



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน
เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษิญา ส่องไยธิน

โครงการวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย และนวัตกรรม
งบประมาณเงินอุดหนุนการวิจัยจากเงินรายได้ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปี พ.ศ. 2563

สัญญาเลขที่ GSCR 2/2563

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาศักยภาพภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน
เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษญา สง่าโยธิน

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

วันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2564

ประกาศคุณูปการ

รายงานวิจัยฉบับนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณกองทุนวิจัยและนวัตกรรม
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เลขที่สัญญา GSCR
2/2563 งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเพราะความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่ให้การสนับสนุน
ขอขอบคุณ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาที่ได้มอบทุนในการทำวิจัยครั้งนี้
ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระพีพร ศรีจำปา คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ ที่เป็น
แรงผลักดันหลักในการสนับสนุนทุนวิจัยให้ผู้วิจัยได้ทำประโยชน์เพื่อสังคม

ขอขอบคุณ ดร.ตติยะ นิมพาลี ประธานสภาอุตสาหกรรม กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ที่
ให้เกียรติเป็นที่ปรึกษาในงานวิจัย คำแนะนำที่ได้มีความหมายและเป็นแรงบันดาลใจที่ทำให้เกิดการ
ต่อยอดพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อไป

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน คุณพีระ เพชรพาณิชย์ รองประธานสภาอุตสาหกรรม
แห่งประเทศไทย คุณมนตรี จงวิเศษ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อม คุณสมโภชน์ อานุ้ย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บมจ.พลังงานบริสุทธิ์ ดร.ธเนศ
มณีกุล ผู้อำนวยการกลุ่มงาน สำนักงานมูลนิธิชัยพัฒนา และสำนักงาน กปร. คุณสุธีร์ สธนสถาพร
ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการร่วมภาคเอกชน 3 สถาบัน และคุณนิรุช สุขสมเขตร วิศวกร
อาวุโส ที่ได้ให้ข้อมูลในการเติมเต็มงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์

ขอขอบคุณ พล.ร.ต.สมเกียรติ ผลประยูร เลขาธิการ ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัด
ชายแดนภาคใต้ ท่านไกรสร วิศิษฏ์วงศ์ ผู้ว่าราชการจังหวัดปัตตานี ในความกรุณา อำนวยความ
สะดวกในทุกมิติช่วยให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีณยา เลิศพุทธรักษ์ ในการให้คำแนะนำและ
แนวทางในการดำเนินงานวิจัย ขอขอบคุณคณะกรรมการวิจัย วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ทุกท่านที่ได้
ช่วยแนะนำให้มีความสมบูรณ์ในงานวิจัยมากขึ้น ขอขอบคุณวิสาหกิจชุมชนภาคใต้ชายแดนทุกกลุ่มที่
ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณกัลยาณมิตรทุกท่าน ที่มีส่วนร่วมในกำลังใจให้งานสำเร็จได้ด้วยดี และที่สำคัญ
ขอบคุณทุกคนในครอบครัวสง่าโยธิน ที่เข้าใจและสนับสนุนผู้วิจัยในทุกด้านตลอดมา คุณค่าของ
งานวิจัยและความดีงามทั้งหมดนี้ขอมอบเป็นกตัญญูกตเวทิตาคุณ แต่บิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุก
ท่าน สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน
กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ ได้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษญา สง่าโยธิน
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ข้าพเจ้า ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษญา สง่าโยธิน ได้รับทุนสนับสนุนโครงการวิจัย จาก วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ประเภทงบประมาณเงินอุดหนุนการวิจัยจากเงินรายได้ ส่วนงาน มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 โครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน (Potential Development for Competitiveness Enhancement of Community Enterprises in Thailand's Southern Border Provinces) สัญญาเลขที่ GSCR2/2563 ได้รับงบประมาณรวมทั้งสิ้น 150,000 บาท (หนึ่งแสนห้าหมื่นบาทถ้วน) ระยะเวลาการดำเนินงาน 1 ปี ระหว่างวันที่ 24 กันยายน พ.ศ. 2563 ถึง วันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2564

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดภาคใต้ ชายแดนและเพื่อเสนอแนวทางพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อยกระดับ ความสามารถในการแข่งขัน เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส จำนวน 12 คน และสัมภาษณ์ ข้าราชการ นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่นๆเพื่อเป็นการแสดงความคิดเห็นจากคนนอกผู้คนในพื้นที่ (Outside-In) จำนวน 6 คน

ผลการวิจัย พบว่า

สภาพปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการแก้ไขปัญหา

ปัญหาด้านการผลิต สิ่งที่เป็นปัญหาได้แก่ ด้านการขาดแคลนแรงงานในการผลิต ขาด ความรู้และเทคโนโลยีในการผลิตและการสร้างมาตรฐานให้กับสินค้า วัตถุดิบมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ และต้นทุนการผลิตที่สูง แนวทางการแก้ไขปัญหาการผลิต ได้แก่ ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาใน การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตหรือพัฒนาเครื่องจักรอุปกรณ์ในการผลิตที่ทันสมัยต้นทุนไม่สูง สนับสนุนในการรับรองมาตรฐานสินค้าเพื่อการพัฒนาไปสู่สากล เช่น มาตรฐานอาหารและยา (อย.) การรับรองสินค้าฮาลาล และพัฒนาทักษะการผลิตเพื่อแก้ปัญหการขาดแคลนแรงงานและการผลิตที่ ต้นทุนสูง สร้างเครือข่ายในการสร้างกำลังการผลิตให้เพิ่มขึ้นเพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานและ วัตถุดิบที่มีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ใช้เทคโนโลยีในการจัดส่งแบบ Food Delivery ในท้องถิ่นของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนประเภทอาหาร

ปัญหาด้านการตลาด สิ่งที่เป็นปัญหา ได้แก่ การขาดความรู้ทางการตลาดในการที่จะจำหน่ายสินค้าได้เพิ่มขึ้น ขาดความรู้ในการทำตลาดออนไลน์ ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากพอ แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ การถ่ายทอดเรื่องราวของสินค้าในท้องถิ่นโดยเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อแสดงจุดเด่นของสินค้าสู่สายตาผู้บริโภค หาช่องทางการตลาดที่เป็นทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อการเพิ่มยอดขาย สร้างนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าใหม่ ๆ ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยเน้นบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อม และให้ความรู้ในด้านการตลาดทุกรูปแบบเพื่อที่จะจำหน่ายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น

ปัญหาด้านการเงินและบัญชี สิ่งที่เป็นปัญหา ได้แก่ การขาดเงินทุนในการขยายกิจการ ในการลงทุนซื้อเครื่องมือ เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ การมีกฎเกณฑ์ที่มากในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ขาดระบบการคิดต้นทุนที่ถูกต้อง ทำให้ต้นทุนการผลิตไม่คงที่ แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการเงินและบัญชี ได้แก่ การอบรมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง สามารถคำนวณจุดคุ้มทุน กำไรและตั้งราคาขายได้เหมาะสม วางแผนทางการเงินในการคำนวณเงินทุนหมุนเวียน จัดหาเงินทุนอย่างเป็นระบบโดยสอนการเขียนโครงการเพื่อการจัดหาเงินทุนที่มีระบบถูกต้องและมีต้นทุนการเงินต่ำ

ปัญหาด้านการจัดการองค์กร สิ่งที่เป็นปัญหา ได้แก่ การขาดความรู้ในการบริหารจัดการ และปัญหาการปรับเปลี่ยนทัศนคติ (Mindset) ของสมาชิกในกลุ่ม แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการจัดการองค์กร ได้แก่ การให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน และให้ความรู้ในการสื่อสารผ่านกระบวนการ Mindset ที่ดีในทุก ๆ ด้านเพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนทัศนคติให้เป็นไปตามสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากผลกระทบด้านเศรษฐกิจและภาวะโรคระบาด

ปัญหาด้านเครือข่าย สิ่งที่เป็นปัญหา ได้แก่ การขาดการสนับสนุนจากเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐบาล เอกชน สถานศึกษา และขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชนแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านเครือข่าย ได้แก่ ภาครัฐและเอกชนให้ความร่วมมือในการบริโภคสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชนในการวิจัยและพัฒนา พัฒนาความรู้และทักษะในการบริหารธุรกิจเพื่อสามารถสร้างเครือข่ายในกำลังการผลิตได้ และปลูกฝังให้เยาวชนและคนในชุมชนมีส่วนร่วมผ่านกระบวนการเรียนการสอนและการทำกิจกรรมในชุมชน

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) มุ่งเน้นการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจโดยต้องเป็นความรู้ที่เข้าใจได้ง่าย สื่อสารให้นำไปปฏิบัติได้ ทำการพัฒนาทักษะการผลิตและบริการ เพื่อลดปัญหาด้านการผลิตในด้านการขาดแคลนแรงงาน การจัดหาเงินทุนอย่างเป็นระบบเพื่อเสริมศักยภาพให้กับ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน การพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศเพื่อส่งเสริมทักษะด้านภาษาในการรองรับผู้บริโภคต่างประเทศและขยายการค้าไปสู่เวทีสากล ให้การสนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้เกิดคุณค่าเพิ่ม ทำการจัดหาเครื่องมือ และเครื่องจักรในการผลิต ให้มีความเหมาะสมกับการผลิตในด้านกำลังการผลิตและราคาของเครื่องมือ เครื่องจักร อบรมความรู้ด้านบัญชี โดยให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีเบื้องต้นเพื่อนำมาคำนวณต้นทุน จุดคุ้มทุน การตั้งราคา และกำไรได้อย่างถูกต้องให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อลดความเจ็บป่วยของร่างกาย เช่น การเคลื่อนไหวร่างกายในการทำงานที่ถูกต้องเหมาะสมกับสรีระร่างกาย และการปลูกฝังภาวะผู้นำ เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มได้มีภาวะผู้นำในการทำงานและการดำเนินชีวิต

ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) มุ่งเน้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้มีความทันสมัย ดึงดูดผู้บริโภคในการซื้อสินค้า ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพซึ่งเป็นการตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพ ทำการวิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อผลิตสินค้าและบริการให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ ควรมีระบบติดตามความพึงพอใจผู้บริโภค เพื่อเป็นการนำข้อมูลป้อนกลับมาพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ดียิ่งขึ้น และการสร้างตราสินค้า เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าที่น่าจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนในด้าน เอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสื่อสารให้กับผู้บริโภค

ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) มุ่งเน้นความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา โดยการสนับสนุนให้สถานศึกษาในท้องถิ่นและภูมิภาคอื่นได้มีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์และการสร้างนวัตกรรมร่วมกัน การสร้างเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการโดยสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้เพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการการท่องเที่ยวและบริการ สร้างเครือข่ายกำลังการผลิต โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอื่นในการพัฒนาศักยภาพในการผลิตหรือสร้างผลิตภาพ Productivity เพื่อรองรับคำสั่งซื้อปริมาณมาก ๆ ได้ ให้ความสำคัญกับโครงการประชารัฐโดยส่งเสริมให้โครงการประชารัฐแต่ละจังหวัดเข้ามาช่วยเติมเต็มในเครือข่ายธุรกิจในด้านการจัดหาวัตถุดิบ และแหล่งจำหน่ายสินค้า การสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ เน้นการสร้างความร่วมมือในระบบนิเวศทางธุรกิจ (Collaborative Ecosystem) ที่ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมและเครือข่ายให้เกิดขึ้นในธุรกิจ ภาครัฐและเอกชนสนับสนุนการจัดกิจกรรมในประเทศไทยโดยนำสินค้าวิสาหกิจชุมชนมาร่วมในการจัดกิจกรรม เช่น การจัดประชุมระดับชาติและนานาชาติ เพื่อเป็นการสนับสนุนการสร้างรายได้ในท้องถิ่น

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน (Strategy, Structure and Rivalry) มุ่งเน้นการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้า โดยถ่ายทอดเรื่องราว (Story)

เกี่ยวกับสินค้าในด้านความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของภาคใต้ชายแดน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเน้นบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัยใส่ใจสิ่งแวดล้อม การพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์และออฟไลน์เพื่อเป็นการส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่องในสภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจและโรคระบาด การให้ความรู้ทางการตลาด ส่งเสริมการทำตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Marketing) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และการสนับสนุนความรู้ทางการตลาดเชิงรุกในการผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก สนับสนุนการรับรองมาตรฐานสินค้า เพื่อเป็นการส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานสากล ให้เกิดการยอมรับในตลาดสากลและเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ การสร้างนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าใหม่ เพื่อให้เกิดความแตกต่างและความหลากหลายในสินค้า การวิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อทำการผลิตสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและสามารถจำหน่ายได้ การให้ความรู้ในการปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ดี ด้วยการปลูกฝังทัศนคติ Agile Mindset ในการทำงานในรูปแบบใหม่ที่คล่องตัว มีประสิทธิภาพ ประหยัดทรัพยากรและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำการจัดหาตลาดเป้าหมาย เพื่อเป็นการจำหน่ายสินค้าได้อย่างแน่นอนและสร้างรายได้ที่ต่อเนื่อง สนับสนุนโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น และมีรายได้ที่ต่อเนื่องแน่นอน เช่น การสมัครสมาชิก (Subscription Model)

ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ (The Role of Government) มุ่งเน้น การให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจ โดยครอบคลุมความรู้ในด้านการค้าและการลงทุน จัดหาช่องทางการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่อง สนับสนุนการรับรองมาตรฐานสินค้า โดยส่งเสริมการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล ทำให้มีระบบและกระบวนการที่ชัดเจน ปฏิบัติได้ง่ายลดขั้นตอนความยุ่งยากซับซ้อนในการขอรับรองมาตรฐาน ให้ความร่วมมือในการบริโภคสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ สนับสนุนแหล่งเงินทุน โดยสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการผ่านระบบที่ถูกต้องและมีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำ ส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศเป็นพื้นฐานตามแนวทาง “Made in Thailand” เมื่อเกิดสภาวะวิกฤติ เช่น สภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจหรือภาวะโรคระบาด ตามแนวทาง “Made in Thailand”

ปัจจัยด้านโอกาส (Chance) มุ่งเน้น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยส่งเสริมการผลิตและบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการเปิดโอกาสร่วมกับเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการโดยส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ มุ่งเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพื่อตอบรับกระแสคนรักสุขภาพทำให้เกิดโอกาสในการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพออกจำหน่าย พัฒนาสินค้าให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งอนาคตประเทศไทยจะต้องเผชิญกับสังคมผู้สูงอายุตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป (Aging Society)

แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดิโอพรีเซนเตชัน

แนวทางการนำเสนอวีดิโอพรีเซนเตชัน ควรนำเสนอการถ่ายทอดเรื่องราว การสร้างความ เป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้า ถ่ายทอดเรื่องราวเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น (Story) การนำเสนอตามแหล่งท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายท่องเที่ยวและบริการ สื่อถึงการบริโภคในสังคม ปัจจุบันในการนำเสนอสินค้าให้สามารถนำมาบริโภคในชีวิตประจำวัน เน้นความปลอดภัยในการ บริโภค เน้นความเป็นสากลในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ โดย สื่อสารชื่อวิสาหกิจชุมชนและสินค้าของกลุ่มผ่านวีดิโอพรีเซนเตชัน การนำเสนอควรเป็นการบอกเล่า เรื่องราวความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนในด้านความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม โดยนำผู้ทรงคุณวุฒิในบทบาทผู้นำทางธุรกิจในพื้นที่มานำเสนอเรื่องราวเบื้องต้น เพื่อเป็น การสื่อสารให้กับเครือข่ายทางธุรกิจได้รู้จักสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นำภาพการลงพื้นที่วิจัย มาร่วมถ่ายทอดเรื่องราว เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงการร่วมมือของสถาบันการศึกษาเป็นการ เชื่อมโยงการศึกษานอกพื้นที่ (Seamless Education) สื่อสารถึงเครือข่ายที่มีส่วนร่วมในงานวิจัย ผ่านตราสัญลักษณ์ เช่น ตราวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา ตรากรมพัฒนาชุมชน ตรา บริษัทประชารัฐ เป็นต้น เวลาในการการนำเสนอต้องใช้เวลาไม่มากเกินไป จึงจะทำให้ผู้ชมให้ความสนใจ โดยวีดิโอพรีเซนเตชัน ประกอบด้วยเรื่องราว 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผลิตภัณฑ์อาหาร



วิจัยการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ วิดีโอที่ 1

กลุ่มที่ 2 สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



วิจัยการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ วิดีโอที่ 2

กลุ่มที่ 3 เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง



วิจัยการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ วิดีโอที่ 3

กลุ่มที่ 4 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร



วิจัยการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ วิดีโอที่ 4

กลุ่มที่ 5 เครื่องดื่ม



วิจัยการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ วิดีโอที่ 5

กลุ่มที่ 6 ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์



วิจัยการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ วิดีโอที่ 6

การนำมุมมอง Outside-In เข้ามาช่วยพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย จะช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันและเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนได้ ด้วยการนำมุมมองเชิงรุกในการปรับตัวโดยเน้นการยึดลูกค้าเป็นที่ตั้งในการพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการทางการแข่งขันที่เกิดขึ้นในยุค Digital ด้วยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสร้างความเป็นมืออาชีพและพัฒนาความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจชุมชนได้

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและบุคคลภายนอกในมุมมอง (Outside-in) โดยศึกษาพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า (1) Factor Condition มุ่งเน้นการให้ความรู้และทักษะที่สำคัญ สนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิต (2) Demand Condition เน้นการวิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ มีระบบการติดตามความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพให้ดีขึ้น (Customer Relationship Management) (3) Related & Support Industry การสนับสนุนเครือข่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพในการผลิต สร้างความร่วมมือในระบบนิเวศทางธุรกิจ (Collaborative Ecosystem) (4) Firm Strategy, Structure and Rivalry ส่งเสริมการทำตลาดผ่านสื่อ Digital Marketing และ Social Media การจัดทำตลาดเป้าหมายที่แน่นอนเพื่อสร้างรายได้ที่ต่อเนื่อง (Recurring revenue) ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล สร้างความแตกต่าง สร้างเรื่องราว (Story) เกี่ยวกับสินค้าในด้านเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น การสนับสนุนโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ เช่น การสมัครสมาชิก (Subscription Model) และปลูกฝัง Agile Mindset (5) The Role of Government การสนับสนุน ส่งเสริมช่องทางการค้าเพื่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่อง (Recurring Revenue) ให้ความรู้ในเรื่องที่สำคัญ ลดขั้นตอนความซับซ้อนของกฎระเบียบ ส่งเสริมแนวทาง “Made in Thailand” และ (6) Chance ให้ความสำคัญกับโอกาสในการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในปัจจุบันด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม การรักษาสภาพ การพัฒนาสินค้าให้กับกลุ่มคนผู้สูงอายุ (Aging Society) การนำมุมมอง Outside-In เข้ามาช่วยพัฒนา จะพบความแตกต่างในแนวคิดเชิงรุกสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน สร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจชุมชนได้

คำสำคัญ: วิสาหกิจชุมชน การพัฒนาศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน

ABSTRACT

The objective of this research was to propose the guidelines for the potential development for competitiveness enhancement of community enterprises in Thailand. This was the qualitative research method using the in-depth interview with the entrepreneurs of community enterprises and the Outside-in. The study is in the southern borderal provinces of Thailand. The research results revealed that (1) Factor Condition focused on the provision of important knowledge and skills to support technology and innovation, (2) Demand Condition focused on customer demand analysis to reach the target customers with the Customer Relationship Management, (3) Related & Support Industry supported the network for product development and potential to build Collaborative Ecosystem, (4) Firm Strategy, Structure and Rivalry promoted marketing through Digital Marketing and Social Media supplying certain target market to generate recurring revenue along with producing the quality products to meet international standards, make difference, create the story about products in the uniqueness, local wisdom, support for new business models and cultivate Agile Mindset, (5) The Role of Government supported to promote commercial channels to generate recurring revenue giving knowledge in the important matters to reduce the procedure for regulatory complexity and promote the “Made in Thailand” and (6) Chance focused on the current environmental change opportunities in environmental protection, product development for the Aging Society. Bringing the *Outside-In* to help developing will find the difference in the proactive concept to create the competitive advantage, create added value, and develop sustainability for the community enterprises.

Keywords: Community enterprises, potential development, competitiveness

สารบัญ

	หน้า
ประกาศคุณูปการ.....	ข
บทสรุปผู้บริหาร.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
สารบัญ.....	ฐ
สารบัญตาราง.....	ฒ
สารบัญภาพ.....	ต
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน	9
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน	17
กฎหมาย และนโยบายสำหรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	34
ขั้นตอนที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)	36
ขั้นตอนที่ 2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group).....	43
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	44
ผลการวิจัย.....	44
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	120
สรุปผลการวิจัย	120
อภิปรายผลการวิจัย	127
ข้อเสนอแนะ	132

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม.....	136
ภาคผนวก.....	143
ภาคผนวก ก.....	144
ภาคผนวก ข.....	154
ภาคผนวก ค.....	160
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	165

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1 แสดงเป้าหมายและชี้วัด เป้าหมาย	25
4-1 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม จังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการผลิต แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์.....	45
4-2 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการผลิต แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์.....	46
4-3 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม จังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการตลาด แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์.....	49
4-4 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการตลาด แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์....	50
4-5 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม จังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการเงินและบัญชี แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์	52
4-6 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการเงินและบัญชี แบ่งตามประเภท ผลิตภัณฑ์.....	53
4-7 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม จังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการจัดองค์กร แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์	55
4-8 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการจัดองค์กร แบ่งตามประเภท ผลิตภัณฑ์.....	56
4-9 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม จังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านเครือข่าย แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์.....	58
4-10 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านเครือข่าย แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์	59
4-11 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อ ยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านการผลิต ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์	61

4-12	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุปสงค์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์	63
4-13	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและ สนับสนุน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์	64
4-14	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการ แข่งขัน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์	66
4-15	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ ของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์.....	68
4-16	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านโอกาส ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์	69
4-17	แสดงผลการสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดีโอฟรีเซน เตชั่น ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์.....	71
4-18	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านการผลิต ความคิดเห็นจาก คนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In).....	73
4-19	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุปสงค์ ความคิดเห็นจากคนนอก สู่คนในพื้นที่ (Outside-In)	74
4-20	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและ สนับสนุน ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In).....	75
4-21	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการ แข่งขัน ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In)	77

4-22	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ ความคิดเห็นจาก คนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In).....	79
4-23	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านโอกาส ความคิดเห็นจากคนนอกสู่ คนในพื้นที่ (Outside-In).....	80
4-24	แสดงผลการสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดีโอฟรีเซน เตชั่น ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In).....	81
4-25	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อ ยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านการผลิต	83
4-26	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อ ยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุปสงค์	88
4-27	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อ ยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน..	91
4-28	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อ ยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน	95
4-29	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อ ยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ	100
4-30	แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อ ยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านโอกาส	104
4-31	แสดงผลการสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดีโอฟรีเซนเตชั่น	107
4-32	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลฉันทามติของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเกี่ยวกับสภาพปัญหาและ อุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการแก้ไขปัญหา.....	111
4-33	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลฉันทามติของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน	115
4-34	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลฉันทามติของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเกี่ยวกับแนวทางการ นำเสนอวีดีโอฟรีเซนเตชั่น	117

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2-1 สรุปรูปแนวคิดวิสาหกิจชุมชน.....	11
2-2 ขั้นตอนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน.....	16
2-3 แสดงความสัมพันธ์ Diamond Model.....	22
3-1 ขั้นตอนการดำเนินงานในการวิจัย.....	35
4-1 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัญหาการผลิต.....	46
4-2 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบการแก้ไขปัญหาการผลิต.....	48
4-3 แสดงความสัมพันธ์ปัญหาการผลิตและการแก้ไขปัญหาการผลิต.....	48
4-4 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัญหาการตลาด.....	49
4-5 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบการแก้ไขปัญหาการตลาด.....	51
4-6 แสดงความสัมพันธ์ปัญหาการตลาดและการแก้ไขปัญหาการตลาด.....	51
4-7 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัญหาด้านการเงินและบัญชี.....	52
4-8 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบการแก้ไขปัญหาด้านการเงินและบัญชี.....	54
4-9 แสดงความสัมพันธ์ปัญหาด้านการเงินและบัญชี และการแก้ไขปัญหาด้านการเงินและบัญชี.....	54
4-10 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัญหาด้านการจัดองค์กร.....	55
4-11 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบการแก้ไขปัญหาด้านการจัดองค์กร.....	57
4-12 แสดงความสัมพันธ์ปัญหาด้านการจัดองค์กร และการแก้ไขปัญหาด้านการจัดองค์กร.....	57
4-13 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัญหาด้านเครือข่าย.....	58
4-14 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบการแก้ไขปัญหาด้านเครือข่าย.....	60
4-15 แสดงความสัมพันธ์ปัญหาด้านเครือข่าย และการแก้ไขปัญหาด้านเครือข่าย.....	60
4-16 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยการผลิตในมุมมองวิสาหกิจชุมชน.....	62
4-17 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านอุปสงค์ ในมุมมองวิสาหกิจชุมชน.....	64
4-18 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนในมุมมองวิสาหกิจชุมชน.....	65

4-19	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน ในมุมมองวิสาหกิจชุมชน	67
4-20	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบด้านบทบาทภาครัฐ ในมุมมองวิสาหกิจชุมชน	69
4-21	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านโอกาส ในมุมมองวิสาหกิจชุมชน...	70
4-22	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนใน รูปแบบวีดีโอฟรีเซนต์เซชั่น ในมุมมองวิสาหกิจชุมชน	72
4-23	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยการผลิต ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คน ในพื้นที่ (Outside-In)	74
4-24	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านอุปสงค์ ความคิดเห็นจากคนนอกสู่ คนในพื้นที่ (Outside-In).....	75
4-25	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและ สนับสนุน ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In).....	76
4-26	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In).....	78
4-27	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ ความคิดเห็นจาก คนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In).....	80
4-28	ความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านโอกาส ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนใน พื้นที่ (Outside-In).....	81
4-29	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนใน รูปแบบวีดีโอฟรีเซนต์เซชั่น ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In).....	82
4-30	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยการผลิต	86
4-31	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านอุปสงค์	89
4-32	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและ สนับสนุน	93
4-33	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน	98
4-34	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ	102
4-35	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านโอกาส	105
4-36	แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบแนวทางการนำเสนอวีดีโอฟรีเซนต์เซชั่น	108

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนผ่านจากโลกในศตวรรษที่ 20 มาสู่ศตวรรษที่ 21 เป็นการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างที่สำคัญ เทคโนโลยีและการสื่อสารมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด ทำให้บริบทในการแข่งขันในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน การจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศทั่วโลกที่จัดทำโดย World Economic Forum (WEF) 2017 พบว่า ปัจจุบันโลกต่างมุ่งพัฒนา ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อทดแทนความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบจากปัจจัยการผลิตและทรัพยากรธรรมชาติ บริบทของการแข่งขันในปัจจุบันจึงมีมิติความเกี่ยวโยงทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมที่มีความซับซ้อนโดยมีความเชื่อมโยงกันจนเกือบไร้ขอบเขตเส้นแบ่ง ตลอดจนการขับเคลื่อนอยู่บนกระแสการเปลี่ยนแปลงอันรุนแรงและรวดเร็ว ทำให้การแข่งขันคาดเดาได้ยาก และมีความผันผวนสูง จากการวิเคราะห์ของ World Economic Forum (WEF) 2017 พบช่องว่างความเหลื่อมล้ำด้านความมั่นคงระหว่างคนรวยกับคนจนกว้างขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าระบบเศรษฐกิจกำลังล้มเหลว คนจนจำนวนมากถูกเอาเปรียบโดยเอื้อผลประโยชน์ให้แก่บริษัทขนาดใหญ่และนายทุน ผู้นำของโลกทั้งภาครัฐและเอกชนควรลงมือเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อแก้ไขปัญหาาร่วมกันอย่างจริงจังในการลดปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคม และจากผลสำรวจ World Economic Forum (WEF) 2014 พบอุปสรรคสำคัญในการทำธุรกิจคือแรงงานมีระดับการศึกษาไม่สูงพอและไม่สามารถสร้างนวัตกรรมได้มากเท่าที่ควร และจากผลสำรวจ ของ Asian Development Bank (2015) การชะลอตัวของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมีสาเหตุมาจากปัญหาเชิงโครงสร้างเป็นหลักจำเป็นต้องพัฒนาเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมและส่งเสริมการแข่งขัน การพัฒนาประเทศในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา ได้นำแนวทางและเครื่องมือจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มาสู่การปฏิบัติ ทั้งหมดนี้ล้วนมุ่งการพัฒนาเพื่อสร้างความเจริญเติบโตและการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และสร้างความยั่งยืนให้กับประเทศ และภาวะปัจจุบันประเทศไทยได้เผชิญกับวิกฤตทางเศรษฐกิจหลายครั้ง ภาวะสภาวะโรคระบาด COVID-19 พร้อมทั้งต้องรับการเปลี่ยนแปลงจากการผันผวน ความไม่แน่นอน ความซับซ้อน และความคลุมเครือ (VUCA: Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) ส่งผลให้พฤติกรรมการใช้ชีวิต การทำธุรกิจในปัจจุบันต้องเปลี่ยนแปลงไป ในขณะเดียวกันรัฐบาลไทยได้มีการกำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจ โดยมองภาพของเศรษฐกิจไทยอย่างเป็นระบบ มีเป้าหมายที่จะรักษาไว้ซึ่งความเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพและมี

เสถียรภาพ โดยมุ่งเน้นความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานราก และการสร้างความเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในประเทศกับเศรษฐกิจโลก

แนวทางการพัฒนาประเทศตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ประกอบด้วยวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” คติพจน์ประจำชาติ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” กล่าวถึงการสร้าง “ความมั่งคั่ง” โดยการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาประเทศจะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน โดยประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ และในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความสามารถทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่อง อาทิ ปัจจัยด้านความผันผวนของเศรษฐกิจโลก กฎ ระเบียบระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการค้า ทักษะความสามารถของแรงงาน โครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมสูงวัย และเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วที่ส่งผลให้ภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และภาคบริการต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค รูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายการพัฒนาของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคที่ทำให้เกิดการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งจากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในอนาคต อาทิ เศรษฐกิจโลก โครงสร้างประชากร เทคโนโลยี จะทำให้ประเทศไทยเผชิญความท้าทายมากขึ้นในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะต่อไป

ในการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความสามารถของประเทศในระยะต่อไปโดยยึดเป้าหมายในการยกระดับประเทศไทยให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยจำเป็นต้องปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจทั้งระบบเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันและส่งผลให้เกิดการยกระดับรายได้ และในขณะเดียวกันการพัฒนาดังกล่าวจะต้องส่งผลให้ความเหลื่อมล้ำลดลง ดังนั้น การพัฒนาประเทศในระยะต่อไป จำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยจะต้องสร้างเครื่องยนต์ทางเศรษฐกิจใหม่ที่จะช่วยยกระดับการพัฒนาประเทศไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งการพัฒนาในช่วง 20 ปี ข้างหน้า จะมุ่งเน้นการวิจัย พัฒนานวัตกรรม และนำเทคโนโลยีมาปรับใช้และต่อยอดภาคการผลิตและบริการในปัจจุบัน เพื่อเพิ่มผลิตภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการในปัจจุบันไปสู่ภาคการผลิตและบริการใหม่ที่มีศักยภาพ การพัฒนารูปแบบการค้าให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป การส่งเสริมให้เกิดสังคมผู้ประกอบการ

การพัฒนาทักษะและความสามารถของแรงงาน

ดังนั้น เพื่อยกระดับการพัฒนาประเทศให้เป็นประเทศที่มีรายได้สูงได้อย่างประสบความสำเร็จใน 20 ปี ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีการขยายตัวและการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง รวมทั้งมีขีดความสามารถทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในเวทีสากล ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันสำหรับประเทศไทยจึงได้มุ่งพัฒนาบนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ 1. “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่เราเก่งทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ 2. “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่ออนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัลและการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ 3. “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคู่มือใหม่ รวมถึงปรับโมเดลธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ จะทำให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี (คณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ, 2559) ประกอบกับร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรมลดความเหลื่อมล้ำในสังคม โดยมีเป้าหมายที่ 3 เพื่อเพิ่มศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง เพื่อให้ชุมชนพึ่งพาตนเองและได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น เสริมสร้างศักยภาพชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และการสร้างความเข้มแข็งการเงินฐานรากตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยส่งเสริมให้เกิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ด้วยกระบวนการศึกษา และการถ่ายทอดองค์ความรู้ในชุมชนเพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาในพื้นที่และการต่อยอดองค์ความรู้ไปสู่เชิงพาณิชย์ รวมทั้งส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสร้างการจัดการความรู้ในชุมชน การสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาในการร่วมกันพัฒนาความรู้ในเชิงทฤษฎีและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติเพื่อสร้างศักยภาพให้กับชุมชนในการประกอบธุรกิจ การสนับสนุนการประกอบธุรกิจแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลภายใต้ยุทธศาสตร์ด้านการแก้ไขปัญหาความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างการเติบโตจากภายใน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) เห็นได้ว่า การพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานรากเป็นหนึ่งในนโยบายที่สำคัญเนื่องจากเศรษฐกิจชุมชนหรือธุรกิจชุมชนนั้น มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ

วิสาหกิจชุมชน เกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชน มาดำเนินการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ สถานประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของนั้นกลับมีแนวคิดที่เน้นการพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าการแสวงหากำไร (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน, 2548) วิสาหกิจชุมชนจัดเป็นกิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันร่วมกัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน วิสาหกิจชุมชน จึงเป็นการประกอบการซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิตและทรัพยากร โดยนำวัตถุดิบ ทรัพยากรทุกประเภท ภูมิปัญญาของชุมชน มาร่วมสร้างสรรค์ผลผลิต เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม รวมถึงการเรียนรู้ของคนในชุมชน (กันยารัตน์ เฟิงพอรู้, 2555)

การสร้างความสามารถในการแข่งขันนอกจากจะเพิ่มผลิตภาพการผลิต (Productivity) โดยใช้เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรมในทุกสาขาของการผลิตและบริการที่เป็นฐานรายได้เดิมและที่ต่อยอดเป็นฐานรายได้ใหม่แล้ว ในขณะเดียวกันก็ต้องการวางรากฐานที่แข็งแกร่งเพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในด้านการมีเสถียรภาพและด้านเศรษฐกิจ ในการพัฒนาพื้นที่ก็เพื่อให้ประเทศไทยสามารถใช้จุดแข็งของแต่ละพื้นที่และชุมชน เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวม อีกทั้งเป็นการสนับสนุนการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ และสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจและสังคมในระดับท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน รวมถึงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อสร้างระบบเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นให้สามารถพึ่งตนเองได้ และเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาในพื้นที่ด้านอื่น ๆ ตามมา

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ได้แก่ จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ ทั้งด้านเกษตร การค้าการลงทุน การท่องเที่ยว และมีความหลากหลายทางพหุวัฒนธรรม และได้ถูกกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาไว้ว่า “เกษตรก้าวหน้า การค้าชายแดน การท่องเที่ยวเชื่อมโยงสู่อาเซียน บนพื้นฐานความเข้มแข็งของชุมชน” แต่ในหลาย ๆ เหตุปัจจัยทำให้การพัฒนายังไม่ถึงเป้าหมายประกอบกับเหตุการณ์ไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ซึ่งขาดได้แก่ ความรู้ ทักษะ และการพัฒนาในหลาย ๆ ด้าน แต่ประเด็นที่สำคัญคือ ขาดความเป็นมืออาชีพที่จะนำพาองค์กรพัฒนาไปสู่สากลภายใต้วิกฤตที่ประสบ และยังขาดขีดความสามารถในการแข่งขันในการทำธุรกิจอีกหลาย ๆ ประเด็น เพื่อที่จะผลักดันผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มวิสาหกิจให้มีศักยภาพภายใต้ข้อจำกัดทางสภาพแวดล้อมเพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เกิดขึ้นได้

จากความเป็นมาและความสำคัญของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนและการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในปัจจุบัน ผู้วิจัยและวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจังหวัดภาคใต้ชายแดนเพื่อพัฒนาความเป็นมืออาชีพในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน พร้อมนำ

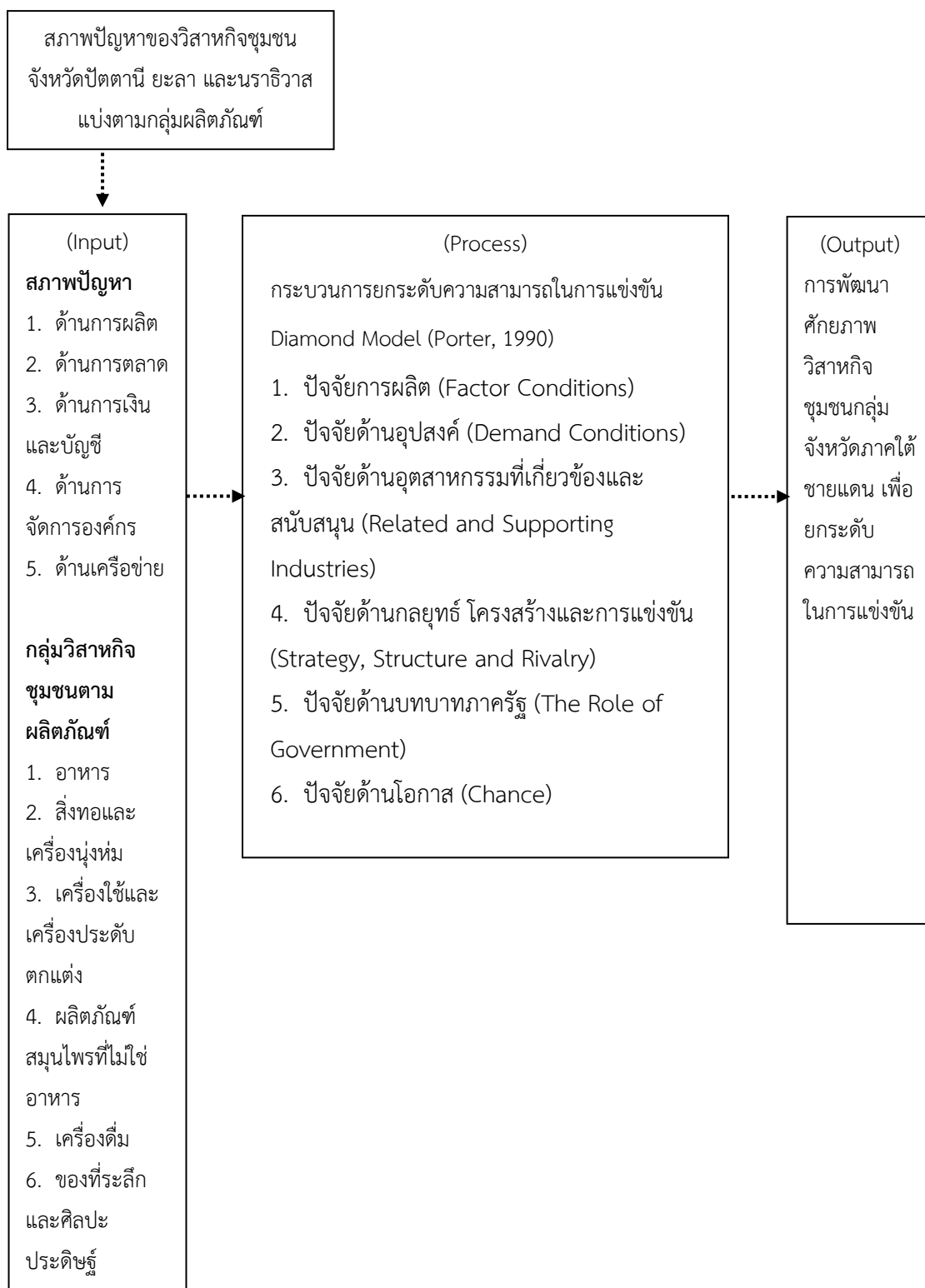
แนวทางมาปรับใช้กับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดภาคใต้ชายแดนให้เกิดประโยชน์กับองค์กรและเป็นพื้นฐานของการพัฒนาธุรกิจไปสู่การพัฒนาผู้ประกอบการให้เป็นผู้ประกอบการทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม นำมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เป็นการส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจในเชิงสร้างสรรค์เป็นการยกระดับความสามารถในการแข่งขันให้ขยายโอกาสทางการค้าไปสู่ภูมิภาคอื่น ๆ เป็นการขยายตัวสู่ความร่วมมือในภาคตะวันออกเฉียงผ่านสถาบันการศึกษานอกภูมิภาค (Seamless Education) ถอดบทเรียนปัญหาในภาคใต้ ในด้านโอกาส แนวคิดการอยู่ร่วมกันของสังคมพหุวัฒนธรรม ร่วมอนุรักษ์ ส่งเสริม การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการประยุกต์ใช้ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียง เพื่อเป็นการขยายการลงทุนในเวทีโลกได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดภาคใต้ชายแดน
2. เพื่อเสนอแนวทางพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อยกระดับ

ความสามารถในการแข่งขัน

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงนโยบาย/การบริหาร คือ ปรับโครงสร้างของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนในการยกระดับการแข่งขันในกลุ่มธุรกิจภูมิภาคเดียวกันและต่างภูมิภาคเพื่อยกระดับในการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และทราบปัญหาของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนพร้อมแนวทางการแก้ไขปัญหา

2. ประโยชน์เชิงพาณิชย์ คือ นำแนวทางพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในแต่ละวิสาหกิจชุมชน เพื่อสามารถสร้างโอกาสทางการค้าให้กับภูมิภาคเดียวกันและต่างภูมิภาคเป็นการขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลกได้

3. ประโยชน์เชิงวิชาการ คือ หน่วยงานด้านการศึกษา จะได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน จากแนวคิดมุมมองคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In) และเป็นการเชื่อมโยงการศึกษานอกพื้นที่ (Seamless Education) เป็นการถอดบทเรียนปัญหาในภาคใต้ชายแดน ถึงโอกาส แนวคิด การอยู่ร่วมกันของพหุวัฒนธรรม ร่วมอนุรักษ์ ส่งเสริม ทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการประยุกต์ใช้การจัดการวัฒนธรรมที่หลากหลายมาใช้ในพื้นที่ภาคตะวันออก

4. ด้านสังคมและชุมชน กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยสามารถนำงานวิจัยและสื่อวิดีโอไปใช้ประโยชน์กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนภาคใต้ชายแดน เพื่อเป็นการยกระดับความสามารถในการแข่งขันสู่สายตาผู้บริโภคภายในพื้นที่และภายนอกพื้นที่

5. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ ได้งานวิจัยจากอาจารย์ไปตีพิมพ์ในฐานข้อมูลระดับนานาชาติ (Scopus) ซึ่งเป็นการพัฒนามาตรฐานการวิจัยสามารถใช้อ้างอิงในการประกันคุณภาพการศึกษา และได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ชายแดนภาคใต้ ในการเชื่อมโยงการศึกษานอกพื้นที่ (Seamless Education) นำโอกาสจากการถอดบทเรียนในงานวิจัย มาประยุกต์ใช้ในการการเรียนการสอน เพื่อพัฒนาคุณภาพนิสิตที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านเนื้อหา แนวคิดทฤษฎี วิสาหกิจชุมชน และแนวคิด ทฤษฎีความสามารถในการแข่งขัน จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ และจากงานวิจัยต่างประเทศ

ด้านกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส เพื่อสะท้อนถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในวิสาหกิจชุมชน

กลุ่มที่ 2 ประชาชน ข้าราชการ นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อเป็นการแสดงความคิดเห็นจากคนนอกผู้คนในพื้นที่ (Outside-In)

การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มตัวอย่างได้แก่

กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ นักวิชาการ ข้าราชการ ที่มีความรอบรู้ในด้านวิสาหกิจชุมชน และธุรกิจชุมชน

ด้านพื้นที่วิจัย

วิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส

นิยามศัพท์เฉพาะ

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส ตามผลิตภัณฑ์ อาหาร สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เครื่องดื่ม และของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์

การพัฒนาศักยภาพ หมายถึง กระบวนการวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางแก้ไขผ่านกระบวนการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน หมายถึง จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส

ยกระดับความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง กระบวนการในขั้นตอน

1. ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)
2. ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)
3. ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries)
4. ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน (Strategy Structure and Rivalry)
5. ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ (The Role of Government)
6. ปัจจัยด้านโอกาส (Chance)

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน
3. กฎหมาย และนโยบายสำหรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

จากพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 และนักวิชาการ ได้ให้ความหมายของ วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) ไว้ดังนี้

1. กิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือกิจการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็ นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน (ราชกิจจานุเบกษา, 2548, หน้า 1)

2. การประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยมีภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งมีได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อการสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคมด้วย (วิชิต นันท สุวรรณ, 2547, หน้า 28)

3. กิจกรรมที่สร้างรายได้อย่างมั่นคงรูปแบบหนึ่ง ที่มีขนาดเล็กกว่าวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม (Small Enterprise) สร้างผลผลิตของกิจการ ซึ่งเกิดจากสินทรัพย์ของชุมชน ที่มีรูปแบบการบริหารจัดการสมัยใหม่โดยคนในชุมชน เป็นกิจการของคนในชุมชน ที่ปลูกให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นฟื้น ขึ้นมาเป็นพลังให้กับชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานรากของประเทศ โดยมีจุดมุ่งหมายในการ ดำเนินกิจการ คือ การพึ่งพากันและกันของชุมชน (สมศักดิ์ สุริโย, 2547, หน้า 2)

4. การประกอบการ โดยคนในชุมชน เพื่อการจัดการ “ทุน” ของชุมชน ในชุมชน โดย ชุมชนและเพื่อชุมชน โดยใช้ภูมิปัญญาและความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนผสมผสานกับความรู้สากล

เพื่อตอบสนองการพึ่งพาตนเอง และความพอเพียงของครอบครัวและชุมชน (เสรี พงศ์พิศ และสุภาส จันทร์หงส์, 2548, หน้า 1; เสรี พงศ์พิศ, 2551, หน้า 144)

5. กิจการของชุมชนโดยชุมชน เพื่อชุมชน และเพื่อประโยชน์ของคนในชุมชน ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทุนทางสังคมของชุมชน ในการดำเนินกิจการของชุมชน (อารี วิบูลย์พงศ์ และคณะ, 2548, หน้า 5)

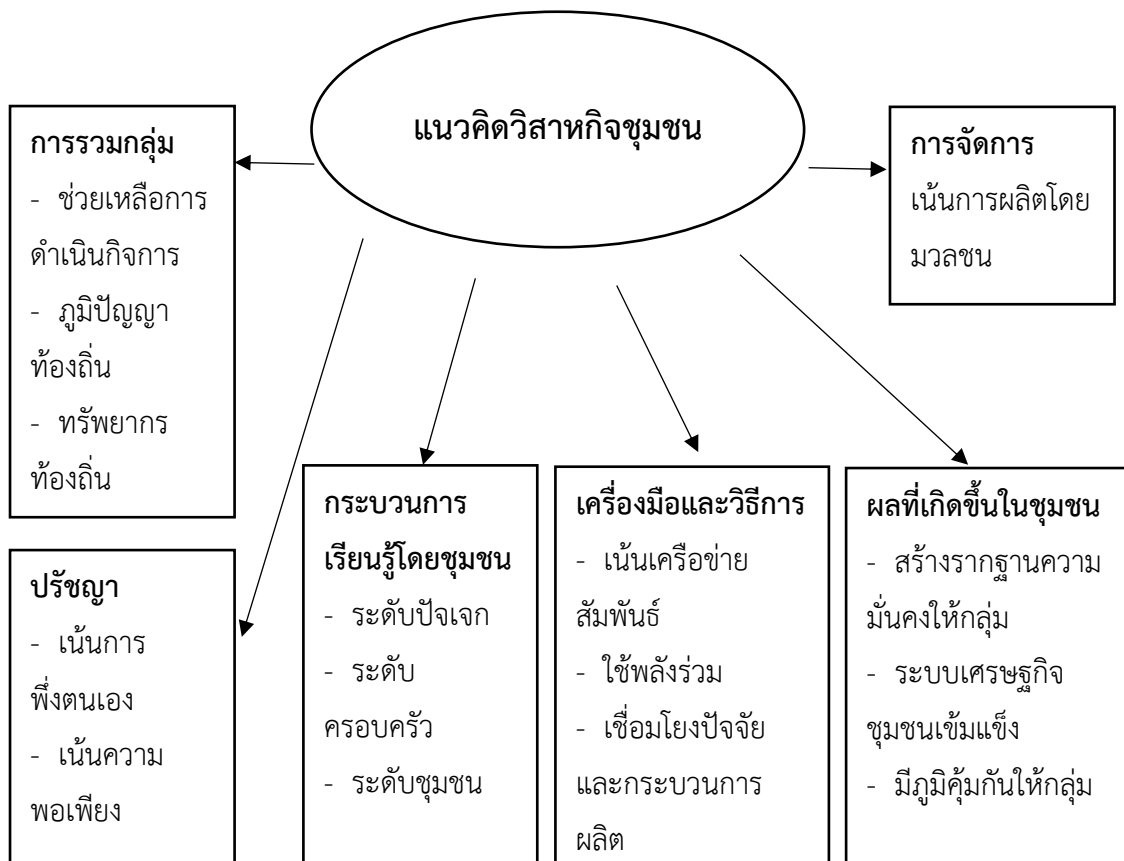
6. กิจการของชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการบริการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้ และการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ในชุมชนและระหว่างชุมชนโดยใช้ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม วิถีตนเอง ยึดโยงเป็นโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็ง เพื่อเป็นส่วนต่อยอดให้ระบบเศรษฐกิจแข็งแรงเพราะมีฐานราก ที่แข็งแรง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556, หน้า 1)

สรุป วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การผลิตสินค้า การให้บริการ หรือกิจการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยผ่านคณะบุคคล กลุ่มคนที่มีความผูกพันกัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันขึ้นเพื่อประกอบกิจการทั้งที่เป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างกำไรในรูปแบบทางการเงิน และกำไรทางด้านสังคม โดยมีการจัดการทุนของชุมชน คือ ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม และสังคม ภายในชุมชน เพื่อการพึ่งตนเอง

1. แนวคิดของวิสาหกิจชุมชน

แนวคิดของวิสาหกิจชุมชน เป็นแนวคิดที่เกิดจากชุมชน ซึ่งต้องการรวมกลุ่มกัน เพื่อช่วยเหลือกันในการดำเนินกิจการต่าง ๆ ที่มีลักษณะเป็นการประกอบการ บริหารจัดการเชิงธุรกิจ แต่ไม่ได้ต้องการทำธุรกิจเต็มรูปแบบ เพื่อสร้างรากฐานความมั่นคงให้สมาชิก ซึ่งถ้าทำคนเดียวก็จะทำไม่ได้ หรือถ้าไปรวมกับสหกรณ์ใหญ่ ๆ ก็คงยุ่งยากลำบาก จึงเป็นการร่วมกันสร้างระบบสวัสดิการให้ตนเองเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่กลุ่มอาชีพ และคนในชุมชน (เสรี พงศ์พิศ, 2552, หน้า 1) ในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจให้เป็นรูปธรรม มีการกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง การส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง (กนกพร ฉิมพลี, 2555, หน้า 36) วิสาหกิจชุมชนเน้นกระบวนการพัฒนาศักยภาพของชุมชน ทำให้ชุมชนเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ วิธีการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการประชาชนที่เข้มแข็งนั้นต้องได้รับการสนับสนุนให้เกิดระบบเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งหมายถึงการจัดระบบความสัมพันธ์ใหม่ระหว่างคน ทรัพยากร และความรู้ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ การจัดการ และการ

พัฒนาที่เกิดจากภายในชุมชน เพื่อค้นพบศักยภาพ และทุนที่แท้จริงของตนเอง คือ ทุนที่เป็นทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรมท้องถิ่น และทุนทางสังคม (ดวงเดือน สมวัฒน์ศักดิ์, 2548, หน้า 1) ดังนั้น วิสาหกิจชุมชน จึงมีแนวคิดแบบปรัชญาการพึ่งตนเอง และเน้นความพอเพียง มีการเรียนรู้ในระดับปัจเจกหรือเฉพาะบุคคล ครอบครัว และชุมชน ใช้เครื่องมือและวิธีการที่เน้นการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ในลักษณะพลังร่วม เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและกระบวนการผลิต มีการจัดการที่เน้นการผลิตโดยมวลชน โดยมุ่งการแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติ หรือสร้างผลิตภัณฑ์หรือผลผลิตที่เป็นอาหาร (Food) และไม่ใช่อาหาร (Nonfood) โดยครอบครัวในชุมชน โดยองค์กรชุมชน และเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยมีหลักคิดสำคัญ คือ สร้างความหลากหลายของผลผลิต และผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อการบริโภคแบบพึ่งพาตนเอง ลดรายจ่ายให้ครอบครัว สร้างเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีให้ตนเอง และมีคุณธรรมรับผิดชอบต่อสมาชิกคนอื่น ๆ ที่อยู่ร่วมกันในชุมชน ไม่เห็นแก่ประโยชน์ด้านกำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียว และไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ซึ่งสรุปแนวคิดวิสาหกิจชุมชน ดังภาพที่ 2-1



ภาพที่ 2-1 สรุปแนวคิดวิสาหกิจชุมชน

สรุป แนวคิดวิสาหกิจชุมชน คือ แนวคิดที่คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มช่วยเหลือในการดำเนินการ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรในชุมชน มีปรัชญาที่เน้นการพึ่งตนเองและความพอเพียง มีกระบวนการเรียนรู้โดยชุมชนทุกระดับ มีเครื่องมือและวิธีการที่เน้นเครือข่าย พลังร่วมและเชื่อมโยงกระบวนการผลิต มีการจัดการที่เน้นการผลิตโดยมวลชน และผลที่เกิดขึ้นในชุมชนมีการสร้างรากฐานที่มั่นคงให้กลุ่ม สร้างระบบเศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็ง และมีภูมิคุ้มกันให้กลุ่ม

2. องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน

องค์ประกอบหลักของวิสาหกิจชุมชน (เสรี พงศ์พิศ, 2548, หน้า 40; กัญญาณน อินทหว่าง, สุพจน์ อินทหว่าง, และอภิชาติ วรณภีระ, 2554, หน้า 7-8) มีดังนี้

2.1 ชุมชนเป็นเจ้าของและมีผู้ดำเนินการหลัก อาจมีบุคคลภายนอกมีส่วนร่วมในลักษณะการถือหุ้น เพื่อการมีส่วนร่วม ร่วมมือ และการให้ความช่วยเหลือ แต่ไม่ใช่ผู้ถือหุ้นใหญ่ ที่จะให้มีอำนาจในการตัดสินใจ

2.2 ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด แต่อาจนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้

2.3 ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมโดยชุมชน เนื่องจากชุมชนมีความรู้ มีภูมิปัญญา หากชุมชนมีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม ชุมชนจะเกิดความเชื่อมั่นในตนเอง และสามารถริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ โดยไม่ทำการเลียนแบบหรือแสวงหาสูตรสำเร็จจากแหล่งอื่น ๆ เป็นการพัฒนาศักยภาพของชุมชน

2.4 มีฐานภูมิปัญญาของท้องถิ่นผสมผสานร่วมกับภูมิปัญญาสากล ฐานภูมิปัญญาของท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่มีสำคัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยประยุกต์ให้เหมาะสม นำมาผสมผสานกับความรู้และภูมิปัญญาสากล

2.5 มีการดำเนินการในรูปแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกับกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ คือ มีหลาย ๆ กิจกรรมร่วมประสานและผนึกกำลังเกื้อกูลกัน

2.6 มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ ซึ่งการเรียนรู้คือ หัวใจของกระบวนการพัฒนา เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เป็นวิสาหกิจชุมชนบนฐานความรู้

2.7 มีการพึ่งตนเอง เป็นเป้าหมายสำคัญที่สุดของการประกอบกิจการ

สรุป องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนนั้น ชุมชนเป็นเจ้าของและยังเป็นผู้ดำเนินการหลัก โดยชุมชนมีความริเริ่มสร้างสรรค์ ที่ใช้กระบวนการเรียนรู้และการผลิต ที่ผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นกับภูมิปัญญาสากล มีการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ

3. ประเภทและระดับของวิสาหกิจชุมชน

ประเภทและระดับของวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้

3.1 ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท (เสรี พงศ์พิศ, 2548, หน้า 48) ดังนี้

3.1.1 วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อใช้ในท้องถิ่น มีการผลิตหลัก ๆ อยู่ 5 ชนิด คือ ข้าว อาหาร สมุนไพร ของใช้ ปุ๋ย ซึ่งอยู่ในขีดความสามารถของชาวบ้านทั่วไป และผลิตเพื่อเป็นการตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐาน

3.1.2 วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำออกสู่ตลาดใหญ่ได้ เพราะมีลักษณะเฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นบางอย่าง หรืออาจมีสูตรเคล็ดลับ หรือมีคุณภาพดีในระดับมาตรฐาน สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้ เป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เป็นรูปแบบที่ทันสมัย และยังมี การดำเนินงานด้านการตลาดในวงกว้าง

3.2 ระดับของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (วิจิต นันทสุวรรณ, 2544, หน้า 20-21; เสรี พงศ์พิศ, 2548, หน้า 48) ดังนี้

3.2.1 วิสาหกิจชุมชนระดับครอบครัว เป็นวิสาหกิจชุมชนรูปแบบพอเพียง ซึ่งมีการประกอบกิจกรรมโดยเริ่มจากการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อการบริโภคในครอบครัวหรือสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อการอุปโภคบริโภคภายในครัวเรือนของตนเองเป็นหลักและทดแทนการพึ่งพาจากภายนอก ลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมามีความหลากหลาย ผลิตเพื่อการพึ่งพาตนเอง ลดรายจ่ายจากการซื้อ และป้องกันไม่ให้เงินของชุมชนไหลออกไปนอกชุมชนโดยไม่จำเป็น ส่งผลให้เงินหมุนเวียนภายในหมู่บ้าน ซึ่งการตลาดของวิสาหกิจชุมชนระดับครอบครัว จะมุ่งผลิตสู่ตลาดของผู้ผลิตเอง

3.2.2 วิสาหกิจชุมชนระดับชุมชน เป็นวิสาหกิจชุมชนแบบพอเพียง มีการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างครอบครัวที่อยู่ในชุมชนเดียวกัน เพราะการพึ่งพาตนเองในบางกรณีก็ไม่สามารถทำได้เองโดยครอบครัวเดียว ต้องซื้อสินค้าจากเพื่อนบ้านในชุมชนเดียวกัน ถือว่าเป็นการลดภาระการซื้อของแพง หรือช่วยลดรายจ่ายให้แก่เพื่อนบ้าน ดังนั้น การตลาดของวิสาหกิจชุมชนระดับชุมชน คือ ตลาดในชุมชน เป้าหมายอยู่ที่เพื่อนบ้านในชุมชนเดียวกัน ทำการผลิตเพื่อทดแทนสินค้าที่ต้องนำเข้าจากภายนอกชุมชน

3.2.3 วิสาหกิจชุมชนระดับเครือข่าย เป็นวิสาหกิจชุมชนแบบพอเพียง ที่ประกอบกิจการโดยกลุ่ม สาเหตุจากในบางกรณีมีชุมชนเพียงชุมชนเดียวก็ไม่สามารถทำการพึ่งตนเองได้ จึงต้องมีหลายๆชุมชนให้ความร่วมมือกัน เป็นระบบที่พึ่งพาอาศัยระหว่างชุมชนที่มีผลผลิต และทรัพยากรที่แตกต่างกัน เพื่อตอบสนองความต้องการในการอุปโภคและบริโภคของชุมชน และเครือข่ายได้

3.2.4 วิสาหกิจชุมชนเพื่อการจัดการผลผลิตส่วนเกิน เป็นวิสาหกิจชุมชนแบบพอเพียงผสมกับแบบก้าวหน้า โดยการดำเนินการในรูปแบบผลผลิตหรือทรัพยากรของชุมชน สร้างผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มมูลค่าและตอบสนองการตลาดภายนอกชุมชนและเครือข่าย ดังนั้น

การตลาดของวิสาหกิจชุมชนเพื่อการจัดการผลผลิตส่วนเกิน คือ ตลาดนอกชุมชนเข้าสู่หมู่บ้าน แต่ถ้าสินค้าประเภทนั้น ๆ ล้นตลาดภายนอก ชาวบ้านก็จะจำกัดจำนวนการผลิตสินค้าลง ให้เหลือแค่เพียงพอกับตลาดภายในชุมชน

3.2.5 ระดับธุรกิจ คือ วิสาหกิจชุมชนแบบก้าวหน้า เป็นการประกอบกิจการโดยเริ่มจากฐานครอบครัวทำการพัฒนาจนถึงขั้นธุรกิจ โดยมีการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำออกตลาดใหญ่ ได้มีคุณภาพดีได้มาตรฐาน และสามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้

สรุป ประเภทของวิสาหกิจชุมชนมีแบบพื้นฐานเป็นการผลิตเพื่อใช้ในท้องถิ่น ส่วนแบบก้าวหน้า เป็นการผลิตเพื่อส่งออกตลาด ในระดับของวิสาหกิจชุมชนนั้น ประกอบด้วยระดับครอบครัวทำการผลิตเพื่ออุปโภคบริโภคในครอบครัว ระดับชุมชนและเครือข่าย ทำการผลิตเพื่อตอบสนองการอุปโภคบริโภคในชุมชนและเครือข่าย และระดับธุรกิจเป็นการผลิตที่นำออกตลาดใหญ่

4. การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนได้ใช้หลักการคิดเอง ตัดสินใจเอง ลงมือทำเอง บริหารจัดการด้วยตนเอง ชุมชนกำหนดทิศทาง แผนงาน โครงการ หรือธุรกิจชุมชนที่จำดำเนินการ ตลอดจนรูปแบบและวิธีการจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชน ซึ่งควรให้ชุมชนมีการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อให้ชุมชนรู้จักตนเอง รู้จักโลกภายนอก (สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลพบุรี, 2556, หน้า 1) มีรายละเอียด ดังนี้

4.1 การรู้จักตนเอง เป็นการเรียนรู้ของชุมชนเกี่ยวกับศักยภาพและข้อจำกัดของชุมชน รู้ปัญหา และสาเหตุของปัญหา ชุมชนจะช่วยกันสำรวจเก็บข้อมูลต่าง ๆ ในชุมชน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติผลผลิต ผู้รู้ ความรู้ องค์กรต่าง ๆ ในชุมชน หนี้สินรายได้ รายจ่ายของแต่ละครัวเรือน แล้วนำมาสรุปและวิเคราะห์ร่วมกันในเวทีเรียนรู้ การรู้จักตนเองของชุมชนช่วยให้ชุมชนรู้ว่าตนเองมีหนี้สิน ทรัพย์สิน รายได้เท่าไร มีค่าใช้จ่ายอะไรบ้าง เช่น ต้องจ่ายเงินซื้อข้าวสารปีละกี่ล้านบาท หากชุมชนจะพึ่งตนเองต้องมีแผนงานโครงการใดบ้าง อาจมีโรงสีข้าวชุมชน เป็นต้น ส่วนรายจ่ายอื่น ๆ ให้พิจารณาในลักษณะเดียวกัน เช่น อาจมีการทำสบู่ แชมพู การแปรรูปจากพืช สมุนไพร ผักผลไม้ หรือทำโรงงานน้ำปลา เป็นต้น นอกจากนี้ การสำรวจรายจ่ายจะช่วยให้ชุมชนมองเห็นตลาดหรือแหล่งจำหน่ายสินค้าที่จะผลิตขึ้น รวมทั้งปริมาณหรือมูลค่าที่จะผลิต

4.2 การรู้จักโลก เป็นการให้คนในชุมชนได้มองเห็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายนอกชุมชน ที่ตั้งอยู่ใกล้และไกลจากชุมชน ทั้งภายในประเทศ หรือต่างประเทศ เป็นการหาความรู้ความคิดใหม่ เรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่น การเรียนรู้ดังกล่าวอาจทำได้โดยไปดูงาน การประชุม การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์

ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ควรนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการกำหนดทิศทางสำหรับการทำแผนแม่บทชุมชน หรือแผนวิสาหกิจชุมชนว่า แผนของชุมชนควรจะเป็นอย่างไร ควรจะมีธุรกิจชุมชนที่ใดบ้าง และมีการจัดทำแผนงาน โครงการ เพื่อเป็นแนวทางหรือมาตรการนำไปสู่การ

ปฏิบัติให้บรรลุทิศทางของชุมชน โดยมีหน่วยงานภาครัฐ เป็นผู้ประสานงาน ให้คำแนะนำสนับสนุน ส่งเสริมให้การศึกษาหรือฝึกอบรมความรู้แก่ชุมชน

สรุป ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนนั้น ชุมชนต้องรู้จักตนเอง ด้านศักยภาพและ ข้อจำกัดปัญหาต่าง ๆ โดยชุมชนนั้นร่วมกันสำรวจและทำการจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ ทำความรู้จักกับโลก ภายนอก และชุมชนศึกษาหาความรู้ เพื่อให้เกิดแนวความคิดใหม่ เรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่นทั้ง ภายในประเทศหรือต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดทิศทางของชุมชน

5. ขั้นตอนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

ขั้นตอนของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน (สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลพบุรี, 2556, หน้า 1) มี ดังนี้

5.1 การเตรียมความพร้อมของชุมชน

5.1.1 จัดเวทีชาวบ้านเพื่อชี้แจงและประชาสัมพันธ์แนวทางในการดำเนินงานเพื่อ สร้างความเข้าใจและเตรียมความพร้อมของชุมชนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

นำมาใช้ในการพิจารณาว่า จะทำธุรกิจหรือลงทุนทำกิจกรรมใด โดยมีการสำรวจ ด้านต่าง ๆ ดังนี้

5.1.2.1 ทรัพยากร และผลผลิต สำรวจผลผลิตการเกษตรของชุมชน ว่ามี อะไรบ้าง เช่น พืช ผัก ผลไม้ สมุนไพร การเลี้ยงสัตว์ ตลอดจนทรัพยากรทางธรรมชาติ รวมถึงแหล่ง ท้องเที่ยว

5.1.2.2 ภูมิปัญญาชุมชน สรรวจผู้รู้ และผู้ที่มีความรู้ด้านต่าง ๆ เช่น หมอ สมุนไพร หมอยา หมอตำแย ช่างฝีมือ นักประดิษฐ์ นักคิด นักพัฒนา เป็นต้น

5.1.2.3 รายจ่ายของชุมชน สรรวจรายจ่ายของคนในชุมชนแต่ละครัวเรือนว่ามี การใช้จ่ายอะไรบ้าง มีรายได้จากไหน มีขั้นตอนอย่างไร

5.2 การวิเคราะห์เพื่อเรียนรู้ชุมชน

จัดเวทีชาวบ้าน โดยนำข้อมูลที่ได้จากรวบรวมมาแล้ว นำมาพูดคุยกัน เพื่อที่จะเรียนรู้ว่า ชุมชนมีศักยภาพอย่างไร และหาทางเลือก หาโอกาสในการลงทุนทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ควรทำธุรกิจ หรือ อุตสาหกรรมรูปแบบใด ที่จะแปรรูปผลผลิตเป็นสินค้า เพื่อนำมาใช้ในชุมชนทดแทนสินค้าที่ซื้อ มาจากภายนอกชุมชน จะผลิตสินค้าหรือทำธุรกิจใด เพื่อนำเงินรายได้เข้าชุมชน เป็นต้น

5.3 การจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชน

ผลจากการเรียนรู้นำมาใช้ในการกำหนดกิจกรรมการลงทุน กำหนดทิศทางของชุมชน เขียนแผนและโครงการ กำหนดรูปแบบการจัดการ แนวทางการดำเนินงาน ทำแผนโครงการขอ งบประมาณจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ

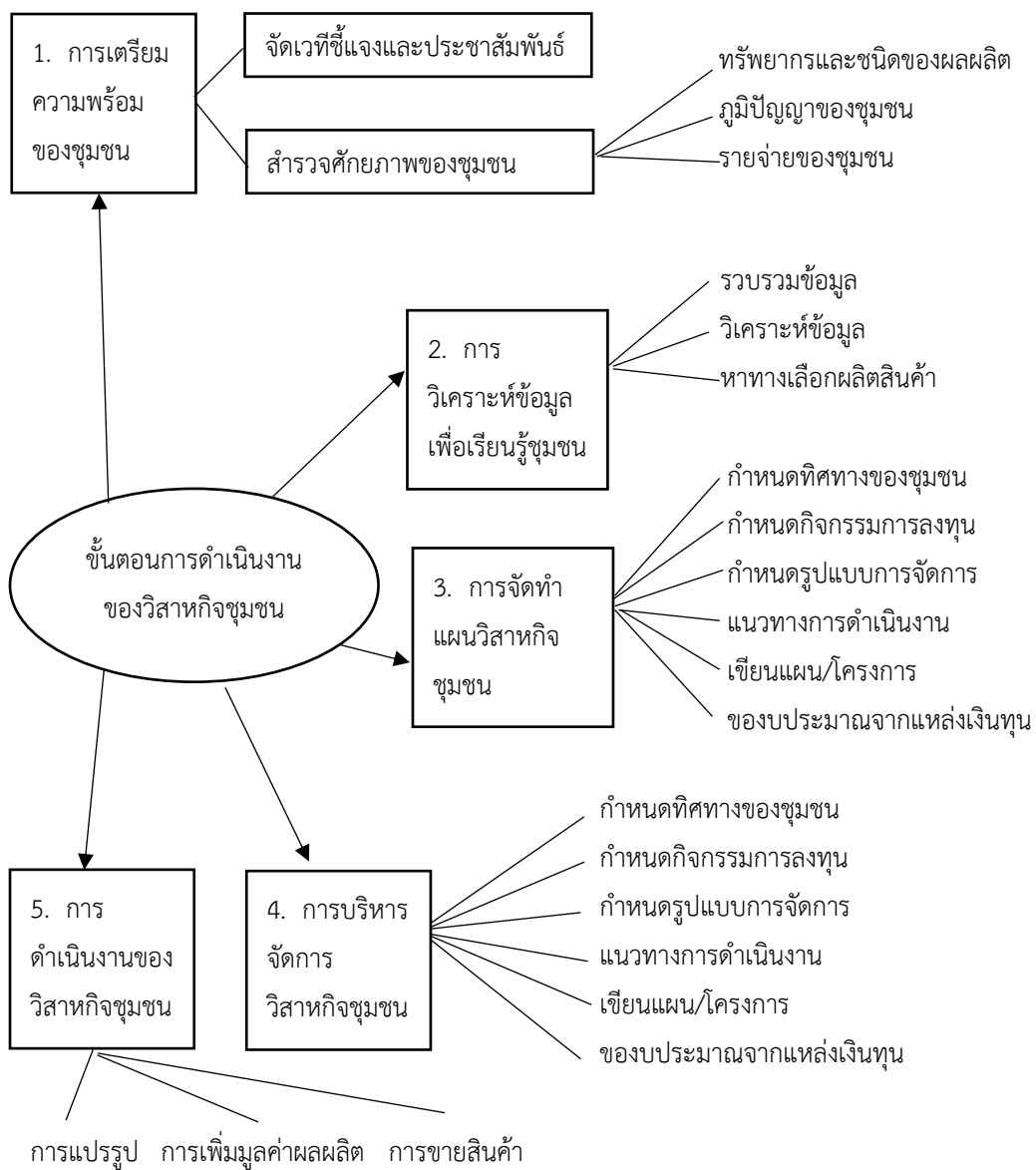
5.4 การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินงาน ตามแผนงาน/ โครงการ/ กิจกรรม ตามที่ได้กำหนดไว้ วิสาหกิจชุมชนแต่ละแห่งจะต้องมีการจัดการ การจัดทำบัญชี การผลิตสินค้า และการจำหน่ายซึ่งชุมชนต้องลงมือปฏิบัติเอง ภาครัฐเป็นผู้ให้การสนับสนุนแนะนำ และส่งเสริมการบริหารจัดการ

5.5 การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

การดำเนินงานเปลี่ยนจากขายผลผลิตการเกษตร เป็นการแปรรูป การเพิ่มมูลค่าผลผลิต การขายสินค้า โดยเริ่มต้นขายภายในชุมชน แล้วนำผลผลิตที่เหลือไปขายที่ชุมชนใกล้เคียง และชุมชนอื่น ๆ

ในขั้นตอนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ดังภาพที่ 2-2



ภาพที่ 2-2 ขั้นตอนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

สรุป ขั้นตอนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน โดยชุมชนต้องมีการเตรียมความพร้อมโดยจัดเวทีชาวบ้าน และสำรวจศักยภาพของชุมชน แล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อหาทิศทางและโอกาสทางธุรกิจ นำผลการวิเคราะห์และนำมาใช้ในการจัดทำแผนการลงทุน โดยมีการบริหารจัดการทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และการดำเนินการจำหน่ายผลผลิตของชุมชน

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน

แนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ (The Competitive Advantage of Nation) ปัจจัยความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศตามแนวคิดของ Michael E. Porter (Dynamic Diamond Model) (Porter, 1998) ได้ให้แนวคิดว่าความสามารถในการแข่งขันของประเทศขึ้นอยู่กับความสามารถของบริษัทในอุตสาหกรรมที่จะสร้างนวัตกรรมและยกระดับ (Upgrade) ว่าบริษัทในอุตสาหกรรมของประเทศมีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งทั่วโลกอันเนื่องมาจากความกดดันและความท้าทาย บริษัทได้รับประโยชน์จากการมีคู่แข่งในประเทศที่เข้มแข็ง ผู้ผลิตในประเทศที่ทำงานเชิงรุก และความต้องการของลูกค้าที่ก้าวหน้าในประเทศ นอกจากนี้ความแตกต่างในค่านิยม วัฒนธรรม โครงสร้างเศรษฐกิจ สถาบัน และประวัติศาสตร์ของแต่ละประเทศล้วนส่งผลต่อความสำเร็จในการแข่งขันของประเทศ ไม่มีประเทศไหนที่จะมีข้อได้เปรียบในทุกอุตสาหกรรม มีบางอุตสาหกรรมเท่านั้นที่แต่ละประเทศมีข้อได้เปรียบซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมในประเทศ นอกจากนี้ Porter ได้วิพากษ์แนวคิดของเศรษฐศาสตร์คลาสสิกที่ระบุว่าความได้เปรียบของประเทศที่ได้จากทรัพยากรธรรมชาติ ค่าจ้าง อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน และเงินทุน ทำให้ประเทศแข่งขันได้ อย่างไรก็ตามแนวคิดนี้ไม่สามารถอธิบายความสามารถในการแข่งขันของบางประเทศได้ เช่น ประเทศเยอรมัน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่จำกัด แต่ก็สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ Porter จึงได้เสนอแนวคิดของความสามารถในการแข่งขันของประเทศคือ ผลิตภาพ (Productivity) เป้าหมายหลักของประเทศคือการสร้างมาตรฐานการครองชีพที่สูงและดีขึ้นสำหรับพลเมืองของตน ความสามารถในการทำเช่นนั้นขึ้นอยู่กับผลิตภาพที่เกิดจากการใช้แรงงานและทุนของประเทศ ผลิตภาพคือมูลค่าของผลผลิต ที่ผลิตโดยหน่วยแรงงานหรือทุน ผลิตภาพขึ้นอยู่กับคุณภาพและคุณลักษณะของสินค้า รวมทั้งประสิทธิภาพในการผลิตสินค้านั้น ผลิตภาพเป็นปัจจัยหลักของมาตรฐานการครองชีพในระยะยาวของประเทศและเป็นสาเหตุหลักของรายได้ต่อหัวของประเทศ มาตรฐานการครองชีพของประเทศขึ้นอยู่กับความสามารถของบริษัทในการทำให้ได้ผลิตภาพที่สูงและเพิ่มผลิตภาพอย่างต่อเนื่อง บริษัทจึงต้องปรับปรุงผลิตภาพในอุตสาหกรรมที่ดำเนินการอยู่ โดยการเพิ่มคุณภาพของสินค้า การเพิ่มคุณลักษณะที่ต้องการ การปรับปรุงเทคโนโลยีของสินค้า หรือการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต นอกจากนี้ Porter ยังได้เสนอแบบจำลอง Diamond Model ในการวิเคราะห์และอธิบายศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมในระดับประเทศ โดยมีปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบในการ

แข่งขันของประเทศอยู่ 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านความต้องการของตลาด ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง และปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและคู่แข่งของบริษัท และมี 2 ปัจจัยคือ โอกาสและรัฐบาลที่อาจเป็นปัจจัยสนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคก็ได้ โดยปัจจัยทั้งหมดมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ผลกระทบจากปัจจัยหนึ่งจะส่งผลต่อไปยังปัจจัยอื่น เช่น ถ้าไม่มีทักษะของแรงงานที่จะผลิตสินค้าขั้นสูง ก็จะไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อที่ซับซ้อนได้ ถ้าไม่มีคู่แข่งที่เข้มแข็ง ก็จะไม่มีความมุ่งมั่นในการปรับปรุงสินค้าและบริการ กล่าวโดยรวมคือความอ่อนแอในปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งจะจำกัดศักยภาพของอุตสาหกรรมให้ก้าวหน้าและยกระดับขึ้น

Diamond Model ใช้ในการประเมินศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจของแต่ละประเทศได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการผลิต (Factor Condition) โดยปัจจัยด้านการผลิต ได้แก่ แรงงาน ที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติ เงินทุน และโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยปัจจัยการผลิตดังกล่าวจะครอบคลุมถึงทรัพยากรต่าง ๆ ในประเทศที่มีอยู่ ซึ่งประกอบด้วย

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) หมายถึง ปริมาณของแรงงาน ประเภทต่าง ๆ ทักษะของแรงงาน ต้นทุนค่าจ้างแรงงาน ชั่วโมงการทำงานมาตรฐานและจรรยาบรรณในการทำงาน

1.2 ทรัพยากรกายภาพ (Physical Resources) หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ คุณภาพความสามารถในการเข้าถึง และต้นทุนของทรัพยากร เช่น ที่ดิน น้ำ แร่ธาตุธรรมชาติ พลังงานธรรมชาติ และสภาพภูมิอากาศ นอกจากนี้สถานที่ตั้งและขนาดของทรัพยากรก็มีส่วนสำคัญต่อต้นทุนการขนส่งของผู้ผลิต

1.3 ทรัพยากรความรู้ (Knowledge Resources) หมายถึง คลังความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคนิค และตลาดในการผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งอยู่ในมหาวิทยาลัย สถาบันวิจัยของรัฐบาล หน่วยงานวิจัยของเอกชน บทความทางธุรกิจและวิทยาศาสตร์ รายงานการวิจัยการตลาด เป็นต้น

1.4 ทรัพยากรทุน (Capital Resources) หมายถึง ปริมาณ แหล่งเงินทุน และต้นทุนในการจัดหาและได้มาซึ่งเงินทุน

1.5 โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) หมายถึง ประเภท คุณภาพ ปริมาณและต้นทุนในการเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขัน ได้แก่ ระบบการขนส่ง ระบบสาธารณูปโภค ระบบการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ระบบการโอนเงินและชำระเงิน ระบบสาธารณสุขที่อยู่อาศัย และสถาบันทางวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนให้เห็นคุณภาพชีวิต และเสน่ห์ของประเทศในการเป็นที่ทำงานและที่อยู่อาศัย

ความได้เปรียบในการแข่งขันจากปัจจัยการผลิตขึ้นอยู่กับว่าทรัพยากรนั้นถูกใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล หลายปัจจัยการผลิตต้องสร้างขึ้นเอง เช่น ทรัพยากรมนุษย์ที่ทักษะสูง ซึ่งต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ประเทศที่มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้จัดสรรทรัพยากรไปยังอุตสาหกรรมที่เหมาะสมของประเทศนั้น บางปัจจัยการผลิตที่ประเทศนั้นมีข้อเสียเปรียบจะเป็นแรงผลักดันให้เกิดนวัตกรรมและยกระดับเพื่อขจัดข้อเสียเปรียบนั้น

ปัจจัยการผลิตยังแบ่งออกเป็นปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยขั้นสูง ซึ่งปัจจัยพื้นฐาน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิอากาศ แรงงานที่ไม่ชำนาญและกึ่งชำนาญ รวมทั้งทุน ส่วนปัจจัยขั้นสูง ได้แก่ ระบบสื่อสารข้อมูลดิจิทัลที่ทันสมัย บุคลากรที่มีการศึกษาและทักษะสูง เป็นต้น ซึ่งปัจจัยพื้นฐานไม่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน แต่ปัจจัยขั้นสูงมีความสำคัญมากต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งต้องอาศัยเงินทุนและใช้ระยะเวลาในการสั่งสมที่จะสร้างปัจจัยขั้นสูงขึ้นมาได้

2. ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Condition) อุปสงค์ของสินค้าในประเทศทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ จะทำให้ผู้ผลิตสินค้าในประเทศต้องสร้างนวัตกรรมในการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนขึ้น ถ้าตลาดสินค้าในประเทศมีขนาดใหญ่พอสมควร ก็จะก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดเพราะสามารถผลิตสินค้าในปริมาณมาก ๆ ได้ แต่อย่างไรก็ตาม Porter ได้ให้ความสำคัญของคุณภาพของความต้องการของผู้บริโภคมากกว่าปริมาณในการกำหนดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน คุณลักษณะของอุปสงค์ในประเทศที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันมีอยู่ 3 ด้าน คือ

2.1 โครงสร้างส่วนของอุปสงค์ (Segment Structure of Demand) อุตสาหกรรมส่วนใหญ่มีการแบ่งส่วนตามอุปสงค์ของผู้บริโภค ถ้าบริษัทในประเทศสามารถตอบสนองต่อส่วนของอุปสงค์นั้น ซึ่งเป็นส่วนที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์ของตลาดโลกแต่เป็นส่วนที่มีความสำคัญน้อยในประเทศอื่น ๆ ถึงแม้ตลาดส่วนนั้นในประเทศจะมีขนาดเล็กแต่รวมกับตลาดโลกแล้วก็จะมีความใหญ่ บริษัทนั้นก็มักจะได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างประเทศ

2.2 ผู้ซื้อที่ซับซ้อนและเรียกร้อง (Sophisticated and Demanding Buyers) จะมีความต้องการขั้นสูง กำหนดมาตรฐานที่สูง ซึ่งจะเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องปรับปรุง สร้างนวัตกรรมและยกระดับเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อประเภทนี้ ส่งผลให้ประเทศเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศมากกว่าประเทศอื่นที่ผู้ซื้อซับซ้อนน้อยกว่า

2.3 ความต้องการของผู้ซื้อที่คาดการณ์ล่วงหน้า (Anticipatory Buyer Needs) ความต้องการของผู้ซื้อในประเทศจะเป็นตัวบ่งชี้ล่วงหน้าของแนวโน้มของตลาดโลก ซึ่งจะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ผลิตในประเทศยกระดับสินค้าและสร้างความสามารถที่จะแข่งขันในตลาดโลกที่กำลังจะเกิดขึ้น ดังนั้นในการประเมินต้องพิจารณาโครงสร้างความต้องการ ของผู้ซื้อแต่ละ Segment ขนาดของความ ต้องการ ความคาดหวัง การเติบโตของความต้องการ และการขยายตัวสู่ความต้องการในต่างประเทศ

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Support Industry) อุตสาหกรรมที่จะมีความได้เปรียบในการแข่งขันจะต้องมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกันที่จะสามารถส่งเสริมความสามารถและศักยภาพของอุตสาหกรรมนั้น ทั้งด้านการผลิต ต้นทุนการผลิต และคุณภาพของสินค้า ประเทศที่มีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกันที่ตั้งอยู่ในประเทศเดียวกัน หรือมีการกระจุกตัวกัน จะทำให้ผู้ผลิตส่งวัตถุดิบให้อุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้นทุนต่ำและรวดเร็ว แต่ที่สำคัญมากกว่าคือการเกิดนวัตกรรมและการยกระดับของอุตสาหกรรม อันเนื่องมาจากการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด เกิดความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูล ผู้ผลิตช่วยให้อุตสาหกรรมรับรู้ถึงวิธีการใหม่และโอกาสในการใช้เทคโนโลยีใหม่ อุตสาหกรรมมีโอกาสที่จะมีอิทธิพลต่อความพยายามทางเทคนิคของผู้ผลิตและเป็นจุดทดสอบสำหรับงานวิจัยและพัฒนาในการเร่งให้เกิดนวัตกรรม ซึ่งจะส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ของประเทศ

4. กลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) กลยุทธ์ การบริหารจัดการและโครงสร้างของบริษัทในอุตสาหกรรม จะทำให้เกิดการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม สภาพการแข่งขันในประเทศเป็นตัวกำหนดที่สำคัญในความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ ถ้าอุตสาหกรรมแข่งขันน้อย ผู้ผลิตจะไม่พยายามปรับปรุงสินค้า ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของประเทศลดลง ในทางตรงกันข้าม การแข่งขันที่เข้มข้นในอุตสาหกรรมในประเทศจะเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องสร้างนวัตกรรมและยกระดับ โดยบริษัทจะพยายามทำให้ต้นทุนต่ำลง ปรับปรุงสินค้าและบริการ สร้างสินค้าใหม่และกระบวนการผลิตใหม่ ทำให้อุตสาหกรรมนั้นมีความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดระหว่างประเทศ บริษัทจะเสาะหาตลาดต่างประเทศเพื่อจะได้ผลิตในปริมาณมาก ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนสินค้าลดลง การแข่งขันในประเทศจะก่อให้เกิดประโยชน์เพิ่มมากขึ้นเมื่อคู่แข่งกระจุกตัวในบริเวณใกล้เคียงกันเนื่องจากข้อมูลข่าวสารจะกระจายไปอย่างรวดเร็วและกระตุ้นให้ต้นตอที่จะพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา การจัดการและกลยุทธ์การบริหารจัดการทางการตลาดเพื่อให้องค์กร บรรลุผลสำเร็จได้ รวมทั้งการพัฒนา รูปแบบกลยุทธ์การตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น การแข่งขัน ทางธุรกิจที่เลือกใช้อย่างเหมาะสม ตลอดจนความสามารถในการพัฒนาธุรกิจส่งผลให้มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

5. บทบาทของภาครัฐ (The Role of Government) นโยบายของภาครัฐมีผลต่อศักยภาพ การแข่งขันของประเทศ โดยภาครัฐมีอิทธิพลทั้งด้านบวกและด้านลบ ต่อศักยภาพการแข่งขันของประเทศ บทบาทของภาครัฐควรเป็นผู้ออกนโยบายในการส่งเสริม สนับสนุน และสร้างสภาพแวดล้อมให้บริษัทในอุตสาหกรรมสร้างความสามารถในการแข่งขันด้วยตนเอง รัฐบาลจะต้องส่งเสริมปัจจัยทั้ง 4 ที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน นโยบายดังกล่าว คือ

5.1 มุ่งเน้นไปสร้างปัจจัยเฉพาะ ที่จะสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น โปรแกรมฝึกวิชาชีพเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรม

5.2 หลีกเลี่ยงการแทรกแซงปัจจัยการผลิตและตลาดสกุลเงิน เพื่อให้บริษัทในประเทศสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ เช่น การใช้อัตราแลกเปลี่ยนเพื่อเอื้อต่อการส่งออก ซึ่งหลักฐานเชิงประจักษ์ได้ชี้ว่าการกระทำดังกล่าวไม่ได้ยกระดับอุตสาหกรรมและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

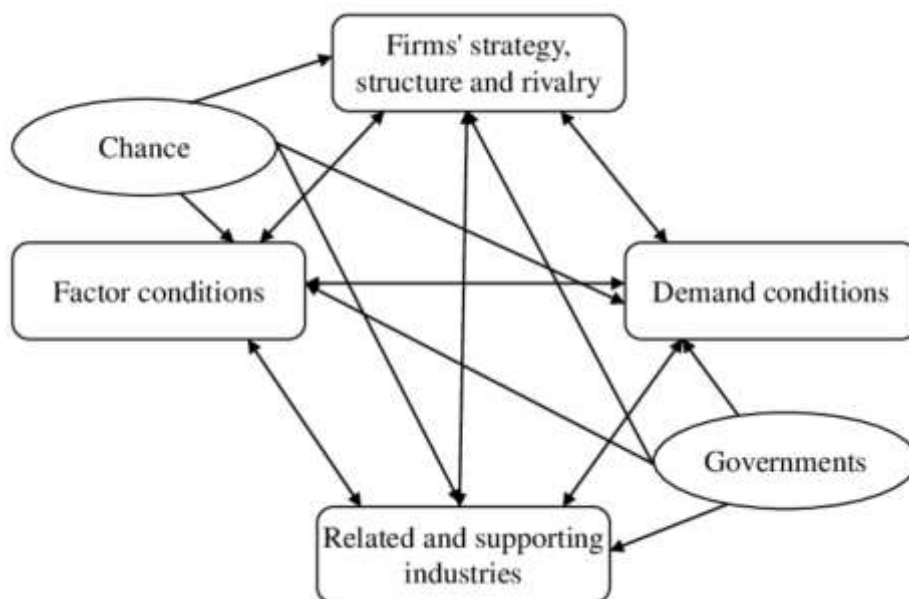
5.3 บังคับใช้มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่เข้มงวด ปลอดภัย และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมซึ่งจะทำให้บริษัทต้องปรับปรุงคุณภาพ ยกย่องเทคโนโลยี และสร้างคุณลักษณะของสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสังคมตามมาตรฐานที่กำหนด ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ

5.4 ส่งเสริมเป้าหมายที่นำไปสู่การลงทุนอย่างยั่งยืน รัฐบาลควรจะสนับสนุนอย่างต่อเนื่องให้เกิดการพัฒนาทักษะของแรงงาน และการสร้างนวัตกรรม

5.5 ยกเลิกนโยบายหรือกฎหมายที่ไม่ส่งเสริมการแข่งขัน เช่น การผูกขาดของรัฐวิสาหกิจ การควบคุมการเข้าถึงอุตสาหกรรม หรือการกำหนดราคา ซึ่งส่งผลให้ไม่มีการแข่งขันและไม่เกิดนวัตกรรมในอุตสาหกรรม

5.6 บังคับใช้นโยบายต่อต้านการผูกขาดในประเทศ เช่นไม่ให้มีการควบรวมกิจการเพื่อมีอำนาจเหนือตลาด ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการแข่งขันและสร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรม

6. ปัจจัยด้านโอกาส (Chance) หรือเหตุสุดวิสัยเป็นปัจจัยที่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทในอุตสาหกรรม ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น การเกิดสิ่งประดิษฐ์ใหม่ การเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิต การเปลี่ยนแปลงในตลาดเงิน การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง การเกิดสงคราม เป็นต้น การเกิดเหตุการณ์ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมจะทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่อง ส่งผลให้มีการเปลี่ยนตำแหน่งในการแข่งขัน หรือล้มล้างข้อได้เปรียบที่มีอยู่ และสร้างช่องทางให้บริษัทสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันในการตอบสนองต่อเงื่อนไขที่เปลี่ยนแปลงไป ผลกระทบดังกล่าวส่งผลกระทบต่อประเทศแต่ละประเทศไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับความสามารถของประเทศที่จะปรับตัวและใช้ประโยชน์จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น มาสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ



ภาพที่ 2-3 แสดงความสัมพันธ์ Diamond Model

ที่มา: Michael E. Porter (1990)

กฎหมาย และนโยบายสำหรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน

การพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน มีวัตถุประสงค์สำคัญให้เกิดการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาคโดยใช้โอกาสจากอาเซียน ลดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และเสริมสร้างความมั่นคงพื้นที่บริเวณชายแดน รวมทั้ง เพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

1. แผนการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน

แผนการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน มีวัตถุประสงค์สำคัญให้เกิดการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาคโดยใช้โอกาสจากศักยภาพของพื้นที่และการมีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และเสริมสร้างความมั่นคงในพื้นที่บริเวณชายแดน รวมทั้งเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนา เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนใน 10 จังหวัด ได้แก่ ตาก เชียงราย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร สระแก้ว ตราด สงขลา นราธิวาส และกาญจนบุรี

2. แนวทางการพัฒนา

2.1 ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการลงทุน เพื่อดึงดูดการลงทุนทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยให้สิทธิประโยชน์ทั้งทางด้านภาษีและมีใช้ภาษีเพื่อจูงใจให้เกิดการลงทุน เพิ่มประสิทธิภาพของศูนย์บริการเบ็ดเสร็จโดยเฉพาะการให้มีอำนาจในการอนุมัติ อนุญาตแบบเบ็ดเสร็จในพื้นที่ และพัฒนาด่านเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการอำนวยความสะดวกในการผ่านแดน

2.2 ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ตามศักยภาพ โดยพัฒนาต่อยอดจากฐานทรัพยากรและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ที่มีอยู่เดิม รวมทั้งยกระดับความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่ให้เอื้อต่อการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว และเป็นพื้นที่หลักในการขับเคลื่อน การสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมในส่วนภูมิภาค ตลอดจนพัฒนาพื้นที่บริเวณชายแดนให้มี ความพร้อมสำหรับรองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมโยงกับ ประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของ ประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของประเทศในภาพรวม

2.3 ใช้ประโยชน์และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม อาทิ โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม พลังงาน ระบบน้ำประปา ที่อยู่อาศัย โรงพยาบาล และสถานศึกษา ที่สอดคล้อง กับความต้องการของพื้นที่ และมีกลไกที่สามารถรองรับภัยพิบัติทางธรรมชาติ การเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุมโรคติดต่อในพื้นที่และเมือง รวมทั้งรองรับการพัฒนาพื้นที่และเมืองน่าอยู่

2.4 เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการพื้นที่พิเศษ โดยศึกษากฎหมายและ กฎระเบียบที่มีอยู่เพื่อปรับปรุงและจัดทำข้อเสนอกฎหมายและกฎระเบียบ และจัดทำระบบฐานข้อมูล เพื่อให้อี้อต่อ การพัฒนาเชิงพื้นที่ การพัฒนาธุรกิจรูปแบบใหม่ และการส่งเสริมการลงทุนร่วมระหว่าง รัฐและเอกชน รวมทั้งส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการลงทุนในอุตสาหกรรมและบริการ เป้าหมาย และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ ตลอดจนการจัดตั้งกลไกการบริหารจัดการที่มี ประสิทธิภาพ

2.5 ส่งเสริมเศรษฐกิจและการสร้างงานที่สอดคล้องกับศักยภาพ โอกาส และความ ต้องการของประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้เป็นฐานเศรษฐกิจใหม่ของพื้นที่

2.6 พัฒนาระบบบริหารจัดการแรงงานที่มีประสิทธิภาพ มีระบบส่งเสริมสุขภาพ ฝ้า ระวัง ป้องกันและควบคุมโรค ที่เชื่อมโยงกับระบบการจ้างแรงงานต่างด้าว การประกันสุขภาพและ การเข้าเมือง โดยการจ้ดระบบบัตรผ่านแดนหรือบัตรประจำตัวของแรงงานต่างด้าวแบบ อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งกำหนดมาตรการและระบบสื่อสารเพื่อดูแลความมั่นคงชายแดนและความ ปลอดภัยในพื้นที่

2.7 พัฒนาเมืองในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนให้เป็นเมืองน่าอยู่ที่สามารถ รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการลงทุนทั้งจากในและต่างประเทศ ซึ่งจะสนับสนุนการขับเคลื่อน พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนให้เป็นฐานเศรษฐกิจใหม่ของประเทศ โดยเน้นการจัดทำ

แผนพัฒนาเมืองตามแนวคิดด้านแผนผังภูมินิเวศ และการพัฒนาเมืองรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การเติบโตของเมืองแบบกระชับ เมืองที่ปรับตัวได้ตามการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เป็นเมืองที่ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภคและสาธารณูปการขั้นพื้นฐานที่สามารถส่งเสริมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนได้ โดยในช่วงปีที่ 1-5 เน้นการพัฒนาพื้นที่เมืองสงขลา ช่วงปีที่ 6-10 เน้นการพัฒนาพื้นที่เมืองตาก สระแก้ว เชียงราย กาญจนบุรี หนองคาย และมุกดาหาร และช่วงปีที่ 16-20 เน้นการพัฒนาพื้นที่เมืองนครพนม นราธิวาส และตราด

2.8 พัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมและการรักษาพื้นที่สีเขียวที่มีประสิทธิภาพ เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาควบคู่กับการรักษาสภาพแวดล้อม และพื้นที่สีเขียวในเมือง

2.9 เสริมสร้างความสามารถของวิสาหกิจชุมชน และภาคเอกชนในพื้นที่ เพื่อผลักดันให้เกิดการเพิ่มขึ้นของขีดความสามารถในการผลิต

2.10 สนับสนุนให้ประชาชนและภาคีการพัฒนามีส่วนร่วมในการพัฒนา เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่

ตารางที่ 2-1 แสดงเป้าหมายและชี้วัด เป้าหมาย

3.3.2 เป้าหมายและตัวชี้วัด เป้าหมาย		ตัวชี้วัด			ค่าเป้าหมาย
ปี 2561 - 2565		ปี 2566 - 2570	ปี 2571 - 2575		ปี 2576 - 2580
1. การขยายตัวของ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของ พื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจ พิเศษชายแดนเพิ่มขึ้น	อัตราการขยายตัวของ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของ เขตพัฒนาเศรษฐกิจ พิเศษชายแดนเพิ่มขึ้น (ร้อยละต่อปี)	ขยายตัว ร้อยละ 3.0	ขยายตัว ร้อยละ 3.0	ขยายตัว ร้อยละ 3.0	ขยายตัว ร้อยละ 3.0
2. การลงทุนในเขต พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ชายแดนเพิ่มขึ้น	มูลค่าการลงทุนในเขต พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ชายแดนเพิ่มขึ้น (ล้านบาท)	10,000 ล้านบาท	10,000 ล้านบาท	10,000 ล้านบาท	10,000 ล้านบาท
3. เมืองในพื้นที่เขต พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ชายแดนที่ได้รับการ พัฒนาให้เป็นเมืองน่าอยู่ มากขึ้น	จำนวนเมืองในเขต พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ชายแดนที่ได้รับการ พัฒนาให้เป็นเมืองน่า อยู่ (จำนวนเมือง)	1 เมือง (สงขลา)	6 เมือง (ตาก สระแก้ว เชียงราย* กาญจนบุรี* หนองคาย* มุกดาหาร*)	-	3 เมือง (นครพนม นราธิวาส และตราด)

* เป็นเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและเมืองขนาดกลางในแผนแม่บทฯ ประเด็นพื้นที่และเมืองน่าอยู่อัจฉริยะด้วย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

ประเด็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเขตเศรษฐกิจพิเศษ การกำหนดเขตเศรษฐกิจพิเศษ จำเป็นต้องอาศัยกลไกและมาตรการทางกฎหมายของภาครัฐ และการพัฒนาและจัดตั้งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษจึงมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นข้อกฎหมายต่าง ๆ กล่าวคือ

การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษย่อมเกี่ยวข้องกับกฎหมายด้านอุตสาหกรรมและการลงทุนในลักษณะต่าง ๆ กรณีนี้จึงต้องนำพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2553 พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2554 และพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ. 2555 มาพิจารณา

การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษยังนำพามาซึ่งแรงงานทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ เข้าสู่ตลาดแรงงานในเขตพื้นที่ 56 กรณีนี้จึงเกี่ยวข้องกับกฎหมายว่าด้วยคนเข้าเมืองและคนต่างด้าว อาทិพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2557 และ พระราชบัญญัติการทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. 2558

นอกเหนือจากประเด็นเรื่องแรงจูงใจทางการค้าและการลงทุน และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษยังเกี่ยวข้องกับการครอบครองกรรมสิทธิ์ในที่ดิน กรณี นี้จึงต้องนำกฎหมายเกี่ยวกับที่ดินมาพิจารณาควบคู่ด้วย

ประเด็นที่ต้องพิจารณาคือ ระบบกฎหมาย กฎระเบียบ รวมทั้ง มาตรการและนโยบายภาครัฐของ ไทยมีความสอดคล้องและเพียงพอต่อการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษหรือไม่

สรุป กฎหมาย และนโยบายสำหรับเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน เพื่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน สู่ความเป็นมืออาชีพนั้น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนจะต้องมุ่งพัฒนาตามการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ ในการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาคโดยการส่งเสริมการลงทุนตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเขตเศรษฐกิจพิเศษ ในด้านกฎหมาย อุตสาหกรรม และการลงทุน การจ้างแรงงานทั้งภายในและภายนอกประเทศ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษที่เกี่ยวกับการครอบครองกรรมสิทธิ์ในที่ดิน ทั้งนี้ต้องพิจารณาให้ครอบคลุมระบบกฎหมาย กฎระเบียบ รวมทั้งมาตรการและนโยบายภาครัฐของไทย ให้สอดคล้องกับการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทักษญา สง่าโยธิน (2560) ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในประเทศและต่างประเทศ นั้น จะมีปัจจัยความสำเร็จ ดังต่อไปนี้ 1. ปัจจัยด้านผู้นำ คือ ผู้นำที่เป็นแบบอย่างที่ดี รับฟังความคิดเห็น วิสัยทัศน์กว้างไกลและมองการณ์ไกล 2. ความสามัคคีและการมีส่วนร่วม คือ การมีเป้าหมายร่วมกัน และความร่วมมือกัน 3. ระบบการบริหารจัดการที่ดี คือ มีเป้าหมาย มีโครงสร้าง มีระบบ 4. เงินทุน คือ มีการบริหารจัดการสรรปันส่วนและมีระบบทางการเงินที่ชัดเจน 5. การสนับสนุนจากทาง

ภาครัฐ คือแนวทางในการพัฒนาให้เกิดความแข็งแกร่งและยั่งยืน 6. ทักษะ คือ ความสามารถในการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการ 7. การสร้างเครือข่ายและการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก 8. ผู้นำที่มีความรู้ความสามารถ รู้จักวางแผนที่ดี มีการสร้างขวัญและกำลังใจ 9. มีตลาดรองรับ คือ ตลาดที่รับผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนและสินค้าต้องมีคุณภาพ ได้รับการช่วยเหลือจากเครือข่าย 10. การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย เพื่อตรวจสอบความโปร่งใส 11. การสื่อสาร คือมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลสื่อสารซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมอ 12. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสวยงามตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ 13. อุปกรณ์และเครื่องมือที่มีความพร้อมและเพียงพอต่อความต้องการ 14. ใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด 15. ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบและข้อบังคับทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการลดปัญหามลภาวะที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

สุภาพร ลอยวิวัฒน์กุล อรรวรรณ กมล พะยอม ตอบประโคน และมานพ ทองไทย (2559) พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้ 1. ด้านการผลิต มีการวางแผนการผลิตสินค้าและการกำหนดขั้นตอนการผลิต การจัดหาวัตถุดิบที่เพียงพอทันต่อความต้องการ มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องรวมทั้งมีการพัฒนากระบวนการผลิตสินค้า 2. ด้านการตลาด โดยมุ่งเน้นที่ตลาดท้องถิ่น ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าให้มีความหลากหลาย มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ 3. ด้านการเงิน มีการจัดทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ 4. ด้านการจัดการ มีการกำหนดกฎระเบียบและข้อบังคับของกลุ่ม ให้สมาชิกได้ปฏิบัติตามเพื่อป้องกันปัญหาการขัดแย้ง 5. ด้านการมีส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้คณะกรรมการและสมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์และนำมาพัฒนาร่วมกัน 6. ด้านผู้นำ โดยผู้นำต้องมีความพร้อมในการช่วยเหลือสมาชิกที่เผชิญปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยวิธีการที่ถูกต้อง

บพิตร ปริบูรณ์กร (2558) ได้ศึกษา การบริหารงานเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จ มีดังนี้ 1. สมาชิก มีความเข้าใจเป้าหมายร่วมกัน ให้ความร่วมมือกับส่วนรวม และมีคุณธรรม 5 ประการ ได้แก่ ซื่อสัตย์ เสียสละ รับผิดชอบร่วมกัน เห็นอกเห็นใจ และไว้วางใจกัน 2. ผู้นำหรือแกนนำ มีความเข้มแข็ง ซื่อสัตย์ เสียสละ สนใจใฝ่เรียนรู้ สื่อสารกับสมาชิกอย่างต่อเนื่อง ให้กำลังใจสมาชิกและผู้ร่วมงานอย่างสม่ำเสมอ 3. การบริหารจัดการ เน้นเป้าหมายเพื่อพึ่งพาตนเอง มีโครงสร้างการบริหารที่ชัดเจน แบ่งงานตามความสามารถ โปร่งใส ยืดหยุ่น ปรับตัวได้ มีศูนย์ประสานงาน 4. การติดต่อสื่อสาร เป็นประจำต่อเนื่อง สม่ำเสมอ รับฟังความคิดเห็นของทุกคน ร่วมอภิปรายหรือมีการถกเถียงกันด้วยเหตุผล 5. การสนับสนุนจากภายนอก สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของชุมชน มีความต่อเนื่อง ยืดหยุ่น ควรเน้นกระบวนการเรียนรู้โดยให้ชุมชนเรียนรู้วิธีคิดมากกว่าให้ทำตามสูตรสำเร็จหรือเลียนแบบวิธีทำ

อริยชยา อุดลย์เดช (2558) ได้ศึกษา ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพาะเห็ดบ้านช่องโครุ่งเรือง ตำบลรังกาใหญ่ อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จ มีดังนี้

1. มีการบริหารจัดการกลุ่มที่ดี โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการ และแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน มีการสื่อสารพูดคุยทุกวัน และมีการนัดประชุมอย่างเป็นทางการทุก 3 เดือน 2. ประธานกลุ่มมีภาวะผู้นำ ในการกำหนดบทบาทของคณะกรรมการ และสมาชิกให้มีการบริหารจัดการที่ดี มีวิสัยทัศน์และปฏิบัติที่ถูกต้อง 3. สมาชิกในกลุ่มมีความสามัคคี เกิดจากการกำหนดหน้าที่การทำงานที่ชัดเจนและมีการสื่อสารกันทุกวัน 4. มีตลาดที่แน่นอนสามารถประกันราคาผลผลิตได้ เกิดจากกลุ่มทำการตลาด โดยการประชาสัมพันธ์และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับองค์กรต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง 5. มีการจัดทำบัญชีการเงิน และมีความโปร่งใสตรวจสอบได้ ซึ่งสามารถชี้แจงการจัดการด้านการเงินและด้านรายได้ของกลุ่มอย่างโปร่งใส 6. ภาครัฐให้การสนับสนุนความรู้ที่เป็นประโยชน์ คำแนะนำ วัสดุอุปกรณ์ และการส่งเสริมการตลาดให้กับกลุ่ม

ฐิติมา วงศ์อินตา และคณะ (2558) ได้ทำการวิเคราะห์โซ่คุณค่าอาหารฮาลาล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ภาพรวมทั่วไปของการจัดการโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการหารูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าฮาลาลงานวิจัยนี้ได้ทำการสำรวจข้อมูลทั้งผู้บริโภคมังสวิรัติและผู้ผลิตอาหารฮาลาล ผลการสำรวจข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคมังสวิรัติ พบว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาล ในขณะที่ผลการสำรวจผู้ประกอบการอาหารฮาลาลพบว่า ค่าใช้จ่ายในการได้มาซึ่งเครื่องหมายรับรองฮาลาลค่อนข้างสูง คณะผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลไทย โดยผู้ประกอบการควรมีการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองตราฮาลาลและมีการใช้ทรัพยากรร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดห่วงโซ่ ส่วนหน่วยงานที่ให้การรับรอง หน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจรับรอง และผู้กำกับตรวจตรา ควรแยกกันทำงานอย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดความโปร่งใส รวดเร็วและเพิ่มความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ระบบวิทยาศาสตร์ฮาลาล เป็นระบบที่มีส่วนสำคัญในการเพิ่มความน่าเชื่อถือทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ

น้ำฝน ใจดี และหทัยรัตน์ บัณฑิตยารักษ์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางของการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของมังคุดเพื่อการส่งออกในเขตภาคตะวันออก โดยจากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกมังคุดในเขตภาคตะวันออก มีความคิดเห็นต่อความสามารถในกิจกรรมบนห่วงโซ่คุณค่าทั้ง 9 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับน้อย ส่วนผู้ประกอบการส่งออกมังคุดในเขตภาคตะวันออก มีความคิดเห็นต่อความสามารถในกิจกรรมบนห่วงโซ่คุณค่าทั้ง 9 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งส่งผลทำให้เกษตรกรผู้ปลูกมังคุดและผู้ประกอบการส่งออกมังคุดในเขตภาคตะวันออกควรให้ความสำคัญในกิจกรรมบนห่วงโซ่คุณค่าทั้ง 9 ด้าน โดยควรมีการวางแผนการทำงานร่วมกันกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในธุรกิจ อาทิเช่น เกษตรกรผู้ปลูก ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้จัดการด้านการขนส่ง ผู้ส่งออก ตลอดจนหน่วยงานของภาครัฐ เป็นต้น

ปทุมทริกา สุคนธสิงห์ (2557) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ: กรณีศึกษาในกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากผ้าในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จ มีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ และสวยงามตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจ เนื่องจากการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายนั้นต้องผลิตตามความต้องการของผู้บริโภค
2. สมาชิกในกลุ่มมีทักษะและความสามารถด้านการผลิต เป็นการสะท้อนให้เห็นศักยภาพขององค์กรในการผลิตสินค้าด้วยทักษะที่เกิดจากความชำนาญในการผลิต
3. สมาชิกมีการพัฒนาด้านต่าง ๆ สม่าเสมอ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้งานทุก ๆ ด้านประสบความสำเร็จได้ เนื่องจากการพัฒนาและพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น
4. กลุ่มมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร สำหรับการผลิต เป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้เกิดความสามารถในการผลิตอย่างต่อเนื่อง
5. ประธานและคณะกรรมการมีความรู้ความสามารถที่เหมาะสม ซึ่งจะทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดความเชื่อถือ
6. ผู้นำกลุ่มสร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้นในกลุ่ม เป็นสิ่งที่ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดการร่วมมือกันทำงาน ส่งผลต่อความผูกพัน
7. การจัดหาเงินทุนจากภายในและภายนอก เพื่อเป็นการสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่อง
8. กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค

ขวัญกมล ดอนขวา (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชนและองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
2. วิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน และ
3. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มอาชีพ ได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน โดยเน้นศึกษากลุ่มอาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น สุรินทร์ อุตรธานี และชัยภูมิ โดยสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratify Random Sampling) และแบบวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) รวมทั้งสิ้น 230 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและสมการพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้าน การตลาด และการจัดการการเงินและบัญชี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการธุรกิจชุมชน ส่วนความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ความรู้ และคุณธรรม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีค่ามีค่า KMO ค่า Bartlett's Test of Sphericity มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square ผ่านเกณฑ์การทดสอบทางสถิติ นอกจากนี้ยังมีค่า Total Initial Eigenvalues มากกว่า

1 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุดถึง 75% โดยองค์ประกอบทุกตัวมีค่า Factor Loading เข้าใกล้ 1 ในด้านการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีและควมมีเหตุผล มีผลกระทบทางตรงต่อการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการผลิตมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.490 และ 0.315 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มอาชีพใช้เงื่อนไขความรู้มาเป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการผลิตมากกว่าเงื่อนไขคุณธรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.518 และ 0.289 ตามลำดับ กลุ่มอาชีพมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับสูงมากเพียงใด มีระยะเวลาดำเนินการมายาวนาน และการได้รับการอบรมของสมาชิกในแต่ละกลุ่มอาชีพเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน จะ ทำให้สามารถประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจของกลุ่มอาชีพเพิ่มขึ้น

ณัฐพัชญ์ เอกสิริกุลชัย (2556) ได้ทำการศึกษารูปแบบการจัดการห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจจัดเลี้ยงจังหวัดนครปฐมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า การสร้างคุณค่าควรสร้างจากกิจกรรมบนห่วงโซ่ คุณค่าเพราะเป็นใบเบิกสำคัญที่สร้างความแตกต่างและสร้างเสริมมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการได้ เป็นอย่างดีซึ่งการสร้างคุณค่าได้จะต้องเกิดจากตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำถึงกระบวนการปลายน้ำของ ห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งถ้าหากมีการลงมือปฏิบัติแล้วจะยังช่วยลดต้นทุนและเพิ่มมูลค่ากำไรได้มากขึ้น อีกทั้ง ยังช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้าหรือคุณภาพของ การบริการที่จะเกิดขึ้นและแสดงออกมา โดยที่ทุก ๆ กิจกรรมและทุก ๆ แผนกจะต้องให้ความร่วมมือกัน เพื่อไปถึงเป้าหมายขององค์กร

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ 1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา 2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา และ 3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขต ลุ่มทะเลสาบสงขลา โดยผู้วิจัยใช้การศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการศึกษาเชิงสำรวจ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ประกอบการ จำนวน 32 ราย ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง Snowball sampling และการสนทนากลุ่มด้วยการเชิญผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และเจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 9 ท่าน มาร่วมอภิปรายเพื่อหาแนวทางการพัฒนาและการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการ PESTLE analysis SWOT analysis การวิเคราะห์บริบท เชิงเนื้อหา และการวิเคราะห์เชิงบรรยาย ผลการศึกษาสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนพบว่า ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยทางด้าน เศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคม เอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ส่วนปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และปัจจัยทางนิเวศวิทยา เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ในด้านปัญหาและ อุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ปัญหาด้าน

การผลิต ปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาด้านการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ และปัญหา ต้นทุนการผลิต โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐเป็น หน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

งานวิจัยต่างประเทศ

Kotas (2015) ได้ศึกษา เรื่อง Key Success Factors for Social Services Organizations in Poland พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จ มีดังนี้ 1. สมาชิกมีภาวะผู้นำ โดยจะต้องมีความเสียสละมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี 2. การทำงานเป็นทีม โดยทุกคนในกลุ่มจะต้องร่วมมือกันในการทำงานด้วยความเต็มใจ เห็นประโยชน์ส่วนรวมจึงจะทำให้ประสบความสำเร็จได้ 3. ความผูกพันของพนักงานในองค์กร เมื่อมีแรงจูงใจในการทำงาน ย่อมมีความสุขในการทำงาน ส่งผลให้เกิดความผูกพันขึ้น 4. การบริหารจัดการ โดยมีแผนปฏิบัติการตามกิจกรรมที่ทำ มีการรายงานผลที่เกิดขึ้นให้สมาชิกได้รับทราบและมีความยืดหยุ่นในการจัดการ 5. การมีส่วนร่วม คือการมีส่วนร่วมในการวางแผน การปฏิบัติ การจัดสรรผลประโยชน์ร่วมกัน รวมทั้งการติดตามประเมินผลในการปฏิบัติ 6. ความสามารถในการสื่อสาร โดยจะต้องมีการพูดคุยกันถึงการดำเนินงานและปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อช่วยกันแก้ไขปัญหาและวางแผนการดำเนินงาน 7. ทุน จะต้องมีการจัดหาทรัพยากรทางการเงินและนำไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพ 8. อุปกรณ์การผลิต ต้องมีจำนวนที่เพียงพอ และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

Wronka (2013) ได้ศึกษา เรื่อง Analyzing the Success of Social Enterprises-Critical Success Factors Perspective พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จ มีดังนี้ 1. ภาวะผู้นำ โดยผู้นำจะต้องมีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีอุดมการณ์ สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2. การสร้างความผูกพันให้กับพนักงาน โดยการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน 3. ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับทางสิ่งแวดล้อม ภายใต้กฎหมายและกฎระเบียบที่ระบุไว้ 4. มีแนวคิดนวัตกรรม ที่มีความน่าดึงดูดในการนำมาปฏิบัติ เห็นผลประโยชน์ที่จะได้รับเพิ่มขึ้น 5. มีการบริหารจัดการที่ดี ในการวางแผนและการนำไปปฏิบัติ 6. มีคุณสมบัติในการบริการ โดยจะต้องมีใจรักในการบริการ มีความเต็มใจในการทำงาน 7. ประสานงานร่วมกับภาครัฐ ในการส่งเสริมและสนับสนุนองค์ความรู้ที่จำเป็น รวมทั้งการแก้ปัญหาทางสังคม 8. มีทุนทางสังคม ที่จะนำพากลุ่มให้ประสบความสำเร็จได้ 9. ความร่วมมือของชุมชน ในการนำไปปฏิบัติ จะต้องได้รับการยอมรับและการสนับสนุนจากชุมชน 10. มีความโปร่งใสทางการเงิน ในการจัดหาเงิน และการจัดสรรรายได้

Baken and Dogan (2012) ได้ศึกษาเรื่อง Competitiveness of the Industries Based on the Porter's Diamond Model: An Empirical Study พบว่า ปัจจัยสถานะอุปสงค์มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในลำดับสูงสุด รองลงมา คือ ปัจจัยนโยบาย ของรัฐ อันดับสามคือ

ปัจจัยกิจการที่เกี่ยวข้องปัจจัยองค์ประกอบในการดำเนินธุรกิจ (ปัจจัยองค์กร) มีอิทธิพลต่อ ความได้เปรียบในการแข่งขันน้อยที่สุด

Wingwon (2012) ได้ศึกษาเรื่อง Effects of Entrepreneurship, Organization Capability, Strategic Decision Making and Innovation toward the Competitive Advangage of SMEs Enterpsises พบว่า การศึกษาในธุรกิจ SMEs ภาวะการประกอบการ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และนวัตกรรมส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาวะการประกอบการ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ เชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยภาวะการประกอบการมีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และนวัตกรรมและนวัตกรรมมีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมมากที่สุด

Ozgen (2011) ได้ศึกษาเรื่อง Porter's Diamond Model Opportunity Recognition: A Cognitive Perspective พบว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ การบริหารจัดการปัจจัยนำเข้า ที่กระตุ้นมุมมองการคิดในด้านการตระหนักรู้ในโอกาสของธุรกิจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันผ่าน Cognitive Framework ต่อปัจจัยใน Diamond Model มีผลต่อการบริหารข่าวสารข้อมูลและการสังเคราะห์โอกาสทางธุรกิจได้

Erikelpasch, Lejpras and Stephan (2010) ได้ศึกษาเรื่อง Location and Internal Sources of Firm Competitive Advantage: Applying Porter's Diamond Model at the Fiem Level พบว่า ปัจจัยบริหารจัดการภายในด้านนวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุปสงค์ องค์ประกอบในการดำเนินธุรกิจ กิจการที่เกี่ยวข้อง สภาพการแข่งขัน และนโยบายรัฐบาล มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขัน

Akhter and Pounder (2008) ได้ศึกษาเรื่อง Economic Globalization and Caribbean Ecomomies: Competitive Developments, Strategic Response, and Performance ซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยด้านภาวะของตลาดโลก มีผลกระทบต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน ประสิทธิภาพด้านการตลาดและประสิทธิภาพด้านการเงิน นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยด้านสถานะเศรษฐกิจของโลก ยังมีผลต่อการดำเนินกลยุทธ์ของผู้ประกอบการในทุกภาคธุรกิจ

Hadzic, Spahic and Alic (2007) ได้ศึกษาเรื่อง Application of the Porter's Diamond Model in Research on Competitiveness of Local Communities-Municipalities in Bosnia and Herzegovina สนับสนุนว่า ความสำเร็จของนโยบายองค์กร ในการสร้างความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการและตำแหน่งในการแข่งขันได้ ขึ้นอยู่กับความสามารถในการตัดสินใจ ความร่วมสมัยในความท้าทายการตลาดในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค ระดับประเทศและระดับนานาชาติ การบริหารจัดการและความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่น การประยุกต์ใช้ Porter's

Diamond Model ซึ่ง ประกอบด้วย ปัจจัยอุปสงค์ ปัจจัยผลิต (นำเข้า) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน กลยุทธ์การตลาด และการ แข่งขัน และปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน เป็นกรอบระเบียบวิธีที่สำคัญในการ ประเมินความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร

Ahmedova (2015) ได้ศึกษาเรื่อง Factors for Increasing the Competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprise (SMEs) In Bulgaria โดยทำการศึกษาความสามารถในการเอาชนะความยากลำบากที่เกิดจากวิกฤตการณ์การเงินโลกโดยการตรวจสอบ 5 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ การเข้าถึงเงินทุน (Access to Finance) กิจกรรมที่เกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Activity) ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ความสากล (Internationalization) การปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practices) ในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology: ICT) การจัดการทุนมนุษย์และการจัดการเชิงกลยุทธ์โดยผลวิจัยระบุว่ากรอบการบูรณาการองค์ประกอบทั้ง 5 เข้าด้วยกันเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันได้

Kianto, Andreeva and Pavlov (2013) ได้ศึกษาเรื่อง The Impact of Intellectual Capital Management on Company Competitiveness and Financial Performance พบว่าการนำทุนทางปัญญา ความสามารถทางนวัตกรรม ความเป็นผู้ประกอบการทั้งหมดมาใช้ร่วมกันเป็นตัวผลักดันให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน สร้างสรรค์ร่วมกับความสามารถทางนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในรูปแบบของการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ กระบวนการทำงาน และการแสวงหาวิธีการบริหารจัดการทางการตลาดเพื่อนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและเกิดความสามารถในการแข่งขันขึ้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าโดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) มาเป็นหลักในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบ่งกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่

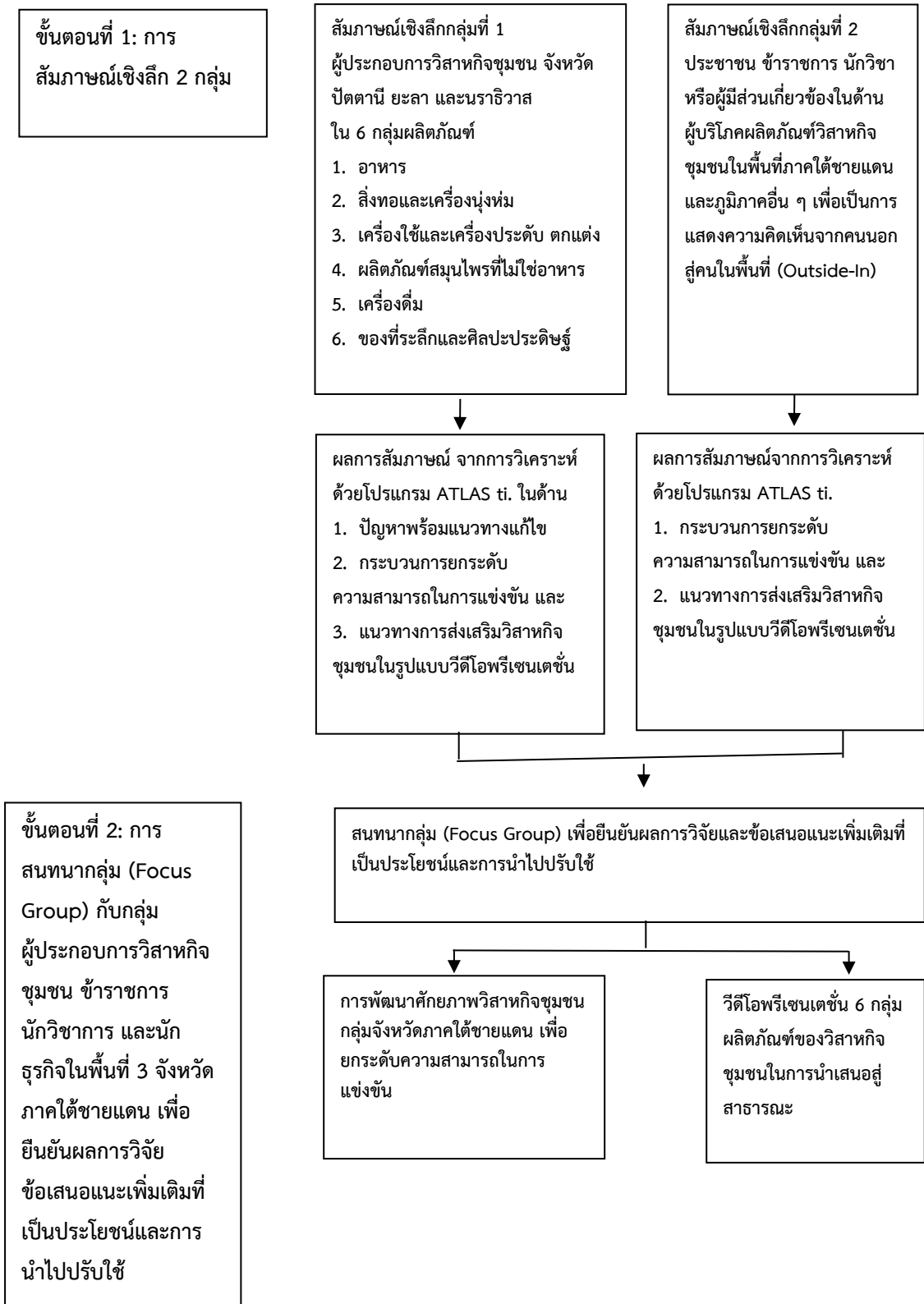
กลุ่มที่ 1 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส เพื่อสะท้อนถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในวิสาหกิจชุมชน ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 12 คน โดยแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ 6 กลุ่ม ได้แก่ อาหาร สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เครื่องดื่ม และของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ กลุ่มละ 2 คน

กลุ่มที่ 2 สัมภาษณ์ ข้าราชการ นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อเป็นการแสดงความคิดเห็นจากคนนอกผู้คนในพื้นที่ (Outside-In) ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 6 คน

ขั้นตอนที่ 2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

สนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 คน ข้าราชการ จำนวน 2 คน นักวิชาการ จำนวน 2 คน และนักธุรกิจในพื้นที่ 3 จังหวัดภาคใต้ชายแดน จำนวน 2 คน รวมทั้งหมดจำนวน 8 คน

ขั้นตอนการดำเนินงานในการวิจัย การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน แสดงในภาพที่ 3-1



ภาพที่ 3-1 ขั้นตอนการดำเนินงานในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

แบ่งกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส เพื่อสะท้อนถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในวิสาหกิจชุมชน

กลุ่มที่ 2 สัมภาษณ์ ข้าราชการ นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อเป็นการแสดงความคิดเห็นจากคนนอกกลุ่มคนในพื้นที่ (Outside-In)

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มที่ 1

ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส

ชื่อวิสาหกิจชุมชน.....จังหวัด.....

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....ตำแหน่ง.....

ประเภทผลิตภัณฑ์

- 1. อาหาร
- 2. สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
- 3. เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง
- 4. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร
- 5. เครื่องดื่ม
- 6. ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์

ส่วนที่ 1 สภาพปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการแก้ไขปัญหา

ข้อ 1 การดำเนินงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิตอย่างไร

ข้อ 2 แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิตตามความคิดเห็นของท่านควรเป็นอย่างไร

ข้อ 3 การดำเนินงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดอย่างไร

ข้อ 4 แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดตามความคิดเห็นของท่าน ควรเป็นอย่างไร

ข้อ 5 การดำเนินงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาและอุปสรรคด้านการเงิน และบัญชีอย่างไร

ข้อ 6 แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคด้านการเงินและบัญชีตามความคิดเห็นของท่าน ควรเป็นอย่างไร

ข้อ 7 การดำเนินงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการองค์กรอย่างไร

ข้อ 8 แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการองค์กรตามความคิดเห็นของท่านควรเป็นอย่างไร

ข้อ 9 การดำเนินงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาและอุปสรรคด้านเครือข่ายอย่างไร

ข้อ 10 แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคด้านเครือข่ายตามความคิดเห็นของท่าน ควรเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 2 กระบวนการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

ข้อ 1 จากการดำเนินงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ท่านคิดว่า การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) มีประเด็นอะไรบ้างอย่างไร

ข้อ 2 จากการดำเนินงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ท่านคิดว่า การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) มีประเด็นอะไรบ้างอย่างไร

ข้อ 3 จากการดำเนินงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ท่านคิดว่า การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related and Supporting Industries) มีประเด็นอะไรบ้าง อย่างไร

ข้อ 4 จากการดำเนินงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ท่านคิดว่า การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Strategy, Structure and Rivalry) มีประเด็นอะไรบ้าง อย่างไร

ข้อ 5 ประเด็นด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม

ส่วนที่ 3 แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิดิโอฟรีเซนเตชัน

- การสร้างสื่อวิดิโอฟรีเซนเตชันให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่าน ควรมีรูปแบบและเนื้อหาการนำเสนออย่างไร

ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มที่ 1

ผู้วิจัยได้ ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) เพื่อช่วยลดความคลาดเคลื่อน ของผลการวิจัยที่จะเกิดขึ้นในการวิจัยดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์เสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ในการพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content alidity) โดยผู้เชี่ยวชาญจะพิจารณาเกี่ยวกับ ความสอดคล้องของประเด็นคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีความชัดเจนไม่กำกวมหรือซ้ำซ้อนแต่ละคำถาม จะต้องมียาค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.5 (Rovinelli & Hambleton, 1997)

โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ให้คะแนน	+1 หมายถึง	แน่ใจว่าข้อความสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา
ให้คะแนน	0 หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าข้อความสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา
ให้คะแนน	-1 หมายถึง	แน่ใจว่าข้อความไม่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา

จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้รับการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ทำการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามและวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยคำนวณจากสูตร ดังนี้

$$IOC = \sum R/N$$

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนในการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญการทำ IOC ได้แก่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการสาธารณะ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรีรัตน์ รวมเจริญ สังกัดสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี นักวิจัยเชิงพื้นที่
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษ จรินทร์ อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมคณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
4. ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข รองคณบดีฝ่ายวิจัยพัฒนาและบริการวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
5. ดร.กรวัฒน์ สกลคฤหเดช อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี นักวิจัยเชิงพื้นที่

2. ผู้วิจัยนำคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์เสนอต่อกรรมการจริยธรรมของวิทยาลัย เพื่อพิจารณาว่า คำถามที่ใช้ไม่ขัดต่อหลักจริยธรรมของการวิจัย หรือถ้ามีคำถามใดไม่เหมาะสมผู้วิจัยจะทำการแก้ไขตามที่กรรมการ จริยธรรมแนะนำ ก่อนการนำคำถามไปใช้ในการเก็บข้อมูล โดยงานวิจัยฉบับนี้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยมีรหัสโครงการวิจัย HU092/2563 และได้รับการรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์หมายเลขใบรับรองที่ 070/2563 วันที่รับรอง วันที่ 23 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563

3. ผู้วิจัยมีการยืนยันผลการวิจัย (Conformability) ผู้วิจัยจะเก็บเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยไว้ เพื่อการตรวจสอบ (Audit Trail) ได้แก่ เทปบันทึกเสียง และผลการถอดเทป

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มที่ 1

การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอน ดังนี้

1. หลังจากการสัมภาษณ์ทุกครั้งผู้วิจัยจะมาฟังการบันทึกเสียงซ้ำ เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลถ้ามีข้อมูลส่วนใดขาดตกบกพร่องหรือยังไม่มี ความชัดเจน ผู้วิจัยจะติดต่อขอสัมภาษณ์เพิ่มเติม

2. เมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti โดยมีกระบวนการดังนี้

2.1 สร้างโครงการที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนจังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส ใน 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- 2.1.1 อาหาร
- 2.1.2 สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
- 2.1.3 เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง
- 2.1.4 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร
- 2.1.5 เครื่องดื่ม
- 2.1.6 ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์

2.2 นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ในโครงการ

- 2.2.1 ด้านสภาพปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนและแนวทางการแก้ไขปัญหา
- 2.2.2 กระบวนการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน
- 2.2.3 แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิดิโอฟรีเซนเตชัน

2.3 พิสูจน์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

2.4 ลงรหัส การเขียนบันทึกข้อสรุปและความคิดเห็น

2.5 การสร้างแผนภาพของการเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ของข้อมูล

2.6 ทำรายงานสรุปผลวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มที่ 2

ชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์ประชาชน ข้าราชการ นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านผู้บริโภค
ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

- ท่านเป็นประชาชน ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ
- ท่านเป็นข้าราชการ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ
- ท่านเป็นนักวิชาการ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ
- ท่านเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ

ส่วนที่ 1 กระบวนการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

ข้อ 1 ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไรกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม
จังหวัดภาคใต้ชายแดน ในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันในด้านปัจจัยการผลิต (Factor
Conditions)

ข้อ 2 ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไรกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม
จังหวัดภาคใต้ชายแดน ในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันในด้านอุปสงค์ (Demand
Conditions)

ข้อ 3 ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไรกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม
จังหวัดภาคใต้ชายแดน ในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันในด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
(Related and Supporting Industries)

ข้อ 4 ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไรกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม
จังหวัดภาคใต้ชายแดน ในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันในด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการ
แข่งขัน (Strategy, Structure and Rivalry)

ข้อ 5 ประเด็นด้านอื่น ๆ

ส่วนที่ 2 แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดิโอพรีเซนเตชัน

- การสร้างสื่อวีดิโอพรีเซนเตชันให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่าน ควรมีรูปแบบและเนื้อหาการนำเสนออย่างไร

ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มที่ 2

ผู้วิจัยได้ ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) เพื่อช่วยลดความคลาดเคลื่อน ของผลการวิจัยที่จะเกิดขึ้นในการวิจัยดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์เสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ในการพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจะพิจารณาเกี่ยวกับ ความสอดคล้องของประเด็นคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีความชัดเจนไม่กำกวมหรือซ้ำซ้อนแต่ละคำถาม จะต้องมีค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.5 (Rovinelli & Hambleton, 1997)

โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ให้คะแนน	+1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อความสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา
ให้คะแนน	0	หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าข้อความสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา
ให้คะแนน	-1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อความไม่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา

จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้รับการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ทำการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามและวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยคำนวณจากสูตร ดังนี้

$$IOC = \sum R/N$$

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนในการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญการทำ IOC ได้แก่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการสาธารณสุข
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรีรัตน์ รวมเจริญ สังกัดสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี นักวิจัยเชิงพื้นที่
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษ จรินทร์ อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมคณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

4. ดร.กฤษดา เขียววัฒสุข รองคณบดีฝ่ายวิจัยพัฒนาและบริการวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

5. ดร.กรรวัฒน์ สกลคฤหเดช อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี นักวิจัยเชิงพื้นที่

2. ผู้วิจัยนำคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์เสนอต่อกรรมการจริยธรรมของวิทยาลัย เพื่อพิจารณาว่า คำถามที่ใช้ไม่ขัดต่อหลักจริยธรรมของการวิจัย หรือถ้ามีคำถามใดไม่เหมาะสมผู้วิจัยจะทำการแก้ไขตามที่กรรมการ จริยธรรมแนะนำ ก่อนการนำคำถามไปใช้ในการเก็บข้อมูล โดยงานวิจัยฉบับนี้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยมีรหัสโครงการวิจัย HU092/2563 และได้รับการรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์หมายเลขใบรับรองที่ 070/2563 วันที่รับรอง วันที่ 23 พฤศจิกายน 2563

3. ผู้วิจัยมีการยืนยันผลการวิจัย (Conformability) ผู้วิจัยจะเก็บเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยไว้ เพื่อการตรวจสอบ (Audit Trial) ได้แก่ เทปบันทึกเสียง และผลการถอดเทป

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มที่ 2

การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอน ดังนี้

1. หลังจากการสัมภาษณ์ทุกครั้งผู้วิจัยจะมาฟังการบันทึกเสียงซ้ำ เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลถ้ามีข้อมูลส่วนใดขาดตกบกพร่องหรือยังไม่มี ความชัดเจน ผู้วิจัยจะติดต่อขอสัมภาษณ์เพิ่มเติม

2. เมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti โดยมีกระบวนการดังนี้

2.1 สร้างโครงการที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดภาคใต้ชายแดน

2.2 นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ในโครงการ

2.2.1 กระบวนการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

2.2.2 แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิดิโอพรีเซนเตชัน

2.3 พิสูจน์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

2.4 ลงรหัส การเขียนบันทึกข้อสรุปและความคิดเห็น

2.5 การสร้างแผนภาพของการเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ของข้อมูล

2.6 ทำรายงานสรุปผลวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์ประชาชน ข้าราชการ นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ

ขั้นตอนที่ 2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

สนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ นักวิชาการ ข้าราชการ ตัวแทนวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ 3 จังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อยืนยันผลการวิจัย ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์และการนำไปปรับใช้ เพื่อสรุปผลการวิจัยในการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และวีดีโอฟรีเซนเตชัน 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนในการนำเสนอสู่สาธารณะ

การสนทนากลุ่ม มีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยแนะนำผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม
2. นำเสนอร่างแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และวีดีโอฟรีเซนเตชัน 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน
3. เปิดโอกาสให้ผู้ร่วมสนทนากลุ่มได้มีโอกาสร่วมกันแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์
4. ผู้วิจัยเก็บข้อมูลการสนทนากลุ่ม และนำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มนำมาวิเคราะห์ เพื่อหาข้อสรุปผลวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน” ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลงานวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) แบ่งกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส เพื่อสะท้อนถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนและแนวทางการแก้ไขปัญหา การยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดิโอพรีเซนเตชัน

กลุ่มที่ 2 สัมภาษณ์ ข้าราชการ นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อเป็นการแสดงความคิดเห็นจากคนนอกผู้คนที่ (Outside-In) ในการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดิโอพรีเซนเตชัน

ขั้นตอนที่ 2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group)
สนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ข้าราชการ นักวิชาการ และนักธุรกิจในพื้นที่ 3 จังหวัดภาคใต้ชายแดน

ผลการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)
กลุ่มที่ 1 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส เพื่อสะท้อนถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนและแนวทางการแก้ไขปัญหา การยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดิโอพรีเซนเตชัน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดน ประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร จำนวน 2 คน

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดน ประเภทผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม จำนวน 2 คน

กลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดน ประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง จำนวน 2 คน

กลุ่มที่ 4 ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดน ประเภทผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 2 คน

กลุ่มที่ 5 ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดน ประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องตีจำนวน 2 คน

กลุ่มที่ 6 ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดน ประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ จำนวน 2 คน

ตอนที่ 1 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ เพื่อสะท้อนปัญหาในการดำเนินงานและแนวทางการแก้ไขปัญหา ได้ผลวิจัย ดังนี้

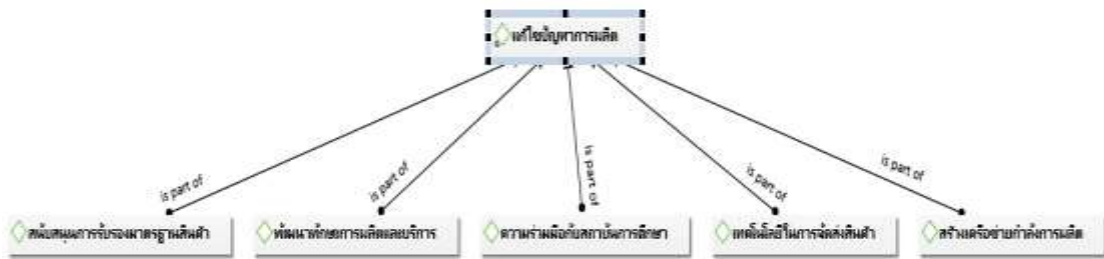
ตารางที่ 4-1 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการผลิต แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

ปัญหาในการดำเนินงาน ด้านการผลิต	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องตี 1	เครื่องตี 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	รวม
ปัญหาด้านการผลิต													
1. ขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
2. ขาดความรู้และเทคโนโลยีในการผลิตและการสร้างมาตรฐานสากล	√	√	√	√			√	√	√	√			8
3. วัตถุดิบมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
4. ต้นทุนการผลิตที่สูง	√	√	√	√			√	√	√	√	√	√	10

ตารางที่ 4-2 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของ
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการผลิต แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์
(ต่อ)

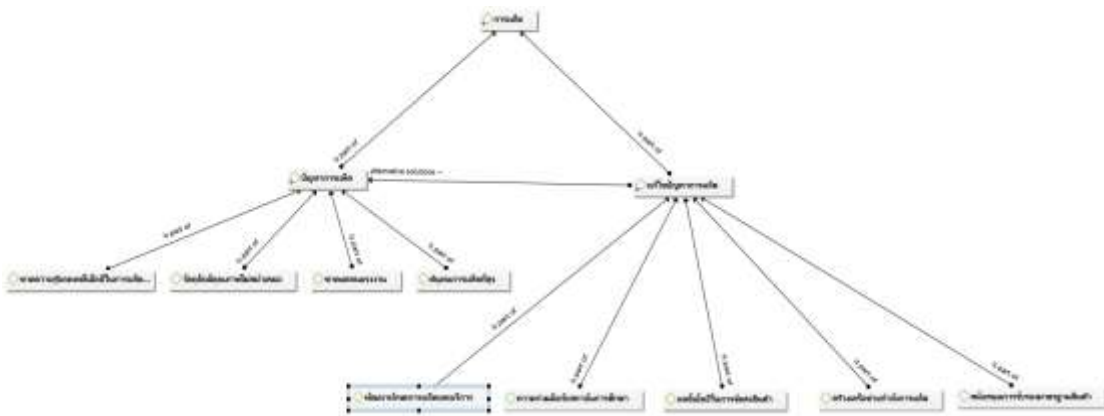
แนวทางแก้ไขปัญหาในการ ดำเนินงาน ด้านการผลิต	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	รวม
3. พัฒนาทักษะการผลิตเพื่อ แก้ปัญหารขาดแคลนแรงงานและ การผลิตที่ต้นทุนสูง	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
4. สร้างเครือข่ายในการสร้างกำลัง การผลิตให้เพิ่มขึ้น	√	√	√	√			√	√	√	√	√	√	10
5. ใช้เทคโนโลยีในการจัดส่งแบบ Food Delivery ในท้องถิ่น	√	√											2

จากตารางที่ 4-2 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการผลิต แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการผลิต เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ลำดับที่ 1 ร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตหรือเครื่องจักรอุปกรณ์ในการผลิตที่ทันสมัยต้นทุนไม่สูง สนับสนุนในการรับรองมาตรฐานสินค้า เช่น อย. การรับรองสินค้าฮาลาล และพัฒนาทักษะการผลิตเพื่อแก้ปัญหารขาดแคลนแรงงานและการผลิตที่ต้นทุนสูง ลำดับที่ 2 สร้างเครือข่ายในการสร้างกำลังการผลิตให้เพิ่มขึ้นและลำดับที่ 3 ใช้เทคโนโลยีในการจัดส่งแบบ Food Delivery ในท้องถิ่นนำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-2



ภาพที่ 4-2 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบการแก้ไขปัญหาการผลิต

จากการวิเคราะห์ปัญหาการผลิตและการแก้ไขปัญหาการผลิตนำมาสร้างความสัมพันธ์ได้ดังนี้



ภาพที่ 4-3 แสดงความสัมพันธ์ปัญหาการผลิตและการแก้ไขปัญหาการผลิต

จากภาพที่ 4-3 ปัญหาด้านการผลิต ในด้านการขาดแคลนแรงงาน ขาดความรู้และเทคโนโลยีในการผลิตและการสร้างมาตรฐาน วัตถุดิบมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ และต้นทุนการผลิตที่สูงสามารถนำแนวทางการแก้ไขปัญหาการผลิตมาแก้ปัญหาได้ ดังนี้ ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตหรือเครื่องจักรอุปกรณ์ในการผลิตที่ทันสมัยต้นทุนไม่สูง สนับสนุนในการรับรองมาตรฐานสินค้า เช่น ออ. การรับรองสินค้าฮาลาล และพัฒนาทักษะการผลิตเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงานและการผลิตที่ต้นทุนสูง สร้างเครือข่ายในการสร้างกำลังการผลิตให้เพิ่มขึ้นเพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานและวัตถุดิบที่มีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ใช้เทคโนโลยีในการจัดส่งแบบ Food Delivery ในท้องถิ่นในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทอาหาร

ตารางที่ 4-3 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการตลาด แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

แนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	รวม
ปัญหาด้านการตลาด													
1. ขาดความรู้ทางการตลาดในการที่จะจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
2. ขาดความรู้ในการทำการตลาดออนไลน์	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
3. ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
4. ขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากพอ	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12

จากตารางที่ 4-3 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการตลาด แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ ขาดความรู้ทางการตลาดในการที่จะจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น ขาดความรู้ในการทำการตลาดออนไลน์ ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากพอนำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-4

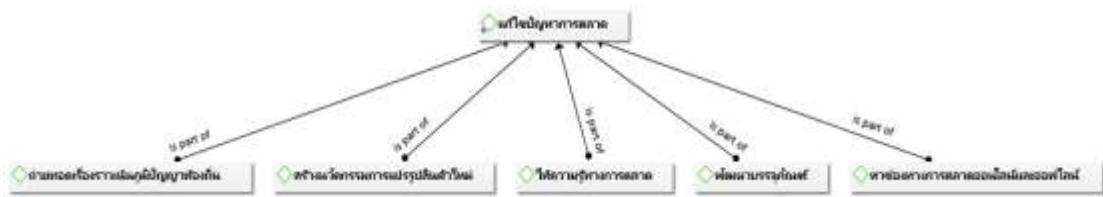


ภาพที่ 4-4 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัญหาการตลาด

ตารางที่ 4-4 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของ
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการตลาด แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

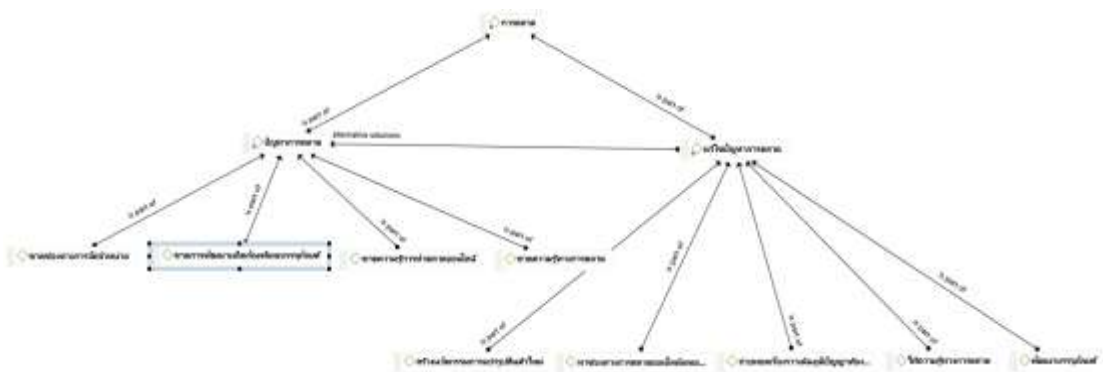
แนวทางแก้ไขปัญหในการ ดำเนินงาน ด้านการตลาด	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	รวม
แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการตลาด													
1. ถ่ายทอดเรื่องราวของสินค้าใน ท้องถิ่นในการเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
2. หาช่องทางการตลาดที่เป็นทั้ง ออนไลน์และออฟไลน์	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
3. สร้างนวัตกรรมการแปรรูปสินค้า ใหม่ ๆ	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
4. ให้ความรู้ในด้านการตลาดทุก รูปแบบ	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
5. เน้นบรรจุภัณฑ์ในการรักษา สิ่งแวดล้อม	√	√			√	√	√	√			√	√	8

จากตารางที่ 4-4 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการตลาด แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการตลาด ลำดับที่ 1 ถ่ายทอดเรื่องราวของสินค้าในท้องถิ่นในการเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น หาช่องทางการตลาดที่เป็นทั้งออนไลน์และออฟไลน์ สร้างนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าใหม่ ๆ และให้ความรู้ในด้านการตลาดทุกรูปแบบ และ ลำดับที่ 2 เน้นบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อม นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-5



ภาพที่ 4-5 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบการแก้ไขปัญหาการตลาด

จากการวิเคราะห์ปัญหาการตลาดและการแก้ไขปัญหาการตลาดนำมาสร้างความสัมพันธ์ได้ ดังนี้



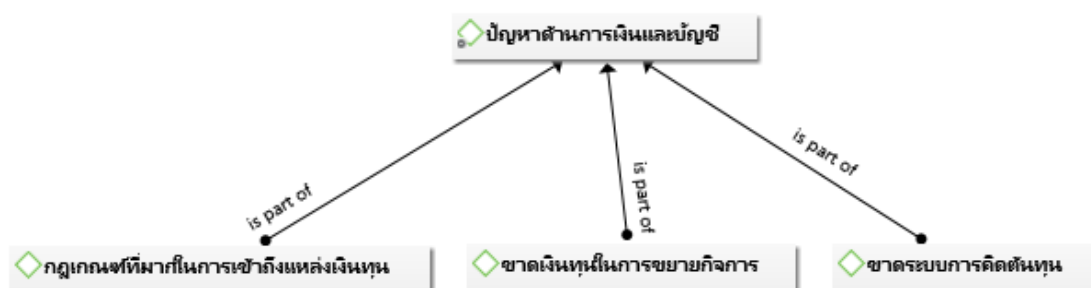
ภาพที่ 4-6 แสดงความสัมพันธ์ปัญหาการตลาดและการแก้ไขปัญหาการตลาด

จากภาพที่ 4-6 ปัญหาด้านการตลาด ขาดความรู้ทางการตลาดในการที่จะจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น ขาดความรู้ในการทำการตลาดออนไลน์ ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากพอ สามารถนำแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดมาแก้ปัญหาได้ ดังนี้ ถ่ายทอดเรื่องราวของสินค้าในท้องถิ่นในการเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อแสดงจุดเด่นของสินค้าสู่สายตาผู้บริโภค หาช่องทางการตลาดที่เป็นทั้งออนไลน์และออฟไลน์เพื่อการเพิ่มยอดขาย สร้างนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าใหม่ ๆ ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยเน้นบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อม และให้ความรู้ในด้านการตลาดทุกรูปแบบเพื่อที่จะจำหน่ายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 4-5 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการเงินและบัญชี แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

ปัญหาในการดำเนินงานด้านการเงินและบัญชี	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	รวม
ปัญหาด้านการเงินและบัญชี													
1. ขาดระบบการคิดต้นทุนที่ถูกต้อง ทำให้ต้นทุนการผลิตไม่คงที่	√	√	√	√			√	√	√	√			8
2. ขาดเงินทุนในการขยายกิจการ เช่นการซื้อเครื่องจักรหรืออุปกรณ์	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
3. มีกฎเกณฑ์ที่มากในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12

จากตารางที่ 4-5 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการเงินและบัญชี แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านการเงินและบัญชี ลำดับที่ 1 ขาดเงินทุนในการขยายกิจการ เช่นการซื้อเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ และมีกฎเกณฑ์ที่มากในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ลำดับที่ 2 ขาดระบบการคิดต้นทุนที่ถูกต้อง ทำให้ต้นทุนการผลิตไม่คงที่นำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-7



ภาพที่ 4-7 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัญหาด้านการเงินและบัญชี

ตารางที่ 4-6 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของ
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการเงินและบัญชี แบ่งตามประเภท
ผลิตภัณฑ์

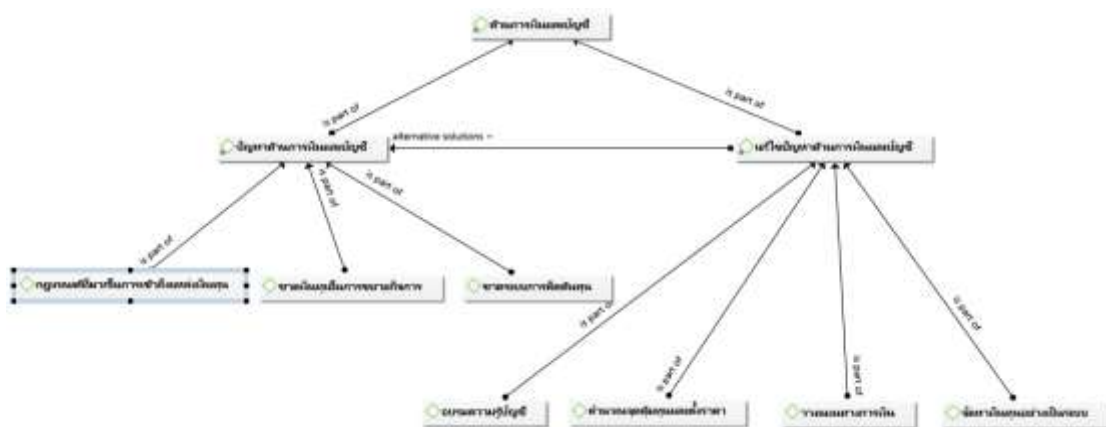
แนวทางแก้ไขปัญหาในการ ดำเนินงาน ด้านการเงินและบัญชี	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์										รวม		
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องตี 1	เครื่องตี 2		ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2
แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการเงิน และบัญชี													
1. อบรมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชี ที่ถูกต้อง	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
2. วางแผนทางการเงินในการ คำนวณเงินทุนหมุนเวียน	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
3. สอนการเขียนโครงการเพื่อการ จัดหาเงินทุนที่มีระบบถูกต้อง	√	√	√	√	√	√	√	√			√	√	12
4. สามารถคำนวณจุดคุ้มทุนกำไร และตั้งราคาขายได้เหมาะสม	√	√	√	√			√	√	√	√			8

จากตารางที่ 4-6 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการเงินและบัญชี แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการเงินและบัญชี ลำดับที่ 1 อบรมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง วางแผนทางการเงินในการคำนวณเงินทุนหมุนเวียน สอนการเขียนโครงการเพื่อการจัดหาเงินทุนที่มีระบบถูกต้อง และลำดับที่ 2 สามารถคำนวณจุดคุ้มทุนกำไรและตั้งราคาขายได้เหมาะสม นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-8



ภาพที่ 4-8 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบการแก้ไขปัญหาด้านการเงินและบัญชี

จากการวิเคราะห์ปัญหาด้านการเงินและบัญชีและการแก้ไขปัญหาด้านการเงินและบัญชี นำมาสร้างความสัมพันธ์ได้ ดังนี้



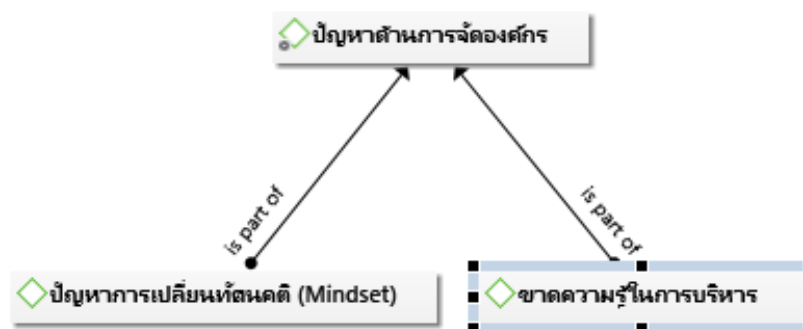
ภาพที่ 4-9 แสดงความสัมพันธ์ปัญหาด้านการเงินและบัญชี และการแก้ไขปัญหาด้านการเงินและบัญชี

จากภาพที่ 4-9 ปัญหาด้านการเงินและบัญชี ขาดเงินทุนในการขยายกิจการ ในการซื้อเครื่องมือ เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ การมีกฎเกณฑ์ที่มากในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ขาดระบบการคิดต้นทุนที่ถูกต้อง ทำให้ต้นทุนการผลิตไม่คงที่ สามารถนำแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการเงินและบัญชีมาแก้ปัญหาได้ ดังนี้ อบรมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง สามารถคำนวณจุดคุ้มทุน กำไรและตั้งราคาขายได้เหมาะสม วางแผนทางการเงินในการคำนวณเงินทุนหมุนเวียน จัดหาเงินทุนอย่างเป็นระบบโดยสอนการเขียนโครงการเพื่อการจัดหาเงินทุนที่มีระบบถูกต้องและมีต้นทุนการเงินต่ำ

ตารางที่ 4-7 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการจัดองค์กร แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

ปัญหาในการดำเนินงาน ด้านการจัดองค์กร	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	รวม
ปัญหาด้านการจัดองค์กร													
1. ขาดความรู้ในการบริหารจัดการ	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
2. ปัญหาการปรับเปลี่ยนทัศนคติ (Mindset) ของสมาชิกในกลุ่ม	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12

จากตารางที่ 4-7 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการจัดองค์กร แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านการจัดองค์กร ได้แก่ ขาดความรู้ในการบริหารจัดการ และปัญหาการปรับเปลี่ยนทัศนคติ (Mindset) ของสมาชิกในกลุ่ม นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-10

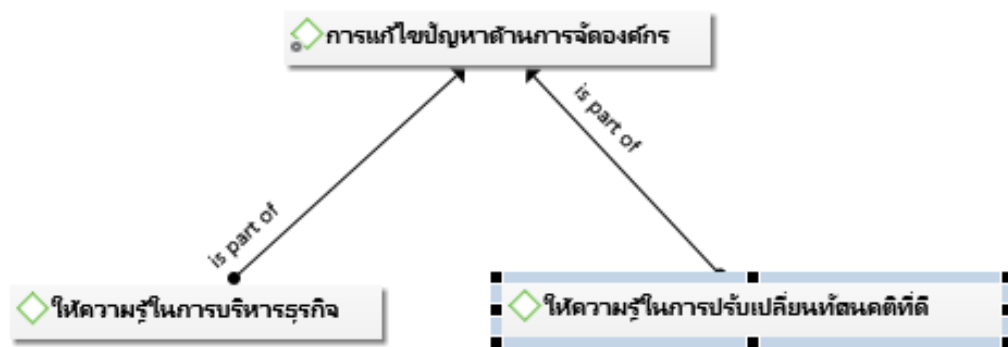


ภาพที่ 4-10 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัญหาด้านการจัดองค์กร

ตารางที่ 4-8 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของ
 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการจัดองค์กร แบ่งตามประเภท
 ผลผลิตภัณฑ์

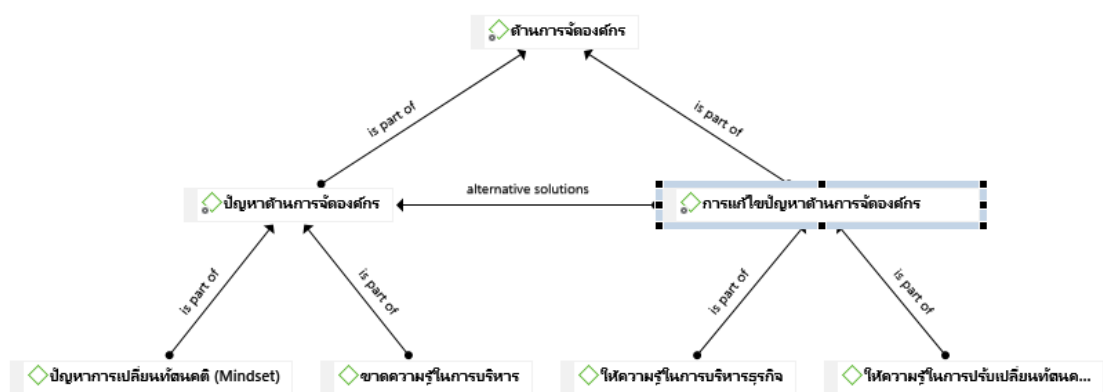
แนวทางแก้ไขปัญหาในการ ดำเนินงาน ด้านการจัดองค์กร	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลผลิตภัณฑ์										รวม	
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2		ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1
แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการจัด องค์กร												
1. ให้ความรู้ในการบริหาร ธุรกิจ ใน ทุกด้าน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. ให้ความรู้ในการสื่อสารผ่าน กระบวนการMindset ที่ดีในทุก ๆ ด้าน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

จากตารางที่ 4-8 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านการจัดองค์กร แบ่งตามประเภทผลผลิตภัณฑ์ แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการจัดองค์กร ได้แก่ ให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจในทุกด้าน และ ให้ความรู้ในการสื่อสารผ่านกระบวนการ Mindset ที่ดีในทุก ๆ ด้าน นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-11



ภาพที่ 4-11 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบการแก้ไขปัญหาสถานการณ์จัดองค์กร

จากการวิเคราะห์ปัญหาสถานการณ์จัดองค์กรและการแก้ไขปัญหาสถานการณ์จัดองค์กรนำมาสร้างความสัมพันธ์ได้ดังนี้



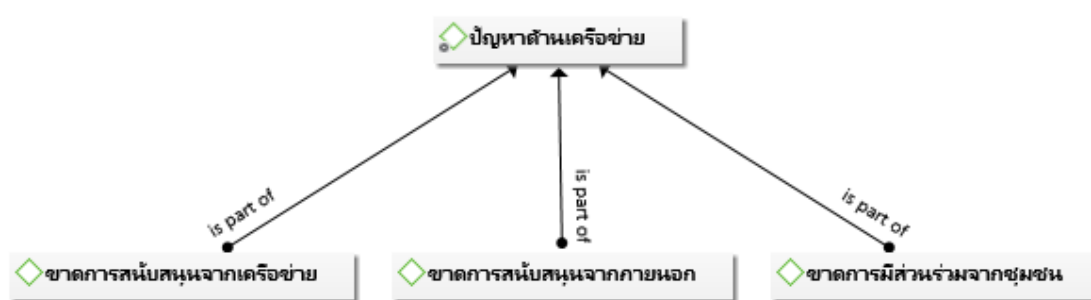
ภาพที่ 4-12 แสดงความสัมพันธ์ปัญหาสถานการณ์จัดองค์กร และการแก้ไขปัญหาสถานการณ์จัดองค์กร

จากภาพที่ 4-12 ปัญหาสถานการณ์จัดองค์กร ขาดความรู้ในการบริหารจัดการ และปัญหาการปรับเปลี่ยนทัศนคติ (Mindset) ของสมาชิกในกลุ่ม สามารถนำแนวทางการแก้ไขปัญหาสถานการณ์จัดองค์กรมาแก้ปัญหาได้ ดังนี้ ให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน และให้ความรู้ในการสื่อสารผ่านกระบวนการ Mindset ที่ดีในทุก ๆ ด้านเพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนทัศนคติให้เป็นที่ไปตามสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ตารางที่ 4-9 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านเครือข่าย แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

ปัญหาในการดำเนินงาน ด้านเครือข่าย	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	รวม
ปัญหาด้านเครือข่าย													
1. ขาดการสนับสนุนจากเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
2. ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐบาล เอกชน และสถานศึกษา	√	√			√	√			√	√	√	√	8
3. ขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชน			√	√	√	√	√	√			√	√	8

จากตารางที่ 4-9 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านเครือข่าย แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านเครือข่าย ลำดับที่ 1 ขาดการสนับสนุนจากเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ลำดับที่ 2 ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐบาล เอกชน สถานศึกษาและขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชน นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-13



ภาพที่ 4-13 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัญหาด้านเครือข่าย

ตารางที่ 4-10 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของ
 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านเครือข่าย แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

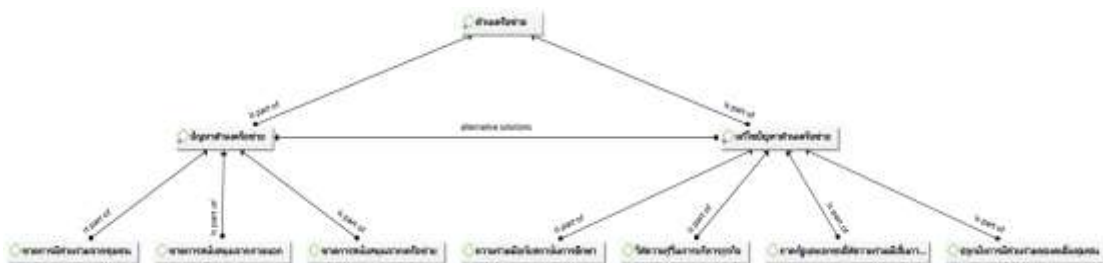
แนวทางแก้ไขปัญหาด้าน ดำเนินงาน ด้านเครือข่าย	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ 1	ของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ 2	รวม
แนวทางแก้ไขปัญหาด้านเครือข่าย													
1. ภาครัฐและเอกชนให้ความร่วมมือในการบริโภคสินค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	12
2. สถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชนร่วมวิจัยและพัฒนา พัฒนาทั้งความรู้และทักษะในการบริหารจัดการ	✓	✓			✓	✓			✓	✓	✓	✓	8
3. ปลูกฝังให้เยาวชนและคนในชุมชนมีส่วนร่วม			✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	8
4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุนความรู้ในการบริหารธุรกิจ	✓	✓					✓	✓	✓	✓			6

จากตารางที่ 4-10 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนด้านเครือข่าย แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ แนวทางแก้ไขปัญหาด้านเครือข่าย ลำดับที่ 1 ภาครัฐและเอกชนให้ความร่วมมือในการบริโภคสินค้า ลำดับที่ 2 สถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชนร่วมวิจัยและพัฒนา พัฒนาทั้งความรู้และทักษะในการบริหารจัดการ และปลูกฝังให้เยาวชนและคนในชุมชนมีส่วนร่วม และลำดับที่ 3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุนความรู้ในการบริหารธุรกิจ นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-14



ภาพที่ 4-14 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบการแก้ไขปัญหาด้านเครือข่าย

จากการวิเคราะห์ปัญหาด้านเครือข่ายและการแก้ไขปัญหาด้านเครือข่ายนำมาสร้างความสัมพันธ์ได้ดังนี้



ภาพที่ 4-15 แสดงความสัมพันธ์ปัญหาด้านเครือข่าย และการแก้ไขปัญหาด้านเครือข่าย

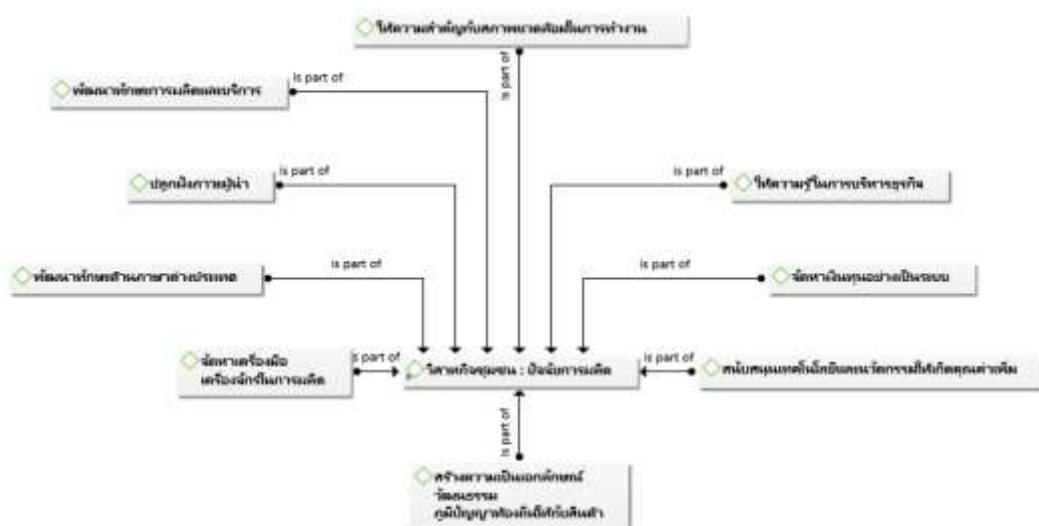
จากภาพที่ 4-15 ปัญหาด้านเครือข่าย ขาดการสนับสนุนจากเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐบาล เอกชน สถานศึกษาและขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชน สามารถนำแนวทางในการแก้ไขปัญหาด้านเครือข่ายมาแก้ปัญหาได้ ดังนี้ ภาครัฐและเอกชนให้ความร่วมมือในการบริโภคสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชนในการวิจัยและพัฒนา พัฒนาความรู้และทักษะในการบริหารธุรกิจเพื่อสามารถสร้างเครือข่ายในกำลังการผลิตได้ และปลูกฝังให้เยาวชนและคนในชุมชนมีส่วนร่วมผ่านกระบวนการเรียนการสอนและการทำกิจกรรมในชุมชน

ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ เพื่อการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ได้ผลวิจัยดังนี้

ตารางที่ 4-11 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อ
ยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านการผลิต ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาศักยภาพ วิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับ ความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านการผลิต	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	รวม
ปัจจัยด้านการผลิต													
1. ให้ความรู้และทักษะในการผลิต สินค้าและบริการ	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
2. ส่งเสริมทักษะด้านภาษาเพื่อ รองรับผู้บริโภคต่างประเทศ	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
3. สนับสนุนเทคโนโลยีและ นวัตกรรมที่สามารถปรับใช้ได้และ เกิดคุณค่าเพิ่ม	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
4. สร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับ สินค้าของกลุ่มเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
5. จัดหาเครื่องมือ เครื่องจักรในการ ผลิตที่มีความเหมาะสมกับการผลิตใน ด้านกำลังการผลิตและราคาของ เครื่องมือ เครื่องจักร	√	√	√	√	√	√			√	√	√	√	10
6. ให้ความรู้ที่เข้าใจง่าย สื่อสารให้ นำไปปฏิบัติได้	√	√	√	√			√	√	√	√			8
7. ส่งเสริมให้มีการจัดหาเงินทุน อย่างเป็นระบบ	√	√							√	√			4
8. ปลุกฝังภาวะผู้นำให้กับสมาชิกใน กลุ่ม	√	√									√	√	4
9. ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อม ในการทำงานของสมาชิก เช่น การ เคลื่อนไหวร่างกายในการทำงาน	√	√							√	√	√	√	6

จากตารางที่ 4-11 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านการผลิต ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ลำดับที่ 1 ให้ความรู้และทักษะในการผลิตสินค้าและบริการ ส่งเสริมทักษะด้านภาษาเพื่อรองรับผู้บริโภคต่างประเทศ สนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สามารถปรับใช้ได้และเกิดคุณค่าเพิ่ม และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้าของกลุ่มเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ลำดับที่ 2 จัดหาเครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิตที่มีความเหมาะสมกับการผลิตในด้านกำลังการผลิตและราคาของเครื่องมือ เครื่องจักร ลำดับที่ 3 ให้ความรู้ที่เข้าใจง่าย สื่อสารให้นำไปปฏิบัติได้ ลำดับที่ 4 ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการทำงานของสมาชิก เช่น การเคลื่อนไหวร่างกายในการทำงาน และ ลำดับที่ 5 ส่งเสริมให้มีการจัดหาเงินทุนอย่างเป็นระบบ และปลูกฝังภาวะผู้นำให้กับสมาชิกในกลุ่ม นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-16

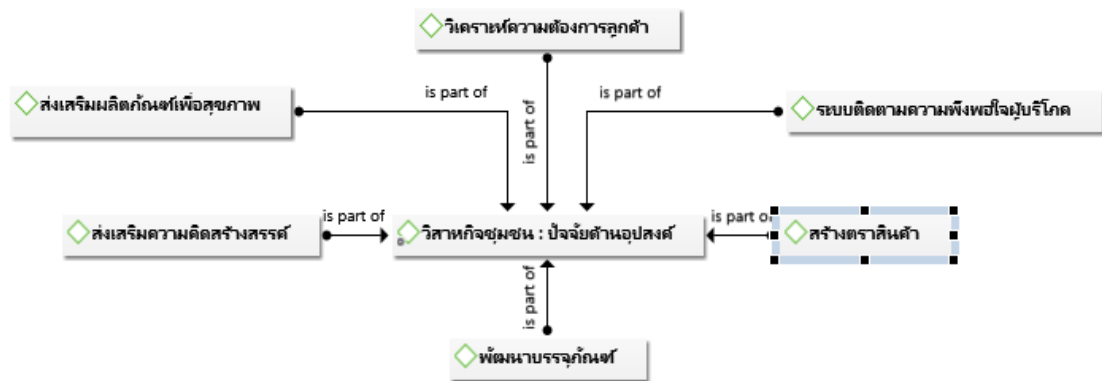


ภาพที่ 4-16 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยการผลิตในมุมมองวิสาหกิจชุมชน

ตารางที่ 4-12 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุปสงค์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาศักยภาพ วิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับ ความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุปสงค์	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไม่ใช้อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไม่ใช้อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	รวม
ปัจจัยด้านอุปสงค์													
1. ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่ง ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคใน ปัจจุบัน	√	√					√	√	√	√			6
2. วิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย			√	√					√	√			4
3. ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์สินค้า และบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดผู้บริโภค					√	√					√	√	4
4. มีระบบการติดตามผลความพึง พอใจของผู้บริโภคเพื่อพัฒนาคุณภาพ ให้ดียิ่งขึ้น	√	√					√	√					4
5. สร้างการรับรู้ในตราสินค้าที่น่า จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนมาสื่อสาร ให้ผู้บริโภค			√	√					√	√			4

จากตารางที่ 4-12 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุปสงค์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ลำดับที่ 1 ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน ลำดับที่ 2 วิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และ ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์สินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดผู้บริโภค มีระบบการติดตามผลความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อพัฒนาคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น และสร้างการรับรู้ในตราสินค้าที่น่าจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนมาสื่อสารให้ผู้บริโภค นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-17

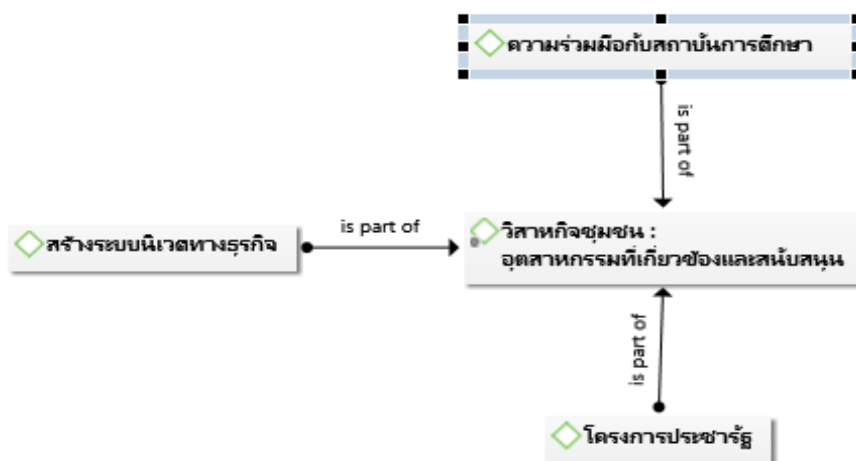


ภาพที่ 4-17 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านอุปสงค์ ในมุมมองวิสาหกิจชุมชน

ตารางที่ 4-13 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน บัณฑิตด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและ สนับสนุน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์													
แนวทางการพัฒนาศักยภาพ วิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับ ความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุน	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	รวม
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและ สนับสนุน													
1. สนับสนุนสถานศึกษาในท้องถิ่น เข้ามาช่วยวิจัยและพัฒนา รวมถึงการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ สร้างนวัตกรรม ร่วมกัน	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
2. โครงการประชารัฐแต่ละจังหวัด เข้ามาช่วยเติมเต็มในเครือข่ายธุรกิจ	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
3. สร้างความร่วมมือในระบบนิเวศ ทางธุรกิจ (Collaborative Ecosystem) ที่ส่งเสริมความร่วมมือ ในการสร้างนวัตกรรมและเครือข่าย									√	√			2

จากตารางที่ 4-13 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ลำดับที่ 1 สนับสนุนสถานศึกษาในท้องถิ่นเข้ามาช่วยวิจัยและพัฒนา รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ สร้างนวัตกรรมร่วมกัน และโครงการประชารัฐแต่ละจังหวัดเข้ามาช่วยเติมเต็มในเครือข่ายธุรกิจ และลำดับที่ 2 สร้างความร่วมมือในระบบนิเวศทางธุรกิจ (Collaborative Ecosystem) ที่ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมและเครือข่าย นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-18



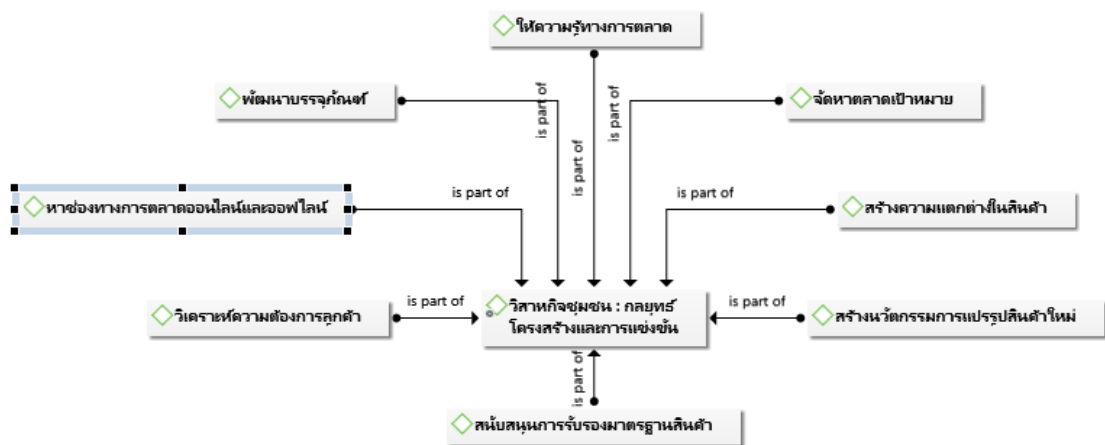
ภาพที่ 4-18 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนในมุมมองวิสาหกิจชุมชน

ตารางที่ 4-14 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาศักยภาพ วิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับ ความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและ การแข่งขัน	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์										รวม		
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2		ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2
กลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน													
1. ส่งเสริมการทำตลาดผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ (Digital Marketing) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	12
2. จัดหาตลาดเป้าหมายที่แน่นอนใน การจำหน่ายสินค้าเพื่อสร้างรายได้ที่ แน่นอน	✓	✓					✓	✓	✓	✓			6
3. ส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และมาตรฐานสากล เช่น ออย. การรับรองสินค้าฮาลาล เป็นต้น เพื่อเกิดการยอมรับในตลาดสากล	✓	✓					✓	✓	✓	✓			6
4. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปและ บรรจุภัณฑ์ที่มีความ ทันสมัย	✓	✓					✓	✓	✓	✓			6
5. สนับสนุนความรู้ทางด้าน การตลาดเชิงรุกในการผลิตสินค้าตาม ความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก			✓	✓					✓	✓			4
6. ผลักดันให้เกิดความสามารถใน การแข่งขันด้านการสร้างความ แตกต่างในตัวสินค้าให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เช่นการแปรรูป									✓	✓			2

จากตารางที่ 4-14 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน ของ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ลำดับที่ 1 ส่งเสริมการทำตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Marketing) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ลำดับที่ 2 จัดหาตลาดเป้าหมายที่แน่นอนในการจำหน่ายสินค้าเพื่อสร้างรายได้ที่แน่นอน ส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และมาตรฐานสากล เช่น อย. การรับรองสินค้าฮาลาล เป็นต้น เพื่อเกิดการยอมรับในตลาดสากล และ ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปและ บรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย ลำดับที่ 3 สนับสนุนความรู้ทางด้านการตลาดเชิงรุกในการผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และ ลำดับที่ 4 ผลักดันให้เกิดความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เช่นการแปรรูป นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-19



ภาพที่ 4-19 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน ในมุมมองวิสาหกิจชุมชน

ตารางที่ 4-15 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไม่ใช้อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไม่ใช้อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	รวม
บทบาทภาครัฐ													
1. สนับสนุนให้บุคคลากรภาครัฐใช้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
2. ส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจเพื่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่อง	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
3. ให้ความรู้ในเรื่องของการค้าและการลงทุน	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
4. ส่งเสริมการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล โดยทำให้มีระบบและกระบวนการที่ชัดเจน ปฏิบัติได้ง่ายลดขั้นตอนความยุ่งยากซับซ้อน	√	√					√	√	√	√			6

จากตารางที่ 4-15 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ลำดับที่ 1 สนับสนุนให้บุคคลากรภาครัฐใช้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ ส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจเพื่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่อง และให้ความรู้ในเรื่องของการค้าและการลงทุน และลำดับที่ 2 ส่งเสริมการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล โดยทำให้มีระบบและกระบวนการที่ชัดเจน ปฏิบัติได้ง่ายลดขั้นตอนความยุ่งยากซับซ้อน นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-20



ภาพที่ 4-20 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบด้านบทบาทภาครัฐ ในมุมมองวิสาหกิจชุมชน

ตารางที่ 4-16 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านโอกาส ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาศักยภาพ วิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับ ความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านโอกาส	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	รวม
ปัจจัยด้านโอกาส													
1. ส่งเสริมการท่องเที่ยว ภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นการ ท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับ ชุมชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	12
2. ส่งเสริมการผลิตและบรรจุภัณฑ์ ในการรักษาสิ่งแวดล้อม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	12
3. พัฒนาสินค้าให้กับกลุ่มคน ผู้สูงอายุ ที่อนาคตประเทศไทย จะต้องเผชิญกับสังคมผู้สูงอายุตาม โครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป (Aging Society)			✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	8
4. กระแสคนรักสุขภาพทำให้เกิด โอกาสในการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพ ออกจำหน่าย	✓	✓						✓	✓	✓	✓		6

จากตารางที่ 4-16 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านโอกาส ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ลำดับที่ 1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน และ ส่งเสริมการผลิตและบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อม ลำดับที่ 2 พัฒนาสินค้าให้กับกลุ่มคนผู้สูงอายุ ที่อนาคตประเทศไทยจะต้องเผชิญกับสังคมผู้สูงอายุตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป (Aging Society) และลำดับที่ 3 กระแสคนรักสุขภาพทำให้เกิดโอกาสในการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพออกจำหน่าย นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-21



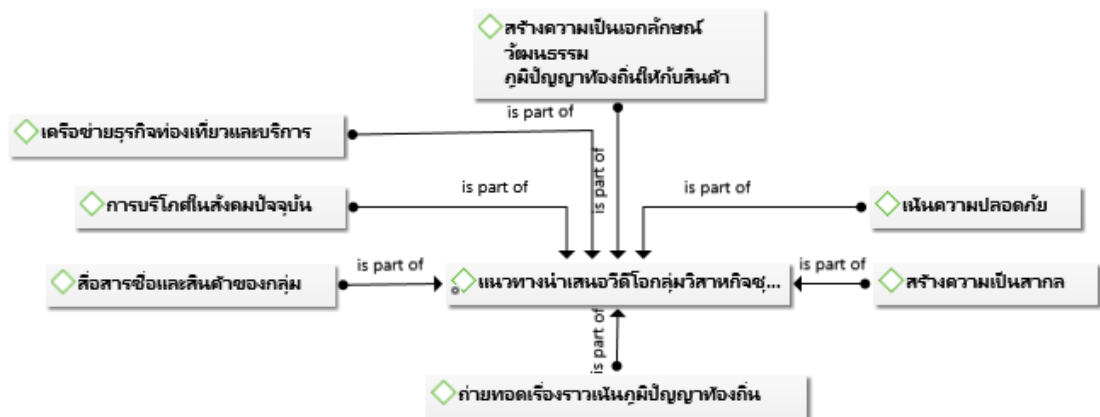
ภาพที่ 4-21 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านโอกาส ในมุมมองวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 3 การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดีโอฟรีเซนเตชัน ได้ผลวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 4-17 แสดงผลการสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดีโอฟรีเซน
เตชั่น ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์

แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ในรูปแบบวีดีโอฟรีเซนเตชั่น	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์											รวม	
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1		ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2
1. มุ่งเน้นประเด็นการท่องเที่ยวโดยเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
2. ส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรม ท้องถิ่น	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
3. ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
4. สื่อถึงความปลอดภัยในการบริโภคสินค้า	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
5. สินค้าสามารถสื่อสารถึงการบริโภคในสังคมปัจจุบัน	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
6. สร้างความเป็นสากลของสินค้า	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
7. สื่อสารชื่อวิสาหกิจและสินค้าของกลุ่ม	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12

จากตารางที่ 4-17 ผลการสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดีโอฟรีเซนเตชั่น ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์ ทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้ความเห็นที่ตรงกัน ดังนี้ มุ่งเน้นประเด็นการท่องเที่ยวโดยเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน ส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ท้องถิ่น ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น สื่อถึงความปลอดภัยในการบริโภคสินค้า สินค้าสามารถสื่อสารถึงการบริโภคในสังคมปัจจุบัน สร้างความเป็นสากลของสินค้า และ สื่อสารชื่อวิสาหกิจและสินค้าของกลุ่ม นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-22



ภาพที่ 4-22 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิดีโอพรีเซนเตชัน ในมุมมองวิสาหกิจชุมชน

กลุ่มที่ 2 สัมภาษณ์ ข้าราชการ นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อเป็นการแสดงความคิดเห็นจากคนนอกผู้คนในพื้นที่ (Outside-In) ในการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิดีโอพรีเซนเตชัน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 สัมภาษณ์ข้าราชการ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดน จำนวน 2 คน

กลุ่มที่ 2 สัมภาษณ์นักวิชาการ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดน จำนวน 2 คน

กลุ่มที่ 3 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดน จำนวน 2 คน

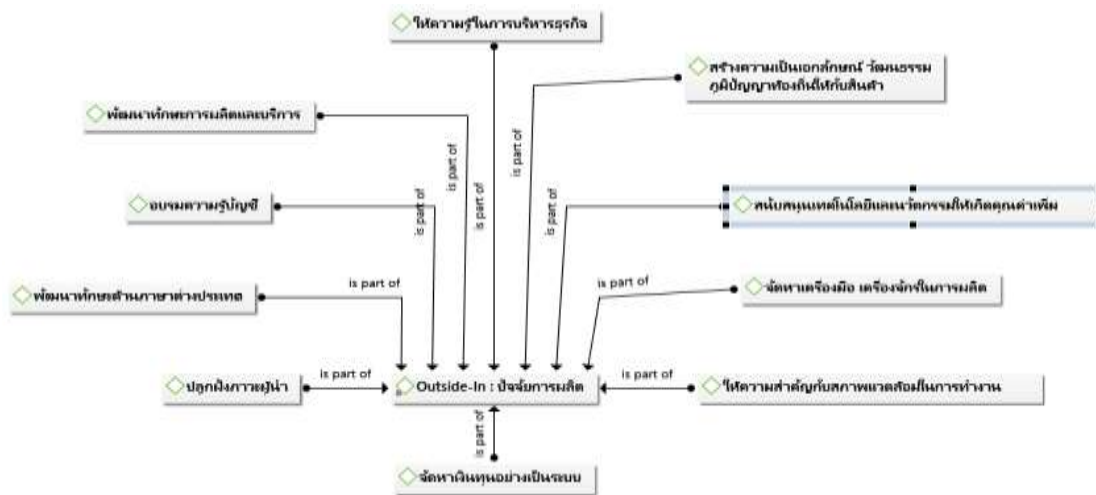
ตอนที่ 1 การสัมภาษณ์ข้าราชการ นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อเป็นการแสดงความคิดเห็นจากคนนอกผู้คนในพื้นที่ (Outside-In) ในการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ได้ผลวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 4-18 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านการผลิต ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In)

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านการผลิต	Outside-In						รวม
	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2	นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้บริหาร 1	ผู้บริหาร 2	
ปัจจัยด้านการผลิต							
1. ให้ความรู้และทักษะในการผลิตสินค้าและบริการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
2. ส่งเสริมทักษะด้านภาษาเพื่อรองรับผู้บริโภคต่างประเทศ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
3. สนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สามารถปรับใช้ได้และเกิดคุณค่าเพิ่ม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
4. สร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้าของกลุ่มเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
5. จัดหาเครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิตที่มีความเหมาะสมกับการผลิตในด้านกำลังการผลิตและราคาของเครื่องมือ เครื่องจักร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
6. ให้ความรู้ที่เข้าใจง่าย สื่อสารให้นำไปปฏิบัติได้	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
7. ส่งเสริมให้มีการจัดหาเงินทุนอย่างเป็นระบบ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
8. ปลุกฝังภาวะผู้นำให้กับสมาชิกในกลุ่ม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
9. ให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีเบื้องต้นเพื่อสามารถคำนวณต้นทุน จุดคุ้มทุน และกำไรได้ถูกต้อง			✓	✓	✓	✓	4
10. ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการทำงานของสมาชิก เช่น การเคลื่อนไหวร่างกายในการทำงาน			✓	✓	✓		3

จากตารางที่ 4-18 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านการผลิต ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In) เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ลำดับที่ 1 ให้ความรู้และทักษะในการผลิตสินค้าและบริการ ส่งเสริมทักษะด้านภาษาเพื่อรองรับผู้บริโภคต่างประเทศ สนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สามารถปรับใช้ได้และเกิดคุณค่าเพิ่ม .สร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้าของกลุ่มเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม จัดหาเครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิตที่มีความเหมาะสมกับการผลิตในด้านกำลังการผลิตและราคาของเครื่องมือ เครื่องจักร ให้ความรู้ที่เข้าใจง่าย สื่อสารให้นำไปปฏิบัติได้ ส่งเสริมให้มีการจัดหาเงินทุนอย่างเป็นระบบ และปลุกฝังภาวะผู้นำให้กับสมาชิกในกลุ่ม ลำดับที่ 2 ให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีเบื้องต้นเพื่อสามารถคำนวณต้นทุน จุดคุ้มทุน และกำไรได้ถูกต้อง และลำดับที่ 3 ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการทำงานของสมาชิก เช่น การเคลื่อนไหว

ร่างกายในการทำงาน นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-23



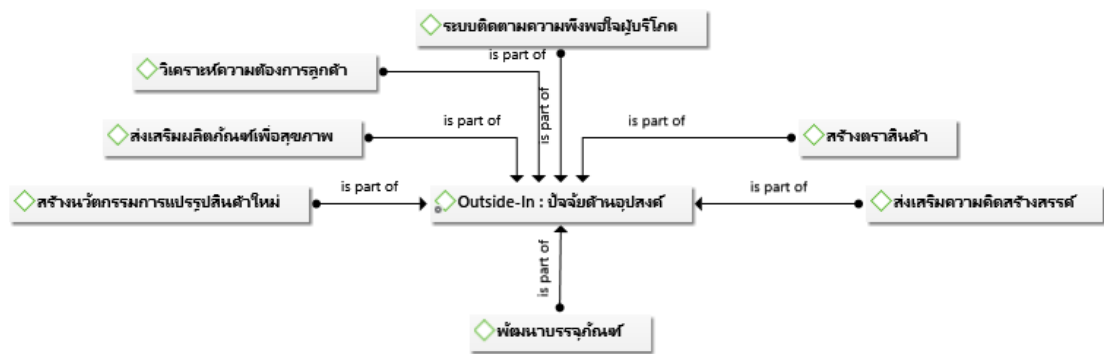
ภาพที่ 4-23 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยการผลิต ความคิดเห็นจากคนนอกผู้คนในพื้นที่ (Outside-In)

ตารางที่ 4-19 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุปสงค์ ความคิดเห็นจากคนนอกผู้คนในพื้นที่ (Outside-In)

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุปสงค์	Outside-In						
	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2	นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้บริหาร 1	ผู้บริหาร 2	รวม
ปัจจัยด้านอุปสงค์							
1. ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
2. วิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
3. ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์สินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดผู้บริโภค	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
4. มีระบบการติดตามผลความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อพัฒนาคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น			✓	✓	✓	✓	4
5. สร้างการรับรู้ในตราสินค้าที่นำจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนมาสื่อสารให้ผู้บริโภค	✓				✓	✓	3

จากตารางที่ 4-19 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุปสงค์ ความคิดเห็นจากคนนอกผู้คนในพื้นที่ (Outside-In) เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ลำดับที่ 1 ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งตอบโจทย์

พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน วิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์สินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดผู้บริโภค ลำดับที่ 2 มีระบบการติดตามผลความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อพัฒนาคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น และลำดับที่ 3 สร้างการรับรู้ในตราสินค้าที่นำจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนมาสื่อสารให้ผู้บริโภค นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-24



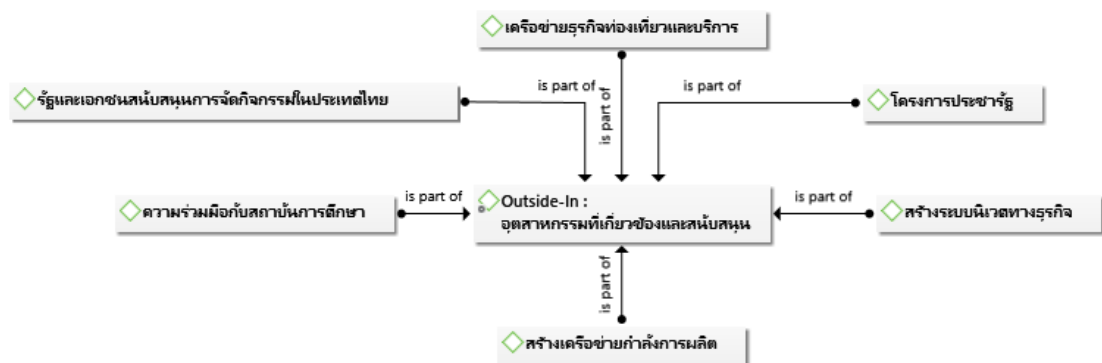
ภาพที่ 4-24 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านอุปสงค์ ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In)

ตารางที่ 4-20 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In)

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	Outside-In						
	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2	นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้บริโภค 1	ผู้บริโภค 2	รวม
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน							
1. สนับสนุนสถานศึกษาในท้องถิ่นเข้ามาช่วยวิจัยและพัฒนา รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ สร้างนวัตกรรมร่วมกัน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
2. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาศักยภาพในการผลิตหรือสร้างผลิตภัณฑ์ Productivity เพื่อรองรับคำสั่งซื้อปริมาณมาก ๆ ได้	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
3. สนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้เพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการและการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
4. ภาครัฐ และภาคเอกชนต้องสนับสนุนการจัดกิจกรรมการประชุมในเมืองไทยเพื่อสนับสนุนการสร้างรายได้ในท้องถิ่น	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
5. สร้างความร่วมมือในระบบนิเวศทางธุรกิจ (Collaborative Ecosystem)			✓	✓	✓		3

ที่ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมและเครือข่าย			
6. โครงการพระราชริฏแต่ละจังหวัดเข้ามาช่วยเติมเต็มในเครือข่ายธุรกิจ	✓	✓	2

จากตารางที่ 4-20 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In) เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ลำดับที่ 1 สนับสนุนสถานศึกษาในท้องถิ่นเข้ามาช่วยวิจัยและพัฒนา รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ สร้างนวัตกรรมร่วมกัน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาศักยภาพในการผลิตหรือสร้างผลิตภาพ Productivity เพื่อรองรับคำสั่งซื้อปริมาณมาก ๆ ได้ สนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้เพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการและการท่องเที่ยว และ ภาครัฐ และภาคเอกชนต้องสนับสนุนการจัดกิจกรรมการประชุมในเมืองไทยเพื่อสนับสนุนการสร้างรายได้ในท้องถิ่น ลำดับที่ 2 สร้างความร่วมมือในระบบนิเวศทางธุรกิจ (Collaborative Ecosystem) ที่ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมและเครือข่าย และลำดับที่ 3 โครงการพระราชริฏแต่ละจังหวัดเข้ามาช่วยเติมเต็มในเครือข่ายธุรกิจ นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-25



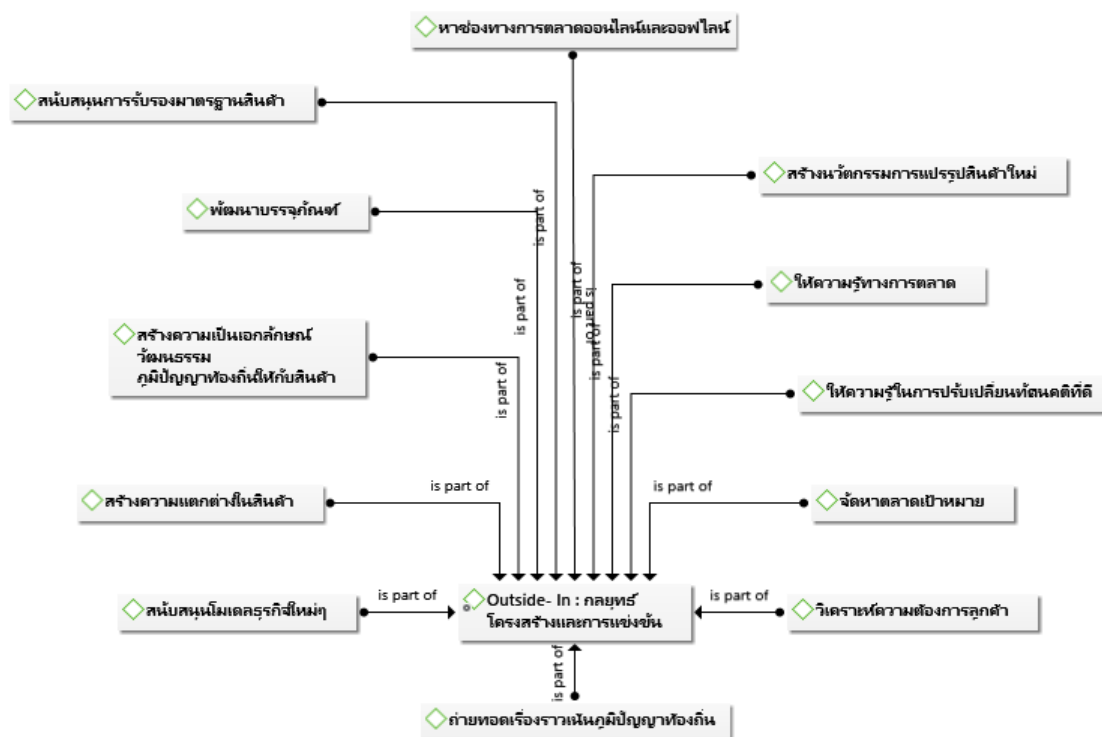
ภาพที่ 4-25 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In)

ตารางที่ 4-21 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In)

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน	Outside-In						
	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2	นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้ประกอบการ 1	ผู้ประกอบการ 2	รวม
กลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน							
1. ส่งเสริมการทำตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Marketing) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
2. จัดหาตลาดเป้าหมายที่แน่นอนในการจำหน่ายสินค้าเพื่อสร้างรายได้ที่แน่นอน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
3. ส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และมาตรฐานสากล เช่น อย. การรับรองสินค้าฮาลาล เป็นต้น เพื่อเกิดการยอมรับในตลาดสากล	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
4. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปและ บรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
5. สนับสนุนความรู้ทางการตลาดเชิงรุกในการผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
6. ผลักดันให้เกิดความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เช่นการแปรรูป	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
7. การสร้างเรื่องราว Story เกี่ยวกับสินค้าในด้านเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น	✓		✓	✓	✓	✓	5
8. สนับสนุนการเกิดโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ เช่น การสมัครสมาชิก (Subscription Model)			✓	✓	✓	✓	4
9. ปลูกฝัง Agile Mindset ในการทำงานรูปแบบใหม่ที่คล่องตัว มีประสิทธิภาพ ประหยัดทรัพยากรและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง			✓	✓	✓	✓	4

จากตารางที่ 4-21 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In) เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ลำดับที่ 1 ส่งเสริมการทำตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Marketing) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) จัดหาตลาดเป้าหมายที่แน่นอนในการจำหน่ายสินค้าเพื่อสร้างรายได้ที่แน่นอน ส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และมาตรฐานสากล เช่น อย. การรับรองสินค้าฮาลาล เป็นต้น เพื่อเกิดการยอมรับในตลาดสากล ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปและ บรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย สนับสนุนความรู้ทางการตลาดเชิงรุกในการผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และผลักดันให้เกิดความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เช่นการแปรรูป

ลำดับที่ 2 การสร้างเรื่องราว Story เกี่ยวกับสินค้าในด้านเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ ลำดับที่ 3 สนับสนุนการเกิดโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ เช่น การสมัครสมาชิก (Subscription Model) และ ปลุกฝัง Agile Mindset ในการทำงานรูปแบบใหม่ที่คล่องตัว มีประสิทธิภาพ ประหยัดทรัพยากร และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตาม ภาพที่ 4-26

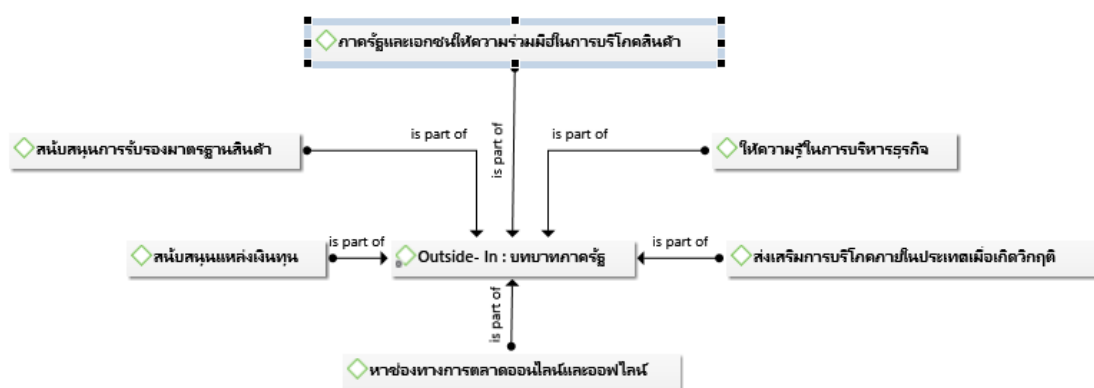


ภาพที่ 4-26 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน
ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In)

ตารางที่ 4-22 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In)

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ	Outside-In						
	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2	นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้บริโภคนอก 1	ผู้บริโภคนอก 2	รวม
บทบาทภาครัฐ							
1. สนับสนุนให้บุคลากรภาครัฐใช้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
2. ส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจเพื่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่อง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
3. ให้ความรู้ในเรื่องของการค้าและการลงทุน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
4. สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
5. ส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจหรือภาวะโรคระบาดตามแนวทาง “Made in Thailand”	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
6. ส่งเสริมการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล โดยทำให้มีระบบและกระบวนการที่ชัดเจน ปฏิบัติได้ง่ายลดขั้นตอนความยุ่งยากซับซ้อน			✓	✓	✓	✓	4

จากตารางที่ 4-22 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In) เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ลำดับที่ 1 สนับสนุนให้บุคลากรภาครัฐใช้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ ส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจเพื่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่อง ให้ความรู้ในเรื่องของการค้าและการลงทุน สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ และส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจหรือภาวะโรคระบาดตามแนวทาง “Made in Thailand” และลำดับที่ 2 ส่งเสริมการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล โดยทำให้มีระบบและกระบวนการที่ชัดเจน ปฏิบัติได้ง่ายลดขั้นตอนความยุ่งยากซับซ้อน นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-27



ภาพที่ 4-27 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In)

ตารางที่ 4-23 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านโอกาส ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In)

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านโอกาส	Outside-In						
	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2	นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้บริโภคร 1	ผู้บริโภคร 2	รวม
ปัจจัยด้านโอกาส							
1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
2. ส่งเสริมการผลิตและบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสินค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
3. พัฒนาลินค้าให้กับกลุ่มคนผู้สูงอายุ ที่อนาคตประเทศไทยจะต้องเผชิญกับสังคมผู้สูงอายุตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป (Aging Society)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
4. กระแสคนรักสุขภาพทำให้เกิดโอกาสในการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพออกจำหน่าย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	6

จากตารางที่ 4-23 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านโอกาส ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In) ได้ประเด็น ดังนี้ ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน ส่งเสริมการผลิตและบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสินค้า พัฒนาสินค้าให้กับกลุ่มคนผู้สูงอายุ ที่อนาคตประเทศไทยจะต้องเผชิญกับสังคมผู้สูงอายุตามโครงสร้าง

ประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป (Aging Society) และ กระแสคนรักสุขภาพทำให้เกิดโอกาสในการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพออกจำหน่าย นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-28



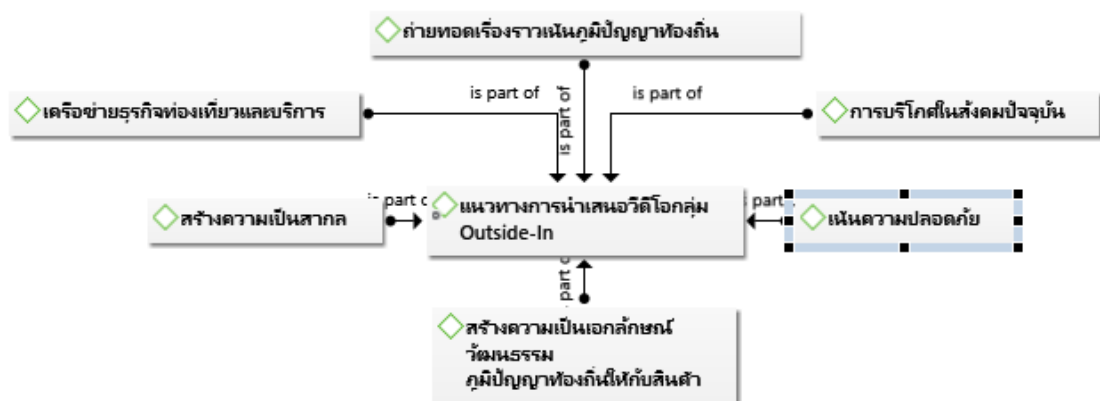
ภาพที่ 4-28 ความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านโอกาส ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In)

ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์ข้าราชการ นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อเป็นการแสดงความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In) เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดีโอฟรีเซนเตชัน ได้ผลวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 4-24 แสดงผลการสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดีโอฟรีเซนเตชัน ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In)

แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดีโอฟรีเซนเตชัน	Outside-In						รวม
	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2	นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้บริโภค 1	ผู้บริโภค 2	
1. มุ่งเน้นประเด็นการท่องเที่ยวโดยเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน	√	√	√	√	√	√	6
2. ส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ท้องถิ่น	√	√	√	√	√	√	6
3. ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	√	√	√	√	√	√	6
4. สื่อถึงความปลอดภัยในการบริโภคสินค้า	√	√	√	√	√	√	6
5. สินค้าสามารถสื่อสารถึงการบริโภคในสังคมปัจจุบัน	√	√	√	√	√	√	6
6. สร้างความเป็นสากลของสินค้า	√	√	√	√	√	√	6

จากตารางที่ 4-24 ผลการสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดีโอฟรี เซนเตชั่น ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In) ได้ประเด็น ดังนี้ มุ่งเน้นประเด็นการ ท่องเที่ยวโดยเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน ส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ท้องถิ่น ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น สื่อถึงความปลอดภัยในการบริโภคสินค้า สินค้า สามารถสื่อสารถึงการบริโภคในสังคมปัจจุบัน และสร้างความเป็นสากลของสินค้า นำผลที่ได้มาทำ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-29



ภาพที่ 4-29 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนใน รูปแบบวีดีโอฟรีเซนเตชั่น ความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In)

แนวทางการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน เปรียบเทียบ ความคิดเห็นจากมุมมอง วิสาหกิจชุมชน แบ่งตามผลิตภัณฑ์ และความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In) ได้ ผลการวิจัย ดังนี้

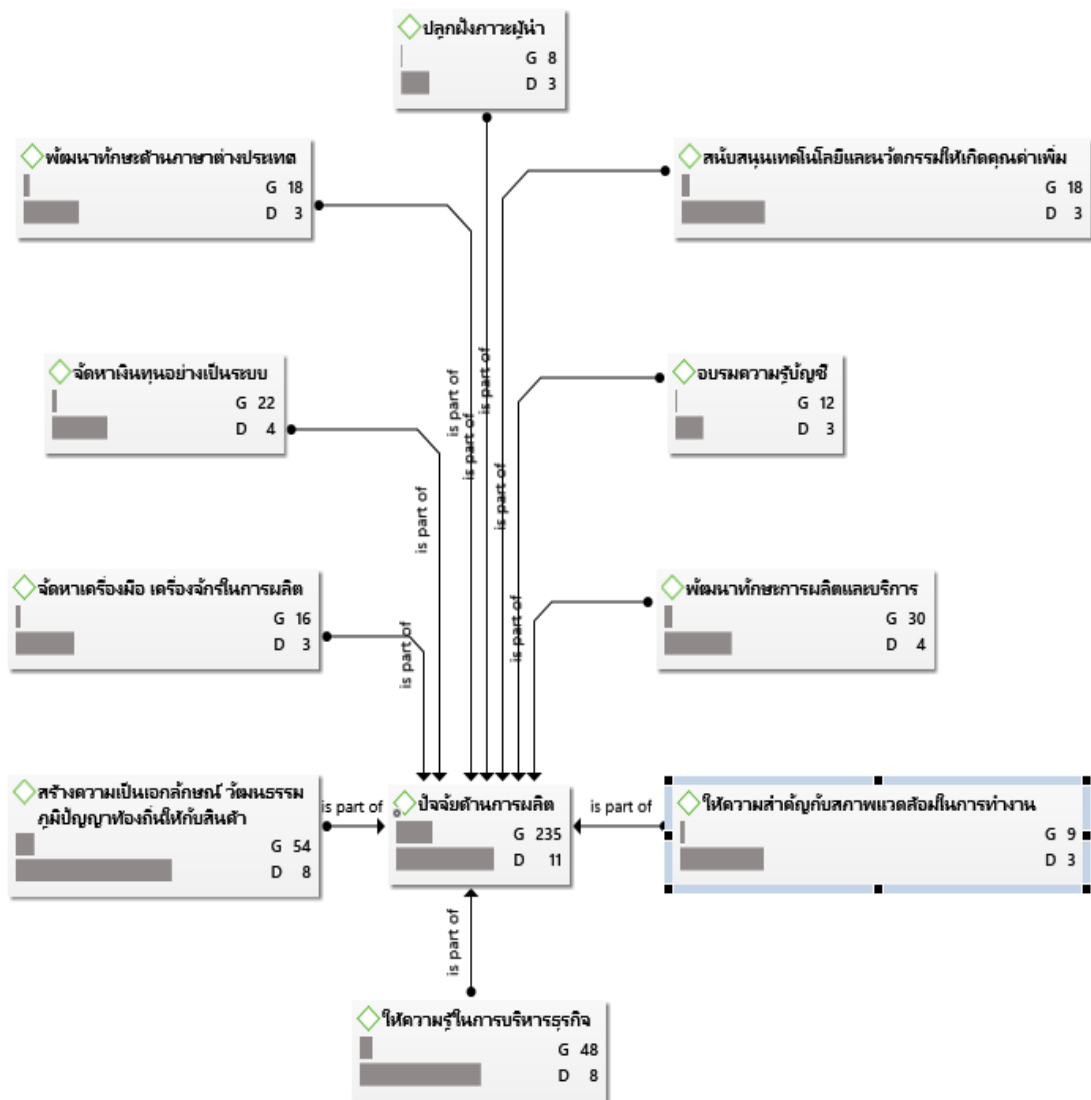
ตารางที่ 4-25 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านการผลิต

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านการผลิต	วิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์										Outside-In								
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2	นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้บริหาร 1	ผู้บริหาร 2	รวม
ปัจจัยด้านการผลิต																			
1. ให้ความรู้และทักษะในการผลิตสินค้าและบริการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18
2. ส่งเสริมทักษะด้านภาษาเพื่อรองรับผู้บริโภคต่างประเทศ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18
3. สนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สามารถปรับใช้ได้และเกิดคุณค่าเพิ่ม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18
4. สร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้าของกลุ่มเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18
5. จัดหาเครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิตที่มีความเหมาะสมกับการผลิตในด้านกำลังการผลิตและราคาของเครื่องมือ เครื่องจักร	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	16
6. ให้ความรู้ที่เข้าใจง่าย สื่อสารให้นำไปปฏิบัติได้	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	14
7. ส่งเสริมให้มีการจัดหาเงินทุนอย่างเป็นระบบ	✓	✓						✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
8. ปลุกฝังภาวะผู้นำให้กับสมาชิกในกลุ่ม	✓	✓									✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10

ตารางที่ 4-25 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านการผลิต (ต่อ)

	วิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์														Outside-In					
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องตี 1	เครื่องตี 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2		นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้บริหาร 1	ผู้บริหาร 2	รวม
แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านการผลิต																				
9. ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการทำงานของสมาชิก เช่น การเคลื่อนไหวร่างกายในการทำงาน	√	√							√	√	√	√			√	√	√			9
10. ให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีเบื้องต้นเพื่อสามารถคำนวณต้นทุน จุดคุ้มทุน และกำไรได้ถูกต้อง															√	√	√	√		4

จากตารางที่ 4-25 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านการผลิต เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ได้แก่ ลำดับที่ 1 การให้ความรู้และทักษะในการผลิตและบริการ การส่งเสริมทักษะทางด้านภาษาเพื่อติดต่อกับลูกค้าต่างชาติและนำไปใช้ในการทำการค้าระหว่างประเทศได้ การสนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดคุณค่าเพิ่ม และการสร้างความเป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้าของกลุ่มเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม พบว่า วิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่ม และมุมมอง Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนาทุกด้าน อันดับที่ 2 การจัดหาเครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิตที่มีความเหมาะสมกับการผลิตในด้านกำลังการผลิตและราคาของเครื่องมือ เครื่องจักรที่มีกำลังซื้อได้เหมาะสม พบว่า วิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มยกเว้นกลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และมุมมองของ Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา อันดับที่ 3 ด้านส่งเสริมการให้ความรู้ที่เข้าใจง่าย สื่อสารให้นำไปปฏิบัติได้ พบว่า กลุ่มอาหาร สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มเครื่องตี และมุมมองของ Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา อันดับที่ 4 ด้านการส่งเสริมการจัดหาเงินทุนอย่างเป็นระบบ พบว่า กลุ่มอาหารและเครื่องตี และมุมมองของ Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา อันดับที่ 5 และการปลูกฝังภาวะผู้นำให้กับสมาชิกในกลุ่ม พบว่า กลุ่มอาหารและของที่ระลึกศิลปะประดิษฐ์ และมุมมองของ Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา อันดับที่ 6 การให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการทำงานของสมาชิก เช่น การเคลื่อนไหวร่างกายในการทำงาน โดยคำนึงถึงหลักการเคลื่อนไหวและเวลา (Time and Motion Study) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน พบว่า กลุ่มอาหาร กลุ่มเครื่องตี และกลุ่มของที่ระลึกศิลปะประดิษฐ์ และมุมมอง Outside-In โดยนักวิชาการทุกท่านและผู้บริโภคบางท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา และอันดับที่ 6 ความรู้ในการจัดทำบัญชีเบื้องต้นเพื่อนำมาคำนวณต้นทุน วิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการตั้งกำไรได้ถูกต้อง พบว่า มุมมอง Outside-In กลุ่มนักวิชาการและผู้บริโภคให้ความสำคัญในการพัฒนา ยกเว้นกลุ่มข้าราชการ และวิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มที่ไม่ได้แสดงความคิดเห็น นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-30



ภาพที่ 4-30 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยการผลิต

จากภาพที่ 4-30 ข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยการผลิต พบประเด็นที่ต้องนำมาพัฒนาเรียงตามลำดับความสำคัญจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้า

ลำดับที่ 2 การให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจ โดยต้องเป็นความรู้ที่เข้าใจได้ง่าย สื่อสารให้นำไปปฏิบัติได้

ลำดับที่ 3 การพัฒนาทักษะการผลิตและบริการ เพื่อลดปัญหาด้านการผลิต

ลำดับที่ 4 การจัดหาเงินทุนอย่างเป็นระบบ

ลำดับที่ 5 การพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมทักษะด้านภาษาในการ
รองรับผู้บริโภคร่างกายต่างประเทศและขยายการค้าไปสู่เวทีสากล

ลำดับที่ 6 สนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้เกิดคุณค่าเพิ่ม

ลำดับที่ 7 จัดหาเครื่องมือ และเครื่องจักรในการผลิต ให้มีความเหมาะสมกับการผลิตใน
ด้านกำลังการผลิตและราคาของเครื่องมือ เครื่องจักร

ลำดับที่ 8 อบรมความรู้ด้านบัญชี โดยให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีเบื้องต้นเพื่อสามารถ
นำมาคำนวณต้นทุน จุดคุ้มทุน การตั้งราคา และกำไรได้อย่างถูกต้อง

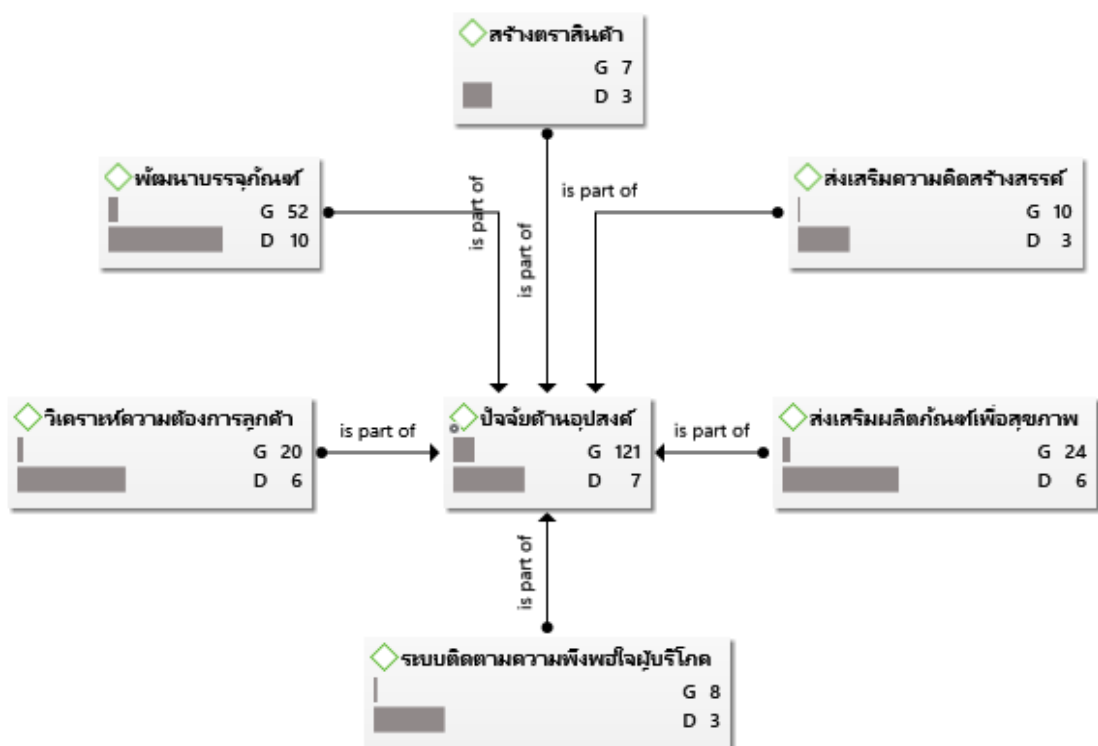
ลำดับที่ 9 ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อลดความเจ็บป่วยของ
ร่างกาย เช่น การเคลื่อนไหวร่างกายในการทำงานที่ถูกต้องเหมาะสมกับสรีระร่างกาย

ลำดับที่ 10 ปลุกฝังภาวะผู้นำ เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มได้มีภาวะผู้นำในการทำงานและการ
ดำเนินชีวิต

ตารางที่ 4-26 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุปสงค์

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุปสงค์	วิสาหกิจชุมชน														Outside-In					
	แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์																			
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2	นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้บริหาร 1	ผู้บริหาร 2	รวม	
ปัจจัยด้านอุปสงค์																				
1. ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน	✓	✓					✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	12
2. วิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย			✓	✓					✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
3. ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์สินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดผู้บริโภค					✓	✓					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
4. มีระบบการติดตามผลความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อพัฒนาคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น	✓	✓					✓	✓							✓	✓	✓	✓	✓	8
5. สร้างการรับรู้ในตราสินค้าที่น่าจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนมาสื่อสารให้ผู้บริหาร			✓	✓					✓	✓			✓				✓	✓	✓	7

จากตารางที่ 4-26 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุปสงค์ เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ได้แก่ ลำดับที่ 1 การส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันด้านการรักษาสุขภาพ พบว่า กลุ่มอาหาร ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม และมุมมองของ Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา ลำดับที่ 2 การวิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ พบว่า กลุ่มสิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม และเครื่องดื่ม และมุมมองของ Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา และการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์สินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดผู้บริโภค พบว่า กลุ่มเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง และกลุ่มของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ และมุมมองของ Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา ลำดับที่ 3 มีระบบการติดตามความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพให้ดีขึ้น (Customer Relationship Management) พบว่า กลุ่มอาหาร และผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และมุมมอง Outside-In ในส่วนนักวิชาการและผู้บริโภคทุกท่าน ให้ความสำคัญในการพัฒนา และลำดับที่ 4 สร้างการรับรู้ในตราสินค้าที่น่าจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนมาสื่อสารให้กับผู้บริโภค พบว่า กลุ่มสิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม กลุ่มเครื่องดื่ม และมุมมองของ Outside-In ข้าราชการบางคน และผู้บริโภคให้ความสำคัญในการพัฒนา นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-31



ภาพที่ 4-31 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านอุปสงค์

จากภาพที่ 4-31 ข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านอุปสงค์ พบประเด็นที่ต้องนำมาพัฒนาเรียงตามลำดับความสำคัญจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้มีความทันสมัย ดึงดูดผู้บริโภค

ลำดับที่ 2 ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นการตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพ

ลำดับที่ 3 วิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อผลิตสินค้าและบริการให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลำดับที่ 4 การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์

ลำดับที่ 5 ระบบติดตามความพึงพอใจผู้บริโภค เพื่อเป็นการนำข้อมูลป้อนกลับมาพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ดียิ่งขึ้น

ลำดับที่ 6 การสร้างตราสินค้า เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าที่น่าจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนในด้าน เอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสื่อสารให้กับผู้บริโภค

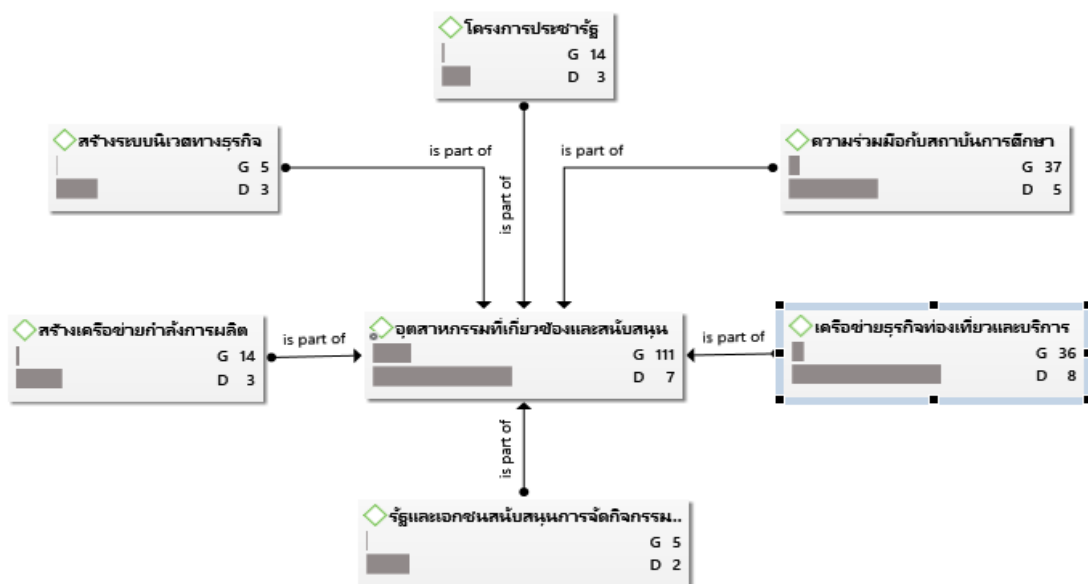
ตารางที่ 4-27 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

	วิสาหกิจชุมชน												Outside-In				รวม			
	แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์																			
แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2	นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้บริหาร 1	ผู้บริหาร 2		
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน																				
1. สนับสนุนสถานศึกษาในท้องถิ่นเข้ามาช่วยวิจัยและพัฒนา รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ สร้างนวัตกรรมร่วมกัน	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	18
2. โครงการภาครัฐแต่ละจังหวัดเข้ามาช่วยเติมเต็มในเครือข่ายธุรกิจ	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√						14
3. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาศักยภาพในการผลิตหรือสร้างผลิตภัณฑ์ Productivity เพื่อรองรับคำสั่งซื้อปริมาณมาก ๆ ได้													√	√	√	√	√	√		6
4. สนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้เพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการและการท่องเที่ยว													√	√	√	√	√	√		6

ตารางที่ 4-27 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (ต่อ)

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	วิสาหกิจชุมชน												รวม							
	แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์																			
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องตี 1	เครื่องตี 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2	นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้บริหาร 1	ผู้บริหาร 2		
5. ภาครัฐ และภาคเอกชนต้องสนับสนุนการจัดกิจกรรมการประชุมในเมืองไทย เพื่อสนับสนุนการสร้างรายได้ในท้องถิ่น													√	√	√	√	√	√	√	6
6. สร้างความร่วมมือในระบบนิเวศทางธุรกิจ (Collaborative Ecosystem) ที่ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมและเครือข่าย									√	√					√	√	√			5

จากตารางที่ 4-27 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ได้แก่ ลำดับที่ 1 การสนับสนุนสถานศึกษาในท้องถิ่นเข้ามาช่วยวิจัยและพัฒนา รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์นำมาสร้างนวัตกรรมร่วมกัน พบว่า วิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มและมุมมอง Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา ลำดับที่ 2 โครงการภาครัฐแต่ละจังหวัดเข้ามาช่วยเติมเต็มในเครือข่ายธุรกิจ วิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มและมุมมอง Outside-In กลุ่มข้าราชการให้ความสำคัญในการพัฒนา ลำดับที่ 3 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ในการพัฒนาศักยภาพในการผลิตหรือสร้าง Productivity เพื่อรองรับคำสั่งซื้อปริมาณมาก ๆ ได้ การสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้เพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการ และการท่องเที่ยว ภาครัฐและภาคเอกชนต้องสนับสนุนการจัดกิจกรรมการประชุมในเมืองไทยเพื่อสนับสนุนการสร้างรายได้เพิ่มในท้องถิ่น พบว่า มีแต่มุมมอง Outside-In ทุกกลุ่มที่ให้ความสำคัญในการพัฒนาแต่ไม่พบการแสดงความคิดเห็นในด้านกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ ลำดับที่ 4 การสร้างความร่วมมือในระบบนิเวศทางธุรกิจ (Collaborative Ecosystem) ที่ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมและเครือข่าย เช่นการจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนผ่าน Platform ทางการตลาด พบว่า กลุ่มเครื่องดื่ม และมุมมอง Outside-In ในกลุ่มนักวิชาการทุกท่านและผู้บริโภคบางท่าน ให้ความสำคัญในการพัฒนา นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-32



ภาพที่ 4-32 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

จากภาพที่ 4-32 ข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน พบประเด็นที่ต้องนำมาพัฒนาเรียงตามลำดับความสำคัญจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา โดยการสนับสนุนให้สถานศึกษาในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการสร้างนวัตกรรมร่วมกัน

ลำดับที่ 2 เครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ โดยสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้เพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการการท่องเที่ยวและบริการ

ลำดับที่ 3 โครงสร้างเครือข่ายกำลังการผลิต โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาศักยภาพในการผลิตหรือสร้างผลิตภาพ Productivity เพื่อรองรับคำสั่งซื้อปริมาณมาก ๆ ได้

ลำดับที่ 4 โครงการประชารัฐ ส่งเสริมให้โครงการประชารัฐแต่ละจังหวัดเข้ามาช่วยเติมเต็มในเครือข่ายธุรกิจ

ลำดับที่ 5 การสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ เน้นการสร้างความร่วมมือในระบบนิเวศทางธุรกิจ (Collaborative Ecosystem) ที่ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมและเครือข่ายให้เกิดขึ้นในธุรกิจ

ลำดับที่ 6 ภาครัฐและเอกชนสนับสนุนการจัดกิจกรรมในประเทศไทย เช่น การจัดประชุมระดับชาติและนานาชาติ เพื่อเป็นการสนับสนุนการสร้างรายได้ในท้องถิ่น

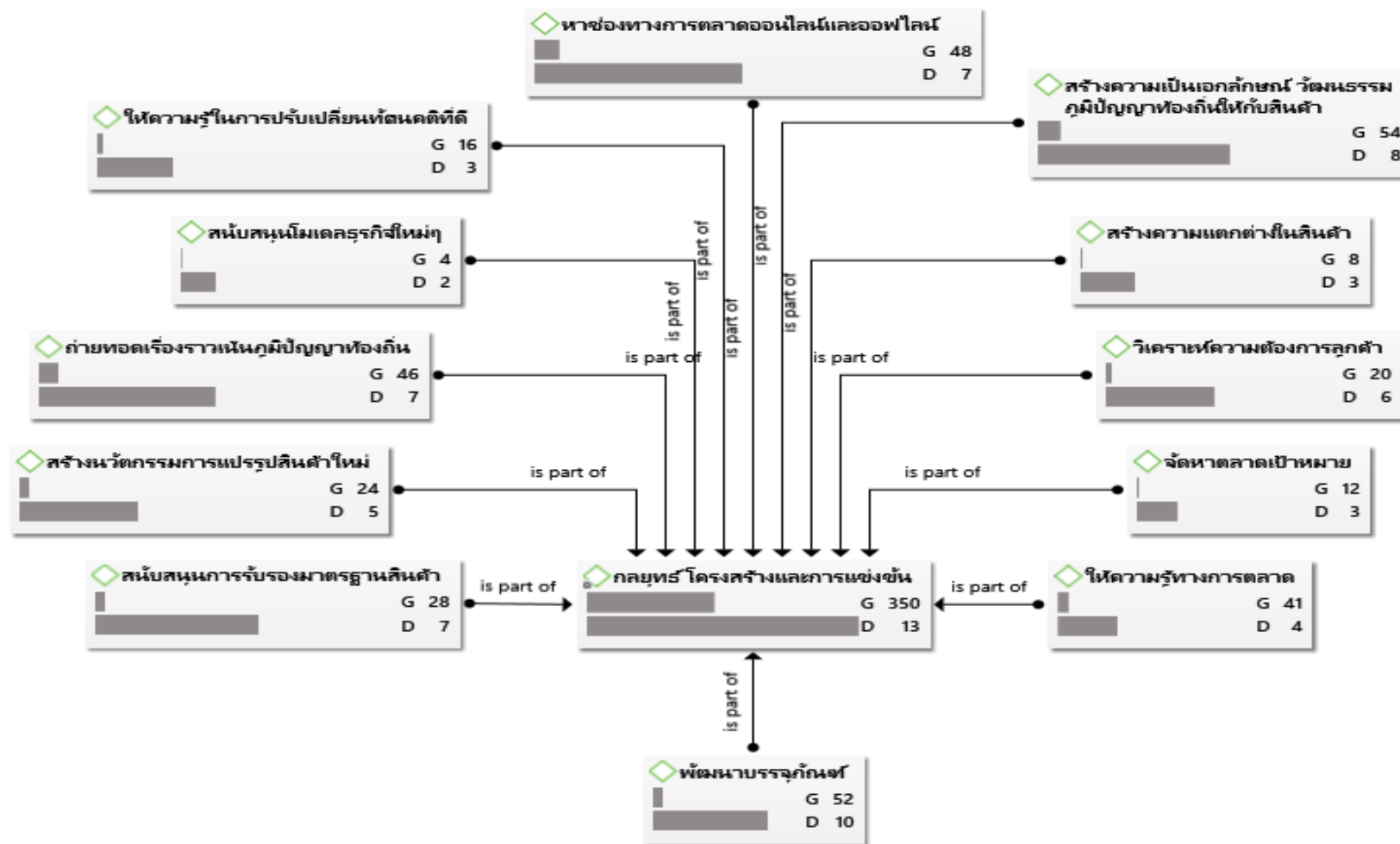
ตารางที่ 4-28 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												Outside-In		รวม				
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2		นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้บริหาร 1	ผู้บริหาร 2
กลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน																			
1. ส่งเสริมการทำตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Marketing) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18
2. จัดหาตลาดเป้าหมายที่แน่นอนในการจำหน่ายสินค้าเพื่อสร้างรายได้ที่แน่นอน	✓	✓						✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	12
3. ส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และมาตรฐานสากล เช่น อย. การรับรองสินค้าฮาลาล เป็นต้น เพื่อเกิดการยอมรับในตลาดสากล	✓	✓						✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	12
4. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปและ บรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย	✓	✓						✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	12
5. สนับสนุนความรู้ทางการตลาดเชิงรุกในการผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก			✓	✓						✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	10

ตารางที่ 4-28 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน (ต่อ)

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์										รวม					
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2		ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2			
6. ผลักดันให้เกิดความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เช่นการแปรรูป								✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	8
7. การสร้างเรื่องราว Story เกี่ยวกับสินค้าในด้านเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น											✓		✓	✓	✓	5
8. สนับสนุนการเกิดโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ เช่น การสมัครสมาชิก (Subscription Model)													✓	✓	✓	4
9. ปลูกฝัง Agile Mindset ในการทำงานรูปแบบใหม่ที่คล่องตัว มีประสิทธิภาพ ประหยัดทรัพยากรและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง													✓	✓	✓	4

จากตารางที่ 4-28 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ได้แก่ ลำดับที่ 1 การส่งเสริมการทำตลาดผ่านสื่อ Digital Marketing และ Social Media พบว่า วิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มและมุมมอง Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา ลำดับที่ 2 การจัดหาตลาดเป้าหมายที่แน่นอนในการจำหน่ายสินค้าเพื่อสร้างรายได้ที่ต่อเนื่อง (Recurring revenue) การส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล เช่น มาตรฐานอาหารและยา การรับรองสินค้าฮาลาล เป็นต้น เพื่อให้เกิดการยอมรับในตลาดสากล และการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย พบว่า กลุ่มอาหาร กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และกลุ่มเครื่องดื่ม และมุมมอง Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา ลำดับที่ 3 การสนับสนุนความรู้ทางด้านการตลาดเชิงรุกในการผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก พบว่า กลุ่มสิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม กลุ่มเครื่องดื่ม และมุมมอง Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา ลำดับที่ 4 การผลักดันให้เกิดความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เช่น การแปรรูป พบว่า กลุ่มเครื่องดื่ม และมุมมอง Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา ลำดับที่ 5 การสร้างเรื่องราว (Story) เกี่ยวกับสินค้าในด้านเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า มุมมอง Outside-In ข้าราชการบางท่านและกลุ่มนักวิชาการและผู้บริโภคทุกท่าน ให้ความสำคัญในการพัฒนา แต่ไม่พบการแสดงความคิดเห็นในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ ลำดับที่ 6 การสนับสนุนการเกิดโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ เช่น การสมัครสมาชิก (Subscription Model) และปลูกฝัง Agile Mindset ในการทำงานรูปแบบใหม่ที่คล่องตัว มีประสิทธิภาพ ประหยัดทรัพยากร และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง พบว่า มีมุมมอง Outside-In ในกลุ่มนักวิชาการและผู้บริโภคให้ความสำคัญในการพัฒนา แต่ไม่พบในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มข้าราชการ นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-33



ภาพที่ 4-33 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน

จากภาพที่ 4-33 ข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน พบประเด็นที่ต้องนำมาพัฒนาเรียงตามลำดับความสำคัญจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้า โดยถ่ายทอดเรื่องราว (Story) เกี่ยวกับสินค้าในด้านความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของภาคใต้ชายแดน

ลำดับที่ 2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเน้นบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย

ลำดับที่ 3 การหาช่องทางการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อเป็นการส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจเพื่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่อง

ลำดับที่ 4 ถ่ายทอดเรื่องราวเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดจุดเด่นในด้านสินค้า

ลำดับที่ 5 การให้ความรู้ทางการตลาด ส่งเสริมการทำตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Marketing) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และการสนับสนุนความรู้ทางการตลาดเชิงรุกในการผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

ลำดับที่ 6 สนับสนุนการรับรองมาตรฐานสินค้า เพื่อเป็นการส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานสากล เช่น อย. การรับรองสินค้าฮาลาล เป็นต้น เพื่อเกิดการยอมรับในตลาดสากลและเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มได้

ลำดับที่ 7 สร้างนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าใหม่ เพื่อให้เกิดความหลากหลายในสินค้า

ลำดับที่ 8 วิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อทำการผลิตสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และสามารถจำหน่ายได้

ลำดับที่ 9 ให้ความรู้ในการปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ดี ด้วยการปลูกฝัง Agile Mindset ในการทำงานในรูปแบบใหม่ที่คล่องตัว มีประสิทธิภาพ ประหยัดทรัพยากรและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ลำดับที่ 10 จัดหาตลาดเป้าหมาย เพื่อเป็นการจำหน่ายสินค้าได้อย่างแน่นอนและสร้างรายได้ที่ต่อเนื่อง

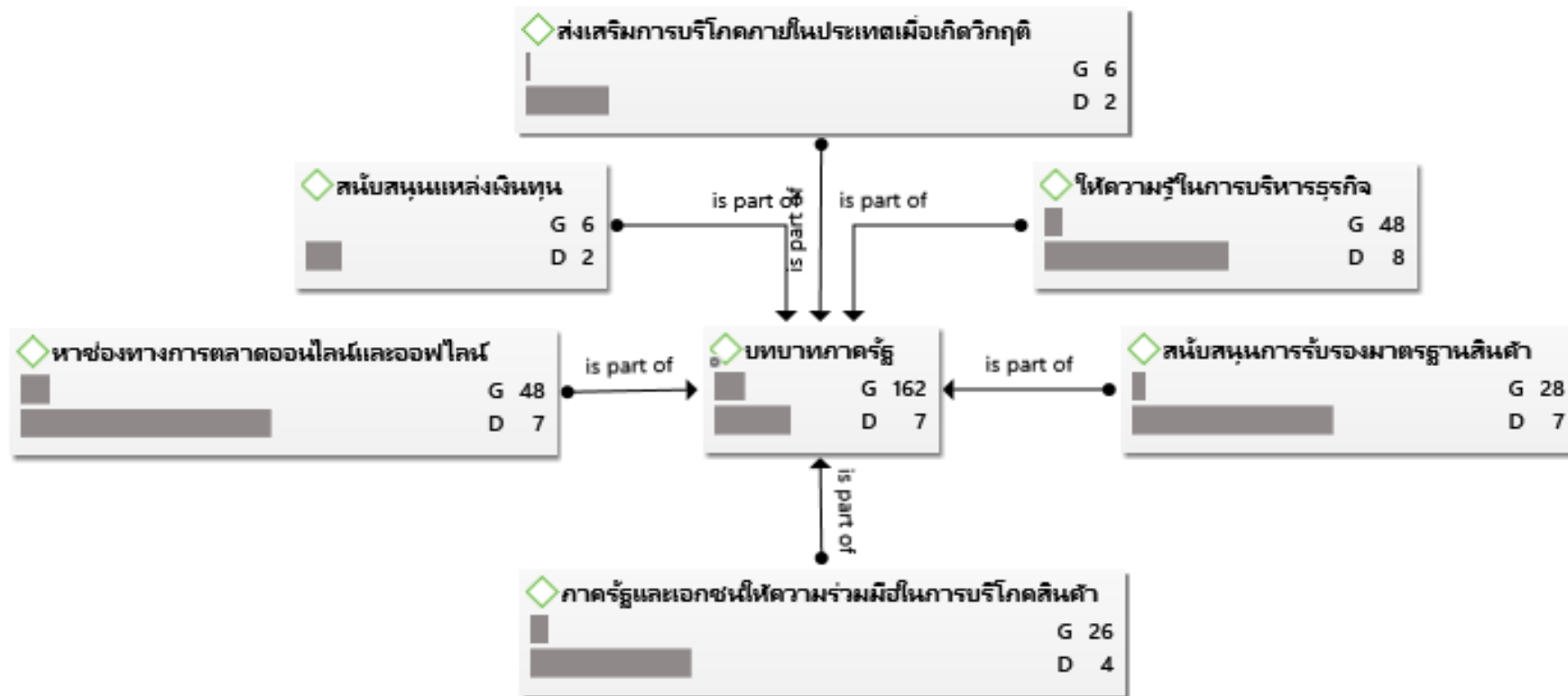
ลำดับที่ 11 สร้างความแตกต่างในสินค้า เพื่อเป็นการผลักดันให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน

ลำดับที่ 12 สนับสนุนโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น และมีรายได้ที่ต่อเนื่องแน่นอน เช่น การสมัครสมาชิก (Subscription Model)

ตารางที่ 4-29 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ	วิสาหกิจชุมชนแบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												Outside-In				รวม		
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2	นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2		ผู้บริหาร 1	ผู้บริหาร 2
บทบาทภาครัฐ																			
1. สนับสนุนให้บุคลากรภาครัฐใช้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	18
2. ส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจเพื่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่อง	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	18
3. ให้ความรู้ในเรื่องของการค้าและการลงทุน	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	18
4. ส่งเสริมการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล โดยทำให้มีระบบและกระบวนการที่ชัดเจน ปฏิบัติได้ง่ายลดขั้นตอนความยุ่งยากซับซ้อน	√	√						√	√	√	√				√	√	√	√	10
5. สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ													√	√	√	√	√	√	6
6. ส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจหรือภาวะโรคระบาดตามแนวทาง “Made in Thailand”													√	√	√	√	√	√	6

จากตารางที่ 4-29 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ได้แก่ ลำดับที่ 1 การสนับสนุนให้บุคลากรภาครัฐใช้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ ส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่อง (Recurring Revenue) ให้ความรู้ในเรื่องของการค้าและการลงทุน พบว่า วิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่ม และมุมมอง Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา ลำดับที่ 2 การส่งเสริมการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล โดยทำให้มีระบบและกระบวนการที่ชัดเจน ปฏิบัติได้ง่ายลดขั้นตอนความยุ่งยากซับซ้อน พบว่า กลุ่มอาหาร กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มเครื่องดื่ม และมุมมอง Outside-In ในด้านนักวิชาการและผู้บริโภค ให้ความสำคัญในการพัฒนา ยกเว้นมุมมอง Outside-In ในด้านข้าราชการที่ไม่แสดงความคิดเห็น และลำดับที่ 3 การสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ และ ส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจหรือภาวะโรคระบาด ตามแนวทาง “Made in Thailand” พบว่า มุมมอง Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา แต่ไม่พบการแสดงความคิดเห็นในส่วนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-34



ภาพที่ 4-34 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ

จากภาพที่ 4-34 ข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ พบประเด็นที่ต้องนำมาพัฒนาเรียงตามลำดับความสำคัญจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจ โดยครอบคลุมความรู้ในด้านการค้าและการลงทุน

ลำดับที่ 2 หาช่องทางการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่อง

ลำดับที่ 3 สนับสนุนการรับรองมาตรฐานสินค้า โดยส่งเสริมการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล ทำให้มีระบบและกระบวนการที่ชัดเจน ปฏิบัติได้ง่ายลดขั้นตอนความยุ่งยากซับซ้อน

ลำดับที่ 4 ภาครัฐและเอกชนให้ความร่วมมือในการบริโภคสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่

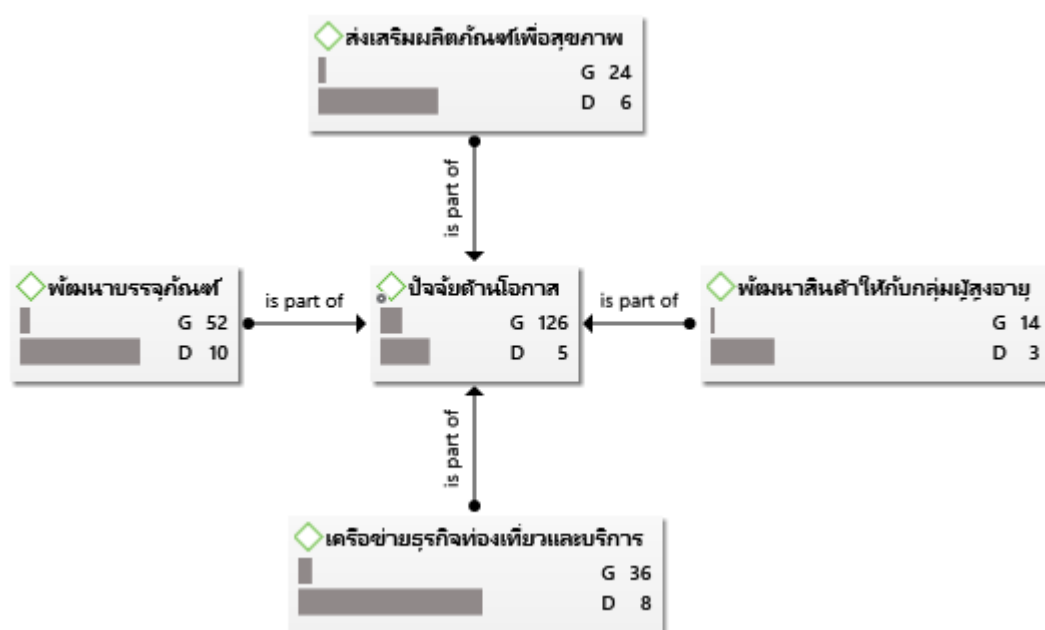
ลำดับที่ 5 สนับสนุนแหล่งเงินทุน โดยสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการผ่านระบบที่ถูกต้อง

ลำดับที่ 6 ส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศเมื่อเกิดวิกฤติ เช่น ภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจหรือภาวะโรคระบาด ตามแนวทาง “Made in Thailand”

ตารางที่ 4-30 แสดงผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านโอกาส

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านโอกาส	วิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์												Outside-In		รวม					
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2		นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้บริหาร 1	ผู้บริหาร 2	
ปัจจัยด้านโอกาส																				
1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18
2. ส่งเสริมการผลิตและบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18
3. พัฒนาลินค้าให้กับกลุ่มคนผู้สูงอายุ ที่อนาคตประเทศไทยจะต้องเผชิญกับสังคมผู้สูงอายุตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป (Aging Society)			✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	14
4. กระแสคนรักสุขภาพทำให้เกิดโอกาสในการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพ ออกจำหน่าย	✓	✓						✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	12

จากตารางที่ 4-30 ผลการสังเคราะห์การสัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยด้านโอกาส เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ได้แก่ ลำดับที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน และการส่งเสริมการผลิตและบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อม พบว่า วิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มและมุมมอง Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา ลำดับที่ 2 การพัฒนาสินค้าให้กับกลุ่มคนผู้สูงอายุ ที่อนาคตประเทศไทยจะต้องเผชิญกับสังคมผู้สูงอายุตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป (Aging Society) พบว่า กลุ่มสิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม กลุ่มเครื่องใช้และเครื่องประดับ ตกแต่ง และกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และมุมมอง Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา และลำดับที่ 3 กระแสนรกรสุขภาพทำให้เกิดโอกาสในการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพออกจำหน่าย พบว่า กลุ่มอาหาร กลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและกลุ่มเครื่องดื่ม และมุมมอง Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-35



ภาพที่ 4-35 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านโอกาส

จากภาพที่ 4-35 ข้อมูลองค์ประกอบปัจจัยด้านโอกาส พบประเด็นที่ต้องนำมาพัฒนาเรียงตามลำดับความสำคัญจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมการผลิตและบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อม

ลำดับที่ 2 เครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ มุ่งเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน

ลำดับที่ 3 ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพื่อตอบรับกระแสคนรักสุขภาพทำให้เกิดโอกาส ในการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพออกจำหน่าย

ลำดับที่ 4 พัฒนาสินค้าให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งอนาคตประเทศไทยจะต้องเผชิญกับสังคม ผู้สูงอายุตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป (Aging Society)

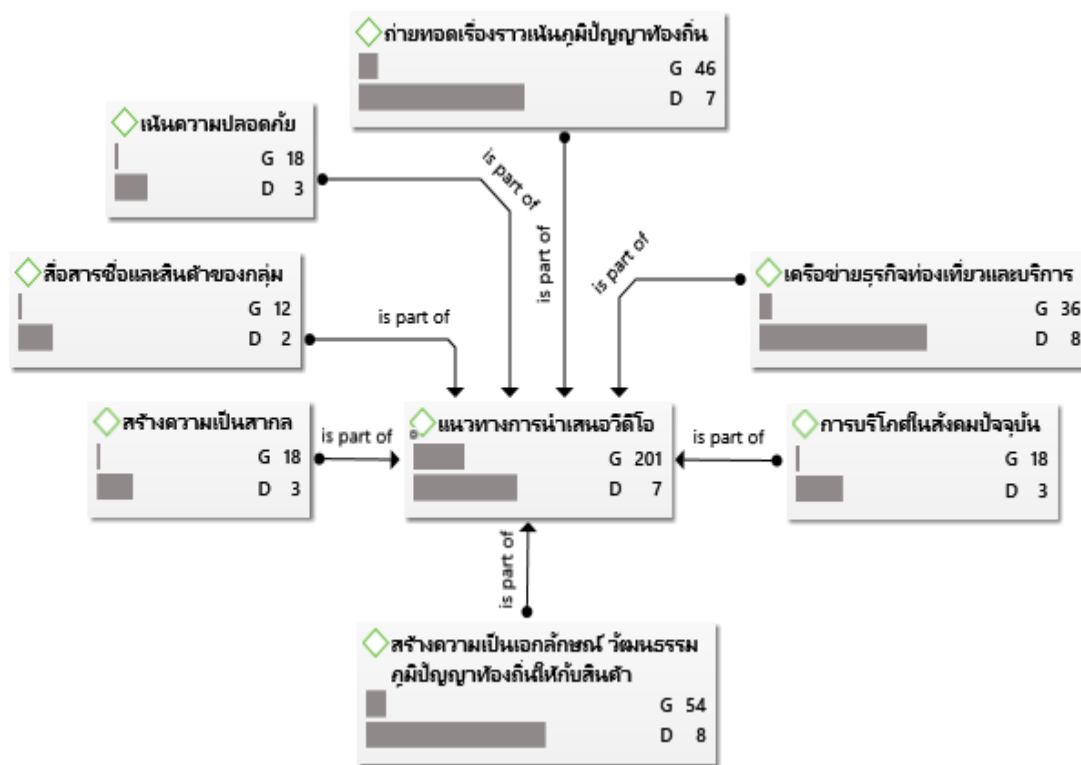
จากผลวิจัย พบว่า การนำมุมมอง Outside-In เข้ามาช่วยพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย จะช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันและเป็น แนวทางในการแก้ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนได้ ด้วยการนำมุมมองเชิงรุกในการ ปรับตัวโดยเน้นการยึดลูกค้าเป็นที่ตั้งในการพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการทางการแข่งขันที่ เกิดขึ้นในยุค Digital ด้วยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสภาพทาง เศรษฐกิจและสังคมสร้างความเป็นมืออาชีพและพัฒนาความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจชุมชนได้

สรุป แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดีโอฟรีเชนเดชั่น เปรียบเทียบ ความ คิดเห็นจากมุมมองวิสาหกิจชุมชน แบ่งตามผลิตภัณฑ์ และความคิดเห็นจากคนนอกสู่คนในพื้นที่ (Outside-In) ได้ผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 4-31 แสดงผลการสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิดิโอฟรีเซนเตชัน

แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิดิโอฟรีเซนเตชัน	วิสาหกิจชุมชน แบ่งตามประเภทผลิตภัณฑ์														Outside-In					
	อาหาร 1	อาหาร 2	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 1	สิ่งทอ/เครื่องนุ่งห่ม 2	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 1	เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 2	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 1	ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร 2	เครื่องดื่ม 1	เครื่องดื่ม 2	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 1	ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์ 2	ข้าราชการ 1	ข้าราชการ 2	นักวิชาการ 1	นักวิชาการ 2	ผู้บริหาร 1	ผู้บริหาร 2	รวม	
1. มุ่งเน้นประเด็นการท่องเที่ยวโดยเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18
2. ส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ท้องถิ่น	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18
3. ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18
4. สื่อถึงความปลอดภัยในการบริโภคสินค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18
5. สินค้าสามารถสื่อสารถึงการบริโภคในสังคมปัจจุบัน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18
6. สร้างความเป็นสากลของสินค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18
7. สื่อสารชื่อวิสาหกิจและสินค้าของกลุ่ม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								12

จากตารางที่ 4-31 แสดงผลการสังเคราะห์แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิดีโอฟรีเซนเตชั่น เรียงตามค่าคะแนนความถี่ ได้แก่ ลำดับที่ 1 มุ่งเน้นประเด็นการท่องเที่ยวโดยเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน ส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ท้องถิ่น ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น สื่อถึงความปลอดภัยในการบริโภคสินค้า สินค้าสามารถสื่อสารถึงการบริโภคในสังคมปัจจุบัน และสร้างความเป็นสากลของสินค้า พบว่า วิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มและมุมมอง Outside-In ทุกท่านให้ความสำคัญในการพัฒนา ลำดับที่ 2 สื่อสารชื่อวิสาหกิจและสินค้าของกลุ่ม พบว่า วิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มให้ความสำคัญแต่ไม่พบการแสดงความคิดเห็นในส่วนของมุมมอง Outside-In นำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ผลตามภาพที่ 4-36



ภาพที่ 4-36 แสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลองค์ประกอบแนวทางการนำเสนอวิดีโอฟรีเซนเตชั่น

จากภาพที่ 4-36 ข้อมูลองค์ประกอบแนวทางการนำเสนอวิดีโอฟรีเซนเตชั่น พบประเด็นที่ต้องนำมาสื่อสารเรื่องราวในวิดีโอเรียงตามลำดับความสำคัญจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti 9 ได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 สร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้า

ลำดับที่ 2 ถ่ายทอดเรื่องราวเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น

ลำดับที่ 3 เครือข่ายท่องเที่ยวและบริการ ในการนำเสนอตามแหล่งท่องเที่ยว
 ลำดับที่ 4 การบริโภคในสังคมปัจจุบัน นำเสนอสินค้าให้สามารถนำมาบริโภคในชีวิตประจำวันได้

ลำดับที่ 5 เน้นความปลอดภัยในการบริโภค

ลำดับที่ 6 เน้นความเป็นสากล ในรูปแบบการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์

ลำดับที่ 7 สื่อสารชื่อและสินค้าของกลุ่ม

ขั้นตอนที่ 2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

ขั้นตอนการสนทนากลุ่ม เป็นการนำผลการวิจัย เรื่อง การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน มานำเสนอในการสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาการยอมรับในการนำไปใช้ และยืนยันผลการดำเนินงานการวิจัย โดยผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม จำนวน 8 ท่าน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ข้าราชการ นักวิชาการ และนักธุรกิจในพื้นที่ 3 จังหวัดภาคใต้ชายแดน ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 คน (A1 และ A2)

กลุ่มที่ 2 ข้าราชการในพื้นที่ จำนวน 2 คน (A3 และ A4)

กลุ่มที่ 3 นักวิชาการ จำนวน 2 คน (A5 และ A6)

กลุ่มที่ 4 นักธุรกิจในพื้นที่ จำนวน 2 คน (A7 และ A8)

โดยผลจากการสนทนากลุ่มครั้งนี้ สามารถสรุปประเด็นสำคัญและข้อเสนอแนะ แยกตามประเด็นที่ศึกษาได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 สภาพปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการแก้ไขปัญหา
 ปัญหาการผลิตและการแก้ไขปัญหาการผลิต ผลการวิจัย พบว่า

ปัญหาด้านการผลิต ในด้านการขาดแคลนแรงงาน ขาดความรู้และเทคโนโลยีในการผลิต และการสร้างมาตรฐาน วัตถุดิบมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ และต้นทุนการผลิตที่สูง สามารถนำแนวทางการแก้ไขปัญหาการผลิตมาแก้ปัญหาได้ ดังนี้ ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตหรือเครื่องจักรอุปกรณ์ในการผลิตที่ทันสมัยต้นทุนไม่สูง สนับสนุนในการรับรองมาตรฐานสินค้า เช่น อย. การรับรองสินค้าฮาลาล และพัฒนาทักษะการผลิตเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานและการผลิตที่ต้นทุนสูง สร้างเครือข่ายในการสร้างกำลังการผลิตให้เพิ่มขึ้นเพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานและวัตถุดิบที่มีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ใช้เทคโนโลยีในการจัดส่งแบบ Food Delivery ในท้องถิ่นในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทอาหาร

ปัญหาด้านการตลาดและการแก้ไขปัญหาด้านการตลาด ผลการวิจัย พบว่า

ปัญหาด้านการตลาด ขาดความรู้ทางการตลาดในการที่จะจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น ขาดความรู้ในการทำการตลาดออนไลน์ ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากพอ สามารถนำแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดมาแก้ปัญหาได้ ดังนี้ ถ่ายทอดเรื่องราวของสินค้าในท้องถิ่นในการเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อแสดงจุดเด่นของสินค้าสู่สายตาผู้บริโภค หาช่องทางการตลาดที่เป็นทั้งออนไลน์และออฟไลน์เพื่อการเพิ่มยอดขาย สร้างนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าใหม่ ๆ ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยเน้นบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสีและกลิ่น และให้ความรู้ในด้านการตลาดทุกรูปแบบเพื่อที่จะจำหน่ายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น

ปัญหาด้านการเงินและบัญชี และการแก้ไขปัญหาด้านการเงินและบัญชี ผลการวิจัย

พบว่า

ปัญหาด้านการเงินและบัญชี ขาดเงินทุนในการขยายกิจการ ในการซื้อเครื่องมือ เครื่องจักร หรืออุปกรณ์ การมีกฎเกณฑ์ที่มากในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ขาดระบบการคิดต้นทุนที่ถูกต้อง ทำให้ต้นทุนการผลิตไม่คงที่ สามารถนำแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการเงินและบัญชีมาแก้ปัญหาได้ ดังนี้ อบรมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง สามารถคำนวณจุดคุ้มทุน กำไรและตั้งราคาขายได้เหมาะสม วางแผนทางการเงินในการคำนวณเงินทุนหมุนเวียน จัดหาเงินทุนอย่างเป็นระบบโดยสอนการเขียนโครงการเพื่อการจัดหาเงินทุนที่มีระบบถูกต้องและมีต้นทุนการเงินต่ำ

ปัญหาด้านการจัดการองค์กร และการแก้ไขปัญหาด้านการจัดการองค์กร ผลการวิจัย

พบว่า

ปัญหาด้านการจัดการองค์กร ขาดความรู้ในการบริหารจัดการ และปัญหาการปรับเปลี่ยนทัศนคติ (Mindset) ของสมาชิกในกลุ่ม สามารถนำแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการจัดการองค์กรมาแก้ปัญหาได้ ดังนี้ ให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน และให้ความรู้ในการสื่อสารผ่านกระบวนการ Mindset ที่ดีในทุก ๆ ด้านเพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนทัศนคติให้เป็นไปตามสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ปัญหาด้านเครือข่าย และการแก้ไขปัญหาด้านเครือข่าย ผลการวิจัย พบว่า

ปัญหาด้านเครือข่าย ขาดการสนับสนุนจากเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐบาล เอกชน สถานศึกษาและขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชน สามารถนำแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านเครือข่ายมาแก้ปัญหาได้ ดังนี้ ภาครัฐและเอกชนให้ความร่วมมือในการบริโภคสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชนในการวิจัยและพัฒนา พัฒนาความรู้และทักษะในการบริหารธุรกิจเพื่อสามารถสร้างเครือข่ายในกำลังการผลิตได้ และปลูกฝังให้เยาวชนและคนในชุมชนมีส่วนร่วมผ่านกระบวนการเรียนการสอนและการทำกิจกรรมในชุมชน

ตารางที่ 4-32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลฉันทามติของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเกี่ยวกับสภาพปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการแก้ไขปัญหา

การยอมรับ/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	ประเด็นความคิดเห็น								รวม
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	
เห็นด้วยกับผลวิจัย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม									
1. ภาครัฐ เอกชน และชุมชนต้องให้ความร่วมมือในการพัฒนาอย่างจริงจังในการแก้ไขปัญหา	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8
2. วิสาหกิจชุมชนจะต้องมีการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและพร้อมรับมือกับสภาพปัญหา				✓	✓	✓		✓	4
3. ปัญหาบางด้านจำเป็นต้องชี้แจงเหตุผลและควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจก่อนที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหา						✓	✓		2

จากตารางที่ 4-32 ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้ให้การยอมรับกับผลการวิจัยเกี่ยวกับสภาพปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการแก้ไขปัญหา ทั้งหมด 8 คน และมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

1. ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ต้องให้ความร่วมมือในการพัฒนาอย่างจริงจังในการแก้ไขปัญหา
2. วิสาหกิจชุมชนจะต้องมีการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและพร้อมรับมือกับสภาพปัญหา
3. ปัญหาบางด้านจำเป็นต้องชี้แจงเหตุผลและควรมีการให้ความรู้ ความเข้าใจก่อนที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหา

ส่วนที่ 2 แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยการผลิต ผลการวิจัย พบว่า

- ลำดับที่ 1 การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้า
- ลำดับที่ 2 การให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจ โดยต้องเป็นความรู้ที่เข้าใจได้ง่าย สื่อสารให้นำไปปฏิบัติได้
- ลำดับที่ 3 การพัฒนาทักษะการผลิตและบริการ เพื่อลดปัญหาด้านการผลิต
- ลำดับที่ 4 การจัดหาเงินทุนอย่างเป็นระบบ
- ลำดับที่ 5 การพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมทักษะด้านภาษาในการรองรับผู้บริโภคต่างประเทศและขยายการค้าไปสู่เวทีสากล
- ลำดับที่ 6 สนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้เกิดคุณค่าเพิ่ม
- ลำดับที่ 7 จัดหาเครื่องมือ และเครื่องจักรในการผลิต ให้มีความเหมาะสมกับการผลิตในด้านกำลังการผลิตและราคาของเครื่องมือ เครื่องจักร
- ลำดับที่ 8 อบรมความรู้ด้านบัญชี โดยให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีเบื้องต้นเพื่อสามารถนำมาคำนวณต้นทุน จุดคุ้มทุน การตั้งราคา และกำไรได้อย่างถูกต้อง
- ลำดับที่ 9 ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อลดความเจ็บป่วยของร่างกาย เช่น การเคลื่อนไหวร่างกายในการทำงานที่ถูกต้องเหมาะสมกับสรีระร่างกาย
- ลำดับที่ 10 ปลุกฝังภาวะผู้นำ เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มได้มีภาวะผู้นำในการทำงานและการดำเนินชีวิต

ปัจจัยด้านอุปสงค์ ผลการวิจัย พบว่า

- ลำดับที่ 1 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้มีความทันสมัย ดึงดูดผู้บริโภค
- ลำดับที่ 2 ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นการตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพ
- ลำดับที่ 3 วิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อผลิตสินค้าและบริการให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- ลำดับที่ 4 การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์
- ลำดับที่ 5 ระบบติดตามความพึงพอใจผู้บริโภค เพื่อเป็นการนำข้อมูลป้อนกลับมาพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ดียิ่งขึ้น
- ลำดับที่ 6 การสร้างตราสินค้า เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าที่น่าจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนในด้าน เอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสื่อสารให้กับผู้บริโภค

ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ผลการวิจัย พบว่า

ลำดับที่ 1 ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา โดยการสนับสนุนให้สถานศึกษาในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการสร้างนวัตกรรมร่วมกัน

ลำดับที่ 2 เครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ โดยสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ให้เพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการการท่องเที่ยวและบริการ

ลำดับที่ 3 โครงสร้างเครือข่ายกำลังการผลิต โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมในรูปแบบเครือข่าย วิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาศักยภาพในการผลิตหรือสร้างผลิตภาพ Productivity เพื่อรองรับคำสั่งซื้อปริมาณมาก ๆ ได้

ลำดับที่ 4 โครงการประชารัฐ ส่งเสริมให้โครงการประชารัฐแต่ละจังหวัดเข้ามาช่วยเติมเต็มในเครือข่ายธุรกิจ

ลำดับที่ 5 การสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ เน้นการสร้างความร่วมมือในระบบนิเวศทางธุรกิจ (Collaborative Ecosystem) ที่ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมและเครือข่ายให้เกิดขึ้นในธุรกิจ

ลำดับที่ 6 ภาครัฐและเอกชนสนับสนุนการจัดกิจกรรมในประเทศไทย เช่น การจัดประชุมระดับชาติและนานาชาติ เพื่อเป็นการสนับสนุนการสร้างรายได้ในท้องถิ่น

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน ผลการวิจัย พบว่า

ลำดับที่ 1 การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้า โดยถ่ายทอดเรื่องราว (Story) เกี่ยวกับสินค้าในด้านความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของภาคใต้ชายแดน

ลำดับที่ 2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเน้นบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย

ลำดับที่ 3 การหาช่องทางการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อเป็นการส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจเพื่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่อง

ลำดับที่ 4 ถ่ายทอดเรื่องราวเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดจุดเด่นในด้านสินค้า

ลำดับที่ 5 การให้ความรู้ทางการตลาด ส่งเสริมการทำตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Marketing) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และการสนับสนุนความรู้ทางการตลาดเชิงรุกในการผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

ลำดับที่ 6 สนับสนุนการรับรองมาตรฐานสินค้า เพื่อเป็นการส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานสากล เช่น อย. การรับรองสินค้าฮาลาล เป็นต้น เพื่อเกิดการยอมรับในตลาดสากลและเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มได้

ลำดับที่ 7 สร้างนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าใหม่ เพื่อให้เกิดความหลากหลายในสินค้า

ลำดับที่ 8 วิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อทำการผลิตสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และสามารถจำหน่ายได้

ลำดับที่ 9 ให้ความรู้ในการปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ดี ด้วยการปลูกฝัง Agile Mindset ในการทำงานในรูปแบบใหม่ที่คล่องตัว มีประสิทธิภาพ ประหยัดทรัพยากรและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ลำดับที่ 10 จัดตลาดเป้าหมาย เพื่อเป็นการจำหน่ายสินค้าได้อย่างแน่นอนและสร้างรายได้ที่ต่อเนื่อง

ลำดับที่ 11 สร้างความแตกต่างในสินค้า เพื่อเป็นการผลักดันให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน

ลำดับที่ 12 สนับสนุนโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น และมีรายได้ที่ต่อเนื่องแน่นอน เช่น การสมัครสมาชิก (Subscription Model)

ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ ผลการวิจัย พบว่า

ลำดับที่ 1 ให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจ โดยครอบคลุมความรู้ในด้านการค้าและการลงทุน

ลำดับที่ 2 หาช่องทางการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่อง

ลำดับที่ 3 สนับสนุนการรับรองมาตรฐานสินค้า โดยส่งเสริมการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล ทำให้มีระบบและกระบวนการที่ชัดเจน ปฏิบัติได้ง่ายลดขั้นตอนความยุ่งยากซับซ้อน

ลำดับที่ 4 ภาครัฐและเอกชนให้ความร่วมมือในการบริโภคสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่

ลำดับที่ 5 สนับสนุนแหล่งเงินทุน โดยสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการผ่านระบบที่ถูกต้อง

ลำดับที่ 6 ส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศเมื่อเกิดวิกฤติ เช่น ภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจหรือภาวะโรคระบาด ตามแนวทาง “Made in Thailand”

ปัจจัยด้านโอกาส ผลการวิจัย พบว่า

ลำดับที่ 1 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมการผลิตและบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อม

ลำดับที่ 2 เครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ มุ่งเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน

ลำดับที่ 3 ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพื่อตอบรับกระแสคนรักสุขภาพทำให้เกิดโอกาสในการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพออกจำหน่าย

ลำดับที่ 4 พัฒนาสินค้าให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งอนาคตประเทศไทยจะต้องเผชิญกับสังคมผู้สูงอายุตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป (Aging Society)

ตารางที่ 4-33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลฉันทามติของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

การยอมรับ/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	ประเด็นความคิดเห็น								รวม
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	
เห็นด้วยกับผลวิจัย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม									
1. การนำเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นสิ่งทีวิสาหกิจชุมชนสามารถที่จะปฏิบัติได้ทันที เนื่องจากสภาพพื้นที่มีทุนทางด้านทรัพยากรที่จะนำมาชูในเรื่องของเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นได้	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8
2. การปลูกฝังภาวะผู้นำเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อการพัฒนาสมาชิกให้สามารถกล้าคิด กล้าลงมือทำในสิ่งที่มีประโยชน์			✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
3. วิสาหกิจชุมชนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เพราะในสถานการณ์วิกฤติ เช่น เศรษฐกิจถดถอย ภาวะโรคระบาด จะเป็นแนวทางป้องกันความเสี่ยงให้วิสาหกิจสามารถอยู่รอดได้	✓	✓	✓	✓	✓	✓			6

ตารางที่ 4-33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอันทามติของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน (ต่อ)

การยอมรับ/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	ประเด็นความคิดเห็น								รวม
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	
4. การมีระบบติดตามความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งที่ควรนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เพื่อที่จะทราบการเปลี่ยนแปลงการบริโภคในปัจจุบันว่ามีรูปแบบใด และควรจะมีผลผลิตสินค้าหรือบริการตามความต้องการของลูกค้า	✓			✓	✓	✓	✓	✓	6
5. วิสาหกิจชุมชนที่มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะสร้างภาพลักษณ์องค์กรได้อีกวิธีหนึ่ง						✓	✓	✓	3

จากตารางที่ 4-33 ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้ให้การยอมรับกับผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันทั้งหมด 8 คน และมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

1. การนำเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นสิ่งที่วิสาหกิจชุมชนสามารถที่จะปฏิบัติได้ทันที เนื่องจากสภาพพื้นที่มีทุนทางด้านทรัพยากรที่จะนำมาใช้ในเรื่องของเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นได้

2. การปลูกฝังภาวะผู้นำเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อการพัฒนาสมาชิกให้สามารถกล้าคิด กล้าลงมือทำในสิ่งที่มีประโยชน์

3. วิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องมีอย่างหนึ่งที่จำเป็นต้องนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ เพราะในสถานการณ์วิกฤติ เช่น เศรษฐกิจถดถอย ภาวะโรคระบาด จะเป็นแนวทางป้องกันความเสี่ยงให้วิสาหกิจสามารถอยู่รอดได้

4. การมีระบบติดตามความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งที่ควรนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เพื่อที่จะทราบการเปลี่ยนแปลงการบริโภคในปัจจุบันว่ามีรูปแบบใด และควรจะมีผลผลิตสินค้าหรือบริการตามความต้องการของลูกค้า

ตารางที่ 4-34 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอันทามติของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเกี่ยวกับแนวทางการ
นำเสนอวิดีโอพรีเซนเตชัน (ต่อ)

การยอมรับ/ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม	ประเด็นความคิดเห็น								รวม
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	
2. ควรนำผู้ทรงคุณวุฒิใน บทบาทผู้นำทางธุรกิจในพื้นที่มา นำเสนอเรื่องราวเบื้องต้น เพื่อ เป็นการสื่อสารให้กับเครือข่าย ทางธุรกิจได้รู้จักสินค้าของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
3. นำภาพการลงพื้นที่วิจัย มาร่วมถ่ายทอดเรื่องราว เพื่อเป็น การประชาสัมพันธ์ถึงการร่วมมือ ของสถาบันการศึกษา			✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
4. สื่อสารถึงเครือข่ายที่มีส่วน ร่วมในงานวิจัย ผ่านตรา สัญลักษณ์ เช่น ตรามหาวิทยาลัย บูรพา ตรากรมพัฒนาชุมชน ตรา บริษัทประชารัฐ เป็นต้น				✓	✓	✓	✓	✓	5
5. การนำเสนอต้องใช้เวลาไม่ มากเกินไป จึงจะทำให้ผู้ชมให้ ความสนใจ					✓	✓	✓	✓	4

จากตารางที่ 4-34 ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้ให้การยอมรับกับผลการวิจัยเกี่ยวกับแนว
ทางการนำเสนอวิดีโอพรีเซนเตชัน ทั้งหมด 8 คน และมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

1. การนำเสนอควรเป็นการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัด
ภาคใต้ชายแดน

2. ควรนำผู้ทรงคุณวุฒิในบทบาทผู้นำทางธุรกิจในพื้นที่มานำเสนอเรื่องราวเบื้องต้น เพื่อ
เป็นการสื่อสารให้กับเครือข่ายทางธุรกิจได้รู้จักสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

3. นำภาพการลงพื้นที่วิจัยมาร่วมถ่ายทอดเรื่องราว เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงการร่วมมือของสถาบันการศึกษา
4. สื่อสารถึงเครือข่ายที่มีส่วนร่วมในงานวิจัย ผ่านตราสัญลักษณ์ เช่น ตรามหาวิทยาลัยบูรพา ตรากรมพัฒนาชุมชน ตราบริษัทประชารัฐ เป็นต้น
5. การนำเสนอต้องใช้เวลาไม่มากเกินไป จึงจะทำให้ผู้ชมให้ความสนใจ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย “การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน” มีข้อสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิจัย ประกอบด้วย สภาพปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนและแนวทางการแก้ไขปัญหา แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิดีโอฟรีเซนเตชัน

ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

1. สภาพปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการแก้ไขปัญหา

ปัญหาด้านการผลิต สิ่งที่เป็นปัญหา ได้แก่ ด้านการขาดแคลนแรงงานในการผลิต ขาดความรู้และเทคโนโลยีในการผลิตและการสร้างมาตรฐานให้กับสินค้า วัตถุดิบมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ และต้นทุนการผลิตที่สูง

แนวทางการแก้ไขปัญหาการผลิต ได้แก่ ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตหรือพัฒนาเครื่องจักรอุปกรณ์ในการผลิตที่ทันสมัยต้นทุนไม่สูง สนับสนุนในการรับรองมาตรฐานสินค้าเพื่อการพัฒนาไปสู่สากล เช่น มาตรฐานอาหารและยา (อย.) การรับรองสินค้าฮาลาล และพัฒนาทักษะการผลิตเพื่อแก้ปัญหการขาดแคลนแรงงานและการผลิตที่ต้นทุนสูง สร้างเครือข่ายในการสร้างกำลังการผลิตให้เพิ่มขึ้นเพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานและวัตถุดิบที่มีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ใช้เทคโนโลยีในการจัดส่งแบบ Food Delivery ในท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทอาหาร

ปัญหาด้านการตลาด สิ่งที่เป็นปัญหา ได้แก่ การขาดความรู้ทางการตลาดในการที่จะจำหน่ายสินค้าได้เพิ่มขึ้น ขาดความรู้ในการทำตลาดออนไลน์ ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากพอ

แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ การถ่ายทอดเรื่องราวของสินค้าในท้องถิ่นโดยเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อแสดงจุดเด่นของสินค้าสู่สายตาผู้บริโภค หาช่องทางการตลาดที่เป็นทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อการเพิ่มยอดขาย สร้างนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าใหม่ ๆ ในด้าน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยเน้นบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อม และให้ความรู้ในด้านการตลาดทุกรูปแบบเพื่อที่จะจำหน่ายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น

ปัญหาด้านการเงินและบัญชี สิ่งที่เป็นปัญหา ได้แก่ การขาดเงินทุนในการขยายกิจการ ในการลงทุนซื้อเครื่องมือ เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ การมีกฎเกณฑ์ที่มากในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ขาดระบบการคิดต้นทุนที่ถูกต้อง ทำให้ต้นทุนการผลิตไม่คงที่

แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการเงินและบัญชี ได้แก่ การอบรมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชี ที่ถูกต้อง สามารถคำนวณจุดคุ้มทุน กำไรและตั้งราคาขายได้เหมาะสม วางแผนทางการเงินในการคำนวณเงินทุนหมุนเวียน จัดหาเงินทุนอย่างเป็นระบบโดยสอนการเขียนโครงการเพื่อการจัดหาเงินทุนที่มีระบบถูกต้องและมีต้นทุนการเงินต่ำ

ปัญหาด้านการจัดการองค์กร สิ่งที่เป็นปัญหา ได้แก่ การขาดความรู้ในการบริหารจัดการ และปัญหาการปรับเปลี่ยนทัศนคติ (Mindset) ของสมาชิกในกลุ่ม

แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการจัดการองค์กร ได้แก่ การให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน และให้ความรู้ในการสื่อสารผ่านกระบวนการ Mindset ที่ดีในทุกๆด้านเพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนทัศนคติให้เป็นไปตามสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากผลกระทบด้านเศรษฐกิจและภาวะโรคระบาด

ปัญหาด้านเครือข่าย สิ่งที่เป็นปัญหา ได้แก่ การขาดการสนับสนุนจากเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐบาล เอกชน สถานศึกษา และขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชน

แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านเครือข่าย ได้แก่ ภาครัฐและเอกชนให้ความร่วมมือในการบริโภคสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ให้ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชนในการวิจัยและพัฒนา พัฒนาความรู้และทักษะในการบริหารธุรกิจเพื่อสามารถสร้างเครือข่ายในกำลังการผลิตได้ และปลูกฝังให้เยาวชนและคนในชุมชนมีส่วนร่วมผ่านกระบวนการเรียนการสอนและการทำกิจกรรมในชุมชน

ความคิดเห็นเพิ่มเติมในการสนทนากลุ่ม ด้านสภาพปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการแก้ไขปัญหา ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ต้องให้ความร่วมมือในการพัฒนาอย่างจริงจังในการแก้ไขปัญหา และวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและพร้อมรับมือกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นโดยนำหลักการแนวทางการแก้ไขปัญหามาศึกษาเพื่อป้องกันความเสี่ยง โดยปัญหาบางด้านจำเป็นต้องชี้แจงเหตุผลและควรมีการให้ความรู้ ความเข้าใจก่อนที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาเพื่อเป็นการลดผลกระทบของสมาชิกที่มีความคิดเห็นแตกต่าง

2. แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) มุ่งเน้นการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจโดยต้องเป็นความรู้ที่เข้าใจได้ง่าย สื่อสารให้นำไปปฏิบัติได้ ทำการพัฒนาทักษะการผลิตและบริการ เพื่อลดปัญหาด้านการผลิตในด้านการขาดแคลนแรงงาน การจัดหาเงินทุนอย่างเป็นระบบเพื่อเสริมศักยภาพให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศเพื่อส่งเสริมทักษะด้านภาษาในการรองรับผู้บริโภคต่างประเทศและขยายการค้าไปสู่เวทีสากล ให้การสนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้เกิดคุณค่าเพิ่ม ทำการจัดหาเครื่องมือ และเครื่องจักรในการผลิต ให้มีความเหมาะสมกับการผลิตในด้านกำลังการผลิตและราคาของเครื่องมือ เครื่องจักร อบรมความรู้ด้านบัญชี โดยให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีเบื้องต้นเพื่อนำมาคำนวณต้นทุน จุดคุ้มทุน การตั้งราคา และกำไรได้อย่างถูกต้องให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อลดความเจ็บป่วยของร่างกาย เช่น การเคลื่อนไหวร่างกายในการทำงานที่ถูกต้องเหมาะสมกับสรีระร่างกาย และการปลูกฝังภาวะผู้นำ เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มได้มีภาวะผู้นำในการทำงานและการดำเนินชีวิต

ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) มุ่งเน้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้มีความทันสมัย ดึงดูดผู้บริโภคในการซื้อสินค้า ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพซึ่งเป็นการตอบโจทยพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพ ทำการวิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อผลิตสินค้าและบริการให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ ควรมีระบบติดตามความพึงพอใจผู้บริโภค เพื่อเป็นการนำข้อมูลป้อนกลับมาพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ดียิ่งขึ้น และการสร้างตราสินค้า เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าที่นำจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนในด้าน เอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสื่อสารให้กับผู้บริโภค

ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) มุ่งเน้นความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา โดยการสนับสนุนให้สถานศึกษาในท้องถิ่นและภูมิภาคอื่นได้มีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์และการสร้างนวัตกรรมร่วมกัน การสร้างเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการโดยสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้เพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการ สร้างเครือข่ายกำลังการผลิต โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอื่นในการพัฒนาศักยภาพในการผลิตหรือสร้างผลิตภาพ Productivity เพื่อรองรับคำสั่งซื้อปริมาณมาก ๆ ได้ ให้ความสำคัญกับโครงการประชารัฐโดยส่งเสริมให้โครงการประชารัฐแต่ละจังหวัดเข้ามาช่วยเติมเต็มในเครือข่ายธุรกิจในการจัดหาวัตถุดิบ และแหล่งจำหน่ายสินค้า การสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ เน้นการสร้างความร่วมมือในระบบ

นิเวศทางธุรกิจ (Collaborative Ecosystem) ที่ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมและเครือข่ายให้เกิดขึ้นในธุรกิจ ภาครัฐและเอกชนสนับสนุนการจัดกิจกรรมในประเทศไทยโดยนำสินค้าวิสาหกิจชุมชนมาร่วมในการจัดกิจกรรม เช่น การจัดประชุมระดับชาติและนานาชาติ เพื่อเป็นการสนับสนุนการสร้างรายได้ในท้องถิ่น

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน (Strategy, Structure and Rivalry) มุ่งเน้นการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้า โดยถ่ายทอดเรื่องราว (Story) เกี่ยวกับสินค้าในด้านความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของภาคใต้ชายแดน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเน้นบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัยใส่ใจสิ่งแวดล้อม การพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์และออฟไลน์เพื่อเป็นการส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่องในสภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจและโรคระบาด การให้ความรู้ทางการตลาด ส่งเสริมการทำตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Marketing) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และการสนับสนุนความรู้ทางด้านการตลาดเชิงรุกในการผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก สนับสนุนการรับรองมาตรฐานสินค้า เพื่อเป็นการส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานสากล ให้เกิดการยอมรับในตลาดสากลและเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ การสร้างนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าใหม่ เพื่อให้เกิดความแตกต่างและความหลากหลายในสินค้า การวิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อทำการผลิตสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและสามารถจำหน่ายได้ การให้ความรู้ในการปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ดี ด้วยการปลูกฝังทัศนคติ Agile Mindset ในการทำงานในรูปแบบใหม่ที่คล่องตัว มีประสิทธิภาพ ประหยัดทรัพยากรและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำการจัดหาตลาดเป้าหมาย เพื่อเป็นการจำหน่ายสินค้าได้อย่างแน่นอนและสร้างรายได้ที่ต่อเนื่อง สนับสนุนโมเดลธุรกิจใหม่ๆ เพื่อสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น และมีรายได้ที่ต่อเนื่องแน่นอน เช่น การสมัครสมาชิก (Subscription Model)

ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ (The Role of Government) มุ่งเน้น การให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจ โดยครอบคลุมความรู้ในด้านการค้าและการลงทุน จัดหาช่องทางการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่อง สนับสนุนการรับรองมาตรฐานสินค้า โดยส่งเสริมการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล ทำให้มีระบบและกระบวนการที่ชัดเจน ปฏิบัติได้ง่ายลดขั้นตอนความยุ่งยากซับซ้อนในการขอรับรองมาตรฐาน ให้ความร่วมมือในการบริโภคสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ สนับสนุนแหล่งเงินทุน โดยสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการผ่านระบบที่ถูกต้องและมีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำ ส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศเป็นพื้นฐานตามแนวทาง “Made in Thailand” เมื่อเกิดสภาวะวิกฤติ เช่น สภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจหรือภาวะโรคระบาด ตามแนวทาง “Made in Thailand”

ปัจจัยด้านโอกาส (Chance) มุ่งเน้น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยส่งเสริมการผลิตและบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการเปิดโอกาสร่วมกับเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการโดยส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ มุ่งเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพื่อตอบรับกระแสคนรักสุขภาพทำให้เกิดโอกาสในการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพออกจำหน่าย พัฒนาสินค้าให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งอนาคตประเทศไทยจะต้องเผชิญกับสังคมผู้สูงอายุตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป (Aging Society)

จากผลวิจัย พบได้ว่า การนำมุมมอง Outside-In เข้ามาช่วยพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย จะช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันและเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนได้ ด้วยการนำมุมมองเชิงรุกในการปรับตัวโดยเน้นการยึดลูกค้าเป็นที่ตั้งในการพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการทางการแข่งขันที่เกิดขึ้นในยุค Digital ด้วยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสร้างความเป็นมืออาชีพและพัฒนาความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจชุมชนได้ ให้ความสำคัญเพิ่มเติมในการสนทนากลุ่ม แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ควรนำเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาดำเนินการได้ทันที เนื่องจากสภาพพื้นที่จังหวัดภาคใต้ชายแดนมีทุนทางด้านทรัพยากรในด้านวัตถุดิบ วัฒนธรรม ที่จะนำมาแสดงจุดเด่นในเรื่องของเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ การปลูกฝังภาวะผู้นำเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อการพัฒนาสมาชิกให้สามารถกล้าคิด กล้าลงมือทำในสิ่งที่มีประโยชน์เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรและการดำเนินชีวิตได้ วิสาหกิจชุมชนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เพราะในสถานการณ์วิกฤติ เช่น เศรษฐกิจถดถอย ภาวะโรคระบาด จะเป็นแนวทางป้องกันความเสี่ยงให้วิสาหกิจสามารถอยู่รอดได้ การมีระบบติดตามความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งที่ควรนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เพื่อที่จะทราบการเปลี่ยนแปลงการบริโภคในปัจจุบันว่ามีรูปแบบใด และควรจะมีผลิตภัณฑ์หรือบริการตามความต้องการของลูกค้า และวิสาหกิจชุมชนที่มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะสร้างภาพลักษณ์องค์กรได้อีกวิธีหนึ่ง

3. แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดิโอฟรีเซนเตชัน

แนวทางการนำเสนอวีดิโอฟรีเซนเตชัน ควรนำเสนอการถ่ายทอดเรื่องราว การสร้างความ เป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้า ถ่ายทอดเรื่องราวเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น (Story) การนำเสนอตามแหล่งท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายท่องเที่ยวและบริการ สื่อถึงการบริโภคในสังคม ปัจจุบันในการนำเสนอสินค้าให้สามารถนำมาบริโภคในชีวิตประจำวัน เน้นความปลอดภัยในการบริโภค เน้นความเป็นสากลในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ โดยสื่อสารชื่อวิสาหกิจชุมชนและสินค้าของกลุ่มผ่านวีดิโอฟรีเซนเตชัน

ความคิดเห็นเพิ่มเติมในการสนทนากลุ่ม แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบ วีดีโอพรีเซนเตชัน การนำเสนอควรเป็นการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม จังหวัดภาคใต้ชายแดนในด้านความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม โดยนำผู้ทรงคุณวุฒิในบทบาทผู้นำทาง ธุรกิจในพื้นที่มานำเสนอเรื่องราวเบื้องต้น เพื่อเป็นการสื่อสารให้กับเครือข่ายทางธุรกิจได้รู้จักสินค้า ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นำภาพการลงพื้นที่วิจัยมาร่วมถ่ายทอดเรื่องราว เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ ถึงการร่วมมือของสถาบันการศึกษาเป็นการเชื่อมโยงการศึกษานอกพื้นที่ (Seamless Education) สื่อสารถึงเครือข่ายที่มีส่วนร่วมในงานวิจัย ผ่านตราสัญลักษณ์ เช่น ตราวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ตรากรมพัฒนาชุมชน ตราบริษัทประชารัฐ เป็นต้น เวลาในการนำเสนอต้องใช้ เวลาไม่มากเกินไป จึงจะทำให้ผู้ชมให้ความสนใจ โดยวีดีโอพรีเซนเตชัน ประกอบด้วยเรื่องราว 6 กลุ่ม ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผลิตภัณฑ์อาหาร



วิจัยการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ วีดีโอที่ 1

กลุ่มที่ 2 สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม



วิจัยการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ วีดีโอที่ 2

กลุ่มที่ 3 เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง



วิจัยการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ วิดีโอที่ 3

กลุ่มที่ 4 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร



วิจัยการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ วิดีโอที่ 4

กลุ่มที่ 5 เครื่องดื่ม



วิจัยการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ วิดีโอที่ 5

กลุ่มที่ 6 ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์



วิจัยการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดชายแดนใต้ วิดีโอที่ 6

อภิปรายผลการวิจัย

จากปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนที่พบในด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงินและบัญชี ด้านการจัดองค์กร และด้านเครือข่าย สามารถนำแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนที่ได้จากการวิจัยนำมาพัฒนาเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันมาเป็นแนวทางแก้ไข ได้ดังนี้

ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) มุ่งเน้นการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มที่ส่งผลต่อความสามารถขององค์กรได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Mee-ngoen, Sirariyakul, Limphothong, Tomcharoen and Jermsttiparsert (2020) พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของผลการดำเนินงานของกิจการและมีความสัมพันธ์กับทุนทางปัญญาขององค์กร เช่นเดียวกับ Gallego-Burin, Stevenson, Llorens-Montes and Perez-Arostegui (2018) และ McDowell, Peake, Coder and Harris (2018) พบว่า ทฤษฎีการขององค์กร Resource Based View (RBV) อันได้แก่ ความมีเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาที่ลอกเลียนแบบได้ยาก เป็นความเชื่อมโยงที่ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร การให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจโดยต้องเป็นความรู้ที่เข้าใจได้ง่าย สื่อสารให้นำไปปฏิบัติได้ ทำการพัฒนาทักษะการผลิตและบริการ เพื่อลดปัญหาด้านการผลิต ในด้านการขาดแคลนแรงงาน การจัดหาเงินทุนอย่างเป็นระบบเพื่อเสริมศักยภาพให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศเพื่อส่งเสริมทักษะด้านภาษาในการรองรับผู้บริโภคต่างประเทศและขยายการค้าไปสู่เวทีสากล ให้การสนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้เกิดคุณค่าเพิ่ม ซึ่งประเด็นนี้จะมีความสอดคล้องกับบทบาทและทักษะของทรัพยากรมนุษย์มีออาซีพ Rasmussen and Ulrich (2015) ซึ่งจะต้องสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จ ด้วยการนำ

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เปลี่ยนบทบาทในการเป็นนักกิจกรรม ปรับเปลี่ยนการปฏิบัติในเชิงรับให้เป็นเชิงรุก เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ ทำการจัดหาเครื่องมือ และเครื่องจักรในการผลิต ให้มีความเหมาะสมกับการผลิตในด้านกำลังการผลิตและราคาของเครื่องมือ เครื่องจักร อบรมความรู้ด้านบัญชี โดยให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีเบื้องต้นเพื่อนำมาคำนวณต้นทุน จุดคุ้มทุน การตั้งราคา และกำไรได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับ มุมมองในด้านมิติต้นทุนของ Yeoman and Beattie (2011) ที่พบว่าการควบคุมต้นทุน แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนที่มีผลต่อกำไร เมื่อรายได้และต้นทุนมีช่วงของความห่างนั้นแสดงถึงศักยภาพสำหรับการเพิ่มขึ้นของความสามารถในการทำกำไร ให้มีความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อลดความเจ็บป่วยของร่างกาย เช่น การเคลื่อนไหวร่างกายในการทำงานที่ถูกต้องเหมาะสมกับสรีระร่างกาย และการปลูกฝังภาวะผู้นำ เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มได้มีภาวะผู้นำในการทำงานและการดำเนินชีวิตซึ่งประเด็นนี้มีความสอดคล้องกับ Koenigsfeld (2018) บทบาทของภาวะผู้นำทำให้องค์กรสามารถบรรลุผลการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพในด้านเทคนิคและการปฏิบัติงาน จะเห็นได้ว่าประเด็นการพัฒนาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และทักษะของทรัพยากรมนุษย์ ด้วยเหตุผลที่ว่าทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สำคัญที่สุดในองค์กร ในด้านความรู้ ทักษะและประสบการณ์ในการทำงานที่จะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กรได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Batarliene, Ciziuniene, Vaiciute, Sapalaite and Jarasuniene (2017) ที่พบว่า หน่วยงานด้านทรัพยากรมนุษย์จะต้องปรับตัวและปรับเปลี่ยนบทบาทให้เป็นทรัพยากรมนุษย์มืออาชีพ (HR Professional)

ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) มุ่งเน้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้มีความทันสมัย ดึงดูดผู้บริโภคในการซื้อสินค้า ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพซึ่งเป็นการตอบโจทยพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพ ทำการวิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อผลิตสินค้าและบริการให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ได้อย่างสร้างสรรค์ ควรมีระบบติดตามความพึงพอใจผู้บริโภค เพื่อเป็นการนำข้อมูลป้อนกลับมาพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ดียิ่งขึ้นสอดคล้องกับแนวคิดของ Yusof and Jarad (2011) ที่พบว่า นวัตกรรมในองค์กรเกิดภายใต้การคิดแบบแตกต่างของความต้องการทางตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว พร้อมๆไปกับเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนเข้ามาเพิ่มพร้อมไปกับความเชี่ยวชาญของลูกค้าในการตัดสินใจเลือก สิ่งสำคัญคือ การคาดการณ์ล่วงหน้าเพื่อรอการตอบสนองต่อการใช้งานของลูกค้าซึ่งเป็นเป้าหมายหลักขององค์กร ทำให้องค์กรเกิดศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันได้ นอกจากนี้ Nicholls and Bumgardner (2018) และ Somjai, Vasuvanich, Laosillapachoen and Jernsittiparsert (2020) ในการทำธุรกิจยุคสมัยใหม่ เป็นการแข่งขันทางธุรกิจด้านการตลาด การผลิต ซึ่งมีความแตกต่างกันตามความซับซ้อนของผู้บริโภคที่ต้องการความ

รวดเร็วและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องให้มีความยืดหยุ่นในการผลิตในสถานการณ์ที่ตลาดมีการแข่งขันสูง และสอดคล้องกับ Doligalski, Zaborek, and Romanczuk (2015) การให้ความสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มกับผู้บริโภค จะทำให้ได้รับประโยชน์ในด้านตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน และการสร้างตราสินค้า เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าที่น่าจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนในด้าน เอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสื่อสารให้กับผู้บริโภค สอดคล้องกับ Holttinen (2014) ที่กล่าวว่า การบรรลุความต้องการของลูกค้าสามารถที่จะเพิ่มอิทธิพลต่อทัศนคติการรับรู้ของตราสินค้า และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Mohiuddin, Gordon, Magee, and Lee (2016) พบว่า ตราสินค้ามีความเกี่ยวข้องกับความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า ช่วยให้ผู้บริโภครับรู้คุณค่าของตัวสินค้าได้ทำให้เกิดความเต็มใจที่จะซื้อ

ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) มุ่งเน้นความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา โดยการสนับสนุนให้สถานศึกษาในท้องถิ่นและภูมิภาคอื่นได้มีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์และการสร้างนวัตกรรมร่วมกัน การสร้างเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการโดยสนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้เพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการการท่องเที่ยวและบริการ สร้างเครือข่ายกำลังการผลิต โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอื่นในการพัฒนาศักยภาพในการผลิตหรือสร้างผลิตภาพ Productivity เพื่อรองรับคำสั่งซื้อปริมาณมากๆ ได้ ให้ความสำคัญกับโครงการประชารัฐโดยส่งเสริมให้โครงการประชารัฐแต่ละจังหวัดเข้ามาช่วยเติมเต็มในเครือข่ายธุรกิจในการบริหารจัดการวัตถุดิบ และแหล่งจำหน่ายสินค้า การสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ เน้นการสร้างความร่วมมือในระบบนิเวศทางธุรกิจ (Collaborative Ecosystem) ที่ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างนวัตกรรมและเครือข่ายให้เกิดขึ้นในธุรกิจ เช่นการจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนผ่าน Platform ทางการตลาด สอดคล้องกับ Wirtz, Den Ambtman, Bloemer, Horvath, Ramaseshan, Van De Klundert, Canli and Kandampully (2013) พบว่า Platform คือ ระบบปฏิบัติการในการจัดการกระบวนการทำงานที่มีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีเป้าหมายและความสนใจเหมือนกัน เป็นระบบที่มีผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดมีส่วนร่วมในการสนับสนุนให้มีข้อมูลง่ายขึ้น รวดเร็วมากขึ้น ซึ่งนับได้ว่าเป็นนวัตกรรมที่จะเป็นประโยชน์ของคนในชุมชนและจะทำให้วิสาหกิจชุมชนเติบโตไปในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคดิจิทัลได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนได้ และถ้าพิจารณาในด้านห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน Ploenhad, Laoprawatchai, Thongrawd and Jemsittiparsert (2019) พบว่า ประสิทธิภาพของการนำระบบห่วงโซ่อุปทานมาปฏิบัติ สามารถเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กรและนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่วนของภาครัฐและเอกชนควรสนับสนุนการจัดกิจกรรมในประเทศไทยโดยนำสินค้าวิสาหกิจชุมชนมาร่วมในการจัดกิจกรรม เช่น การจัดประชุมระดับชาติและนานาชาติ เพื่อเป็นการสนับสนุนการสร้างรายได้ในท้องถิ่น

สอดคล้องกับ Soleimanof, Rutherford, and Webb (2018) และ Banalieva, Eddleston, and Zellweger (2015) พบว่าการมีเครือข่ายทางธุรกิจทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากจะช่วยสนับสนุนด้านทรัพยากรและความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรได้และยังสอดคล้องกับ Avci Ozturk and Ozcelik (2014) และ Creech, Pass, Gabriel, Vooora, Hybsier and Marquard (2014) กล่าวว่าความสำคัญของการนำพันธมิตรทางธุรกิจหรือบริษัทคู่ค้ามาร่วมดำเนินงานในกระบวนการผลิตผลลัพธ์ของการผลิตมีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม ในด้านการแข่งขัน ต้นทุน พัฒนาคุณภาพร่วมกันจากความชำนาญของพันธมิตร

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน (Strategy, Structure and Rivalry) มุ่งเน้นการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้า โดยถ่ายทอดเรื่องราว (Story) เกี่ยวกับสินค้าในด้านความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของภาคใต้ชายแดน เช่นเดียวกับ Pourzakarya and Bahramjerdi (2019) พบว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยยกระดับพื้นที่ให้มีความคิดสร้างสรรค์ผสมผสานไปกับวิถีชีวิตชุมชน ทำให้สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้ดี ในด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเน้นบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัยใส่ใจสิ่งแวดล้อม การพัฒนาช่องทางตลาดออนไลน์และออฟไลน์เพื่อเป็นการส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เกิดรายได้ต่อเนื่องในสภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจและโรคระบาด การให้ความรู้ทางการตลาด ส่งเสริมการทำตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Digital Marketing) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และการสนับสนุนความรู้ทางด้านการตลาดเชิงรุกในการผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลักสอดคล้องกับ Allio and Fahey (2012) การสร้างการสื่อสารสมัยใหม่ในรูปแบบแพลตฟอร์ม (Platform) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สามารถทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ในคุณค่าของสินค้าได้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Sjoerd and Tanya (2017) พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ทำให้เกิดข้อมูล ความรู้สึก อารมณ์ ปฏิกริยา ความสัมพันธ์กับผลของชีวิตส่วนตัวและอาชีพ กลายเป็นข้อมูลที่เพิ่มขึ้นและมีขนาดใหญ่ (Big data) เข้ามาในธุรกิจ เป็นโอกาสในการนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนการตัดสินใจในการทำธุรกิจได้ การสนับสนุนการรับรองมาตรฐานสินค้า เพื่อเป็นการส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานสากล ให้เกิดการยอมรับในตลาดสากลและเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ การสร้างนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าใหม่ เพื่อให้เกิดความแตกต่างและความหลากหลายในสินค้า การวิเคราะห์ความต้องการลูกค้า เพื่อทำการผลิตสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและสามารถจำหน่ายได้ การให้ความรู้ในการปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ดี ด้วยการปลูกฝังทัศนคติ Agile Mindset ในการทำงานในรูปแบบใหม่ที่คล่องตัว มีประสิทธิภาพ ประหยัดทรัพยากรและพัฒนาอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับ Carmeli, Zivan, Gome, and Markman (2017) ให้ความสำคัญกับการบรรลุผลสำเร็จที่รวดเร็วและมีความง่ายในการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะเรื่องที่ต้องมีความท้าทายในการตัดสินใจ เช่นเดียวกับ Zhou et al. (2018) ที่พบว่า

ประสิทธิภาพของพนักงานในองค์กรเกิดจากองค์กรมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ Haseeb, Hussain, Kot, Androniceanu and Jermsittiparsert (2019) พบว่า ความท้าทายทางสังคมและเทคโนโลยี ทำให้องค์กรต้องปรับให้มีความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน มีความสำคัญต่อความยั่งยืนในผลการดำเนินงาน และเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs การจัดหาตลาดเป้าหมาย เพื่อเป็นการจำหน่ายสินค้าได้อย่างแน่นอนและสร้างรายได้ที่ต่อเนื่อง สนับสนุนโมเดลธุรกิจใหม่ๆ เพื่อสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น และมีรายได้ที่ต่อเนื่องแน่นอน เช่น การสมัครสมาชิก (Subscription Model) สอดคล้องกับ Shah (2012) การเกิดนวัตกรรมของโมเดลธุรกิจจะเป็นองค์ประกอบสำคัญให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในคุณค่าและทำให้องค์กรสามารถบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าได้

ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ (The Role of Government) มุ่งเน้น การให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจ โดยครอบคลุมความรู้ในด้านการค้าและการลงทุน จัดหาช่องทางตลาดออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อส่งเสริมช่องทางการค้าให้กับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดรายได้ที่ต่อเนื่อง สนับสนุนการรับรองมาตรฐานสินค้า โดยส่งเสริมการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล ทำให้มีระบบและกระบวนการที่ชัดเจน ปฏิบัติได้ง่ายลดขั้นตอนความยุ่งยากซับซ้อนในการขอรับรองมาตรฐาน สอดคล้องกับ Barrett (2010) วัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการเป็นตัวผลักดันให้เกิดการมีแนวคิดนวัตกรรมในองค์กรขึ้นได้ ให้ความร่วมมือในการบริโภคสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ สนับสนุนแหล่งเงินทุน โดยสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการผ่านระบบที่ถูกต้องและมีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำ ส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศเป็นพื้นฐานตามแนวทาง “Made in Thailand” เมื่อเกิดสภาวะวิกฤติ เช่น ภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจหรือภาวะโรคระบาด ตามแนวทาง “Made in Thailand” ซึ่งสอดคล้องกับ Lucica Matei and Ani Matei (2014) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคมในกลุ่มประเทศสหราชอาณาจักร พบว่าความสำคัญของการสนับสนุนจากภาครัฐที่มีต่อกิจการเพื่อสังคม เป็นการกระตุ้นและสนับสนุนกิจการเพื่อสังคม ในรูปแบบของกฎระเบียบ นโยบายสนับสนุน หรือช้อยกเว้นกิจกรรมจากภาครัฐที่อาจสร้างอุปสรรคในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมนอกจากนี้ยังมีงานของ Purnomo, Pujianto and Efendi (2015) และ Cung, Dul, Oanh and Hong Gam (2012) ก็ได้มีการเน้นและสนับสนุนบทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคมเช่นเดียวกัน ดังนั้นภาครัฐจะต้องให้การช่วยเหลือและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนในการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องและลดขั้นตอนความยุ่งยากซับซ้อนของระบบในภาครัฐให้สามารถปฏิบัติได้ง่ายเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืนและมีแบบแผนที่ถูกต้อง

ปัจจัยด้านโอกาส (Chance) มุ่งเน้น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยส่งเสริมการผลิตและบรรจุภัณฑ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการเปิด

โอกาสร่วมกับเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการโดยส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ มุ่งเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเกิดรายได้ให้กับชุมชน สอดคล้องกับ Astara, Budiarta, and Wesna (2020) การสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน เป็นการบอกความมีเอกลักษณ์ วัฒนธรรมของท้องถิ่น และนำมาซึ่งการเกิดคุณค่าเพิ่มของชุมชนในด้านการท่องเที่ยว สร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในชุมชน การส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพื่อตอบรับกระแสคนรักสุขภาพทำให้เกิดโอกาสในการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพออกจำหน่าย พัฒนาสินค้าให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งอนาคตประเทศไทยจะต้องเผชิญกับสังคมผู้สูงอายุตามโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป (Aging Society) สอดคล้องกับผลวิจัยของ Ozgen (2011) พบว่า การตระหนักรู้โอกาสของธุรกิจ สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน มีผลต่อการสังเคราะห์โอกาสทางธุรกิจได้ ถ้าวิสาหกิจชุมชนรู้จักวิเคราะห์โอกาสและสามารถตอบสนองตลาดภายใต้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจะทำให้ได้เปรียบในการจำหน่ายสินค้าได้และเกิดความสามารถในการแข่งขันให้กับกลุ่มได้

การนำมุมมอง Outside-In เข้ามาช่วยพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ ชายแดนของประเทศไทย จะช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันและเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนได้ ด้วยการนำมุมมองเชิงรุกในการปรับตัวโดยเน้นการยึดลูกค้าเป็นที่ตั้งในการพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการทางการแข่งขันที่เกิดขึ้นในยุค Digital ด้วยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสร้างความเป็นมืออาชีพและพัฒนาความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจชุมชนได้สอดคล้องกับ Mu (2015) พบว่า ความสามารถทางการตลาดจากภายนอกสู่ภายใน (Outside-In) เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ เพิ่มศักยภาพทางการตลาดและการพัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นมืออาชีพภายใต้สังคมและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

วิสาหกิจชุมชน

1. วิสาหกิจชุมชน ต้องมีความพร้อมในการปรับทัศนคติต่อการพัฒนาศักยภาพเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน
2. ส่งเสริมการมีภาวะผู้นำของสมาชิกในกลุ่ม มุ่งเน้นการบริหารแบบมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วน

3. วิสาหกิจชุมชนควรมีการวางแผนในการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ในด้านปัจจัยการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์ ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน

ภาครัฐ

1. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ควรมีการทำงานเชื่อมโยงบูรณาการและมีความต่อเนื่องในด้านการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันในด้านบทบาทภาครัฐ

2. ส่งเสริมการให้ความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

3. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมในประเทศและการมีส่วนร่วมในระดับชาติและระดับนานาชาติ ในการยกระดับสินค้าชุมชนเข้าสู่เวทีสากล

ภาคเอกชน

1. ร่วมมือกับภาครัฐในการบูรณาการร่วมที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

2. ให้ความร่วมมือในการให้ความรู้และทักษะที่สำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

วิสาหกิจชุมชน

1. แนวทางการพัฒนาคนของวิสาหกิจชุมชน ต้องเปลี่ยนวิธีคิดและทัศนคติจากเดิมให้มีรูปแบบ Mindset ที่ดี บนพื้นฐานความรู้ ทักษะ และการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมกับภูมิปัญญาสากลมาใช้ให้ประสบความสำเร็จ นำปัจจัยด้านโอกาส ในการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยนำสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมาจัดจำหน่าย ผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพตอบรับกระแสคนรักสุขภาพ พัฒนาสินค้าให้กับกลุ่มคนสูงอายุเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรในสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) และการให้ความใส่ใจกับสิ่งแวดล้อมในการผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่รักษาสิ่งแวดล้อม

2. พัฒนาสมาชิกในชุมชนให้เกิดภาวะผู้นำทางความคิด การปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม สร้างความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ปลูกฝังทัศนคติ Agile Mindset ในรูปแบบการทำงานที่คล่องตัว เน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3. การพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันในด้านปัจจัยการผลิต โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาถ่ายทอด พัฒนาความรู้ที่จำเป็นในทุกด้าน เช่น การผลิตที่มีประสิทธิภาพนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการผลิต จัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็นให้มีความเหมาะสม ความรู้ทางการตลาด ความรู้ด้านการเงินและบัญชี เพื่อ

สามารถคำนวณต้นทุน จุดคุ้มทุน การตั้งราคา และกำไรได้ถูกต้อง

4. การพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันในด้านปัจจัยด้านอุปสงค์ โดยทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สร้างตราสินค้าให้ผู้บริโภครับรู้จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ให้มีความสำคัญกับการวิเคราะห์ความต้องการลูกค้าเพื่อผลิตสินค้าได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความแตกต่าง สร้างความเป็นเอกลักษณ์ มีระบบการติดตามความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อนำข้อมูลป้อนกลับมาพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

5. การพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันในด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ภาครัฐ และภาคเอกชนในการวิจัยและพัฒนา ออกแบบผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรมร่วมกัน สร้างเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในการนำสินค้าชุมชนไปจัดจำหน่ายยังสถานที่ท่องเที่ยว ร่วมมือกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาศักยภาพในการผลิตเพื่อสามารถรองรับคำสั่งซื้อในปริมาณมาก ๆ ได้ สร้างระบบนิเวศทางธุรกิจให้เกิดขึ้นในการนำเทคโนโลยีนวัตกรรม และเครือข่ายทางธุรกิจมาเชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ซึ่งกันและกัน

6. การพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันในด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน โดยเน้นกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ด้านความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับสินค้า นำความรู้ทางการตลาดมาปรับใช้ในการทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์เพื่อเพิ่มยอดขายผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานมีคุณภาพ เพื่อพัฒนาไปสู่ตลาดสากลได้ ปรับเปลี่ยนทัศนคติในการบริหารจัดการ และนำโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ มาปรับใช้ เพื่อสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นและต่อเนื่อง เช่น การนำโมเดลการสมัครสมาชิกให้กับลูกค้า (Subscription Model)

ภาครัฐ

1. ให้การสนับสนุนร่วมกับภาคเอกชนในการจัดกิจกรรมในประเทศไทย โดยนำสินค้าวิสาหกิจชุมชนมาร่วมในการจัดกิจกรรมในประเทศไทย เช่นการประชุม การสัมมนา เป็นต้น
2. อำนวยความสะดวกในการให้ความรู้ในการบริหารธุรกิจให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
3. ให้ความรู้ในด้านการค้าและการลงทุนรวมทั้งสนับสนุนแหล่งเงินทุนผ่านระบบที่ถูกต้อง และมีต้นทุนทางการเงินต่ำ
4. อำนวยความสะดวกในระบบและกระบวนการที่ชัดเจน ปฏิบัติได้ง่าย ลดขั้นตอนความยุ่งยากซับซ้อนในการขอรับรองมาตรฐานสินค้า
5. ให้ความร่วมมือในการบริโภคผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่
6. ส่งเสริมให้เกิดการบริโภคภายในประเทศตามแนวทาง “Made in Thailand”

ภาคเอกชน

1. ร่วมมือกับภาครัฐในการบูรณาการร่วมที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ให้ความร่วมมือในธุรกิจท่องเที่ยวโดยสนับสนุนผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนมาใช้ในการดำเนินงานและการบริการลูกค้า

2. ให้ความร่วมมือในการให้ความรู้และทักษะที่สำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เช่น ให้ความร่วมมือในการพัฒนาความรู้และทักษะการผลิตกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการผลิต

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. นำผลวิจัยต่อยอดสู่การศึกษาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศไทย ในการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการนำรูปแบบไปปฏิบัติและวัดผลการดำเนินงานเปรียบเทียบ เพื่อหาสิ่งที่ควรพัฒนาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

2. ศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ตามผลวิจัยที่ได้รับ แยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ เพื่อเสนอแนะวิธีการพัฒนาตามรูปแบบธุรกิจที่เหมาะสม

บรรณานุกรม

- กนกพร ฉิมพลี. (2555). *รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักรสาน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาพัฒนาสังคมและการจัดการสิ่งแวดล้อม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กันยารัตน์ เพ็ญพอรู้. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตมีนบุรีและหนองจอก กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กัญญาณทน อินทว้าง, สุพจน์ อินทว้าง และอภิชาติ วรรณภีระ. (2554). *การจัดการวิสาหกิจชุมชน*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- ขวัญกมล ดอนขวา. (2556). *การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง*. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- คณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ. (2560). *ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580)*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.thaitribune.org/contents/detail/302?content_id=29691&rand=1506659875
- คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422
- ฐิติมา วงศ์อินตา และคณะ. (2558). การวิเคราะห์โซ่คุณค่าอาหารฮาลาล. *วารสารการขนส่งและโลจิสติกส์*, 8(มิถุนายน 2558), 6-9.
- ณัฐพัชญ์ เอกสิริชัยกุล. (2556). *รูปแบบการจัดการห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจจัดเลี้ยงจังหวัดนครปฐมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดวงเดือน สมวัฒน์ศักดิ์. (2548). *วิสาหกิจชุมชน*. ชัยนาท: กรมส่งเสริมการเกษตร.
- ทักษัญญา สง่าโยธิน. (2560). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน. *วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์*, 12(2), 12-25.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2556). *แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตกลุ่มทะเลสาบสงขลา*. ภาควิชาสารัตถศึกษา, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- น้ำฝน ใจดี และหทัยรัตน์ บัณฑิตยารักษ์. (2557). *แนวทางของการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของมังคุดเพื่อการส่งออกในเขตตะวันออก (งบประมาณแผ่นดิน)*. ชลบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก.

- บพิตร ปรีชญนกร. (2558). *การบริหารเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
<http://www.cdoae.doe.go.th/54/infor/koon/nawtang%20VSC.pd>
- บุญทริกา สุคนธ์สิงห์. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ: กรณีศึกษากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑจากผ้าในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์*. รายงานการศึกษา, สาขาวิชาการจัดการ, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2558. (2548). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่ 122 ตอนที่ 6ก, หน้า 1, 9-10.
- เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, สำนักงาน. (2548). *พระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร.
- วิจิต นันทสุวรรณ. (2547). *ขบวนการชุมชนใหม่ การพัฒนาแบบแผนใหม่ทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน*. กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์การพิมพ์.
- วิจิต นันทสุวรรณ. (2544). *แผนแม่บทการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์.
- ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, สำนักงาน. (2556). *วิสาหกิจชุมชน กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเหมือนกันหรือน้ำ?* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://webhost.go.th/Lopburi/Wisahakit.html>, 2 กุมภาพันธ์ 2556.cpd
- สภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. (2562). *เขตเศรษฐกิจพิเศษ*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.nscr.nesdb.go.th/wp-content/uploads/2019/04/09-เขตเศรษฐกิจพิเศษ.pdf>
- สมศักดิ์ สุริโย. (2547). *การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร.
- สหกรณ์จังหวัดลพบุรี, สำนักงาน. (2556). *ข้อมูลวิสาหกิจชุมชน*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
[http://web host.Go.th/Lopburi/Wisahakit.html](http://webhost.Go.th/Lopburi/Wisahakit.html), 2 กุมภาพันธ์ 2556.Cpd
- สุภาพร ลอยวัฒนกุล อรวรรณ กมล พยอม ตอบประโคน และมานพ ทองไทย. (2559). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน. *วารสารราชชนครินทร์*, 251-258.
- เสรี พงศ์พิศ. (2548). *ฐานคิด: จากแผนแม่บทสู่วิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: พลังปัญญา.
- เสรี พงศ์พิศ. (2551). *แนวคิด แนวปฏิบัติ ยุทธศาสตร์พัฒนาท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์.
- เสรี พงศ์พิศ. (2552). *วิสาหกิจชุมชน สร้างฐานการพัฒนา*. *สยามรัฐรายวัน*, 29 มกราคม 2552. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.phongphit.com>
- เสรี พงศ์พิศ และสุภาส จันทร์หงษ์. (2548). *ข้อควรรู้เกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

- อริญชยา อุดุลย์เดช และพรรณนาไวคกุล. (2558). ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเพาะเห็ดบ้านช่องโครุงเรือง ตำบลรังกาใหญ่ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา. ใน *การประชุมวิชาการแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 9*. หน้า 2087-2094.
- อารี วิบูลย์พงศ์ และคณะ. (2548). ร้อยแปดวิสาหกิจ, ใน *ชุมชน แนวทางวิจัย กลยุทธ์ กรณีศึกษา*. เชียงใหม่: ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Ahmedova, S. (2015). Factors for Increasing the competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprise (SMEs) In Bulgaria. *Procidia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1104-1112.
- Akhter, S. H., & Pounder, P. (2008). Economic globalization and caribbean economies: competitive developments, strategic response, and performance. *The Global Studies Journal*, 1(4), 69-77.
- Allio, R. T., & Fahey, L. (2012). Joan magretta: What executive can learn from revisiting Michael Porter. *Strategy & Leadership*, 40(2), 5-10.
- Asian Development Bank. (2015). *Thailand: Industrialization and economic catch-up*. Mandaluyong City. Philippines: Asian Deveolpment Bank.
- Astara, W. W., Budiarta, N. P., & Wesna, A. S. (2020). Legal politic of tourism village management based on local wisdom value of Pancalila's legal ideals. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(5), 1939-4675-24-5-433.
- Avci Ozturk, B., & Ozcelik, F. (2014). Sustainable supplier selection with a fuzzy multi-criteria decision making method based on triple bottom line. *Business and Economics Research Journal*, 5(3), 129-147.
- Baken, I., & Dogan I. F. (2012). *Competitiveness of the industries based on the porter's diamond model: An empirical study*. Department of Business, Faculty of Economics and Administrative Science, Kahramanmaras.
- Banalieva, E. R., Eddleston, K. A., & Zellweger, T. M. (2015). When do family firms have an advantage in transitioning economies? Toward a dynamic institution-based view. *Strategic Management Journal*, 36, 1358-1377.

- Barrett, R. (2010). The importance of values in building a high - performance culture. Retrieved from https://www.valuescentre.com/wp-content/uploads/PDF_Resources/Additional_Articles/Article_Importance_of_Values.pdf
- Batarliene, N., Ciziuniene, K., Vaiciute, K., Sapalaite, I., & Jarasuniene, A. (2017). The impact of human resource management on the competitiveness of transport companies. *Procedia Engineering*, 187, 110-116.
- Carmeli, A., Zivan, I., Gomes, E., & Markman, G. D. (2017). Underlining micro socio-psychological mechanisms of buyer-supplier relationships: Implications for inter-organizational learning agility. *Human Resource Management Review*, 100577.
- Creech, H., Paas, L., Gabriel, G. H., Voora, V., Hybsier, C., & Marquard, H. (2014). Small-scale social-environmental enterprises in the green economy: Supporting grassroots innovation. *Development in Practice*, 24(3), 366-378.
- Cung, N., Duc, L., Oanh, P., & Hong Gam, T. (2012). *Social enterprise in Vietnam: Concept, context and policies*. (n.p)
- Doligalski, T., Zaborek, P., & Romanczuk, S.S. (2015). Value proposition and firm performance: Segmentation of polish online companies. *International Journal of Business Performance Management*, 27(1), 66-82.
- Erickelpasch, A. F., Lejpras, A., & Stephan, A. (2010). *Location and internal source of firm competitive advantage: Applying porter's diamond model at the firm level*. Jonkoping International Business School, Jonkoping University.
- Gallego-Burin, A. R., Stevenson, M., Llorens-Montes, J., & Perez-Arostegui, M. N. (2018). Supply chain flexibility in dynamic environments: the enabling role of operational absorptive capacity and organisational learning. *International Journal of Operations and Production Management*, 38, 636-666.
- Hadzic, F., Spahic, E., & Alic, E. (2007). *Application of the Porter's diamond model in research on competitiveness of local communities-municipalities in Bosnia and Herzegovina*. Conference Proceeding: International Conference of the Faculty of Economics Sarajevo (ICES).

- Haseeb, M., Hussain, H., Kot, S., Androniceanu, A., & Jermisittiparsert, K. (2019). Role of social and technological challenges in achieving a sustainable competitive advantage and sustainable business performance. *Sustainability, 11*(14), 3811.
- Holttinen, H. (2014). Contextualizing value propositions: Examining how consumers experience value propositions in their practices. *Australasian Marketing Journal, 22*(2), 103-110.
- Kianto, A., Andreeva, T., & Pavlov, Y. (2013). The impact of intellectual capital management on company competitiveness and financial performance. *Knowledge Management Research & Practice, 11*, 112-122.
- Koenigsfed, N. J. (2018). Role of these two factors can help managers in governmental organizations to pay more attention to the leadership styles applied in these organizations, organizational evolution – how digital disruption enforces organizational Agility. *IFAC – Papers Online, 51*(30), 486-491.
- Kotas, M. (2015). Key success factors for social services organizations in Poland. *Management, 19*(2), 122-135.
- Lucica, M., & Ani, M. (2014). The single market and the social enterprise. From models to realities in some EU member States and countries from the Balkans. *Int Rev Public Nonprofit Mark, 12*, 63-77.
- McDowell, W. C., Peake, W. O., Coder, L., & Harris, M. L. (2018). Building small firm performance through intellectual capital development: Exploring innovation as the “black box”. *Journal of Business Research, 88*, 321-327.
- Mee-ngoan, B., Sirariyakul, T., Limphothong, S., Tomcharoen, N., & Jermisittiparsert, K. (2020). Innovativeness as antecedents to firm performance: The mediating role of competitive advantage and supply chain flexibility of manufacturing firms. *International Journal of Supply Chain Management, 9*(2), 385-392.
- Mohiuddin, K. G. B., Gordon, R., Magee, C., & Lee, J. K. (2016). A conceptual framework of call for social marketing. *Journal of Social Marketing, 6*(2), 121-143.

- Mu, J. (2015). Marketing capability, organizational adaption and new product development performance. *Industrial Marketing Management*, 49, 151-166.
- Nicholls, D. L., & Bumgardner, M. S. (2018). Challenges and opportunities for North American hardwood manufacturers to adopt customization strategies in an era of increased competition. *Forests*, 9, 186.
- Ozgen, E. (2011). Porter's diamond model opportunity recognition: A cognitive perspective. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 17(2), 61-76.
- Ploenhad, J., Laoprawatchai, P., Thongrawd, C., & Jermisittiparsert, K. (2019). Mediating role of competitive advantage on the relationship of supply chain management and organizational performance on the food industry of Thailand. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(4), 216-226.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free.
- Porter, M. E. (1998). *On competition*. Boston: Harvard Business School.
- Purnomo, D., Pujiyanto, T., & Efendi, N. (2015). Unpad-ibu popon collaboration: A best practice in sustainable assistance model for social entrepreneurship in Agro-industrial based SME's. *Agriculture and Agricultural Science Pricedia*, 3, 206-210.
- Pourzakarya, M., & Bahramjerdi, S. F. N. (2019). Towards developing a cultural and creative quarter: Culture-led regeneration of the historical district of Rasht Great Bazaar, Iran. *Land Use Policy*, 89, 104218.
- Rasmussen, T., & Ulrich, D. (2015). Learning from practice: How HR analytics avoids being a management fad. *Organizational Dynamics*, 44(3), 236-242.
- Schwab, K., & Sala-i-Martin, X. (2017). *The global competitiveness report 2017-2018*. Geneva: World Economic Forum.
- Schwab, K., & Sala-i-Martin, X. (2014). *The global competitiveness report 2014-2015*. Geneva: World Economic Forum.
- Shah, A. M. (2012). Business strategies in the emerging markets. *Journal of Asia – Pacific Business*, 13(1), 4-15.

- Sjoerd, V. D. H., & Tanya, B. (2017). The rise (and fall?) of HR analytics: A study into the future application, value, structure, and system support. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 4(2), 157-158.
- Soleimanof, S., Rutherford, M. W., & Webb, J. R. (2018). The intersection of family firms and institutional contexts: A review and agenda for future research. *Family Business Review*, 31(1), 32-53.
- Somjai, S., Vasuvanich, S., Laosillapacharoen, K., & Jernsittiparsert, K. (2020). The impact of the greening of the supplier on competitive advantage: Does green innovation matter in Thai auto industry?. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(1), 54-61.
- Wingwon, B. (2012). Effects of entrepreneurship, organization capability, strategic decision making and innovation toward the competitive advantage of SMEs enterprises. *Journal of Management and Sustainability*, 2(1), 1-14.
- Wirtz, J., Den Ambtman, A., Bloemer, J., Horvath, C., Ramaseshan, B., Van De Klundert, J., Canli, Z. G., & Kandampully, J. (2013). Managing brands and customer engagement in online brand communities. *Journal of Service Management*, 24(3), 223-224.
- Wronka, M. (2013). *Analyzing the Success of Social Enterprises-Critical Success Factors Perspective*. from: <http://www.toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-02-4/papers/ML13-296.pdf>
- Yeoman, I., & McMahon-Beattie, U. (2011). The changing meaning of luxury. In *Revenue management: A practical pricing perspective* (pp. 72-85). Palgrave Macmillan.
- Yusof, N. A., & Jarad, A. (2011). The organizational innovativeness of public-listed housing developers. *International Journal of Human and Social Science*, 6(2), 109-113.
- Zhou, J., Bi, G., Liu, H., Fang, Y., & Hua, Z. (2018). Understanding employee competence, operational IS alignment, and organizational agility – An ambidexterity perspective. *Information & Management*, 55(6), 695-708.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์



แบบสัมภาษณ์

การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อยกระดับ ความสามารถในการแข่งขัน

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ปัญหาของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดภาคใต้ชายแดน และเพื่อเสนอแนวทางพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

ลักษณะของข้อคำถามแบ่งออกเป็น 2 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และ จังหวัดนราธิวาส

ชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์ประชาชน ข้าราชการ นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้าน ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดภาคใต้ชายแดน
2. เพื่อเสนอแนวทางพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจังหวัดภาคใต้ชายแดน เพื่อยกระดับ

ความสามารถในการแข่งขัน

ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส

โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับข้อมูลของท่านตามความเป็นจริงและกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

ชื่อวิสาหกิจชุมชน.....จังหวัด.....

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....ตำแหน่ง.....

ประเภทผลิตภัณฑ์

- 1. อาหาร
- 2. สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
- 3. เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง
- 4. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร
- 5. เครื่องดื่ม
- 6. ของที่ระลึกและศิลปะประดิษฐ์

ส่วนที่ 1 สภาพปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการแก้ไขปัญหา

ข้อ 1 การดำเนินงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิตอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 2 แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิตตามความคิดเห็นของท่านควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 3 การดำเนินงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 4 แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดตามความคิดเห็นของท่าน ควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 5 การดำเนินงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาและอุปสรรคด้านการเงินและบัญชีอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 6 แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคด้านการเงินและบัญชีตามความคิดเห็นของท่าน ควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 7 การดำเนินงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการองค์กรอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 8 แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการองค์กรตามความคิดเห็นของท่านควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 9 การดำเนินงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาและอุปสรรคด้านเครือข่ายอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 10 แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคด้านเครือข่ายตามความคิดเห็นของท่าน ควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2 กระบวนการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

ข้อ 1 จากการดำเนินงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ท่านคิดว่า การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) มีประเด็นอะไรบ้าง อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 2 จากการดำเนินงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ท่านคิดว่า การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) มีประเด็นอะไรบ้าง อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 3 จากการดำเนินงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ท่านคิดว่า การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related and Supporting Industries) มีประเด็นอะไรบ้าง อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 4 จากการทำเนิงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ท่านคิดว่า การยกระดับความสามารถในการแข่งขัน
 ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Strategy, Structure and
 Rivalry) มีประเด็นอะไรบ้าง อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 5 ประเด็นด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิดีโอพรีเซนเตชัน

- การสร้างสื่อวิดีโอพรีเซนเตชันให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่าน ควรมีรูปแบบและเนื้อหาการ
 นำเสนอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์ประชาชน ข้าราชการ นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านผู้บริโภค
ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ

โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับข้อมูลของท่านตามความเป็นจริงและกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

- ท่านเป็นประชาชน ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ
- ท่านเป็นข้าราชการ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ
- ท่านเป็นนักวิชาการ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ
- ท่านเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านผู้บริโภคผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ

ส่วนที่ 1 กระบวนการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

ข้อ 1 ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไรกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันในด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 2 ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไรกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันในด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อ 3 ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไรกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้
ชายแดน ในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันในด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Related and
Supporting Industries)

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

ข้อ 4 ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างไรกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้
ชายแดน ในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันในด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน
(Strategy, Structure and Rivalry)

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

ข้อ 5 ประเด็นด้านอื่น ๆ

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

ส่วนที่ 2 แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวีดีโอพรีเซนเตชัน

- การสร้างสื่อวีดีโอพรีเซนเตชันให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่าน ควรมีรูปแบบและเนื้อหาการนำเสนออย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

ผลการตรวจหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย
(Index of item objective congruence: IOC)

ผลการตรวจหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย (Index of item objective congruence: IOC)

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัย (Content Validity) เพื่อให้ทราบว่าข้อคำถามนั้นครอบคลุมเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่โดยใช้ดุลยพินิจของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการให้คะแนน ซึ่งมีเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้นำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC คือ ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

โดยค่า IOC ที่ผ่านเกณฑ์คุณภาพจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0.50-1.00 และข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.50 ผู้วิจัยจะต้องนำข้อถามนั้นไปปรับปรุง

ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	จำนวน ค่า IOC	แปรผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5			
1.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
2.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
3.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
4.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 1 สภาพปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการแก้ไขปัญหา

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	จำนวน ค่า IOC	แปรผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5			
1.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
2.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
3.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
4.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
5.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
6.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
7.	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้
8.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
9.	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้
10.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 2 กระบวนการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	จำนวน ค่า IOC	แปรผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5			
1.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
2.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
3.	1	1	0	1	0	3	0.6	ใช้ได้
4.	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้
5.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 3 แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิดีโอพรีเซนเตชั่น

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	จำนวน ค่า IOC	แปรผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5			
1.	1	1	1	0	1	4	0.8	ใช้ได้

ชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์ประชาชน ข้าราชการ นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านผู้บริโภค
ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคใต้ชายแดนและภูมิภาคอื่น ๆ

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	จำนวน ค่า IOC	แปรผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5			
1.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
2.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 1 กระบวนการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	จำนวน ค่า IOC	แปรผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5			
1.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
2.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
3.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
4.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
5.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 2 แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิดีโอพรีเซนเตชัน

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	จำนวน ค่า IOC	แปรผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5			
1.	1	1	1	0	1	4	0.8	ใช้ได้

ภาคผนวก ค
ผลการตรวจการคัดลอกวรรณกรรม

การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจ บทที่ 1

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

การพัฒนาศัภยภาพวิสาหกิจ บทที่ 2

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

การพัฒนาศัภยภาพวิสาหกิจ บทที่ 3

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

การพัฒนาศัภยภาพวิสาหกิจ บทที่ 4

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

การพัฒนาศัถยภาพวิสาหกิจ บทที่ 5

ORIGINALITY REPORT

4%	0%	0%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Siam University	4%
	Student Paper	

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On