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพการบริหารตลาดอยู่ในระดับปานกลางคือ วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต วิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพการบริหารตลาดในระดับมากคือ วิสาหกิจชุมชนข้าวไร่ สำหรับวิสาหกิจชุมชนพืச்சุมไพรและวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกกรักมีศักยภาพการบริหารตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด โดยศักยภาพการบริหารของวิสาหกิจชุมชนที่สูงที่สุดคือการติดตามข้อมูลความต้องการลูกค้าและตลาด และศักยภาพการบริหารของวิสาหกิจชุมชนที่น้อยที่สุดคือแหล่งจำหน่ายหรือตลาด และเครือข่ายด้านการตลาด

4. จัดการความรู้และข้อมูล

ศักยภาพการจัดการความรู้และข้อมูล วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมากที่สุด โดยวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพการจัดการความรู้ที่อยู่ในระดับปานกลางมี 2 กลุ่ม คือ

วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต และวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ มีศักยภาพการจัดการความรู้ในระดับมากคือวิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ และสำหรับวิสาหกิจชุมชนพอติสมุนไพร และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก มีศักยภาพการจัดการความรู้ในระดับมากที่สุด ศักยภาพการจัดการความรู้ที่วิสาหกิจชุมชนมีสูงที่สุดคือการแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน รองลงมา มีศักยภาพที่เท่ากันคือศักยภาพการจัดการความรู้ในการจัดเก็บข้อมูลของวิสาหกิจ และศักยภาพการจัดการความรู้ในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก เครือข่าย และบุคคลภายนอก

5. การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

ศักยภาพการบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมากที่สุด โดยวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพการบริหารสมาชิกอยู่ในระดับปานกลางคือวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ มีศักยภาพการจัดการความรู้ในระดับมาก คือวิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีตและวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก มีศักยภาพการจัดการความรู้ในระดับมากที่สุด คือวิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจและสำหรับวิสาหกิจชุมชนพอติสมุนไพร ซึ่งศักยภาพการบริหารสมาชิกที่วิสาหกิจชุมชนมีสูงที่สุดคือ การให้ความร่วมมือของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน และศักยภาพการบริหารสมาชิกที่น้อยคือการสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน

6. การจัดการสินค้าหรือบริการ

ศักยภาพการจัดการสินค้าหรือบริการ วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมากที่สุด โดยวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพการบริหารสมาชิกอยู่ในระดับปานกลางคือวิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต มีศักยภาพการจัดการความรู้ในระดับมาก คือวิสาหกิจชุมชนพอติสมุนไพรและวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ และมีศักยภาพในระดับมากที่สุด 2 แห่ง คือวิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก ศักยภาพการจัดการสินค้าหรือบริการที่วิสาหกิจชุมชนมีสูงที่สุดคือขั้นตอนหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ และศักยภาพการจัดการสินค้าหรือบริการที่น้อยคือการควบคุมคุณภาพสินค้าหรือบริการ

7. ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

ด้านผลลัพธ์ตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยมีวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง 2 กลุ่ม คือ วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต และวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ และสำหรับวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับมาก 3 แห่ง คือ วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ วิสาหกิจชุมชนพอติสมุนไพร และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก โดยศักยภาพผลลัพธ์การดำเนินงานด้านผลลัพธ์ตามภารกิจที่สูงคือการลดรายจ่าย ส่วนศักยภาพผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านการเพิ่มรายได้ การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสมาชิกมีศักยภาพที่เท่ากัน

ด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการ วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยมีวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง 2 กลุ่ม คือ วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต และวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ศักยภาพในระดับมาก 3 แห่ง คือ วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ วิสาหกิจชุมชนพอติสมุนไพร และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก โดยศักยภาพผลลัพธ์การดำเนินงาน

วิสาหกิจชุมชนด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการที่สูงคือความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ ศักยภาพที่น้อยคือการสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการให้เป็นที่ต้องการของตลาด

ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพค่อนข้างแตกต่างกันคือมีศักยภาพอยู่ในระดับต่ำถึงระดับมาก โดยมีวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับต่ำ คือวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ มีศักยภาพในระดับปานกลาง คือ วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต และมีศักยภาพในระดับมาก 3 แห่ง คือ วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก โดยศักยภาพผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานที่สูงคือ การลดความผิดพลาดและการสูญเสียในการดำเนินงาน กิจกรรมต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน และศักยภาพที่รองลงมาคือการลดต้นทุนการดำเนินงาน กิจกรรมต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน

ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยมีวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง คือวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก มีศักยภาพในระดับมาก 4 แห่ง คือ วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร และวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ โดยศักยภาพผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่สูงที่สุดคือ ความพึงพอใจของสมาชิก และศักยภาพที่น้อยที่สุดคือการเพิ่มความรู้อ ความสามารถ และทักษะของสมาชิก

ตอนที่ 4.2 ศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

สรุปศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จากการสอบถาม การสัมภาษณ์และการทำแบบประเมินศักยภาพการแข่งขัน มีผลสรุปดังต่อไปนี้

ศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมของวิสาหกิจชุมชนใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ จากการสอบถามพบว่า ศักยภาพการแข่งขันในทุกด้าน ทั้ง 5 ด้าน คือ อำนาจต่อรองกับลูกค้า อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน และการแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม อยู่ในระดับปานกลาง โดยผลค่าเฉลี่ยยังต่ำแสดงว่ายังมีศักยภาพการแข่งขันสูง โดยด้านที่วิสาหกิจชุมชนมองว่ามีศักยภาพการแข่งขันสูงมีค่าเท่ากันใน 3 ด้าน คือ ด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ ด้านภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ และด้านภัยจากการใช้สินค้าทดแทน ด้านรองลงมาคือด้านอำนาจต่อรองกับคู่แข่งรายเดิม และด้านที่วิสาหกิจชุมชนคิดว่ามีศักยภาพการแข่งขันน้อยที่สุด คือ ด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้า

ศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านเกณฑ์ในการคัดเลือก 5 แห่ง ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ 2) วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร 3) วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต 4) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก และ 5) วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ สามารถสรุปศักยภาพการแข่งขัน ได้ดังนี้

1. อำนาจต่อรองกับลูกค้า

วิสาหกิจชุมชนเห็นว่าการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม ได้กำหนดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ที่มีลักษณะชัดเจน ทำให้วิสาหกิจมองว่าตนเองเป็นคนเลือกลูกค้า และจะทำให้ลูกค้าเลือกความพิเศษที่ตนเองผลิตขึ้นเฉพาะกลุ่ม โดยวิสาหกิจจะมีการให้ข้อมูลในการเลือกซื้อและเข้าถึงสินค้าทางช่องทางต่าง ๆ บางวิสาหกิจกำหนดลูกค้าระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ บางวิสาหกิจมองการส่งสินค้าไปจำหน่ายที่ประเทศเพื่อนบ้านด้วย โดยวิสาหกิจที่ต้องการจำหน่ายสินค้าระดับประเทศมีการสร้างยี่ห้อสินค้าที่ชัดเจน เน้นเรื่องสุขภาพและมีการสร้างจุดแข็งขึ้นมาขาย เช่น ลักษณะพื้นที่ วิถีท้องถิ่น วิถีกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นต้น

ศักยภาพการแข่งขันด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้า วิสาหกิจมีศักยภาพในระดับปานกลางถึงระดับมาก วิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพการแข่งขันด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้าในระดับปานกลางมี 3 แห่ง ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต และวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปือ มีศักยภาพในระดับมาก คือ วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรรัก โดยศักยภาพการแข่งขันด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้าที่สูงที่สุดคือ ลูกค้ามักไม่เปลี่ยนใจไปเลือกซื้อสินค้าจากผู้ขายอื่นได้ง่าย และศักยภาพการแข่งขันด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้าที่น้อยคือการมีข้อมูลในการซื้อสินค้าให้กับลูกค้า

2. อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ

การส่งมอบสินค้าและวัตถุดิบ วิสาหกิจถือว่าเป็นจุดแข็งของตนเอง เนื่องจากสินค้าผลิตจากวัตถุดิบตามธรรมชาติในท้องถิ่น ทำให้สามารถหาและผลิตได้ด้วยตนเอง หรืออาจรับซื้อจากประชาชนในท้องถิ่น เนื่องจากมีวัตถุดิบและผู้ผลิตวัตถุดิบส่งให้วิสาหกิจจำนวนมาก บางวิสาหกิจมีการรับซื้อจากทั้งผู้ที่ลงทะเบียนกับวิสาหกิจเอาไว้ รับซื้อจากชาวบ้านทั่วไป และรับส่งผลิตวัตถุดิบจากวิสาหกิจอื่น ๆ ในท้องถิ่น ดังนั้นการส่งมอบวัตถุดิบของวิสาหกิจในท้องถิ่นจึงถือเป็นจุดแข็งของวิสาหกิจ อีกประการคือวิสาหกิจส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจในเชิงผลิตสินค้า ทำให้วัตถุดิบส่วนใหญ่ตนเองสามารถควบคุมคุณภาพและมาตรฐานได้เอง สภาวะการขาดแคลนวัตถุดิบต่าง ๆ จึงยังไม่เกิดขึ้น

ศักยภาพการแข่งขันด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ วิสาหกิจมีศักยภาพในระดับปานกลางถึงระดับมากที่สุด วิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพการแข่งขันด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ ในระดับปานกลาง คือวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปือ มีศักยภาพระดับมากมี 2 แห่ง ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต และ มีศักยภาพในระดับมากที่สุดมี 2 แห่ง คือวิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรรัก โดยศักยภาพการแข่งขันด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบที่มากที่สุดคือวัตถุดิบที่วิสาหกิจชุมชนสามารถซื้อได้มีคุณภาพไม่แตกต่างกัน และศักยภาพที่น้อยคือมีผู้เสนอขายวัตถุดิบการผลิตมีจำนวนน้อย และเปลี่ยนแปลงยาก

3. ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่

วิสาหกิจมองว่าการผลิตสินค้าโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ทำให้สามารถมีคู่แข่งที่เป็นผู้ผลิตรายได้เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา แต่ยังเชื่อว่าตนเองทำได้ดีกว่าและมีความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ

สินค้าให้ดียิ่งขึ้น เช่น กลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยง มีหลายกลุ่มชาติพันธุ์และหลายหมู่บ้าน และบางครั้งมีลวดลายใกล้เคียงกัน จึงต้องการยกระดับอัตลักษณ์ของลวดลายผ้า โดยการเก็บเป็นองค์ความรู้และจัดทำเป็นเรื่องราว เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผ้าทอกะเหรี่ยงและให้แตกต่างจากหมู่บ้านอื่น ๆ

ศักยภาพการแข่งขันด้านภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพในระดับที่แตกต่างกันโดยมีระดับศักยภาพในระดับน้อยจนถึงระดับมากที่สุด วิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพการแข่งขันด้านภัยจากผู้ผลิตรายใหม่น้อยมี 2 แห่ง คือ วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร และวิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต มีศักยภาพในระดับปานกลางคือ วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรรัก มีศักยภาพในระดับมาก คือวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทึเกเปอ และมีศักยภาพในระดับมากที่สุดคือวิสาหกิจชุมชนข้าวใสใจ โดยศักยภาพการแข่งขันด้านภัยจากผู้ผลิตรายใหม่มากที่สุดคือ การผลิตใช้ต้นทุนต่ำทำให้อาจมีต้องการผลิตแข่งขัน ศักยภาพการแข่งขันด้านภัยจากผู้ผลิตรายใหม่ทีน้อยคือ มีการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐอาจทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ได้น้อย

4. ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน

สินค้าทดแทนกับสินค้าชุมชน วิสาหกิจเห็นว่าสินค้าทดแทน มี 2 ประเภท ได้แก่ 1) สินค้าทดแทนคล้ายกันที่ขายตามท้องตลาดทั่วไป เช่น น้ำผลไม้ ผักผลไม้สด ซึ่งวิสาหกิจไม่สามารถแข่งขันหรือต่อสู้ได้ รับมือได้เพียงการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ให้มีความเฉพาะและโดดเด่น ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และ 2) สินค้าชุมชนที่มีลักษณะเหมือนกันที่ขายในหมู่บ้านหรือวิสาหกิจอื่น ซึ่งวิสาหกิจมองว่าไม่ได้แข่งขันหรือทดแทนกันเพราะมีกลุ่มเป้าหมายและลูกค้าของตนเอง ลูกค้าของแต่ละวิสาหกิจชุมชนก็มีความนิยมหรือตรงตามความต้องการของตนเอง ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง

ศักยภาพการแข่งขันด้านภัยจากการใช้สินค้าทดแทน วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพการแข่งขันในระดับน้อยถึงระดับปานกลาง วิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพการแข่งขันด้านภัยจากการใช้สินค้าทดแทนในระดับน้อย คือวิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต ส่วนวิสาหกิจชุมชนข้าวใสใจ วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทึเกเปอ และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรรัก มีศักยภาพการแข่งขันด้านภัยจากการใช้สินค้าทดแทนในระดับปานกลาง โดยศักยภาพการแข่งขันด้านภัยจากการใช้สินค้าทดแทนที่มีมากคือลูกค้าซื้อสินค้าทดแทนได้ง่ายและคุณภาพไม่แตกต่างกัน และที่มีศักยภาพน้อยคือ ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้าอื่นได้ง่าย

5. การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม

วิสาหกิจชุมชนมองว่าการดำเนินธุรกิจมีการแข่งขันเป็นเรื่องปกติ คู่แข่งรายเดิมมีหลายลักษณะ เช่น สินค้าตามท้องตลาด สินค้าชุมชน สินค้าที่อยู่ในตลาดอยู่แล้ว เป็นต้น ซึ่งถือเป็นคู่แข่งตามธรรมชาติ โดยแต่ละวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องพัฒนา หาดตลาดและผลิตให้ได้ตามที่ตลาดต้องการ แต่ละวิสาหกิจมีลูกค้าประจำของตนเอง ดังนั้นคู่แข่งรายเดิมและวิสาหกิจชุมชนก็จำเป็นต้องพัฒนาสินค้าและกำหนดลูกค้าให้ชัดเจนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจชุมชนต่อไปในอนาคต

ศักยภาพการแข่งขันด้านการแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพการแข่งขันอยู่ในระดับตั้งแต่ต่ำไปจนถึงระดับมากที่สุด วิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพอยู่ในระดับน้อยคือ

วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทึเกเปอ มีศักยภาพอยู่ในระดับมากมี 3 แห่ง คือ วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร และวิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต สำหรับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกก็มีศักยภาพในระดับมากที่สุด โดยศักยภาพการแข่งขันด้านการแข่งขันคู่แข่งรายเดิมที่วิสาหกิจชุมชนในระดับที่เท่ากัน ทั้งการมีผู้ขายสินค้าเดิมแบบเดียวกันจำนวนมากในพื้นที่ ผู้ขายแต่ละรายมีผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน การแข่งขันทางการตลาดระหว่างผู้ขายมีสูงและลูกค้าให้ความสำคัญกับตรयी์ห่อสินค้าในท้องตลาดสูง ไม่เปลี่ยนใจมาซื้อจากวิสาหกิจชุมชน โดยมีศักยภาพการแข่งขันในระดับมาก

สำหรับศักยภาพการแข่งขันที่วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ สามารถพัฒนาเพื่อนำไปใช้ในการยกระดับความสามารถ เนื่องจากมีศักยภาพการแข่งขันค่อนข้างสูง คือ ศักยภาพกับคู่แข่งรายเดิม แต่จะมีเพียงวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทึเกเปอที่มีศักยภาพด้านนี้ที่มีศักยภาพต่ำ ดังนั้นแนวทางในการแก้ไขปัญหาศักยภาพการแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิมคือ สร้างเครือข่ายความร่วมมือกันในการประชาสัมพันธ์ จำหน่าย รวมถึงวัตถุดิบและความรู้เรื่องกระบวนการทอตลาดใหม่ ๆ

นอกจากนี้ยังมีศักยภาพการแข่งขันบางด้านที่วิสาหกิจชุมชนเป้าหมายบางแห่ง มีศักยภาพสูงกว่าวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ ที่มีศักยภาพการแข่งขันด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ และศักยภาพด้านรายได้จากผู้ผลิตรายใหม่สูงกว่า วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ผลทางการเกษตรบ้านแควที่เป็นวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกที่มีศักยภาพการแข่งขันด้านการแข่งขันกับผู้ขายรายเดิมสูงกว่าวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว (ต้นแบบ) เนื่องจากสามารถสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์จากผู้ขายรายเดิมที่มีการแปรรูปสมุนไพรในพื้นที่ ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนเหล่านี้สามารถใช้ศักยภาพการแข่งขันในด้านเหล่านั้น มาสร้างความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

5.1.5 ตอนที่ 5 ความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

สรุปผลความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ได้ผลดังนี้

ความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

1. ชนิดผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชน

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้า เครื่องแต่งกาย รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหาร ได้แก่ ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป ต่อมาคือผลิตภัณฑ์กลุ่มของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ถัดมาคือผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์กลุ่มที่นักท่องเที่ยวเห็นว่าแสดงอัตลักษณ์ชุมชนน้อยที่สุดคือผลิตภัณฑ์กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

2. ด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชนในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือสินค้ามีคุณภาพสูง รองลงมาคือสินค้ามีขายในเฉพาะพื้นที่ ถัดมาคือการบรรจุสินค้าสวยงามและน่าซื้อ และที่ความต้องการน้อยที่สุดคือ การบรรจุสินค้าสะดวกในการเดินทาง

3. ด้านราคาสินค้า

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชนในด้านราคาสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านราคาที่สูงที่สุดคือ สินค้าราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับสินค้าอื่น รองลงมาคือสินค้าราคาถูก ถัดมาคือสินค้าราคาต่ำกว่าท้องตลาดหรือซื้อที่อื่น และที่ความต้องการน้อยที่สุดคือสินค้าราคาสูงแต่คุณภาพดีกว่าที่อื่น

4. ด้านที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่าย

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่ายที่สูงที่สุดคือ ที่ตั้งจำหน่ายหาง่ายและสะดวกในการซื้อ รองลงมาคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้า เช่น ตู้เอทีเอ็ม บาร์โค้ด ความต้องการต่อมาคือมีตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่น่าเชื่อถือ และที่ความต้องการน้อยที่สุดคือ มีช่องทางการจำหน่ายและเข้าถึงสินค้าที่หลากหลาย เช่น ออนไลน์

5. ด้านการส่งเสริมการขาย

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับปานกลาง โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการขายมากที่สุดคือ สินค้ามีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงลูกค้าง่าย รองลงมาคือ ผู้จำหน่ายสินค้าลดราคาและขานาญการขาย ต่อมาคือ มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย และที่ความต้องการน้อยที่สุดคือมีการส่งเสริมการขายตลอดทั้งปี เช่น จัดงานส่งเสริมตลาด

6. ด้านความเฉพาะเจาะจง

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านความเฉพาะเจาะจงอยู่ในระดับปานกลาง โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านความเฉพาะเจาะจงที่สูงที่สุด คือ สินค้าเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น รองลงมาคือสินค้าหาไม่ได้จากพื้นที่อื่น ความต้องการต่อมาคือสินค้ามีเฉพาะท้องถิ่น ไม่สามารถซื้อได้ในท้องถิ่นอื่น และที่ความต้องการน้อยที่สุดคือ สินค้าใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นที่รู้จักกันดี

ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนา

เศรษฐกิจพิเศษตาก เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขัน

จากผลการศึกษาในทุกตอน ตั้งแต่ตอนที่ 1 จนถึงตอนที่ 5 ทำให้ผู้วิจัยสรุปได้ว่า พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก คือ ผ้าทอกระเหรี่ยง เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิด

จากประเพณี วัฒนธรรมของชนเผ่ากะเหรี่ยงในพื้นที่ และมีกระบวนการทอดด้วยที่เฒ่า ที่เป็นภูมิปัญญาของชนเผ่ากะเหรี่ยงอีกด้วย

สรุปผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากมีความต้องการ และเห็นว่าสอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน คือ ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผ้า และเครื่องแต่งกาย โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง สิ้นค้าราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับสินค้าอื่นที่ตั้งจำหน่ายง่ายและสะดวกในการซื้อ สินค้ามีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงลูกค้าง่าย และสินค้าเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น สถานที่สำคัญ ประเพณีสำคัญ ดังนั้น จากผลการศึกษาผู้วิจัยจึงเลือกวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน จากเป้าหมาย 5 แห่ง โดยเลือกวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผ้า และเครื่องแต่งกาย ซึ่งมีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน คือ วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

5.1.6 ตอนที่ 6 การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ตอนที่ 6.1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานและการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

6.1.1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

สรุปแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ตามหมวดจากเกณฑ์การประเมิน โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงที่เกเปอในส่วนกระบวนการ และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงที่เกเปอในส่วนผลลัพธ์ โดยมีผลการสรุปดังนี้

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานส่วนกระบวนการของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

การวิเคราะห์เปรียบเทียบศักยภาพการดำเนินของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอกับวิสาหกิจชุมชนต้นแบบวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ มีส่วนที่ต้องเร่งดำเนินการปรับปรุงเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) การบริหารจัดการ รองลงมาคือ 2) การจัดความรู้และข้อมูล 3) การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 4) ด้านการบริหาร 5) การจัดการสินค้าหรือบริการ 6) การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน และ 7) ด้านผู้นำ

1. การบริหารจัดการ

กลุ่มจะต้องเปลี่ยนวิธีการผลิตมาเป็นการตลาดนำการผลิต โดยต้องมีการกำหนดกลุ่มลูกค้า ศึกษาความต้องการของลูกค้า ช่องทางการจำหน่าย ซึ่งทราบโดยการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าและข้อมูลการซื้อของลูกค้า บันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจนพร้อมกับแจ้งให้สมาชิกในกลุ่มทราบ กำหนดแหล่งจำหน่ายและออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาด วางแผนการผลิตให้เหมาะสมกับประสิทธิภาพการจำหน่ายของแหล่งนั้น ๆ

แหล่งจำหน่ายหรือตลาด และเครือข่ายด้านการตลาดของกลุ่ม ต้องได้รับการสนับสนุน หน่วยงานภาครัฐ โดยอาศัยความร่วมมือเชิงบูรณาการ ในการจัดหาสถานที่แสดงสินค้าอย่างถาวรสำหรับ วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ และหน่วยงานภาครัฐควรที่จะเข้ามามีบทบาทในการเป็นตัวกลางระหว่างวิสาหกิจ ชุมชนกับผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งหน่วยงานควรให้การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ ผลผลิตภัณฑ์ และแหล่งผลิตให้แพร่หลายเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้กลุ่มควรมีการจัดตั้งฝ่ายการตลาดเชิงรุก ที่มีพันธกิจในการสร้างเครือข่าย ความร่วมมือกับศูนย์การค้าต่าง ๆ เพื่อการออกบูทสินค้าของกลุ่มให้มากขึ้น และที่สำคัญในการตลาด ปัจจุบัน ต้องมีการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อกระจายการสั่งซื้อ สินค้าออนไลน์ โดยการสร้างเว็บไซต์ของกลุ่มที่เป็นทางการ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ให้ความ สะดวก รวดเร็ว และสามารถติดต่อได้ง่าย ซึ่งควรที่จะมีผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้หรือมาดูแลในระยะแรก และเมื่อกลุ่มมีผู้ดูแลที่มีความชำนาญแล้ว กลุ่มก็จะสามารถขายสินค้าผ่านช่องทางนี้ได้อย่างมี ประสิทธิภาพมากขึ้น

2. การจัดความรู้และข้อมูล

กลุ่มต้องมีการแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน โดยติดตามข่าวสารจาก หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน กลุ่มควรมีการพัฒนาเครือข่าย เพื่อให้กลุ่มมุ่งสู่จุดหมายโดยการสร้าง เครือข่ายเพิ่มขึ้น การเชื่อมโยงการทำงานร่วมกับเครือข่าย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับเครือข่าย

การจัดเก็บข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าผ้าทอ ดังนั้น กลุ่มควรมีการบันทึกตลาดลายผ้าทอ วิธีการทอในแต่ละลาย เพื่อเป็นหลักฐาน หรือเป็นสื่อในการ ถ่ายทอดให้เยาวชน คนในชุมชนได้ศึกษาเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาไม่ให้สูญหาย และได้เรียนรู้วิธีการทอให้ตรง ตามที่มีการบันทึกไว้ เพื่อให้ได้ผ้าทอที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

การสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร แก่สมาชิก เครือข่าย และบุคคลภายนอก ทาง กลุ่มควรมีช่องทางการสื่อสารสำหรับสมาชิกโดยเฉพาะ นอกจากนี้ควรมีการประชาสัมพันธ์สินค้า และ ข้อมูลข่าวสารให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อต่าง ๆ ของชุมชน และส่งเสริมให้หน่วยงานต่าง ๆ มาศึกษาดูงาน การ จัดกิจกรรม และสร้างความร่วมมือกับทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

3. การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนต้องมีการบันทึกเกี่ยวกับ กฎระเบียบ และเงื่อนไขต่าง ๆ เป็นรูปเล่มให้ ชัดเจน พร้อมกับชี้แจงให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มได้รับทราบถึงกฎระเบียบ และเงื่อนไขต่าง ๆ เพื่อให้สมาชิก ได้ปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้กลุ่มเกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

มีการวางแผนในการพัฒนาสมาชิกของกลุ่ม ทั้งส่วนของคณะกรรมการและสมาชิก โดย คณะกรรมการของกลุ่มควรได้รับการพัฒนาในด้านการบริหารงานกลุ่มด้านต่าง ๆ และสมาชิกกลุ่มควร พัฒนาความรู้เกี่ยวกับคุณภาพการผลิต หรืออาจศึกษาดูงานเพื่อปรับปรุงผลผลิต หรือวิธีการทอเพื่อให้ กลุ่มมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ซึ่งจะเป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้แก่สมาชิกกลุ่ม

4. ด้านการบริหาร

การปรับปรุงการบริหารด้านการเงินและบัญชี ทางวิสาหกิจควรหาหน่วยงานภาครัฐในสนับสนุนแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อการจัดซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็นในการผลิตเพื่อให้สินค้าที่มีคุณภาพ และมีการจัดบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่าย พร้อมต้องมีการชี้แจงในเรื่องของข้อมูลทางการเงินในสมาชิกทราบ เพื่อให้สมาชิกเกิดความพอใจในการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ และสร้างความตระหนักในการจัดการบัญชีรับ-รายจ่ายของสมาชิก และหน่วยงานภาครัฐควรมีมาตรการในการตรวจบัญชี ติดตามการเรื่องการเงินของวิสาหกิจชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บัญชีรายรับ-รายจ่าย มีความเป็นปัจจุบัน

กลุ่มควรมีการจัดสวัสดิการแก่สมาชิก หากทางกลุ่มมีผลประกอบการที่ดี อาจมีการจัดตั้งกองทุนเพื่อให้สมาชิกได้กู้ยืม หากสมาชิกมีความจำเป็น โดยกำหนดอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม รวมถึงควรมีการจัดตั้งกองทุนสำหรับให้กลุ่มทำกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ เพื่อให้กลุ่มเกิดความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน และได้รับการสนับสนุนจากชุมชน

5. การจัดการสินค้าหรือบริการ

กลุ่มควรมีขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control) สินค้าทุกชิ้นจากสมาชิกที่เป็นผู้ทอผ้า ก่อนที่ทางกลุ่มจะจ่ายค่าผลผลิตแก่สมาชิก เพื่อให้เกิดความมีมาตรฐานในสินค้าทุกชิ้นก่อนไปจำหน่ายให้กับลูกค้า โดยมีการกำหนดเกณฑ์ที่จะใช้ในการตรวจสอบคุณภาพ เช่น ความสม่ำเสมอของลาย ความเรียบร้อยของการทอ เป็นต้น

นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอกะเหรี่ยงของกลุ่มให้หลากหลาย มีความแปลกใหม่ และเป็นสากลมากยิ่งขึ้น โดยการจัดหาผู้เชี่ยวชาญเข้ามาช่วยในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่แปลกใหม่ ทันสมัย และมีความหลากหลาย โดยทางกลุ่มควรมีการประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เพื่อสร้างงานวิจัยที่ตอบโจทย์ของตลาด หรือใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

6. การวางแผนการดำเนินงาน

กลุ่มต้องประสานกับทางหน่วยงานภาครัฐ หรือสถาบันการศึกษาเพื่อช่วยให้สมาชิกในกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนการดำเนินของกลุ่ม โดยการจัดทำแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ใน 2 แผน คือ แผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและแผนธุรกิจ ซึ่งผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกจะต้องช่วยกันวิเคราะห์และจัดทำขึ้นมาเพื่อพัฒนากิจการของกลุ่มเอง ในการที่จะก่อให้เกิดรายได้แก่สมาชิกช่วยสร้างชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง มั่นคง และยั่งยืนต่อไป นอกจากนี้ ต้องมีการชี้แจงแผนกิจกรรมการและสมาชิกกลุ่มได้รับทราบ เพื่อให้ทุกคนในกลุ่มได้ปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ และสามารถปรับปรุงได้ตามสถานการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลงได้

7. ด้านผู้นำ

ส่วนที่ผู้นำของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทีกะเปือคือ การพัฒนาความสามารถในการบริหารธุรกิจ เนื่องจากผู้นำกลุ่มเป็นผู้ใหญ่บ้านของชุมชน มีความรู้ความเข้าใจและสามารถติดต่อ

กับหน่วยงานของรัฐ และสถาบันการศึกษาได้ แต่ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการบริหารธุรกิจให้พร้อมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจได้ไม่มากนัก

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานส่วนผลลัพธ์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอ กะเหรี่ยงบ้านทึกะเปอ

1. ด้านคุณภาพสินค้าหรือบริการ

ทางกลุ่มต้องการมีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ที่จะนำมาจำหน่ายเป็นสินค้าที่มีความแตกต่างจากแหล่งอื่น และมีความหลากหลายมากขึ้น ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ ต้องเป็นผู้ประสานงานหรือสื่อกลางระหว่างกลุ่มกับสถาบันการศึกษา เพื่อให้สถาบันการศึกษาที่ให้ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการให้คำปรึกษาโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งจะทำให้กลุ่มสามารถพัฒนาตนเองในด้านนี้ได้ต่อไป

2. ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน

การลดต้นทุนการผลิต เป็นหัวใจสำคัญของการผลิตสินค้าเพื่อการแข่งขัน ดังนั้นกลุ่มจะต้องเน้นการใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นของตนเองเพื่อจะได้ไม่ต้องมีต้นทุน และการอนุรักษ์และธำรงรักษาไว้ซึ่งวัตถุดิบซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติด้วยการปลูกทดแทน และไม่ใช่ทรัพยากรมากเกินไปจนกระทั่งทรัพยากรธรรมชาติไม่สามารถฟื้นฟูตนเองได้

ให้สมาชิกรู้ต้นทุนที่แท้จริงของวัตถุดิบต่าง ๆ ที่นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สมาชิกใช้วัตถุดิบอย่างระมัดระวัง ไม่เกิดความสิ้นเปลืองในการใช้วัตถุดิบและมีความระมัดระวังในการผลิตมากขึ้น ดังนั้น ควรให้สมาชิกในกลุ่มมาซื้อวัตถุดิบจากกลุ่มเพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้า และเมื่อสมาชิกรับผ้าทอที่เสร็จแล้วมาให้กับทางกลุ่ม ให้กลุ่มจ่ายเงินให้กับสมาชิกเป็นรายชิ้นตามคุณภาพของสินค้าตามการประเมินคุณภาพ

3. ด้านผลลัพธ์ตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน

การทอผ้ากะเหรี่ยงของบ้านทึกะเปอให้กับกลุ่ม เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกของกลุ่ม สมาชิกสามารถทอผ้าเพื่อเพิ่มรายได้ ทำให้สมาชิกมีเงินในการใช้สอยมากขึ้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และหากกลุ่มมีการจัดตั้งกองทุน ให้สมาชิกสามารถกู้ยืมนำไปใช้เมื่อมีความจำเป็น ก็จะเป็นการลดความเสี่ยงในการกู้เงินนอกระบบได้อีกด้วย

4. ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

การมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทึกะเปอ ทำให้สมาชิกได้รับการพัฒนาทักษะ เกิดการแลกเปลี่ยนวิธีการทอ ลวดลายต่าง ๆ ให้มีความน่าสนใจ และหลากหลายมากยิ่งขึ้น

กลุ่มยังมีความต้องการในการพัฒนาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า โดยผ่านสื่อออนไลน์ ต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ หรือการสร้างเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและการจำหน่ายสินค้าด้วยตนเอง เป็นต้น โดยภาครัฐจะต้องสนับสนุนให้กลุ่มพัฒนาตนเองด้วยการฝึกอบรม การสร้างเว็บเพจโดยใช้แอปพลิเคชันสำเร็จรูปที่มีให้ใช้ฟรี เป็นต้น

นอกจากนี้เมื่อมีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ทำให้ชุมชนได้มีการสืบทอดภูมิปัญญา และวัฒนธรรมของคนในชุมชน ซึ่งเป็นคนกะเหรี่ยงที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่น่าสนใจ .สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ให้คนภายนอกได้เข้ามาศึกษา ทำให้เกิดรายได้ให้กับคนในชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย

6.1.2 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

สรุปเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ จากการศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพการแข่งขันระหว่างวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอกับวิสาหกิจชุมชนต้นแบบวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี พบว่าด้านที่วิสาหกิจชุมชนต้องเร่งปรับปรุงเพื่อไม่ให้เสียเปรียบคู่แข่ง คือ การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม และด้านที่จะสามารถจะพัฒนาเพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่งมากที่สุด คือ ด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ โดยสรุปแบ่งผลการศึกษาเป็น 2 ส่วน คือ การลดความเสียเปรียบ กับการพัฒนาความได้เปรียบ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันโดยการลดความเสียเปรียบของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

1. ด้านการแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม

ทางกลุ่มควรประสานกับทางหน่วยงานราชการเพื่อรับการสนับสนุน ซึ่งเป็นการใช้ปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม เนื่องจากมีนโยบายภาครัฐเกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจอย่างมาก ทั้งการสนับสนุนด้านเงินทุน อุปกรณ์ องค์กรความรู้

สำหรับสินค้าที่จะนำไปจำหน่าย กลุ่มต้องมีการพัฒนาตลาดของผ้าทอ และผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่นให้เป็นทางเลือกให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้กลุ่มควรนำปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มในด้านการบริหารจัดการองค์กร เนื่องจากทางกลุ่มมีการประชุมประจำเดือนต่อเนื่องและมีการประชุมเมื่อมีเหตุจำเป็น และการบริหารวิสาหกิจมีลักษณะที่ใกล้ชิดกับการบริหารของการปกครองส่วนท้องถิ่น เนื่องจากมีผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้นำกลุ่ม

2. ด้านอำนาจต่อรองกับลูกค้า

วิสาหกิจจึงต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้สามารถขายได้มากขึ้น และสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชน และเพิ่มกลุ่มลูกค้าจากการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มช่องทางการตลาด

3. ด้านภัยจากการใช้สินค้าทดแทน

กลุ่มควรสร้างเรื่องราว (story) ให้กับสินค้า เพื่อเพิ่มความเป็นอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าเห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์มากขึ้น และกลุ่มจึงควรมีการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายช่องทางอื่นโดยทำการสื่อสารการตลาดผ่านระบบสารสนเทศเพื่อสื่อสารเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันโดยการพัฒนาความได้เปรียบของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

1. ด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ

กลุ่มต้องมีการบริหารจัดการวัตถุดิบ เมื่อซื้อวัตถุดิบในแต่ครั้งปริมาณมากเพื่อให้ได้ราคาถูกแล้ว กลุ่มต้องบริหารโดยไม่ให้วัตถุดิบในการผลิตไปก่อนโดยไม่เสียค่าวัตถุดิบ ต้องให้สมาชิกจ่ายค่าวัตถุดิบที่ทางกลุ่มเป็นผู้จัดซื้อในราคาต้นทุน และจ่ายเงินผ้าทอที่สมาชิกผลิตขึ้นโดยคำนวณราคาต้นทุนของวัตถุดิบลงไปด้วย เพื่อให้สมาชิกใช้วัตถุดิบอย่างระมัดระวังมากขึ้น นอกจากนี้กลุ่มยังมีเครือข่ายผู้ผลิตผ้าทอกะเหรี่ยงด้วยกัน ซึ่งเป็นปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งหากทางกลุ่มชาววัตถุดิบในการผลิตจะสามารถใช้วัตถุดิบจากเครือข่ายได้

กลุ่มควรสนับสนุนการใช้วัตถุดิบที่สมาชิกสามารถผลิตได้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่ผลิตจากธรรมชาติ และต้องทอมือเท่านั้นเพราะเส้นด้ายขาดได้ง่าย ซึ่งหากสมาชิกทอผ้าจากวัตถุดิบเหล่านี้ จะสามารถผลิตเป็นสินค้าที่เป็นที่นิยมของตลาดผู้บริโภคที่มีศักยภาพ สินค้าจะราคาสูง

2. ด้านภัยจากผู้ผลิตรายใหม่

กลุ่มมีคณะกรรมการส่วนใหญ่ และสมาชิกบางส่วนเป็นผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน รวมตัวกับกลุ่มต่าง ๆ เดิมที่มีในหมู่บ้าน ทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งในการดำเนินงาน และสามารถติดต่อประสานกับทางหน่วยงานราชการ รับรู้ข่าวสารการรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐได้โดยง่าย และกลุ่มวิสาหกิจควรชักจูงผู้ผลิตรายใหม่มาร่วมสร้างเป็นเครือข่าย เนื่องจากทางกลุ่มมีปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจด้านเครือข่าย เพื่อให้การผลิตสินค้าในกลุ่มผ้าทอกะเหรี่ยงมีความเข้มแข็งจนกระทั่งสามารถพัฒนาการจำหน่ายไปสู่ตลาดต่างประเทศได้

ตอนที่ 6.2 การพัฒนาและการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

6.2.1 การพัฒนาเว็บไซต์ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

สรุปผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์เดิมของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ และรูปแบบระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอแบบใหม่ที่พัฒนาขึ้น

ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบเดิมของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านทิกะเปอยังไม่มีระบบสารสนเทศเข้ามาใช้งานและยังใช้การบันทึกข้อมูลลงในสมุดบันทึก การที่ลูกค้าต้องการจะทราบข้อมูลสินค้า ชื่อสินค้า จำเป็นต้องเดินทางมาที่ร้านเท่านั้นทำให้ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร ทางร้านมีการจัดเก็บข้อมูลอยู่ในรูปแบบเอกสารและไม่มีการแบ่งแยกประเภทสินค้า และลูกค้าไม่สามารถเข้าถึงสินค้าที่วางขายหน้าร้านได้ทั้งหมด

ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบใหม่ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเป่

ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบใหม่ ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเป่ จะเป็นการนำมาพัฒนาระบบเพื่อช่วยในการจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์อีกช่องทางหนึ่ง โดยใช้การวางขายสินค้าโดยผ่านเว็บไซต์ ผลของการใช้ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบใหม่ คือ

1. เผยแพร่สินค้าที่รวดเร็วและเข้าได้ทั่วถึง
2. สามารถอัพเดทสินค้าใหม่รวมไปถึงข่าวสารต่าง ๆ ได้ตลอดเวลามากกว่าระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบเดิมที่เป็นการวางจำหน่ายสินค้าหน้าร้าน
3. ลดระยะเวลาการเผยแพร่สินค้าให้กระชับขึ้นจากเดิม
4. สามารถบอกถึงรายละเอียดส่วนต่าง ๆ ของสินค้าหรือข่าวสารได้ครอบคลุม

จากการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้า ทำให้เห็นถึงศักยภาพในการจัดจำหน่ายสินค้าและคุณภาพของสินค้าที่วางจำหน่ายบนเว็บไซต์ออกมาในทางที่ดีกว่าเดิมอย่างเห็นได้ชัด

รูปแบบระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเป่แบบใหม่ที่พัฒนาขึ้น

การพัฒนาระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเป่ ผู้พัฒนาได้วิเคราะห์และออกแบบขั้นตอนการทำงานของระบบโดยขั้นตอนการทำงานจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การใช้งานในส่วนบุคคลทั่วไป การใช้งานในส่วนสมาชิก และการใช้งานในส่วนของผู้ดูแลระบบได้ ดังนี้

1. การใช้งานในส่วนบุคคลทั่วไป

1) หน้าแรกของคนทั่วไป

หน้าแรกของคนทั่วไปที่ยังไม่ได้ทำการ Login เข้าสู่ระบบ ซึ่งมีเมนูอยู่ด้วยกัน 8 เมนู คือ หน้าแรก ข้อมูลของหมู่บ้าน รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เว็บไซต์ ติดต่อเรา

หน้าแรกของลูกค้าซึ่งเป็นบุคคลทั่วไปจะเข้ามาสู่ระบบงานของเว็บไซต์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเป่ โดยหน้าเว็บไซต์นี้ได้นำเสนอช่องทางการติดต่อ ข้อมูลชุมชน รายการสินค้า สินค้าในตะกร้า วิธีการชำระเงิน วิธีการจัดส่งสินค้า เว็บไซต์ และช่องทางติดต่อวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งยังนำไปสู่กระบวนการต่อไปของเว็บไซต์อีกด้วย เช่น การสมัครเป็นสมาชิก การเข้าสู่ระบบ เป็นต้น

หน้าแรกของลูกค้าที่เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเป่ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากหน้าของคนทั่วไป และสามารถเห็นข้อมูลมากกว่าบุคคลทั่วไป ซึ่งวิสาหกิจชุมชนฯ สามารถออกแบบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ ชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องต้องการนำเสนอต่อลูกค้าที่เป็นสมาชิกได้ เป็นต้น

2) รายการสินค้า

หน้ารายการหน้าแรกของระบบที่ลูกค้าที่เป็นสมาชิกสามารถเข้ามาดูรายการสินค้าที่วิสาหกิจชุมชนฯ ได้ออกแบบหน้าเว็บไซต์และข้อมูลเอาไว้ โดยในภาพวิสาหกิจชุมชนฯ ได้นำเสนอสินค้า

ใหม่ โดยมีรายละเอียดของลายผ้าทอพื้นเมืองกะเหรี่ยง ชื่อของลายผ้าทอ ประเภทของสินค้า ราคาสินค้า และจำนวนสินค้าคงเหลือที่มีอยู่ อีกทั้งยังมีรายการให้เลือกสินค้าได้ในหน้าเว็บไซต์นี้ได้อีกด้วย

3) สินค้าในตะกร้า

สินค้าในตะกร้า กรณีไม่มีสินค้าที่ซื้อ จะทำให้ลูกค้าได้เห็นได้อย่างง่ายว่าได้มีการเลือกสินค้าไว้แล้วหรือไม่ อีกทั้งยังสามารถเลือกไปสู่กระบวนการอื่นของระบบได้

หน้าสินค้าในตะกร้า กรณีมีสินค้า จะทำให้ลูกค้าได้เห็นว่าได้มีการเลือกสินค้าไว้ในรายการสินค้าใดหรือไม่ อีกทั้งยังเห็นรายละเอียดอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น จำนวน ราคาสินค้า จำนวนราคา สินค้าทั้งหมดที่ต้องชำระเงินหากเลือกซื้อสำเร็จ เป็นต้น

4) หน้าแจ้งชำระเงิน

หน้าแจ้งชำระเงิน จะเป็นส่วนที่ทำให้ลูกค้าทราบรายละเอียดและมีความมั่นใจในการชำระเงินให้แก่วิสาหกิจชุมชนฯ โดยจะมีรายละเอียดของธนาคาร ชื่อบัญชี เลขบัญชีและรายละเอียดที่วิสาหกิจชุมชนฯ ต้องการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจให้แก่ลูกค้า

5) วิธีการจัดส่งสินค้า

หน้าวิธีการจัดส่งสินค้า จะเป็นส่วนที่ทำให้ลูกค้าเลือกวิธีการจัดส่งสินค้าตามความต้องการ และพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากปัจจุบันการจัดส่งสินค้าสามารถทำได้หลากหลายวิธีการ เพื่ออำนวยความสะดวกและความมั่นใจให้แก่ลูกค้าในยุคปัจจุบันด้วย

6) ติดต่อเรา

หน้าติดต่อเรา จะเป็นส่วนที่ทำให้ลูกค้าทราบช่องทางการติดต่อวิสาหกิจชุมชนฯ โดยจะมีรายละเอียดของเลขที่ตั้ง จุดที่ตั้งในแผนที่ออนไลน์ พร้อมเส้นทางการเดินทาง

7) ข้อมูลหมู่บ้านที่กะเป๋อ

หน้าข้อมูลชุมชนบ้านที่กะเป๋อ จะเป็นส่วนที่มีรายละเอียดของข้อมูลวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านที่กะเป๋อ หมู่ที่ 5 ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ซึ่งจะเป็นส่วนข้อมูลพื้นฐานของหมู่บ้านแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน จุดยืนการพัฒนาหมู่บ้าน ตำแหน่งการพัฒนาอาชีพ วิสัยทัศน์ของหมู่บ้าน ยิ่งกว่านั้น ยังมีข้อมูลของหมู่บ้านและวิสาหกิจชุมชนที่สำคัญ ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน กลุ่มองค์กรในชุมชน เงินกองทุนของชุมชน ศักยภาพของชุมชน ปัญหาที่สำคัญของชุมชน ผู้นำชุมชน การส่งเสริมอาชีพในชุมชน และประเพณีสำคัญของชุมชน

โดยมี Link หัวข้อต่าง ๆ ของหมู่บ้าน ดังนี้

- (1) ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน
- (2) กลุ่มองค์กรในชุมชน
- (3) เงินกองทุนของชุมชน
- (4) ศักยภาพของชุมชน
- (5) ปัญหาที่สำคัญของชุมชน
- (6) ผู้นำชุมชน

(7) การส่งเสริมอาชีพในชุมชน

(8) ประเพณีสำคัญของชุมชน

2. การใช้งานในส่วนของสมาชิก

1) หน้าแรกของสมาชิก

หน้าแรกของสมาชิก ที่เข้าสู่ระบบแล้ว ซึ่งมีเมนูหลักอยู่ด้วยกันสองเมนู คือ ข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า และ ข้อมูลส่วนตัว การสั่งซื้อสินค้ามีเมนูย่อย 4 เมนู คือ รายการใบสั่งซื้อสินค้า แจ้งชำระเงิน การยืนยันการชำระเงิน รายการยกเลิกใบสั่ง และข้อมูลส่วนตัว มีเมนูย่อย 3 เมนู คือ ข้อมูล เปลี่ยนรหัสผ่าน และออกจากระบบ

หน้าแรกของสมาชิก ซึ่งเป็นลูกค้าที่ได้สมัครเข้ามาสู่ช่องทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทึะเปือ โดยหน้าเว็บไซต์นี้ได้นำเสนอข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า ข้อมูลส่วนตัว ข่าวสารอัพเดท สินค้ามาใหม่ ที่แสดงข้อมูลของลดตาย รหัสสินค้า ราคาสินค้า สินค้าผ้าทอมือ ค้นหาสินค้า หมวดหมู่สินค้า ตรวจสอบสถานะพัสดุ เป็นต้น

2) รายการใบสั่งซื้อสินค้า

รายการใบสั่งซื้อสินค้า จะเป็นหน้าแสดงข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า รหัสสั่งซื้อ การค้นหาข้อมูลรายการใบสั่งซื้อสินค้า ประกอบด้วย รหัสสั่งซื้อ ผู้สั่งซื้อสินค้า วันที่สั่งซื้อ ราคารวมแต่ละครั้งที่สั่งซื้อ และสถานะของการสั่งซื้อแต่ละครั้งที่สั่งซื้อ เป็นต้น

3) แจ้งชำระเงิน

หน้าแจ้งชำระเงิน เป็นข้อมูลรายการแจ้งชำระเงินของผู้สั่งซื้อ ซึ่งประกอบด้วย รหัสสั่งซื้อ ผู้สั่งซื้อสินค้า วันที่สั่งซื้อ ราคารวมการสั่งซื้อแต่ละครั้ง และสถานะการสั่งซื้อตามรายการที่แสดงว่ายังไม่ชำระเงิน

4) รายการยืนยันการชำระเงิน

หน้ารายการยืนยันการชำระเงิน เป็นข้อมูลรายการยืนยันการชำระเงินของผู้สั่งซื้อ ซึ่งประกอบด้วย รหัสสั่งซื้อ ผู้สั่งซื้อสินค้า วันที่สั่งซื้อ ราคารวมการสั่งซื้อแต่ละครั้ง และสถานะการสั่งซื้อตามรายการที่แสดงว่ามีการชำระเงินแล้ว

5) รายการยกเลิกใบสั่ง

หน้ารายการยกเลิกใบสั่ง เป็นรายการยกเลิกใบสั่งของผู้สั่งซื้อ ซึ่งประกอบด้วย รหัสสั่งซื้อ ผู้สั่งซื้อสินค้า วันที่สั่งซื้อ ราคารวมการสั่งซื้อแต่ละครั้ง และสถานะการสั่งซื้อตามรายการที่แสดงว่ามีการยกเลิกแล้ว

6) ข้อมูลส่วนตัว

หน้าข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก เป็นรายการข้อมูลชื่อในการ Login ชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ เบอร์โทร และอีเมลของลูกค้า

7) เปลี่ยนรหัสผ่าน

หน้าเปลี่ยนรหัสผ่าน เป็นรายการข้อมูลการเปลี่ยนรหัสผ่านใหม่ ซึ่งประกอบด้วย รหัสผ่านเดิม รหัสผ่านใหม่ รหัสผ่านใหม่อีกครั้ง โดยมีการเลือกเปลี่ยนรหัสผ่านใหม่ และย้อนกลับได้

8) ออกจากระบบ

หน้าออกจากระบบ เป็นรายการเมื่อผู้ใช้ต้องการออกจากระบบของเว็บไซต์ของวิสาหกิจ ชุมชนฯ แล้ว

3. การใช้งานในส่วนของผู้ดูแลระบบ (Admin)

1) หน้าแรกของผู้ดูแลระบบ

หน้าแรกของผู้ดูแลระบบ ที่เข้าสู่ระบบแล้ว ซึ่งมีเมนูหลักอยู่ด้วยกัน 5 เมนู คือ รายการสั่งซื้อสินค้า จัดการสินค้า ข้อมูลระบบ รายงาน และข้อมูลส่วนตัว

2) รายการสั่งซื้อสินค้า

รายการสั่งซื้อสินค้า มีเมนูย่อยอีก 5 เมนู คือ (1) รายการใบสั่งซื้อสินค้า (2) รายการแจ้งชำระเงิน (3) รายการรออนุมัติสินค้า (4) รายการสินค้ารอจัดส่ง และ (5) รายการจัดส่งสินค้า

3) รายการจัดการสินค้า

รายการจัดการสินค้า มีเมนูย่อยอีก 4 เมนู คือ (1) ข้อมูลสินค้า (2) หน่วยนับสินค้า (3) หมวดหมู่สินค้า และ (4) ประเภทสินค้า

4) ข้อมูลระบบ

ข้อมูลระบบ มีเมนูย่อยอีก 4 เมนู คือ (1) ข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์ (2) ข้อมูลธนาคาร (3) รูปแบบการจัดส่งสินค้า และ (4) ข้อมูลสมาชิก

5) รายงาน

รายงาน มีเมนูย่อยอีก 5 เมนู (1) สั่งซื้อตามช่วงวันเดือน (2) สินค้าทั้งหมด (3) สินค้าใกล้หมด (4) สินค้าขายดี 10 อันดับ และ (5) สินค้าขายไม่ดี 10 อันดับ

6) ข้อมูลส่วนตัว

ข้อมูลส่วนตัว มีเมนูย่อยอีก 3 เมนู คือ (1) ข้อมูลผู้ดูแลระบบ (2) เปลี่ยนรหัสผ่าน และ (3) ออกจากระบบ

6.2.2 ผลการประเมินความพึงพอใจการอบรมเชิงปฏิบัติการการใช้งานเว็บไซต์ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกระเหรี่ยงบ้านทิกะเป๋อ

สรุปการประเมินความพึงพอใจ ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกระเหรี่ยงบ้านทิกะเป๋อ ภายหลังจากอบรมเชิงปฏิบัติการและได้ใช้งานเว็บไซต์ระบบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น แบ่งผลความพึงพอใจใน 2 ด้าน คือ ด้านข้อมูลของเว็บไซต์ และด้านประสิทธิภาพของเว็บไซต์

ความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ด้านข้อมูลของเว็บไซต์

ด้านข้อมูลของเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้น สมาชิกวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ มีความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยความพึงพอใจในแต่ละด้านของข้อมูลของเว็บไซต์ เรียงลำดับจากความพึงพอใจมากที่สุดไปน้อยที่สุด ดังนี้

1. ความชัดเจนและเหมาะสมของภาพสินค้าและภาพประกอบต่าง ๆ
2. ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในเว็บไซต์
3. ความเป็นปัจจุบันของข้อมูลในเว็บไซต์
4. ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลสารสนเทศในเว็บไซต์
5. ความเหมาะสมของการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์
6. ประโยชน์ที่ได้จากข้อมูลในเว็บไซต์
7. ความน่าสนใจของข้อมูลในเว็บไซต์
8. ความหลากหลายของข้อมูลสารสนเทศในเว็บไซต์

ความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ด้านประสิทธิภาพของเว็บไซต์

ด้านประสิทธิภาพของเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้น สมาชิกวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ มีความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจในแต่ละด้านของข้อมูลของเว็บไซต์ เรียงลำดับจากความพึงพอใจมากที่สุดไปน้อยที่สุด ดังนี้

1. ความมีเสถียรภาพเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา
2. ความเหมาะสมของรูปแบบเมนู
3. ความรวดเร็วในการแสดงผลของเว็บไซต์
4. ความเหมาะสมน่าสนใจของการแสดงผลในเว็บไซต์
5. ความสะดวกและไม่ซับซ้อนของเว็บไซต์
6. รูปแบบและขนาดตัวอักษรมีความสวยงามและอ่านง่าย
7. คำอธิบายการใช้เว็บไซต์ชัดเจนสามารถทำได้
8. ความง่ายในการใช้งานด้วยตนเอง

5.2 อภิปรายผล

วิสาหกิจชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ถือเป็นกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กที่อยู่ในพื้นที่ที่มีการเจริญทางเศรษฐกิจสูง เป็นธุรกิจที่เกิดจากคนในชุมชนเพื่อต้องการที่จะมีรายได้ให้เพียงพอในการดำเนินชีวิตและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น แต่ในการดำเนินธุรกิจในพื้นที่ที่มีการแข่งขันสูงอย่างในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จึงจำเป็นต้องมีศักยภาพ มีความสามารถในการแข่งขัน แต่วิสาหกิจจำเป็นต้องดำเนินธุรกิจด้วยความเข้มแข็ง หยิบเอาสิ่งที่โดดเด่นของชุมชน ของพื้นที่มาเสนอให้กับภายนอกได้รับทราบและเป็นที่ยอมรับ ดังนั้น การพัฒนาเพื่อยกระดับขีดความสามารถเพื่อให้

วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการลักษณะอื่น ๆ ได้ ในสถานการณ์ปัจจุบัน วิสาหกิจจำเป็นต้องมีการพัฒนาบนฐานอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งจะทำให้วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่มีความแตกต่าง และโดดเด่นจากผู้ประกอบการในพื้นที่อื่น ๆ

จากการศึกษาเพื่อหาอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตาก พบว่าอัตลักษณ์ชุมชนสามารถแสดงให้เห็นถึงความเป็นตัวตนของชุมชน อัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่แสดงความเชื่อมโยงกับการประกอบอาชีพ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต และองค์ความรู้ ภูมิปัญญาที่มีในท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฮอลล์ (Hall, S., 1997) ที่ได้กล่าวถึงอัตลักษณ์หรือ Identity ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อตัวขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใด เวลาหนึ่งซึ่ง วัฒนธรรมนั้นก็เป็นโครงสร้างทางสังคม (Social Construct) ที่ไม่หยุดนิ่งตายตัวและเป็นวงจรซึ่งเรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture) ซึ่งจากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า สภาพของคนในสังคมในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ใน 3 อำเภอ คือ อำเภอแม่สอด อำเภอแม่ระมาด และอำเภอพบพระ เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนา แต่ยังคงมีความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อติเรก พันเขียว (2559) ที่เห็นว่าพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ โดยพื้นที่อำเภอแม่สอดเป็นพื้นที่การผลิต มีโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมาก ส่วนอำเภอพบพระและอำเภอแม่ระมาดยังคงเป็นพื้นที่ทางการเกษตรและการท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถต่อยอดมาสู่ภาคการผลิตได้ นอกจากนี้ในพื้นที่ยังมีกลุ่มชนเผ่าอยู่หลายชาติพันธุ์ ที่ยังคงดำรงวิถีชีวิตตามอัตลักษณ์ของตน มีการประกอบอาชีพในการทำเกษตร การมีวัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ ดังในการศึกษาของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตาก (2551) ที่พบว่าพื้นที่อำเภอแม่ระมาด มีกลุ่มคนที่เป็นชาวไทยภูเขาเผ่ากะเหรี่ยง ที่มีอาชีพหลักด้านการเกษตรตามฤดูกาลและนอกฤดูกาล และมีการใช้เวลาว่างหลังจากการทำเกษตรมาทำการทอผ้าเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งผ้าทอมือเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมการแต่งกายของชนเผ่า ซึ่งผู้หญิงจะเป็นผู้ทอโดยมีการสืบทอดภูมิปัญญาต่อกันมาจากบรรพบุรุษ ดังนั้น ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงพบว่า อัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีอัตลักษณ์ชุมชนใน 3 ด้านคือ 1) ด้านการเกษตร เนื่องจากพื้นที่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม ชุมชนประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีพืชผลทางการเกษตรที่ส่งขายทั้งในและนอกพื้นที่ และมีแหล่งเกษตรกรรมที่โดดเด่นและน่าสนใจ ที่สามารถพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร 2) ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากคนในชุมชนมีการนำองค์ความรู้ ภูมิปัญญาไปใช้ในการสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่มาแปรรูปผลิตทางการเกษตร มีผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ตามวัฒนธรรมประเพณีของตน และ 3) ด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น เนื่องจากมีหลายชาติพันธุ์อาศัยอยู่ร่วมกัน ซึ่งใช้ภูมิปัญญาในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงประเพณี วัฒนธรรมของแต่ละเชื้อชาติได้ มีกิจกรรมประเพณีที่น่าสนใจของชนเผ่า เช่น วัฒนธรรมด้านการแต่งกาย เช่น ผ้าทอกะเหรี่ยง ผ้าทอยกัญชง และจากผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเพื่อจำหน่ายได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชนและทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ได้มากกว่าสินค้าทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของโดยเกษม ภูณาศรี

(2559) ที่พบว่านักท่องเที่ยวและคนในชุมชนส่วนใหญ่มีความยินดีที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนมากขึ้น หากรูปแบบของผลิตภัณฑ์แสดงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น ดังนั้น อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก จึงอยู่ใน 3 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ คือ 1) ผลิตภัณฑ์กลุ่มผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป ที่มีชนิดอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น คือ กล้วยและผลิตภัณฑ์จากกล้วย ผลไม้และผลิตภัณฑ์จากผลไม้ ดอกกุหลาบและผลิตภัณฑ์จากดอกกุหลาบ และผักสด/ผักปลอดภัย 2) กลุ่มผ้าเครื่องแต่งกาย โดยมีชนิดอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น คือ ผ้าทอมือของชนเผ่า และ 3) กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ที่มีชนิดอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น คือ ยาสมุนไพร และเครื่องสำอางสมุนไพร

การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันให้กับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก นอกจากจะต้องมีความเข้มแข็งอยู่บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน ที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนแล้ว วิสาหกิจชุมชนต้องคำนึงถึงปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยใดเป็นปัจจัยเอื้อที่จะสามารถส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพในการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขันมากขึ้น เพื่อเป็นการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

จากการศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก พบว่า ปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากที่ทำให้การดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจประสบความสำเร็จคือ ปัจจัยภายใน 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนุรน์จมาล် แวโด (2557) มินระดา โคตรศรีวงศ์ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2559) อริญญา อุดลย์เดช และพรรณนา ไวกกุล (2555) และปุนทริกา สุคนธสิงห์ (2557) ที่พบว่าปัจจัยที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จ คือ ปัจจัยในด้านบุคลากร โดยผู้นำของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องมีภาวะผู้นำ มีความรับผิดชอบ เสียสละ และสมาชิกกลุ่มต้องมีความรู้ ทักษะ ความชำนาญในการผลิต และมีความสามัคคี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของนิภาพรรณ เจนสันติกุล (2561) ในการศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนพื้นที่จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 ในบริบทประชาคมอาเซียน ที่พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีจุดแข็งด้านผลิตภัณฑ์ และการเรียนรู้ของสมาชิก ซึ่งปัจจัยเอื้อด้านผลิตภัณฑ์ ยังเป็นปัจจัยที่มีผลต่อยอดการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนอีกด้วย (ปณิตา แจ้ดนาลาว, 2561)

สำหรับปัจจัยเอื้อที่เป็นปัจจัยภายนอก จากการศึกษพบว่าวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก มีปัจจัยภายนอก 3 ปัจจัย ที่เป็นปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน คือ ปัจจัยนโยบายรัฐบาล ปัจจัยเครือข่าย และปัจจัยการคมนาคม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหน่วยงานนอกมีความพร้อมในการให้การส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน พร้อมให้วิสาหกิจประสานเพื่อขอรับการสนับสนุน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอริญญา อุดลย์เดช และพรรณนา ไวกกุล (2555) ที่ทำการศึกษาความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพาะเห็ดบ้านช่องโค้งเรือง ตำบลวังกาใหญ่ อำเภอยี่งอ จังหวัดนครราชสีมา ที่พบว่า ภาครัฐให้การสนับสนุนโดยการให้ความรู้ คำแนะนำ วัสดุอุปกรณ์ในการเพาะเห็ดเงินทุน และช่วยส่งเสริมการตลาดซึ่งเป็นไปในทางเดียวกับการศึกษาของ ปุนทริกา สุคนธสิงห์ (2557)

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ กรณีศึกษากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑจากผ้า ในเขต จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่มีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยมีการสนับสนุนด้านงบประมาณแก่กลุ่ม อาชีพ การสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านวัสดุอุปกรณ์/เครื่องจักรหรือปัจจัยการผลิตแก่กลุ่ม อาชีพ และจังหวัดมีการกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานที่ให้ความสำคัญ และสนับสนุนการดำเนินงาน ของกลุ่มอาชีพอีกด้วย สำหรับการศึกษาของนิภาพรรณ เจนสันติกุล (2561) ได้กล่าวว่าศักยภาพของ วิสาหกิจชุมชนพื้นที่จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 ในบริบทประชาคมอาเซียน ยังมีโอกาสที่ดีเนื่องจาก รัฐบาลมีนโยบายที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ดำเนินธุรกิจโดยใช้ความรู้ ความคิด นอกจากนี้ยังพบว่าวิสาหกิจที่สามารถดำเนินการได้มักมีเครือข่าย ทั้งเครือข่ายด้านองค์ความรู้ เครือข่ายส่งมอบวัตถุดิบ เครือข่ายด้านการผลิต เครือข่ายของวิสาหกิจชุมชน มีความสำคัญเนื่องจากทั้ง การให้คำปรึกษา เป็นพี่เลี้ยง ช่วยหาวัตถุดิบ ตลอดจนการฝากจำหน่ายสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา ของกษมาพร พวงประยงค์ และนพพร จันทรนาชู (2556) และรัชณี รูปหล่อ และคณะ (2556) ที่พบว่า การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ที่มีการสนับสนุนจากเครือข่ายการผลิต โดยกลุ่มมีการเชื่อมโยงกับ เครือข่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการมีปฏิสัมพันธ์ทางบวก เช่น การช่วยเหลือ เกื้อกูล ประสานร่วมมือ ย่อมเป็นปัจจัยส่งเสริมและสร้างสรรค์ความสำเร็จ ซึ่งเป็นไปทางเดียวกับการ ศึกษาของ ทักษญา สง่าโยธิน (2560) ในการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจ ชุมชน ที่พบว่าวิสาหกิจชุมชนที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น สามารถสร้างได้จากการมีปฏิสัมพันธ์ภายนอก กับสถาบันต่าง ๆ โดยการเข้ามาของสถาบันภายนอกจะเป็นการเข้ามาให้ความช่วยเหลือทั้งในส่วนเงินทุน และการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ตลอดจนฝึกทักษะให้แก่ชาวบ้าน

ในการเลือกวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก เพื่อยกระดับขีดความสามารถ ในการแข่งขันนั้น ไม่สามารถอาศัยเพียงข้อมูลทางฝั่งของผู้ผลิตหรือวิสาหกิจชุมชนได้เพียงอย่าง เดียวเท่านั้น แต่จำเป็นต้องคำนึงถึงความคิดเห็น และต้องการของผู้บริโภค และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้า มาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากด้วยเช่นเดียวกัน ว่ามีการรับรู้ในเรื่องอัตลักษณ์ชุมชน และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างไร ดังเช่นการศึกษาของ มธรรา สอนศรี (2559) ในการศึกษาแนว ทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้อัตลักษณ์ที่มีต่อชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านวิถีชีวิต ว่ามีอาชีพดั้งเดิมทำ สวนเกษตรผสมผสาน ด้านวัฒนธรรมประเพณี คือการมีอัยยาศัยไมตรีจิตต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งผลจาก การศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ชุมชนของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก พบว่า ชนิด ผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชนที่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้า เครื่องแต่งกาย โดยนักท่องเที่ยวให้ ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ซึ่งสินค้าต้องมีคุณภาพสูง มีขายในเฉพาะพื้นที่ มีความสวยงามและ น่าซื้อ โดยความต้องการของนักท่องเที่ยวด้านความเฉพาะเจาะจงนั้น ที่ต้องการมากที่สุด คือ สินค้าเป็น เอกลักษณ์ของท้องถิ่น สอดคล้องกับการศึกษาของสุภาพร วิชัยดิษฐ์ (2561) ในการศึกษาพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่พบว่านักท่องเที่ยวมี

พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า ให้ความสนใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยให้ความสนใจในเรื่องของสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากที่สุด ดังนั้น จากผลความต้องการของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงเลือกวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน โดยเลือกวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผ้า และเครื่องแต่งกาย ซึ่งมีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน และตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว คือ วิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ

นอกจากการทราบถึงปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจเพื่อนำไปใช้ยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากแล้ว ก่อนที่จะดำเนินการพัฒนาเพื่อยกระดับได้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องทราบถึงศักยภาพของตนเอง ทั้งศักยภาพการดำเนินงานและศักยภาพการแข่งขัน แล้วจึงนำศักยภาพที่วิสาหกิจชุมชนมี เทียบหาช่องว่างความต่างของศักยภาพของตัววิสาหกิจชุมชนเองกับศักยภาพของวิสาหกิจที่ประสบความสำเร็จ แล้วนำปัจจัยเอื้อที่มีมาใช้ในการกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน เพื่อลดช่องว่างความต่างในการดำเนินงาน ทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

จากผลการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ พบว่า ส่วนที่ต้องเร่งดำเนินการปรับปรุงมากที่สุด คือการบริหารตลาด รองลงมาคือการจัดความรู้และข้อมูล การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ด้านการบริหาร การจัดการสินค้าหรือบริการ การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน และด้านผู้นำ ส่วนศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ ที่ต้องเร่งปรับปรุงเพื่อไม่ให้เสียเปรียบคู่แข่ง คือ การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม และด้านที่สามารถจะพัฒนาเพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่งมากที่สุด คือ ด้านอำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ ดังนั้น ในการยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ จึงมีแนวทางทางการพัฒนา 2 ด้าน คือ แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทิกะเปอ เน้นในเรื่องการพัฒนากิจการบริหารตลาด โดยต้องมีการกำหนดกลุ่มลูกค้า ศึกษาความต้องการของลูกค้า และการจำหน่ายในแต่ละช่องทางการจำหน่าย ซึ่งทราบโดยการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าและข้อมูลการซื้อของลูกค้า บันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจนพร้อมกับแจ้งให้สมาชิกในกลุ่มทราบ กำหนดแหล่งจำหน่าย และออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับตลาด วางแผนการผลิตให้เหมาะสมกับประสิทธิภาพการจำหน่ายของแหล่งนั้น ๆ และที่สำคัญในการตลาดปัจจุบัน ต้องมีการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อกระจายการส่งซื้อสินค้าออนไลน์ โดยการสร้างเว็บไซต์ของกลุ่มที่เป็นทางการ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ให้ความสะดวก รวดเร็ว และสามารถติดต่อได้ง่าย ซึ่งควรที่จะมีผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้หรือมาดูแลในระยะแรก และเมื่อกลุ่มมีผู้ดูแลที่มีความชำนาญแล้ว วิสาหกิจชุมชนจะสามารถขายสินค้าผ่านช่องทางนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นไปกับแนวทางที่ นิภาพรณ เจนสันติกุล (2561) และกนกพร ภาศิฉาย และอโณทัย ทิพนตร (2559) ที่ได้นำเสนอให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและเพิ่มช่องทางการตลาด ควรส่งเสริมธุรกิจพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เพื่อยกระดับความสามารถ ตลอดจน ส่งเสริมนวัตกรรมต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาช่องทางการค้าใหม่ๆ เช่น E-marketplace ที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และพัฒนาความสามารถในการรองรับคำสั่งซื้อที่มีปริมาณมากได้ในอนาคต

สำหรับแนวทางพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทึเกเปอ ที่ต้องเร่งปรับปรุงคือการลดความเสียเปรียบด้านการแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม โดยทางกลุ่มสามารถประสานกับทางหน่วยงานราชการเพื่อรับการสนับสนุน ซึ่งเป็นการใช้ปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม เนื่องจากมีนโยบายภาครัฐเกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนมาก เนื่องจากวิสาหกิจพัฒนาและจัดตั้งขึ้นมาได้โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหลากหลายหน่วยงาน เช่น ศูนย์พัฒนาอาชีพสตรี สำนักงานส่งเสริมการเกษตร สำนักงานพัฒนาชุมชน เป็นต้น ทั้งการสนับสนุนด้านเงินทุน อุปกรณ์องค์ความรู้ เป็นต้น ดังเช่นผลการศึกษาของ ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ (2559) ที่เสนอการพยายามหาช่องทางการค้าใหม่ๆ เพื่อพยายามเข้าสู่ช่องว่างของตลาด ในภาวะที่ต้นทุนการดำเนินธุรกิจไม่สูงมาก เป็นไปตามทฤษฎี Five forces model ของ Porter (2008) ที่ระบุว่า องค์การที่รักษาศักยภาพในการแข่งขันได้ (competitive advantage) จะต้องมีการประเมินสถานการณ์ความรุนแรงทางการแข่งขันของธุรกิจจากปัจจัย 5 ด้าน ได้แก่ การวิเคราะห์คู่แข่งรายเดิม การวิเคราะห์คู่แข่งรายใหม่ สินค้าทดแทน อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และอำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ และวิสาหกิจชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านทึเกเปอ ควรมีการพัฒนาสำหรับสินค้าที่ไปจำหน่าย โดยมีการพัฒนาลวดลายของผ้าทอ และผลิตภัณฑ์รูปแบบอื่นให้เป็นทางเลือกให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น เนื่องจากกลุ่มมีปัจจัยเอื้อด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีการควบคุมการผลิตมีการตรวจสอบให้มีคุณภาพและมาตรฐาน มีการควบคุมวัตถุดิบโดยการซื้อวัตถุดิบรวมกัน แล้วนำมาแบ่งให้สมาชิกแต่ละคนไปผลิต ซึ่งหากไม่ได้คุณภาพจะไม่นำมาจำหน่าย นอกจากนี้ทางกลุ่มมีกำลังการผลิตมาก ทำให้สามารถผลิตสินค้าได้จำนวนมาก จนเป็นที่น่าเชื่อถือ สอดคล้องกับการศึกษาของ นิภาพรณ เจนสันติกุล (2561) และวรรณพงศ์ ช่วยรักษา (2560) ที่เสนอว่าควรมีการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย เปลี่ยนแปลงมุมมองการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงความต้องการของท้องถิ่น และยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ สู่ระดับนานาชาติด้วยการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า

5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้

1) ควรมีการรวมกลุ่มแต่ละผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนอย่างเด่นชัดต่อผู้บริโภค ให้สามารถเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค มีศักยภาพการผลิตตอบสนองการสั่งซื้อได้ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ข้อมูลข่าวสาร ประสบการณ์ แล้วพัฒนาไปสู่การวางแผนร่วมกัน ดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน จะทำให้กิจกรรมนั้นมี ประสิทธิภาพมากขึ้น สร้างระเบียบข้อปฏิบัติของกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อให้สมาชิกปฏิบัติแนวทางเดียวกัน

2) การบริหารการตลาด กลุ่มวิสาหกิจต้องมีการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ให้สามารถสร้าง และใช้ช่องทางการสื่อสารทางการตลาดให้ได้หลายทาง รวมทั้งแสวงหาข้อมูลทางการตลาด ข้อมูลผู้บริโภคมาใช้ในการวางแผนพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นกับกระบวนการผลิตและสร้างความมั่งคั่ง ให้กับวิสาหกิจของตนเองอย่างต่อเนื่อง

3) การพัฒนาการผลิตสินค้าของวิสาหกิจชุมชน ที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ควรได้รับการจัดระบบความรู้ด้านภูมิปัญญา โดยประสานงานสถาบันการศึกษาและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จัดทำทะเบียนภูมิปัญญาและจัดระบบสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพ สืบสานงานอาชีพในรูปแบบของการฝึกอบรมอาชีพระยะสั้น ต่อยอดภูมิปัญญาให้เกิดความเข้มแข็งในระยะยาว

4) ภาครัฐควรบูรณาการการดำเนินงานในการสนับสนุนกิจกรรม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และควรมีการช่วยเหลือสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง การให้ความช่วยเหลือด้านการจัดหาสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีการผลิต และมีการดำเนินกิจกรรมที่ต่อเนื่อง

5) ควรมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนของหน่วยงานภาครัฐในระดับจังหวัดและท้องถิ่น ในการมุ่งเน้นพัฒนามูลค่าของสินค้าในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากด้วยการสร้างคุณค่า ความมีอัตลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์จากการกำหนดกลยุทธ์การสร้างแตกต่างให้มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น

6) ภาครัฐควรแสวงหาแนวทางร่วมกันกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนระดับภูมิภาค หรือระดับจังหวัดเพื่อกำหนดนโยบายให้ครบวงจรการพัฒนาที่ชัดเจน ต่อเนื่อง และครบวงจร จัดทำเครือข่ายการพึ่งตนเองของกลุ่มผู้ผลิต ลดขั้นตอนที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน รวมถึงจัดระบบและการกำกับ ติดตามประเมินผลให้กระชับและลดความซ้ำซ้อน

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ให้ได้คำตอบในเชิงผลลัพธ์ ด้วยการพัฒนาด้านแบบวิสาหกิจชุมชน ที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน ที่ส่งผลให้เกิดความมั่งคั่งและยั่งยืนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

2) ควรมีการศึกษา วิเคราะห์และเปรียบเทียบ ข้อมูลศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคอื่น ที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และอัตลักษณ์ชุมชนที่คล้ายคลึงกับในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก เพื่อนำ ไปสู่การพัฒนาเชิงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและมีความแตกต่าง สอดคล้องกับบริบทพื้นที่และความต้องการ ของตลาด

3) ควรศึกษาการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ที่มีอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน เพื่อตอบโจทยความเข้มแข็ง มั่งคั่ง และยั่งยืนในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ที่จะเป็นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับมหภาคของประเทศ

บรรณานุกรม

- กนกพร ภาศิฉาย และอโณทัย ทิพนตร. (2559). แนวทางการพัฒนากลุ่มหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน กรณีศึกษาศาสตร์ตำบลบ้านเลนบ้านจิวัดอินไทย. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ครั้งที่ 1. <http://www.rdi.rmutsb.ac.th/2011/digipro/002/proceedings/4-สาขาสังคมศาสตร์%20มนุษยศาสตร์และวิจัยสถาบัน/6.กนกพร%20586-596.pdf>.
- กรณีศึกษาจังหวัดราชบุรี. รายงานการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ.
- กรมพัฒนาชุมชน. (2558). คู่มือดำเนินงาน ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่ ประจำปี 2558. สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. กรมการพัฒนาชุมชน. กระทรวงมหาดไทย
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2548). คู่มือการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนและแบบประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน. สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2548). พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548. สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2555). คู่มือการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน (ปรับปรุงปี 2555). โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กษมาพร พวงประยงค์ และนพพร จันทรนาชู. (2556). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย, 5 (1), 108-120.
- กองวิสาหกิจชุมชน. (2560). รายงานจำนวนและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว จำแนกตามพื้นที่จังหวัดตาก. เข้าถึงเมื่อ 18 มีนาคม 2560. Available: http://smce.doae.go.th/smce1/report/report_smce_member.php.
- กัณฑ์กษิษฐ์ พงศ์กระพันธ์. (2552). ปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. สุราษฎร์ธานี.
- เกษม กุณาศรี ชนิตา พันธุ์มณี และสมบัติ สิงฆราช. (2559). การค้นหาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- คณะอนุกรรมการสร้างเสริมความเข้าใจวิสาหกิจชุมชน. (2559). ประกาศคณะอนุกรรมการสร้างเสริมความเข้าใจวิสาหกิจชุมชน เรื่องผลการประกวดวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับประเทศ ประจำปี 2559. กรมส่งเสริมการเกษตร ฝ่ายส่งเสริมและฝึกอบรม.
- คณิดา ไกรสันติ และวิมลรัตน์ คำศรี. (2558). ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขาวิดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

- เฉลิมพล จตุพร, ศุภพร ไทยภักดี, ปราโมทย์ สฤณรัตน์ และสาวิตรี รังสิภัทร์. (2550). แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของเกษตรกรและชุมชน: กรณีศึกษาแนวพระราชดำริ “ทฤษฎีใหม่” และวิสาหกิจชุมชน อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสระบุรี. วิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สังคม), 28(2), 265-275.
- ชลธิกาญจน์ ไชยเมืองดี. (2558). วิสาหกิจชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่น จังหวัดเชียงใหม่ ปีที่ 3. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- เชิญ ไกรนรา. (2555). การศึกษาการพัฒนาและการบริหารจัดการเขตเศรษฐกิจพิเศษในต่างประเทศ (A Study on Development and Management Practices of Special Border Economic Zones in Foreign Countries). กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคกลาง.
- ณรงค์ เพชรประเสริฐ. (2542). ธุรกิจชุมชน : เส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ทรงคุณ จันทกร พิสิษฐ์ บุญไชย และไพรัช ติตย์ผาด. (2552). คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ทักษญา สง่าโยธิน. (2560). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน. วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์, 12(2), 11-25.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์. (2556). แนวทางการพัฒนาการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นงนุช อิ่มเรือง และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2554). แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม, วารสารการบริหารท้องถิ่น. 4(2), 1-15.
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2552). ผลดีของการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในกระบวนการเรียนรู้และการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน.
- นันทรัตน์ นามบุรี. (2555). การพัฒนาระบบบัญชีสำหรับวิสาหกิจชุมชนในเขตสามจังหวัดชายแดนใต้. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, 5(1), 14-25.
- นิภาพรณ เจนสันติกุล. (2561). ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนพื้นที่จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 ในบริบทประชาคมอาเซียน. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 37(4), 78-87.
- นุรน์จมาล် แวโด. (2557). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- เบญจวรรณ สุพันธ์ทอง. (2555). การใช้อัตลักษณ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรธานี. สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

- ปณิตา แจ้ดนาลาว. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อยอดการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน ในอำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 4(1), 80-90.
- ปัทมาวดี ชูชุกิ. (2552). *Microfinance และการเงินชุมชน เศรษฐศาสตร์วัฒนธรรม* สัมมนา ลำดับที่ 4. กรุงเทพฯ: โอเพ่นบุ๊กส์.
- ปทุมทริกา สุคนธสิงห์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ : กรณีศึกษา กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากผ้าในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- ไพศาล มุ่งสมัคร ถนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย สรชัย พิศาลบุตร ศิวะศิษฐ์ ชำของ. (2556). รูปแบบการจัดการที่ประสบผลสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์. *วารสารสมาคมนักวิจัย*. 18 (3), 115-123.
- มธุรา สวนศรี. (2559). แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*, 17(31), 41-55.
https://www.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/58372/48174
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2556). การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอดำรงวิทยะ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมุมมองนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น. *Veridian E-Journal, SU*. 6(1), 548-560.
- มานิตย์ มานุษยานนท์. (2552). *การพัฒนาระบบบัญชีและการเงินของกลุ่มผลิต ตำบลท่าศาลา อำเภอเมืองเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ บัณฑิตมหาวิทยาลัยมหาวิทยาลั เชียงใหม่.
- มินระดา โคตรศรีวงศ์ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2559). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะบ้า อำเภอทุ่งเขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด. *Veridian E-Journal, Silpakorn University, ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 9(3), 1632-1645. <https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/84744/67491>.
- รังสรรค์ ปิติปัญญา. (2542). ศักยภาพของชุมชนในการทำธุรกิจชุมชนอุตสาหกรรม. *Applied Economics Journal*, 5(2), 99-113.
- รัชนิ รูปหล่อ, ฤทธิ พรหมทัต และวัลภา ว่องวิวิธกุล. (2556). แนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและเจริญเติบโตของวิสาหกิจชุมชน. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร ฉบับพิเศษ การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 5*, 158-171.
- วรรณพงศ์ ช่วยรักษา. (2560). *แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษา กลุ่มสตรีทอผ้าฝ้าย ย้อมคราม บ้านถ้ำเต่า จังหวัดสกลนคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรลักษณ์ ศรีกันทา. (2555). *การสื่อสารอัตลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไทย*. ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยเนชั่น.

- วิทยา จันทะวงศ์ศรี. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม*. รายงานการศึกษาระดับปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2559). ศักยภาพในการแข่งขันและความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 21(1), 9-33. http://www.ar.or.th/ImageData/Magazine/10041/DL_EN_10233.pdf?t=636844495144958703
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2542). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกรและคณะ. (2547). รูปแบบของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. ภายใต้ชุดโครงการการจัดการของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคใต้. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สัจจา บรรจงศิริ บุญญฤทธิ์ มุ่งจงกลาง และปาสีรัตน์ การตี. (2554). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*. 1 (ม.ค.- ธ.ค.). http://e-jodil.stou.ac.th/filejodil/1_15_166.pdf
- สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก. (2554). รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชน จังหวัดพิษณุโลก. พิษณุโลก: กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดแพร่ (2554). รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชน จังหวัดแพร่.แพร่: กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานเกษตรจังหวัดแพร่.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2557). *เอกสารร่างงานรัฐสภา รวมคำแถลงนโยบายของรัฐบาลตั้งแต่คณะแรกถึงคณะปัจจุบัน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2548). *พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (อัดสำเนา).
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตาก.(2551). *การศึกษากระบวนการผลิตและลายของผ้าทอกะเหรี่ยง จังหวัดตาก กรณีศึกษา : บ้านป่าไร่เหนือ หมู่ที่ 3 ตำบลพระธาตุ อำเภอมะเข่มาด จังหวัดตาก*. รายงานการวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม.
- สุกัญญา อธิปอนันต์ และคณะ. (2550). *กลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง*. รายงานการวิจัย กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร.
- สุภาพร วิชัยดิษฐ์. (2561). ศึกษาพฤติกรรมทางเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 10(1), 66-179. <https://www.tci-thaijo.org/index.php/journaldta/article/view/136550/101812>
- เสรี พงศ์พิศ . (2544). *วิสาหกิจชุมชน : แผนแม่บท แนวคิด แนวทาง ตัวอย่างร่างพระราชบัญญัติ*. กรุงเทพฯ : เจริญวิทย์การพิมพ์.
- เสรี พงศ์พิศ. (2545). *วิสาหกิจชุมชนไม่ใช่ธุรกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: เอดิชั่นเพรสโปรดักส์.
- เสรี พงศ์พิศ. (2548). *ฐานคิด จากแผนแม่บทสู่วิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์การพิมพ์.

- เสรี พงศ์พิศ. (2552). *คู่มือทำวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: พลังปัญญา.
- อดิเรก พันเขียว ดารุณี แซ่ลี้ ธัญกมลนิษฐา จินห์นภานา รุ่งทิวา จันทราม และอุมาพร เมทา. (2559). แนวทางการพัฒนาการประกอบการตลาดริมเมย เทศบาลตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก. *วารสารการบริหารท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. 9 (2), 58-73.
- อดิเรก พันเขียว. (2559). ข้อเสนอเพื่อการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ในพื้นที่จังหวัดตาก. *วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง*, 5(1), 189-125.
- อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อริยชยา อดุลย์เดช และพรรณนา ไชยกุล. (2555). *ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพาะเห็ดบ้านช่องไคร้รุ่งเรือง ตำบลวังใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา*. การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 9.
http://researchconference.kps.ku.ac.th/article_9/pdf/p_human11.pdf
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications & Open University.
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2008). *Theories of human communication*. 9th ed. Thomson and Wadsworth.
- Promsaka Na Sakolnakorn, T. (2010). The Analysis of Problem and Threat of Small and Medium Sized Enterprises in Northeast Thailand. *International Business & Economic Research Journal*, 9(9), 123-131.
- Richard, J. (2008). *Social identity*. 3rd ed. New York: Routledge.
- Woodward, K. (2000). *Questioning identity: gender class nation*. London&New York: Routledge.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก หนังสือขอเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์

ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ให้ข้อมูล

ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่

ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ภาคผนวก จ แบบสัมภาษณ์ประชาชนชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน

ภาคผนวก ฉ แบบสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

ภาคผนวก ช แบบสัมภาษณ์ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของ
วิสาหกิจชุมชนจากเจ้าหน้าที่

ภาคผนวก ซ แบบสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีศักยภาพ เรื่อง
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชน ในเขต
พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ภาคผนวก ฌ แบบสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีศักยภาพ เรื่อง
ศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ภาคผนวก ญ แบบสอบถามวิสาหกิจชุมชนกลุ่มต้องการพัฒนา เรื่องปัจจัยที่
เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ

ภาคผนวก ณ แบบสอบถามวิสาหกิจชุมชน เรื่องศักยภาพการแข่งขันของ
ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ภาคผนวก น แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย

ภาคผนวก ด แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ภาคผนวก ท ภาพการเก็บรวบรวมข้อมูล

ภาคผนวก ฒ ภาพการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

ภาคผนวก ก
หนังสือขอเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์

หนังสือขอเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์



ที่ ศธ ๐๕๓๖/๖ ๐๕๑๐

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด
อ.แม่สอด จ.ตาก ๖๓๑๑๐

๕ มกราคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์

เรียน

ด้วย อาจารย์ ดร.อดิเรก ฟั่นเขียว อาจารย์ณัฐภาณี บัวดี และนางสาวพุทธรักษ์ เป็งมอย สังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด กำลังดำเนินการวิจัยเรื่องการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันบนฐานอัตลักษณ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก และกำลังอยู่ระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการนี้ มหาวิทยาลัยฯ เห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ให้คณะนักวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้ดังกล่าวจะนำไปใช้วิเคราะห์ภาพรวมและจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อท่านแต่อย่างใด และเป็นไปเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา มหาวิทยาลัยฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา รักการ)
รองอธิการบดี ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

สำนักงานผู้อำนวยการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

โทร ๐๕๕ - ๘๐๑๖๖๑

โทรสาร ๐๕๕ - ๘๐๑๖๖๓

ผู้ประสานงาน ดร.อดิเรก ฟั่นเขียว โทร ๐๘๙-๗๕๕๕-๔๖๖

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

ระยะที่ 1 ธันวาคม 2560 – มกราคม 2561

สำนักงานเกษตรจังหวัดตาก อำเภอเมือง จังหวัดตาก วันที่ 23 มกราคม 2561

ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

- 1.นายบุญยืน สีทิบาล เกษตรจังหวัดตาก
- 2.นางพรกมล ศรีจิริยา นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ
- 3.นายชัยภัทร์ แก้วแจ่ม นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

สำนักงานเกษตรอำเภอแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก วันที่ 8 มกราคม 2561

ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

- 1.นายสุวรรณ ตาคำ เกษตรอำเภอแม่สอด
- 2.นางสาวโลมฤทัย วงษ์น้อย นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

สำนักงานเกษตรอำเภอแม่ระมาด อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก วันที่ 12 มกราคม 2561

ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

- 1.นายสุวัฒน์ สุรินตะ เกษตรอำเภอแม่ระมาด
- 2.นางสาวลัดดาวัลย์ ก้อนทอง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ

สำนักงานเกษตรอำเภอพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก วันที่ 15 มกราคม 2561

ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

- 1.นางอรพินธุ์ แสงมณี เกษตรอำเภอพบพระ
- 2.นางสาวเพ็ญพรรณ โรจนประภายนต์ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ

วิสาหกิจชุมชน

1.อำเภอแม่สอด

วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร นางสาวชนิษฐา เปี้ยสา

วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรประณีต นางจันทร์แรม คำอ่อน

วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรมะทองคำ 2558 นางสาวประกาย ชาญณรงค์

2.อำเภอแม่ระมาด

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพสันแก้วกอม นางสาวประภัสสร หล้าเขียว

วิสาหกิจชุมชนตำบลชะเนงี๋ นางกานดา แหลมคม

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรพื้นบ้าน หมู่ 6 ตำบลแม่ระมาด นางภาวนา เหล็กเพชร

3.อำเภอพบพระ

วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานบ้านเสรีราษฎร์ นางธัญญะรัตน์ เมียงคลองคลาม

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีบ้านเสรีราษฎร์ นางสมลักษณ์ บุญเนียม

ปราชญ์ชาวบ้าน

1.อำเภอแม่สวด

นางสายพิน เรืองใจดี

นางสมใจ ยะสุกิม

นางรัฐจวน ต๊ะสุ

2.อำเภอแม่ระมาด

นายสมบูรณ์ ก่ำทา

นายสีมา หล้าเขียว

3.อำเภอพบพระ

นางสมลักษณ์ บุญเนียม

ระยะที่ 2 กุมภาพันธ์ – พฤษภาคม 2561

สำนักงานเกษตรอำเภอแม่สวด อำเภอแม่สวด จังหวัดตาก วันที่ 23 พฤษภาคม 2561

ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

1.นายสุวรรณ ตาคำ เกษตรอำเภอแม่สวด

2.นางสาวอรนุช ใจแวง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

3.นางสาวโลมฤทัย วงษ์น้อย นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

สำนักงานเกษตรอำเภอแม่ระมาด อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก วันที่ 25 พฤษภาคม 2561

ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

1.นายสุวัฒน์ สุรินดี เกษตรอำเภอแม่ระมาด

2.นางสาวลัดดาวัลย์ ก้อนทอง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ

สำนักงานเกษตรอำเภอพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก วันที่ 24 พฤษภาคม 2561

ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

1.นางอรพินธุ์ แสงมณี เกษตรอำเภอพบพระ

2.นางสาวเพ็ญพรรณ โรจนประภายนต์ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ

วิสาหกิจชุมชน

1.อำเภอแม่สวด

วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร นางสาวชนิษฐา เปี้ยสา

วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรประณีต นางจันทร์แรม คำอ่อน

วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรมะทองคำ 2558 นางสาวประกาย ชาญณรงค์

2.อำเภอแม่ระมาด

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพสันแก้วกอม นางสาวประภัสสร หล้าเขียว

วิสาหกิจชุมชนตำบลชะเนง้อ นางกานดา แหลมคม

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรพื้นบ้าน หมู่ 6 ตำบลแม่ระมาด นางภาวนา เหล็กเพชร

3.อำเภอพบพระ

วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานบ้านเสรีราษฎร์ นางธัญญะรัตน์ เมืองคลองกลาม

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีบ้านเสรีราษฎร์ นางสาวสมลักษณ์ บุญเนียม

ระยะที่ 3 มิถุนายน – พฤศจิกายน 2561

สำนักงานเกษตรอำเภอแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก วันที่ 8 มกราคม 2561

ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

- 1.นายสุวรรณ ตาคำ เกษตรอำเภอแม่สอด
- 2.นางสาวอรนุช ใจแวง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ
- 3.นางสาวโลมฤทัย วงษ์น้อย นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

สำนักงานเกษตรอำเภอแม่ระมาด อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก วันที่ 12 มกราคม 2561

ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

- 1.นายสุวัฒน์ สุรินตะ เกษตรอำเภอแม่ระมาด
- 2.นางสาวลัดดาวัลย์ ก้อนทอง นักวิชาการส่งเสริมเกษตรปฏิบัติการ

สำนักงานเกษตรอำเภอพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก วันที่ 15 มกราคม 2561

ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

- 1.นางอรพินธุ์ แสงมณี เกษตรอำเภอพบพระ
- 2.นางสาวเพ็ญพรรณ ไรจนประภายนต์ นักวิชาการส่งเสริมเกษตรปฏิบัติการ

วิสาหกิจชุมชน

1.อำเภอแม่สอด

วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร นางสาวชนิษฐา เปี้ยสา

วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรประณีต นางจันทร์แรม คำอ่อน

วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรแม่ทองคำ 2558 นางสาวประกาย ชาญณรงค์

2.อำเภอแม่ระมาด

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพสันแก้วกอม นางสาวประภัสสร หล้าเขียว

วิสาหกิจชุมชนตำบลชะเนง้อ นางกานดา แหลมคม

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรพื้นบ้าน หมู่ 6 ตำบลแม่ระมาด นางภาวนา เหล็กเพชร

3.อำเภอพบพระ

วิสาหกิจชุมชนเกษตรผสมผสานบ้านเสรีราษฎร์ นางธัญญะรัตน์ เมืองคลองกลาม

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีบ้านเสรีราษฎร์ นางสาวสมลักษณ์ บุญเนียม

ภาคผนวก ค
แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่

แบบสัมภาษณ์

สำหรับเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบวิสาหกิจชุมชน

ตามโครงการวิจัยเรื่อง “การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก”

ท่านคิดว่าในพื้นที่ที่ท่านรับผิดชอบ

1. มีอัตลักษณ์ชุมชนที่สามารถนำมาพัฒนาสินค้าหรือบริการหรือไม่ เช่น อัตลักษณ์ชุมชนใด
2. มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนนั้น หรือไม่ อย่างไร
3. ทางหน่วยงานมีนโยบายหรือโครงการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นหรือไม่ อย่างไร
4. ท่านต้องการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน หรือผลิตภัณฑ์ในแนวทางใด หรือไม่ อย่างไร

แบบเก็บข้อมูล

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่

พิมพ์ส่งประมาณ 4 หน้ากระดาษ

1. ชื่อและตำแหน่งเจ้าหน้าที่
2. อัตลักษณ์ชุมชนที่โดดเด่น (ประมาณ 10 บรรทัด)
3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่โดดเด่น
4. ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นตามอัตลักษณ์ชุมชน (สีก5-6 กลุ่มเป็นยังงี้บ้าง) (ประมาณ 10-20 บรรทัด)
5. อัตลักษณ์ชุมชนที่นำมาใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ (วิถีชีวิต/สถาปัตยกรรม/ประเพณีและวัฒนธรรม/ภาษา/เครื่องแต่งกาย เอาที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเท่านั้น 10-20 บรรทัด)
6. หน่วยงานท่านได้มีนโยบายหรือโครงการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน (อะไรบ้าง จากใคร) (ประมาณ 10 บรรทัด)
7. แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในอนาคต (ประมาณ 10 บรรทัด)

.....

ภาคผนวก ง
แบบสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

แบบสัมภาษณ์

สำหรับวิสาหกิจชุมชน

ตามโครงการวิจัยเรื่อง “การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก”

ท่านคิดว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่าน

1. มีอัตลักษณ์ชุมชนที่สามารถนำมาพัฒนาสินค้าหรือบริการหรือไม่ เช่น อัตลักษณ์ชุมชนใด
2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านผลิตผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนนั้นหรือไม่ อย่างไร
3. ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐหรือภาคเอกชนมากน้อยเพียงใด ด้านใดบ้าง
4. ท่านต้องการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือผลิตภัณฑ์ของท่านในแนวทางใด หรือไม่ อย่างไร

แบบเก็บข้อมูล

จากการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชน

พิมพ์ส่งประมาณ 4 หน้ากระดาษ

1. ชื่อกลุ่ม
2. ที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชน/เบอร์โทรศัพท์
3. หัวหน้าหรือผู้ประสานงานของกลุ่ม
4. ประวัติความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชน (ประมาณ 10 บรรทัด)
5. ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ (มีผลิตภัณฑ์อะไรบ้างสำคัญๆ เป็นยังไง) (ประมาณ 10-20 บรรทัด)
6. อัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนที่นำมาใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ (วิถีชีวิต/สถาปัตยกรรม/ประเพณีและวัฒนธรรม/ภาษา/เครื่องแต่งกาย เอาที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเท่านั้น 10-20 บรรทัด)
7. การได้รับสนับสนุนการภาครัฐหรือหน่วยงานอื่นๆ (ได้อะไรบ้าง จากใคร) (ประมาณ 10 บรรทัด)
8. ความต้องการจะพัฒนาในอนาคต (เรื่องอะไร เช่น การหาวัตถุดิบ การผลิต บัญชี การตลาด) (ประมาณ 10 บรรทัด)

.....

ภาคผนวก จ

แบบสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน

แบบสัมภาษณ์

สำหรับปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน

ตามโครงการวิจัยเรื่อง “การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน

ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก”

ท่านคิดว่าพื้นที่ชุมชนของท่าน

1. มีอัตลักษณ์ชุมชนที่สามารถนำมาพัฒนาสินค้าหรือบริการหรือไม่ เช่น อัตลักษณ์ชุมชนใด

2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในชุมชนของท่านผลิตผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนนั้น หรือไม่ อย่างไร

3. ได้รับการสนับสนุนด้านวิสาหกิจชุมชนจากภาครัฐหรือภาคเอกชนมากน้อยเพียงใด ด้านใดบ้าง

4. ท่านต้องการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือผลิตภัณฑ์ในชุมชนของท่านในแนวทางใดหรือไม่ อย่างไร

แบบเก็บข้อมูล

จากการสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน

พิมพ์ส่งประมาณ 4 หน้ากระดาษ

1. ชื่อปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ทรงภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน
2. ที่ตั้ง/บ้านที่อาศัย/เบอร์โทรศัพท์
3. ประวัติความเป็นมาของชุมชน (ประมาณ 10-20 บรรทัด)
4. สภาพสังคม/วิถีชีวิตของคนในชุมชน (ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ชุมชน) (ประมาณ 10 บรรทัด)
5. สถาปัตยกรรม/ประเพณี/วัฒนธรรม/ภาษา/เครื่องแต่งกายโดดเด่นของชุมชน (เอาที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเท่านั้น 10 บรรทัด)
6. อัตลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของชุมชนที่สามารถนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ (ประมาณ 10-20 บรรทัด)
7. สินค้าชุมชนที่ได้รับการได้รับการสนับสนุนการภาครัฐหรือหน่วยงานอื่นๆ (ได้อะไรบ้าง จากใคร) (ประมาณ 10 บรรทัด)
8. แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชน/สินค้าชุมชนในอนาคต (ประมาณ 10 บรรทัด)

ภาคผนวก ฉ
แบบสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

**แบบสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่มีอัตลักษณ์ได้รับการยอมรับหรือประสบ
ความสำเร็จในระดับประเทศ**

แนวคำถามการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับประเทศ
โครงการวิจัยเรื่อง “การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันบนฐานอัตลักษณ์ชุมชนของ
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก”

เริ่มสัมภาษณ์เวลา.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

1.1 ชื่อวิสาหกิจชุมชน

.....

1.2 ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์

.....

1.3 ตำแหน่งในวิสาหกิจชุมชน

.....

1.4 ประวัติความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชน

.....
.....
.....
.....

1.5 อัตลักษณ์และผลิตภัณฑ์โดดเด่น (ระบุเหตุผลทำไมจึงเป็นอัตลักษณ์ และทำไมผลิตภัณฑ์จึงโดดเด่น)

.....
.....
.....

ตอนที่ 2 การบริหาร/การดำเนินงาน และศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2.1 ด้านทิศทางของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

.....
.....
.....

2.2 ด้านวิสัยทัศน์ ศักยภาพ ความเป็นผู้นำของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

.....
.....
.....
.....

2.3 ด้านสมาชิก การบริหารสมาชิก และการมีส่วนร่วมในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

.....

.....

.....

.....

.....

2.4 ด้านการบริหารจัดการ การวางแผนดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.5 ด้านการผลิต และกระบวนการจัดการสินค้าและบริการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.6 ด้านต้นทุน และการบริการการเงินในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

.....

.....

.....

.....

.....

2.7 ด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

.....

.....

.....

.....

.....

2.8 ด้านการจัดการความรู้ และข้อมูลข่าวสารในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

.....

.....

.....

.....

2.9 ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก (เชิงบวกและเชิงลบ)

.....

.....

.....

.....

2.10 ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

3.1 ศักยภาพการแข่งขัน (5 Force Competition Model) 5 ประเด็นได้แก่

1) อำนาจต่อรองกับลูกค้า

.....

.....

.....

2) อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ

.....

.....

.....

3) ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่

.....

.....

.....

4) ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน

.....

.....

.....

5) การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม

.....

.....

.....

3.2 แนวทางยกระดับขีดความสามารถ 5 ประการ ได้แก่

1) ผลิตภัณฑ์ (Product)

.....

.....

.....

2) ราคาสินค้า (Price)

.....

.....

.....

3) ที่ตั้ง/ช่องทางการจำหน่าย (Place)

.....

.....

.....

4) การส่งเสริมการขาย (Promotion)

.....

.....

.....

5) ความเฉพาะเจาะจง/การยกระดับอัตลักษณ์ (Product Unique)

.....

.....

.....

3.3 การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ/ภาคเอกชน/ภาควิชาการ/อื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

สิ้นสุดสัมภาษณ์เวลา.....

ผู้บันทึกการสัมภาษณ์.....

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์ปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจ
ของวิสาหกิจชุมชนจากเจ้าหน้าที่

แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่

เรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล
2. ตำแหน่ง
3. ที่ทำงาน

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชน

1. ท่านคิดว่ามีปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนอะไรบ้าง

- 1.1 ปัจจัยเงินทุนงบประมาณ เช่น เงินตั้งต้น เงินหมุน แหล่งกู้ ภาครัฐ
- 1.2 ปัจจัยบุคลากร เช่น ผู้ประกอบการ บุคลากร จิตสำนึก
- 1.3 ปัจจัยผลิตภัณฑ์/กิจกรรม เช่น การผลิต การควบคุมคุณภาพ เก็บรักษา
- 1.4 ปัจจัยการตลาด เช่น ความสดใหม่ ราคา อัตลักษณ์ วิถีชุมชน
- 1.5 ปัจจัยที่ตั้ง เช่น สถานที่จัดจำหน่าย ช่องทาง ตัวแทน ออนไลน์
- 1.6 ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร เช่น การวางแผน แบ่งงาน แก้ปัญหา ควบคุม อนาคต

2. ท่านคิดว่ามีปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนอะไรบ้าง

- 2.1 ปัจจัยนโยบายรัฐ เช่น หน่วยงานภาครัฐ สนับสนุน ท้องถิ่น ตลาดประชา
รัฐ ธนาคารประชาชน
- 2.2 ปัจจัยเครือข่าย เช่น เครือข่ายชาวตลิ่งชัน ผลิตภัณฑ์ ขายสินค้า
- 2.3 ปัจจัยคู่แข่ง เช่น คู่แข่งขันเข้มแข็ง สินค้าเหมือนกัน
- 2.4 ปัจจัยการมีส่วนร่วม เช่น ชุมชนมีส่วนร่วม จิตสำนึก อัตลักษณ์สินค้า
- 2.5 ปัจจัยการคมนาคม เช่น การเข้าถึงตลิ่งชัน การขยายเส้นทางค้าขาย การ
ขนส่งและจำหน่าย

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ภาคผนวก ซ

แบบสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีศักยภาพ
เรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชน
ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

แบบสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพ

เรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล
2. ชื่อกลุ่ม
3. ตำแหน่ง

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชน

1. ท่านคิดว่ามีปัจจัยภายใน เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนอย่างไรบ้าง

1.1 ปัจจัยเงินทุนงบประมาณ	เช่น เงินตั้งต้น เงินหมุน แหล่งกู้ ภาครัฐ
1.2 ปัจจัยบุคลากร	เช่น ผู้ประกอบการ บุคลากร จิตสำนึก
1.3 ปัจจัยผลิตภัณฑ์/กิจกรรม	เช่น การผลิต การควบคุมคุณภาพ เก็บรักษา
1.4 ปัจจัยการตลาด	เช่น ความสดใหม่ ราคา อัตลักษณ์ วิถีชุมชน
1.5 ปัจจัยที่ตั้ง	เช่น สถานที่จัดจำหน่าย ช่องทาง ตัวแทน ออนไลน์
1.6 ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร	เช่น การวางแผน แบ่งงาน แก้ปัญหา ควบคุม อนาคต

2. ท่านคิดว่ามีปัจจัยภายนอกเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนอย่างไรบ้าง

2.1 ปัจจัยนโยบายรัฐ	เช่น หน่วยงานภาครัฐ สนับสนุน ท้องถิ่น ตลาดประชา
รัฐ ธนาคารประชาชน	
2.2 ปัจจัยเครือข่าย	เช่น เครือข่ายหาวัตถุดิบ ผลิตสินค้า ขายสินค้า
2.3 ปัจจัยคู่แข่ง	เช่น คู่แข่งขันเข้มแข็ง สินค้าเหมือนกัน
2.4 ปัจจัยการมีส่วนร่วม	เช่น ชุมชนมีส่วนร่วม จิตสำนึก อัตลักษณ์สินค้า
2.5 ปัจจัยการคมนาคม	เช่น การเข้าถึงวัตถุดิบ การขยายเส้นทางค้าขาย การ
ขนส่งและจำหน่าย	

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ภาคผนวก ณ
แบบสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนเป้าหมายที่มีศักยภาพ
เรื่องศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

แบบสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพ
เรื่องศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล
2. ตำแหน่ง
3. ชื่อวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 2 ข้อมูลศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

ท่านคิดว่าวิสาหกิจชุมชนของท่านมีศักยภาพในการแข่งขันในประเด็นดังกล่าวต่อไปนี้บ้าง

1. อำนาจต่อรองกับลูกค้า

เช่น ลูกค้ามีน้อย เฉพาะกลุ่ม ข้อมูลเลือกซื้อน้อย ยึดติดราสินค้า เปลี่ยนใจง่าย

2. อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ

เช่น ผู้ขายวัตถุดิบมีน้อย วัตถุดิบหายาก คุณภาพแตกต่างกัน ขาดแคลน ไม้แน่นอน ต่อรองยาก

3. ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่

เช่น ผู้ขายรายใหม่เกิดง่าย สินค้าเกิดง่าย หน่วยงานรัฐส่งเสริมมาก

4. ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน

เช่น สินค้าทดแทนมีมาก สินค้าใกล้เคียงมีมาก ลูกค้ามีทางเลือกมาก

5. การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม

เช่น มีผู้ขายสินค้าเดิมหลายราย การแข่งขันกันผลิต ยึดถือสินค้า เครือข่ายผู้ประกอบการเดิม

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ภาคผนวก ญ

แบบสอบถามวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนา
เรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ

แบบสอบถามวิสาหกิจชุมชน

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการวิจัยเรื่อง “การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก” ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โดยขั้นตอนนี้เก็บข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตาก ได้แก่ อำเภอแม่สอด อำเภอแม่ระมาด อำเภอพบพระ จำนวน 91 แห่ง ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอให้ทุกท่านตอบแบบสอบถามตามการรับรู้ ผลการตอบแบบสอบถามของท่านจะไม่มีผลใดๆ ต่อท่าน และจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ภาพรวมเท่านั้น

คณะวิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ดร.อดิเรก พันเขียว 087-7555466/อ.ณัฐภาณี บัวดี 081-8019008 และคณะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดเลือกคำตอบตามความเห็นของท่านเพียงข้อเดียว

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20-30 ปี ☐ 31-40 ปี ☐ 41-50 ปี
☐ 51-60 ปี ☐ 60 ปีขึ้นไป
3. ตำแหน่งในวิสาหกิจชุมชน ☐ ประธานกลุ่มหรือรองประธาน ☐ คณะกรรมการตำแหน่งอื่น
☐ ตำแหน่งอื่น (โปรดระบุ).....
4. อายุของกิจการ ☐ 1-5 ปี ☐ 6-10 ปี ☐ 11-15 ปี ☐ 15 ปีขึ้นไป
5. จำนวนสมาชิกทั้งหมดในวิสาหกิจชุมชน รวมลูกจ้างในการประกอบการ
☐ 1-7 คน ☐ 8-14 คน ☐ 15-21 ปี ☐ 22-28 ปี ☐ 29 คนขึ้นไป
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของวิสาหกิจชุมชน โดยประมาณ
☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน ☐ 10,000-20,000 บาท/เดือน ☐ 20,001-30,000 บาท/เดือน
☐ 30,001-40,000 บาท/เดือน ☐ 40,001-50,000 บาท/เดือน ☐ 50,001 บาทขึ้นไป
7. วิสาหกิจชุมชนของท่านเคยได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เช่น สำนักงานเกษตร เจ้าหน้าที่เกษตร ฯลฯ
☐ กระทรวงมหาดไทย เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ฯลฯ
☐ กระทรวงมหาดไทย กรมการปกครอง เช่น อำเภอ จังหวัด ฯลฯ
☐ กระทรวงมหาดไทย กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล อบต. ฯลฯ
☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนของท่าน

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชน	ระดับของปัจจัย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
ปัจจัยภายใน					
ปัจจัยเงินทุนงบประมาณ					
1.วิสาหกิจฯ มีเงินทุนตั้งต้นในการดำเนินการเพียงพอ					
2.วิสาหกิจฯ มีเงินทุนหมุนเวียนและแหล่งเงินทุนสำรองเพียงพอ					
3.วิสาหกิจฯ มีแหล่งกู้ยืมและเข้าถึงได้สะดวก					
4.วิสาหกิจฯ มีการวางแผนทางการเงินและคาดการณ์อนาคตได้อย่างเหมาะสม					
5.วิสาหกิจฯ ได้รับความช่วยเหลือด้านเงินทุนจากหน่วยงานรัฐเหมาะสม					
ปัจจัยบุคลากร					
1.วิสาหกิจฯ มีผู้นำที่มีความสามารถและประสบการณ์					
2.วิสาหกิจฯ มีสมาชิกที่มีวิสัยทัศน์สอดคล้องกับวิสาหกิจชุมชน					
3.วิสาหกิจฯ มีสมาชิกที่มีส่วนร่วมกับวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็ง					
4.วิสาหกิจฯ มีสมาชิกที่มีจิตสำนึกรักษาท้องถิ่นร่วมกัน					
5.วิสาหกิจฯ มีบุคลากรและแรงงานที่มีฝีมือและความสามารถในการผลิต					
ปัจจัยผลิตภัณฑ์/กิจกรรม					
1.วิสาหกิจฯ มีสินค้าสอดคล้องกับวิถีของชุมชน					
2.วิสาหกิจฯ มีอุปกรณ์การผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐาน					
3.วิสาหกิจฯ มีวัตถุดิบและการหาวัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพ					
4.วิสาหกิจฯ มีการผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐาน					
5.วิสาหกิจฯ มีสินค้าที่มีคุณภาพและสามารถตรวจสอบได้					
ปัจจัยการตลาด					
1.วิสาหกิจฯ มีสินค้าตรงตามความต้องการลูกค้า					
2.วิสาหกิจฯ มีสินค้ามีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
3.วิสาหกิจฯ มีสินค้าที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีชุมชน					
4.วิสาหกิจฯ ได้รับการสนับสนุนทางการตลาดจากหน่วยงานภาครัฐ					
ปัจจัยที่ตั้ง					
1.วิสาหกิจฯ มีสถานที่จัดจำหน่ายที่สะดวกสำหรับลูกค้า					
2.วิสาหกิจฯ มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย					
3.วิสาหกิจฯ มีตัวแทนและช่องทางขายทางออนไลน์					

ตอนที่ 2 ตารางต่อ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชน	ระดับของปัจจัย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร					
1.วิสาหกิจฯ มีการวางแผนและแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน					
2.วิสาหกิจฯ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันตลอดเวลา					
3.วิสาหกิจฯ แก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว ทันทีและมีประสิทธิภาพ					
4.วิสาหกิจฯ กำกับดูแลการควบคุมทุกขั้นตอนอย่างใกล้ชิด					
5.วิสาหกิจฯ มีแนวทางและมองเห็นโอกาสในอนาคต					
ปัจจัยภายนอก					
ปัจจัยนโยบายรัฐ					
1.รัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนวิสาหกิจอย่างต่อเนื่อง					
2.หน่วยงานท้องถิ่น สถาบันการศึกษาร่วมมือในการพัฒนาวิสาหกิจฯ					
3.นโยบายรัฐอื่นสนับสนุน เช่น ตลาดประชารัฐ ธนาคารประชาชน					
ปัจจัยเครือข่าย					
1.มีเครือข่ายจัดส่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ					
2.มีเครือข่ายในการผลิตสินค้าที่เข้มแข็ง					
3.มีเครือข่ายการตลาดจัดขายสินค้าที่หลากหลาย					
ปัจจัยคู่แข่ง					
1.มีผู้ขายสินค้าเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันจำนวนมาก					
2.คู่แข่งสามารถเข้ามาผลิตแข่งขันได้ง่าย					
3.คู่แข่งมีความเข้มแข็งและโอกาสทางการตลาดสูงกว่า					
ปัจจัยการมีส่วนร่วมจากภายนอก					
1.ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมกับวิสาหกิจชุมชน					
2.ชุมชนมีจิตสำนึกในความเป็นท้องถิ่นร่วมกัน					
3.อัตลักษณ์สินค้าเกิดจากการมีส่วนร่วมจากชุมชน					
ปัจจัยการคมนาคม					
1.การคมนาคมเข้าถึงสถานประกอบการสะดวก					
2.การขยายเส้นทางคมนาคมและแหล่งขายสินค้า					
3.เส้นทางคมนาคมสะดวก ทำให้สามารถขนส่งและจำหน่ายสินค้าทันเวลา					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณที่ตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามวิสาหกิจชุมชน
เรื่องศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชน
ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

แบบสอบถามวิสาหกิจชุมชน

ศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการวิจัยเรื่อง “การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก” ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โดยขั้นตอนนี้เก็บข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตาก ได้แก่ อำเภอแม่สอด อำเภอแม่ระมาด อำเภอพบพระ จำนวน 91 แห่ง ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอให้ทุกท่านตอบแบบสอบถามตามการรับรู้ ผลการตอบแบบสอบถามของท่านจะไม่มีผลใดๆ ต่อท่าน และจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ภาพรวมเท่านั้น

คณะวิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ดร.อดิเรก พันเขียว 087-7555466/อ.ณัฐภาณี บัวดี 081-8019008 และคณะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดเลือกคำตอบตามความเห็นของท่านเพียงข้อเดียว

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20-30 ปี ☐ 31-40 ปี ☐ 41-50 ปี
☐ 51-60 ปี ☐ 60 ปีขึ้นไป
3. ตำแหน่งในวิสาหกิจชุมชน ☐ ประธานกลุ่มหรือรองประธาน ☐ คณะกรรมการตำแหน่งอื่น
☐ ตำแหน่งอื่น (โปรดระบุ).....
4. อายุของกิจการ ☐ 1-5 ปี ☐ 6-10 ปี ☐ 11-15 ปี ☐ 15 ปีขึ้นไป
5. จำนวนสมาชิกทั้งหมดในวิสาหกิจชุมชน รวมลูกจ้างในการประกอบการ
☐ 1-7 คน ☐ 8-14 คน ☐ 15-21 ปี ☐ 22-28 ปี ☐ 29 คนขึ้นไป
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของวิสาหกิจชุมชน โดยประมาณ
☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน ☐ 10,000-20,000 บาท/เดือน ☐ 20,001-30,000 บาท/เดือน
☐ 30,001-40,000 บาท/เดือน ☐ 40,001-50,000 บาท/เดือน ☐ 50,001 บาทขึ้นไป
7. วิสาหกิจชุมชนของท่านเคยได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เช่น สำนักงานเกษตร เจ้าหน้าที่เกษตร ฯลฯ
☐ กระทรวงมหาดไทย เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ฯลฯ
☐ กระทรวงมหาดไทย กรมการปกครอง เช่น อำเภอ จังหวัด ฯลฯ
☐ กระทรวงมหาดไทย กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล อบต. ฯลฯ
☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ข้อมูลศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนของท่าน

ศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน	ระดับของศักยภาพ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
อำนาจต่อรองกับลูกค้า					
1.ลูกค้ามีจำนวนน้อยและเฉพาะกลุ่มเท่านั้น					
2.ลูกค้ามีข้อมูลในการซื้อสินค้าน้อย					
3.ลูกค้ายึดติดตราหือสินค้าในท้องตลาดที่มีตราสินค้าเข้มแข็ง					
4.ลูกค้าเปลี่ยนใจเลือกซื้อสินค้าจากผู้ขายอื่นได้ง่าย					
อำนาจต่อรองกับผู้ส่งมอบ					
1.มีผู้เสนอขายวัตถุดิบการผลิตจำนวนน้อย และเปลี่ยนแปลงยาก					
2.วัตถุดิบที่ซื้อ แต่ละคนขายมีคุณภาพแตกต่างกันมาก					
3.หากวัตถุดิบขาดแคลน หาววัตถุดิบทดแทนได้ยาก					
4.การต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบทำได้ยาก					
ภัยจากผู้ผลิตรายใหม่					
1.การเกิดผู้ขายรายใหม่เข้ามาแข่งผลิตสินค้าทำได้ง่าย					
2.สินค้าที่ผลิตใช้เทคโนโลยีและภูมิปัญญาต่ำ ทำให้อาจเกิดคู่แข่ง					
3.การผลิตใช้ต้นทุนต่ำ ทำให้อาจมีผู้ต้องการผลิตแข่งได้					
4.การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐอาจทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ได้ง่าย					
ภัยจากการใช้สินค้าทดแทน					
1.ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าอื่นทดแทนสินค้าเราได้ง่าย					
2.ที่ตั้งทำเลที่ดี เดินทางสะดวก ทำให้สามารถซื้อสินค้าอื่นได้ง่าย					
3.ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้าอื่นได้ง่าย					
4.ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าทดแทนได้ง่ายและคุณภาพไม่แตกต่างกัน					
การแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิม					
1.มีผู้ขายสินค้าเดิมแบบเดียวกันจำนวนมากในพื้นที่					
2.ผู้ขายแต่ละรายมีผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน					
3.การแข่งขันทางการตลาดระหว่างผู้ขายมีสูง					
4.ลูกค้าให้ความสำคัญกับตราหือสินค้าในท้องตลาดสูง ทำให้ไม่เปลี่ยนใจมาซื้อของจากวิสาหกิจฯ					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณที่ตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ฎ
แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย

**แบบสอบถามนักท่องเที่ยวการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ในพื้นที่เขต
พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก**

**แบบสอบถามนักท่องเที่ยว
การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน
ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก**

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการวิจัยเรื่อง “การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก” ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โดยชั้นตอนนี้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตาก ได้แก่ อำเภอแม่สอด อำเภอแม่ระมาด อำเภอพบพระ จำนวน 400 คน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชนตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ข้อมูลอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอให้ทุกท่านตอบแบบสอบถามตามการรับรู้ ผลการตอบแบบสอบถามของท่านจะไม่มีผลใดๆ ต่อท่าน และจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ภาพรวมเท่านั้น

คณะวิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดเลือกคำตอบตามความเห็นของท่านเพียงข้อเดียว

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. สัญชาติ ☐ ไทย ☐ Myanmar ☐ American ☐
3. ภูมิลำเนา ☐ จังหวัดตาก ☐ จังหวัดในภาคเหนือ ☐ จังหวัดในภาคอีสาน
☐ จังหวัดในภาคกลาง ☐ จังหวัดในภาคตะวันออก
☐ จังหวัดในภาคใต้ ☐ อื่นๆ.....
4. อายุ ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20-30 ปี ☐ 31-40 ปี ☐ 41-50 ปี
☐ 51-60 ปี ☐ 60 ปีขึ้นไป
5. รายได้ต่อเดือน ☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 10,000-20,000 บาท ☐ 20,001-30,000 บาท
☐ 30,001-40,000 บาท ☐ 40,001 บาทขึ้นไป
6. วัตถุประสงค์การเดินทาง ☐ เพื่อท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ☐ เพื่อท่องเที่ยวและซื้อผลิตภัณฑ์
☐ เพื่อทำงาน ☐ เพื่อ.....
7. ระยะเวลาพักอาศัยในพื้นที่โดยเฉลี่ย ☐ 1-3 วัน ☐ 4-6 วัน ☐ 7-9 วัน ☐ 10 วันเป็นต้นไป
8. ลักษณะการเดินทาง ☐ เดินทางมาคนเดียว ☐ เดินทางมากับเพื่อน
☐ เดินทางมากับคนรัก ☐ เดินทางมากับครอบครัว ☐
9. ค่าใช้จ่าย/งบประมาณที่คาดว่าจะใช้ต่อครั้งที่เข้ามา
☐ น้อยกว่า 1,000 บาท ☐ 1,000-5,000 บาท ☐ 5,001-10,000 บาท
☐ 10,001-20,000 บาท ☐ 20,001-30,000 บาท ☐ 30,001 บาทขึ้นไป

10. ท่านรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ความสนใจส่วนตัว ☐ การแนะนำของบุคคล ☐ เอกสารการท่องเที่ยว/สื่อสิ่งพิมพ์
☐ โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ☐ อินเทอร์เน็ต ☐ หนังสือพิมพ์/โทรทัศน์
☐ บริษัทจัดนำเที่ยว ☐ หนังสือแนะนำ/นิตยสารท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชนตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

1. ท่านเห็นว่าชุมชนมีอัตลักษณ์ที่ทำให้ท่านมาท่องเที่ยวในพื้นที่อะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ มีสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ☐ มีโบราณสถาน โบราณวัตถุประวัติศาสตร์
☐ มีการเกษตร แหล่งเกษตร พืชผลการเกษตร ☐ มีองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น
☐ มีประเพณี/วัฒนธรรมท้องถิ่น ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ท่านเห็นว่าชุมชนมีอัตลักษณ์หรือลักษณะโดดเด่นเฉพาะพื้นที่อย่างไรบ้าง

อัตลักษณ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	ระดับความคิดเห็น		
	โดดเด่น มาก	โดดเด่น ปานกลาง	โดดเด่น น้อย
ด้านการท่องเที่ยว			
1. ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เฉพาะท้องถิ่น			
2. ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย			
3. ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ			
4. ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวกในการเดินทาง			
ด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุประวัติศาสตร์			
1. ชุมชนมีแหล่งโบราณสถานที่น่าสนใจ			
2. ชุมชนมีโบราณวัตถุประวัติศาสตร์			
3. ชุมชนมีแหล่งประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ			
ด้านการเกษตร			
1. ชุมชนมีพืชผลการเกษตรโดดเด่น			
2. ชุมชนมีแหล่งเกษตรกรรมที่น่าสนใจ			
3. ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวหรือแหล่งเรียนรู้ทางการเกษตรที่น่าสนใจ			
ด้านองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่น			
1. ชุมชนมีองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ			
2. ชุมชนมีแหล่งเรียนรู้/ภูมิปัญญาที่น่าสนใจ			
3. ชุมชนมีแหล่งเรียนรู้ที่น่าสนใจ			
ด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น			
1. ชุมชนมีแหล่งวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ เช่น วัด โบสถ์ มัสยิด			
2. ชุมชนมีกิจกรรมประเพณีที่น่าสนใจ			
3. ชุมชนมีกิจกรรมด้านศาสนาที่น่าสนใจ			
4. ชุมชนมีวัฒนธรรมด้านอาหารที่น่าสนใจ			
5. ชุมชนมีวิถีชีวิตและวิถีชุมชนที่น่าสนใจ			

ตอนที่ 3 ข้อมูลอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

1. ท่านเห็นว่าในชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากชุมชนที่มีอัตลักษณ์อย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ อาหาร ได้แก่ ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป ☐ เครื่องดื่ม
☐ ผ้า เครื่องแต่งกาย ☐ ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก
☐ สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เช่น ยา เครื่องสำอาง ☐ อื่นๆ

2. ท่านเห็นว่าชุมชนมีผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นเฉพาะพื้นที่อย่างไรบ้าง

อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	ระดับความคิดเห็น		
	โดดเด่น มาก	โดดเด่น ปานกลาง	โดดเด่น น้อย
อาหาร ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป			
1.กล้วย กล้วยอบ และผลิตภัณฑ์จากกล้วยอื่นๆ			
2.โอ๊วคาโต กาแฟมูเซอ			
3.ดอกกุหลาบ ดอกกุหลาบอบแห้ง และผลิตภัณฑ์จากดอกกุหลาบ			
4.ผักสด			
5.ผักสมุนไพร พืชสมุนไพร และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร			
6.ถั่วทอด และผลิตภัณฑ์จากถั่วอื่นๆ			
เครื่องดื่ม			
1.สุราแช่ สุรากลั่น สาโท อุ ไวน์ เหล้าขาวชุมชน			
2.น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร			
3.กาแฟคั่ว			
ผ้า เครื่องแต่งกาย			
1.ผ้าทอมือ ผ้าใยกล้วยขง และผลิตภัณฑ์จากผ้าอื่นๆ			
2.เครื่องแต่งกาย			
3.สร้อย แหวน ผลิตภัณฑ์จากอัญมณี			
ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก			
1.ไม้ ไม้แกะสลัก เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์จากไม้			
2.เครื่องจักสาน ถักสาน ตะกร้า เสื่อ ไม้กวาด			
3.ดอกไม้ประดิษฐ์/วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ กล้องประดิษฐ์			
4.โลหะ เงิน ทองเหลือง ดีบุก สแตนเลส วัสดุที่ทำจากโลหะ			
5.เซรามิค/เครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณฑ์จากเครื่องปั้น			
6.สิ่งทอ ของใช้ ชุดเครื่องนอน พรม ผ้าทอ			
7.ของใช้ที่ทำจากวัสดุอื่นๆ			
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร			
1.ยาจากสมุนไพร			
2.เครื่องสำอางค์สมุนไพร			
3.วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจานสมุนไพร น้ำหมัก			

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....ขอบคุณที่ตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ฐ
แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

Questionnaire for tourists

A study of community identities, community products identities and demands in Tak Special Economic Development Zone

Explanation:

This questionnaire is a part of "a study of community identities, community products identities and demands in Tak Special Economic Development Zone" which is supported by The Thailand Research Fund (TRF). At this step, it is necessary to gather the information from the tourists, both of Thais and foreigners who form a journey at Tak Special Economic Development Zone, namely Mae Sat, Mae Ramat, and Phap Phra for 400 people. This questionnaire is divided into 5 parts:

Part I: The basic information about informants

Part II: The information of community identities based on tourists' awareness

Part III: The information of community products identities based on tourists' awareness

Part IV: The information of community products identities requirement

Part V: The other suggestions

Please fill out this questionnaire base on your consciousness. Your data will be kept strictly confidential and it will not cause any impression on you, and it will be broken down in perspective only. A researcher would like to thank you for your cooperating in this survey as well.

Part I: The basic information about informants

Please select just one option in each item, based on your opinion.

1. Gender: ☐ Male ☐ Female
2. Nationality: ☐ Thai ☐ Myanmar ☐ American ☐ Other (indicated)
3. Hometown: ☐ Tak Province ☐ Northern Thailand
 ☐ Northeastern Thailand (Isan) ☐ Central Thailand
 ☐ Eastern Thailand ☐ Southern Thailand
 ☐ Other (indicated)
4. Age: ☐ Lower than 20 years old ☐ 20-30 years old ☐ 31-40 years old
 ☐ 41-50 years old ☐ 51-60 years old ☐ 60 years old or over
5. Income: ☐ Less than 10,000 THB. ☐ 10,000 – 20,000 THB.
 ☐ 20,001 – 30,000 THB. ☐ 30,001 – 40,000 THB.
 ☐ 40,000 THB. or over
6. Purpose in coming: ☐ Journey only ☐ Journey and buy some product
 ☐ Working ☐ Other (indicated)

7. Period to stay in this region by an average:

☐ 1-3 Day(s) ☐ 4-6 Days ☐ 7-9 Days ☐ More than 10 Days

8. Tripping characteristic:

☐ Alone ☐ With friend ☐ With beloved ☐ With family

9. Expenses on average for once:

☐ Less than 1,000 THB. ☐ 1,001-5,000 THB. ☐ 5,001-10,000 THB.
☐ 10,001-20,000 THB. ☐ 20,001-30,000 THB. ☐ More than 30,000 THB.

10. How do you know the tourist attractions in this region? (You can select more than one option)

☐ Personal interest ☐ Other's suggestion ☐ Travel book / Media publications
☐ Advertisement ☐ Internet / Social media ☐ Newspaper / Television
☐ Travel agency ☐ Travel guide / Travel magazine

Part II: The information of community identities based on tourists' awareness

1. Do you think that what is the community identity that encourage you to come here? (You can select more than one option)

☐ There are tourist attractions.
☐ There are archaeological site, antiquities and history.
☐ There are agriculture, cultivated area and agricultural crops.
☐ There are bodies of knowledge and local wisdom.
☐ There are traditions and local culture.
☐ Other (indicated)

2. What is the distinctive identity of the community in this area?

Community identity in Tak Special Economic Development Zone	Opinion level		
	High distinctive	Moderate distinctive	Less distinctive
<u>Tourist attractions</u>			
1. The community has specific interesting local attractions.			
2. The community has many attractions.			
3. The community has attractive tourist activities.			
4. The community has various attractions to travel.			
<u>Archaeological site, Antiquities and History.</u>			
1. The community holds interesting archaeological sites.			
2. The community holds historical antiquities.			
3. The community holds an interesting history.			
<u>Agriculture</u>			

1. The community has outstanding agricultural crops.			
2. The community has interesting agricultural resources.			
3. The community has a great source of tourism or educational resources.			
<u>Body of knowledge / Local wisdom</u>			
1. The community owns the body of knowledge and local wisdom to study.			
2. The community holds an interesting source of knowledge or local wisdom.			
3. The community holds worthy learning resources.			
<u>Traditions / Local culture</u>			
1. The local community has an interesting local culture, such as temples, churches, mosques.			
2. The community holds an interesting tradition activities.			
3. The community holds an interesting religious activities.			
4. The community holds an interesting food culture activities.			
5. The community holds an interesting local community way of life to participate.			

Part III: The information of community products identities based on tourists' awareness

Do you think that what are the product identities of the community? (You can select more than one option)

- ☐ Food; agricultural products and processed foods ☐ Beverage
☐ Clothes, Dress ☐ Appliance, Decoration, or Souvenir
☐ Non-food herbs; medicine or cosmetic ☐ Other (indicated).....

2. Do you think that what is a special product identities in this community?

The community products identities in Tak Special Economic Development Zone	Opinion level		
	High distinctive	Moderate distinctive	Less distinctive
<u>Food; agricultural products and processed foods</u>			
1. Banana, dried banana and other products of banana			
2. Avocado, Muser's Coffee			
3. Rose, dried roses and other products of rose			
4. Fresh vegetable			

5. Fines herbes, herbs and other herbal products.			
6. Beans and other product from beans or nuts			
<u>Beverage</u>			
1. Fermented beverages, Spirit beverages, Wort, Wine, Rice whiskey of community			
2. Juices or Herbal drink			
3. Roasted coffee			
<u>Clothes, Dress</u>			
1. Handwoven, Hemp clothes and fabric products			
2. Dress or customs			
3. Necklaces, Rings or Gemstone products			
<u>Appliance, Decoration, or Souvenir</u>			
1. Wood, Wood carvings, Furniture and other wood products.			
2. Woven, Basket, Mat, or Broom			
3. Artificial flowers, Materials from natural fiber			
4. Metal, Silver, Brass, Tin, Stainless steel, or metal products.			
5. Ceramics, Pottery, or other molded products.			
6. Textiles, Furnishings, Beddings, Carpets, or woven fabrics.			
7. Products are made of other materials			
<u>Non-food herbs</u>			
1. Herbal medicine			
2. Herbal cosmetics			
3. Dangerous substances used in homes such as dishwashing herbs, fermented water			

Part IV: The information of community products identities demand

1. 1. What community products identities do you demand? (You can select more than one option)
- ☐ Food; agricultural products and processed foods ☐ Beverage
- ☐ Clothes, Dress ☐ Appliance, Decoration, or Souvenir
- ☐ Non-food herbs; medicine or cosmetic ☐ Other (indicated).....
2. What kind of community products do you demand?

The causes of the demand for community products in the Tak Special Economic Development Zone	Demand level		
	High	Moderate	Less
<u>Product</u>			
1. High quality products.			

2. A beautiful product packing, and need to buy them			
3. Products packing is convenient of bring.			
4. Products are available only in a specific area.			
Price			
1. in-expensive products			
2. The price is reasonable when compared to other products.			
3. High price but the quality is better than anywhere else			
4. The cost is lower than the store or purchase elsewhere.			
Locations / Channel of distribution (Place)			
1. The Location is easy to find and buy.			
2. There are shopping facilities such as an ATM booth and barcode.			
3. There are channels for distribution and accessible to various products such as online.			
4. It delivers a reliable dealer.			
Promotion			
1. Product promotion is directed to customers easily.			
2. The vendor offers a huge discount and expert in selling.			
3. There are promotions throughout the year, such as marketing promotions.			
4. There are various marketing promotion activities.			
Unique			
1. Products are locally available which cannot be bought elsewhere, such as stripes, and patterns.			
2. The products possess a unique local identity, such as landmarks, or traditions.			
3. Products are not available from other areas.			
4. The product uses well-known local material.			

Part V: The other suggestions

Thanks for the cooperation and sorry for any inconvenience

ภาคผนวก ๗
ภาพการเก็บรวบรวมข้อมูล

ภาพการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล เดือนธันวาคม 2560 – มกราคม 2561
สำนักงานเกษตรจังหวัดตาก



สัมภาษณ์เกษตรจังหวัดตาก
 วันที่ 23 มกราคม 2561



สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่
 สำนักงานเกษตรจังหวัดตาก
 วันที่ 23 มกราคม 2561



สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่
 สำนักงานเกษตรจังหวัดตาก
 วันที่ 23 มกราคม 2561



สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่
 สำนักงานเกษตรจังหวัดตาก
 วันที่ 23 มกราคม 2561

สำนักงานเกษตรอำเภอแม่สอด



สำนักงานเกษตรอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
วันที่ 8 มกราคม 2561



สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตรอำเภอแม่สอด
วันที่ 8 มกราคม 2561



สถานที่จำหน่ายสินค้าที่ได้รับการส่งเสริม



สถานที่จำหน่ายสินค้าที่ได้รับการส่งเสริม



สถานที่จำหน่ายสินค้าที่ได้รับการส่งเสริม



ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริม
ข้าวไร่



ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
น้ำพริกกุ้งจระเข้สุตา



ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
สมุนไพรพอดี้



ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
ข้าวไร่



ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
กุหลาบอบแห้ง



ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
สมุนไพร



ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
สมุนไพร

สำนักงานเกษตรอำเภอแม่ระมาด



สำนักงานเกษตรอำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก



สัมภาษณ์เกษตรกรอำเภอแม่ระมาด
วันที่ 12 มกราคม 2561



สัมภาษณ์เกษตรกรอำเภอแม่ระมาดและเจ้าหน้าที่
วันที่ 12 มกราคม 2561



สัมภาษณ์เกษตรกรอำเภอแม่ระมาดและเจ้าหน้าที่
วันที่ 12 มกราคม 2561



จุดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนและโอท็อป
อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก



จุดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนและโอท็อป
อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก



การจัดวางผลิตภัณฑ์ภายในร้านค้า



สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
กล้วยอบน้ำผึ้งผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
กล้วยอบน้ำผึ้งผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
เครื่องดื่มสมุนไพรธรรมชาติ ตราปลูกรักผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
ไวน์มะเเมา

สำนักงานเกษตรอำเภอพบพระ



สำนักงานเกษตรอำเภอพบพระ จังหวัดตาก
วันที่ 15 มกราคม 2561



สัมภาษณ์เกษตรกรอำเภอพบพระและเจ้าหน้าที่
วันที่ 15 มกราคม 2561



สัมภาษณ์เกษตรกรอำเภอพบพระและเจ้าหน้าที่
วันที่ 15 มกราคม 2561



ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
ผ้าทอกะเหรี่ยง



ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
แมคคาเดเมีย



ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
ข้าวใหม่มัด



ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
อะโวคาโด



ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
ข้าวเหนียวดำลิ้มฟัว



ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
แมคคาดีเมีย



ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม
ผ้าทอกะเหรี่ยง

ภาพการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเดือนกุมภาพันธ์ – เมษายน 2561

การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่เพื่อหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ



สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอแม่สอด



สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอแม่สอด



สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอพบพระ



สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอพบพระ



สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอแม่ระมาด



สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอแม่ระมาด

การสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนเพื่อหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจและความต้องการ
ยกระดับการแข่งขัน

อำเภอแม่สอด



สัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ



สัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนข้าวใส่ใจ



สัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร



สัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนพอดีสมนไพร



สัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต



สัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนเกษตรประณีต



สัมภาษณ์วิสาหกิจกล้วยอบแม่ลออ
อำเภอพบพระ



หน้าร้านวิสาหกิจกล้วยอบแม่ลออ



สัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนทอผ้าทีกะเป๋อ



สัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนผ้าทีกะเป๋อ



สัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนน้ำพริกกุ้ง



สัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนน้ำพริกกุ้ง

อำเภอแม่ระมาด



สัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก



ผลิตภัณฑ์ชุมชนวิสาหกิจชุมชน



สัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์
ชุมชนดอนแก้ว



กระบวนการผลิตวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูป
ผลิตภัณฑ์ชุมชนดอนแก้ว

การศึกษาแนวทางยกระดับ จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ

1.วิสาหกิจชุมชนด้านผ้าทอ

วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง

รางวัลรองชนะเลิศอันดับที่ 1 วิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับประเทศ ประจำปี 2560

ที่ตั้ง วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี 119 หมู่ 8 ตำบลนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง

โทรศัพท์ 081-4764318 โทรสาร 075-583524



การออกร้านค้าและผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี
วันที่ 22-23 กุมภาพันธ์ 2561



วิสาหกิจชุมชนผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง
วันที่ 31 มีนาคม 2561

2.วิสาหกิจชุมชนด้านการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านแคว จังหวัดเชียงใหม่

ที่ตั้ง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านแคว ตำบลท่ากว้าง 70/1 หมู่ 3 ตำบล
ท่ากว้าง อำเภอสарภี จังหวัดเชียงใหม่ 50140 โทรศัพท์ 053-019599 มือถือ 081-9525348



การออกร้านค้าและผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนบ้านแคว

วันที่ 22-23 กุมภาพันธ์ 2561



วิสาหกิจชุมชนบ้านแค จังหวัดเชียงใหม่
วันที่ 21 เมษายน 2561

ภาคผนวก ค
ภาพการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

ภาพการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ครั้งที่ 1
ณ ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก



การสอบถามช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์



ช่องทางจำหน่ายหน้าร้านแบบเดิม



ช่องทางจำหน่ายสินค้าแบบเดิม



การวางสินค้าจำหน่ายแบบเดิม



การสร้างโอกาสช่องทางจำหน่าย



ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน
ผ้ากะเหรี่ยงทีกะเปอ

ภาพการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ครั้งที่ 2 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด



การอบรมพัฒนาช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์



การอบรมพัฒนาช่องทางจำหน่าย



การอบรมลายผ้าของผลิตภัณฑ์



การสร้างช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์



การให้ความรู้ในการพัฒนาช่องทางจำหน่าย



การแสดงผลผลิตภัณฑ์จากลายผ้าของ
วิสาหกิจชุมชนผ้ากะเหรี่ยงทีกะเป๋อ

การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันบนฐานอัตลักษณ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

ตารางเปรียบเทียบผลผลิต (Output) ที่เสนอในข้อเสนอโครงการและที่ดำเนินการได้จริง

ผลผลิต (Output)		ในกรณีล่าช้า (ผลสำเร็จไม่ถึง 100%) ให้ท่านระบุสาเหตุและการแก้ไขที่ท่านดำเนินการ
กิจกรรมในข้อเสนอโครงการ/หรือจากการปรับแผน	ผลสำเร็จ (%)	
วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก		
1. ศึกษาเอกสารข้อมูลพื้นฐานของอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน	100%	-
2. สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบวิสาหกิจชุมชนใน 3 อำเภอ 10 คน	100%	
3. สัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ 15 แห่ง	10%	
4. สัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้าน/ภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน 3 อำเภอ 15 คน	100%	
5. สอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย 200 คน	100%	
6. สอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 200 คน	100%	
วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางการยกระดับขีดความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ		
7. สัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลหรือได้รับการยกย่องระดับชาติ 2 แห่ง	100%	
วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก		
8. สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบวิสาหกิจชุมชนใน 3 อำเภอ 10 คน	100%	
9. สอบถามกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 91 แห่ง	100%	
วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก		
10. สอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย 200 คน	100%	
11. สอบถามนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 200 คน	100%	

ตาราง เปรียบเทียบผลผลิต (Output) ที่เสนอในข้อเสนอโครงการและที่ดำเนินการได้จริง (ต่อ)

ผลผลิต (Output)		ในกรณีล่าช้า (ผลสำเร็จไม่ถึง 100%) ให้ท่านระบุสาเหตุและการแก้ไขที่ท่านดำเนินการ
กิจกรรมในข้อเสนอโครงการ/หรือจากการปรับแผน	ผลสำเร็จ (%)	
วัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อศึกษาศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก		
12. สัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย 3 อำเภอ 15 แห่ง	100%	
13. สอบถามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ 91 แห่ง	100%	
วัตถุประสงค์ที่ 6 เพื่ออบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก		
14. อบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน	100%	

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ดำเนินการและผลที่ได้รับตลอดโครงการ

วัตถุประสงค์โครงการ	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนิน	ผลที่ได้ตลอดโครงการ
1.เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	1.ศึกษาเอกสารข้อมูลพื้นฐานของอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน 2.สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบวิสาหกิจชุมชนใน 3 อำเภอ 10 คน 3.สัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ 15 แห่ง 4.สัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้าน/ภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน 3 อำเภอ 15 คน 5.สอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย 200 คน 6.สอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 200 คน	1.ศึกษาเอกสารข้อมูลพื้นฐานของอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน 2.สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบวิสาหกิจชุมชนใน 3 อำเภอ 10 คน 3.สัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ 15 แห่ง 4.สัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้าน/ภูมิปัญญา/ผู้นำชุมชน 3 อำเภอ 15 คน 5.สอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย 200 คน 6.สอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 200 คน	1.ได้ข้อมูลอัตลักษณ์ของชุมชนและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก
2.เพื่อศึกษาแนวทางการยกระดับขีดความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่ได้รับการยอมรับหรือประสบความสำเร็จในระดับประเทศ	1.สัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลหรือได้รับการยกย่องระดับชาติ 2 แห่ง	1.สัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลหรือได้รับการยกย่องระดับชาติ 2 แห่ง	2.ได้ข้อมูลแนวทางการยกระดับขีดความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ จำนวน 2 แห่ง
3.เพื่อศึกษาปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	1.สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบวิสาหกิจชุมชนใน 3 อำเภอ 10 คน 2.สอบถามกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 91 แห่ง	1.สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบวิสาหกิจชุมชนใน 3 อำเภอ 10 คน 2.สอบถามกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 91 แห่ง	3.ได้ข้อมูลปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
4.เพื่อศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	1.สอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย 200 คน 2.สอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 200 คน	1.สอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย 200 คน 2.สอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 200 คน	4.ได้ข้อมูลความต้องการผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

วัตถุประสงค์โครงการ	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนิน	ผลที่ได้ตลอดโครงการ
5.เพื่อศึกษาศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	1.สัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย 3 อำเภอ 15 แห่ง 2.สอบถามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ 91 แห่ง	1.สัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย 3 อำเภอ 15 แห่ง 2.สอบถามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ 91 แห่ง	5.ได้ข้อมูลศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก
6.เพื่ออบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก	1.อบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน	1.อบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน	6.ได้ช่องทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ตามอัตลักษณ์

ประวัติคณะวิจัย

หัวหน้าโครงการ

ดร.อดิเรก พันเขียว หัวหน้าโครงการ

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำ

สังกัดหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร กระทรวงศึกษาธิการ

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (รป.บ.) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประกาศนียบัตรบัณฑิต การวิเคราะห์และบริหารโครงการ สถาบันราชภัฏกำแพงเพชร

ปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รป.ม.) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปริญญาเอก ปรัชญาคุณวุฒิบัณฑิต (ปร.ด.) สาขายุทธศาสตร์การบริหารและการพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

สถานที่ติดต่อ โปรแกรมวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด
222 หมู่ 7 ตำบลแม่ปะ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 63110

โทรศัพท์ 055-801661-2 โทรสาร 055-801663

โทรศัพท์มือถือ 089-7555466 E-mail: adirek_fun@hotmail.com

ผลงานทางวิชาการ

ตำรา การบริหารยุทธศาสตร์ภาครัฐ: แนวคิดและแนวปฏิบัติ

เอกสารประกอบการสอน การบริหารงานคลังและงบประมาณ

งานวิจัย

1.อดิเรก พันเขียว. (2554). การติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้าน/ชุมชน (SML) ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ระยะที่ 2 (ธันวาคม 2551-กุมภาพันธ์ 2552) ตีพิมพ์ในวารสารสักทอง: วารสารวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัย ราชภัฏกำแพงเพชร ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2554 หน้า 35-44.

2.อดิเรก พันเขียว. (2555). การวิเคราะห์มาตรการป้องกัน บรรเทาและแก้ไขปัญหาการจัดการแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมายในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ปีที่พิมพ์ พ.ศ.2555 การเผยแพร่นำเสนอในการประชุมวิชาการราชภัฏวิจัยครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์.

3.อดิเรก พันเขียว. (2556). ยุทธศาสตร์การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาในพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมาร์ ตีพิมพ์ในวารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ฉบับที่ 2 ปีที่ 16 อยู่ในฐานTCI กลุ่มที่ 2.

4.อดิเรก พันเขียว. (2557). ข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ปีที่พิมพ์ พ.ศ.2557 เอกสารประกอบการประชุมวิชาการราชภัฏวิจัยครั้งที่ 3 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช พฤษภาคม 2558.

5.อดิเรก พันเขียว. (2558). ยุทธศาสตร์การจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรในการพัฒนาพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมาร์: อดีต ปัจจุบัน อนาคต ตีพิมพ์ในวารสาร สักทอง: วารสารด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 21 (1), 79-91.

6.อดิเรก ฟันเขียวและคณะ. (2559). แนวทางการพัฒนาการประกอบการตลาดริมเมย เทศบาลตำบลท่าสายลวด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก. *วารสารการบริหารท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. 9 (2), 58-73.

7.ณัฐภาณี บัวดีและอดิเรก ฟันเขียว. (2561). บทเรียนการบริหารจัดการประชากรข้ามชาติในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก กรณีศึกษามูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย ปีที่พิมพ์ พ.ศ.2560 การเผยแพร่ตีพิมพ์ในวารสารสักทอง ฉบับพิเศษ มกราคม-เมษายน 2561

ฯลฯ

ผู้ร่วมวิจัย

1) อาจารย์ณัฐภาณี บัวดี ผู้ร่วมวิจัย

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำ

สังกัดหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร กระทรวงศึกษาธิการ
ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต อัญมณีและเครื่องประดับ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปริญญาโท วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต ธรณีวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปริญญาเอก กำลังศึกษา ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต การบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัย

นเรศวร

ผลงานวิชาการ

งานวิจัย

1.ณัฐภาณี บัวดี. (2558). การศึกษาเส้นทางระเปียงเศรษฐกิจตะวันตก-ตะวันออกจากอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ถึงเมืองดานัง ประเทศเวียดนาม ปีที่พิมพ์ พ.ศ.2555 การเผยแพร่ นำเสนอในการประชุมวิชาการราชภัฏวิจัยครั้งที่ 3 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช.

2.ณัฐภาณี บัวดีและอดิเรก ฟันเขียว. (2561). บทเรียนการบริหารจัดการประชากรข้ามชาติในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก กรณีศึกษามูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย ปีที่พิมพ์ พ.ศ.2560 การเผยแพร่ตีพิมพ์ในวารสารสักทอง ฉบับพิเศษ มกราคม-เมษายน 2561

สถานที่ติดต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

โทรศัพท์มือถือ 081-8019008 E-mail: jajanatta@gmail.com

2) นางสาวพุทธรักษ์ เป็งมอย ผู้ร่วมวิจัย

สังกัดหน่วยงานมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร กระทรวงศึกษาธิการ

ตำแหน่งปัจจุบัน เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเงินการธนาคาร) มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (นโยบายสาธารณะ) มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผลงานวิชาการ

งานวิจัย

พุทธรักษ์ เป็งมอย. (2560). การบริหารการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอำเภอแม่สอดภายใต้บริบทเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้

สถานที่ติดต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

โทรศัพท์มือถือ 088-1635408 E-mail: k_phuttarak@hotmail.com