



การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช
เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Entrepreneurship Development of Community Enterprises in
Nakhon Si Thammarat to Support AEC

ไพยมพร รักษาชล*

สุวรรณี โภชากรณ์

วไลพร สุขสมภักดิ์

จินตนา เลิศสกุล

พชรพร ปานชู

สุพัตรา คำแหง

วิไลลักษณ์ วงสุวรรณ

คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

*e-mail: payomphon13@gmail.com

Payomporn Raksachon

Suwannee Pochakorn

Valaiporn Suksomphak

Jintana Lerdsakul

Phatcharapon Panchu

Supatra Khumhaeng

Vilailuck Wongsuwan

Management Technology Faculty, Rajamangala University of Technology Srivijaya.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาคุณลักษณะของวิสาหกิจชุมชน ปัญหาและความต้องการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช และ (2) เป็นแนวทางในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่อยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช และมีบัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปีพ.ศ. 2555 จังหวัดนครศรีธรรมราช ฉบับรวม 1-5 ดาว จำนวน 163 กลุ่ม และ (2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 3 หน่วยงาน ประกอบด้วย สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 4 คน สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 คน และสำนักงานเกษตรจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 3 คน โดยการใช้สถิติวิธีแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยศึกษาคุณลักษณะของวิสาหกิจชุมชน ปัญหาและความต้องการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ร้อยละ 66.87 ที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก ร้อยละ 38.65 ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของไทยระดับ 4 ดาว ร้อยละ 41.72 ดำเนินงานมาเป็นเวลา 5-10 ปี ร้อยละ 54.60 ใช้ทุนจดทะเบียนมากกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 44.79 มีสมาชิกในกลุ่มจำนวน 10-20 คน ร้อยละ 41.72 ส่วนสภาพปัญหาของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมาก



เมื่อจัดเรียงลำดับของสภาพปัญหาทั้ง 4 ด้าน สามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมจากระดับมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ ดังนี้ ด้านการตลาด เท่ากับ 4.28 ด้านเงินทุน เท่ากับ 4.03 ด้านการบริหารจัดการ เท่ากับ 3.95 และด้านการผลิต เท่ากับ 3.91 และการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการพัฒนา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจัดเรียงลำดับความต้องการพัฒนา ทั้ง 5 ด้าน สามารถเรียงลำดับค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมจากระดับมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ ดังนี้ ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล เท่ากับ 4.50 ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำด้านข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ เท่ากับ 4.39 ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ และการตลาด เท่ากับ 4.30 ด้านความสามารถการบริหารการเงิน การบัญชีและการลงทุน เท่ากับ 4.27 และด้านการจัดการการผลิต เท่ากับ 3.98 ส่วนผลการวิจัยแนวทางในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การพัฒนาขีดความสามารถในด้านการจัดหาตลาดต่างประเทศ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาทักษะในด้านการบริหารเงินทุน รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพให้มีความรู้ความสามารถ เพิ่มทักษะให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ด้านผู้ให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน ซึ่งได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ เป็นผู้ให้ข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณาให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการให้ตรงตามความต้องการที่แท้จริง และทันกับเวลาในการดำเนินการของผู้ประกอบการ รวมทั้งเป็นข้อมูลในด้านการกำหนดวิธีการแก้ไขปัญหา และการกำหนดแนวทางการป้องกันมิให้การดำเนินธุรกิจหยุดชะงักได้ เพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Abstract

This research aims: 1) to study problems of community enterprises in Nakhon Si Thammarat province, 2) to study the needs of entrepreneurship development of community enterprises in the province, and 3) to prepare guidelines of entrepreneurship development for community enterprises in the province. Additionally, this research can be technologically transferred or academically serviced to community enterprises in the province, as well as support the AEC in the future. The population consists of two main groups: 1) 163 community enterprises in Nakhon Si Thammarat, and 2) twelve authorities from involved agencies including Nakhon Si Thammarat community development office (4 persons), Nakhon Si Thammarat industrial office (5 persons), and Nakhon Si Thammarat agricultural office (3 persons). Descriptive data were statistically analysed with frequency, percentage, mean, and standard deviations.

The results were found that opinions of the entrepreneurs and the authorities on the problem issues were totally at a high level. Regarding four problem issues of the community enterprise operation, the highest issue was marketing ($\mu = 4.28$), followed by capital ($\mu = 4.03$), management ($\mu = 3.95$), and production ($\mu = 3.91$), respectively.

With regard to the entrepreneurship development to support the AEC, the entrepreneurs' need to be skilled up was at a high level. As for five problem issues of the entrepreneurship development, the highest level of the issues was the government policy and support ($\mu = 4.50$), followed by the information consultant and advice to improve their business ($\mu = 4.39$), the strategic management and marketing ($\mu = 4.30$), the financial, accounting and investment ($\mu = 4.27$), and the production management ($\mu = 3.98$), respectively.

The results of the research on entrepreneurship development of community enterprises in Nakhon Si Thammarat province were followed. In the field of product development to meet the needs of the market, capacity development in the field of foreign market supply, product design and skill development in finance, as well as development competent personnel, enhance your skills at all times may need to be applied. Community corporate sponsors, these are government agencies provides basic information on how to assist entrepreneurs to meet real needs and timely with the operator's execution time as well as information on how to fix the problem and the prevention of business interruption for future business sustainability.

Keywords: Entrepreneurship Development, Community Enterprises, ASEAN Economic Community

บทนำ

การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ไทยซึ่งมีเป้าหมายของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานมีฝีมือภายในอาเซียนอย่างเสรี รวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้นภายในปี พ.ศ. 2558 กลายเป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม และยังรวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชน ในการที่

จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดจาก AEC ที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ทำด้วยความสำเร็จ

จากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเสรีการค้าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน The Office of SMEs Promotion (OWMEP) (2012) พบว่า สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรม ก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีทางการค้าได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่าง ๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการ



เพิ่มศักยภาพของชุมชน และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ ในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการต่าง ๆ อาจจะได้รับผลกระทบจากคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำ หรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัว ปัจจุบันผู้บริโภคในประเทศต่าง ๆ กำลังอยู่ในกระแสบริโภคนิยมสินค้าที่เป็นธรรมชาติ สินค้าที่อิงกับวัฒนธรรม สินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพ การมีส่วนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือสินค้าที่ช่วยสนับสนุนชุมชน รวมถึงกระแสความนิยมในความเป็นเอเชีย จากการมีโอกาสส่งสินค้าไปขายในตลาดอาเซียนได้มากขึ้นจากการที่มีประชากรรวมกว่า 590 ล้านคน รวมถึงมีโอกาสในการขยายช่องทางตลาดไปยัง ASEAN+3 และ ASEAN+6 รวมไปถึงสามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานและวัตถุดิบการผลิตที่มีความหลากหลายให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจได้ โดยเฉพาะสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกรวมถึงสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดประเทศเพื่อนบ้าน ดังนั้น จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรม ภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้า สามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา ให้มีความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างยี่ห้อสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้ผู้ผลิตจำเป็นต้องกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน การศึกษารสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภค และผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ผลิตที่ยังไม่มีความชำนาญจะต้องมีการพัฒนาการประกอบการพัฒนาตนเองจากผู้ผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการระดับท้องถิ่น ให้ยกระดับไปสู่ผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในระดับสากล และสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ผลิต OTOP คือ การพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจที่สร้างความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้า คู่สัญญา หรือแม้กระทั่งสถาบันการเงิน โดยพัฒนาการบริหารจัดการให้มีมาตรฐานและเป็นระบบ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมา

ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและเพิ่มช่องทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย พัฒนาความสามารถในการรองรับคำสั่งซื้อที่มีปริมาณมาก โดยเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตทั้งในรูปแบบ กลุ่มที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน และกลุ่มที่ผลิตสินค้าสนับสนุนในห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ อาจเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนและเป็นช่องทางการเข้าถึงลูกค้าและเข้าสู่ตลาดอาเซียน อาทิ เครือข่ายนักประชาสัมพันธ์หรือส่งเสริมการท่องเที่ยว เครือข่ายผู้ส่งออกสินค้า สมาคมการค้าต่าง ๆ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของวิสาหกิจชุมชน ปัญหาและความต้องการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ การจัดการเชิงกลยุทธ์ การตลาด การจัดการผลิต ความสามารถในการบริหารการเงิน การบัญชี และการลงทุน นโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล และการให้คำปรึกษา แนะนำด้านข้อมูลที่ปรับปรุงธุรกิจ

2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำไปถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือบริการวิชาการให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ตลอดจนเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อไปในอนาคต

วิธีการวิจัย

ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Method)

ประชากรที่ใช้ คือ ประธานวิสาหกิจชุมชน ที่มีบัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2555 จังหวัดนครศรีธรรมราช ฉบับรวม 1-5 ดาว จำนวน 163 ราย ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ประเภท (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่อยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช และมีบัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2555

ประเภท	ระดับดาว					
	5	4	3	2	1	รวม
1. อาหาร	18	16	1	3	-	38
2. ผ้า เครื่องแต่งกาย	7	13	4	9	-	33
3. ของใช้	5	17	41	-	-	63
4. เครื่องดื่ม	1	18	-	-	-	19
5. สมุนไพร	6	4	-	-	-	10
รวม	37	68	46	12	-	163

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช 2555

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 3 หน่วยงาน คือ 1) สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยสัมภาษณ์บุคลากร ฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรม จำนวน 5 คน 2) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยสัมภาษณ์พัฒนาการจังหวัด หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน หัวหน้ากลุ่มงานสารสนเทศการพัฒนาชุมชน รวมจำนวน 4 คน และ 3) สำนักงานเกษตรจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยสัมภาษณ์เกษตรจังหวัดนครศรีธรรมราช หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาการผลิต หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรรม รวมจำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม ซึ่งได้รับการพัฒนาแบบสอบถามมาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเบื้องต้น นำมาพัฒนาเป็นข้อคำถามให้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย (1) คุณลักษณะของวิสาหกิจชุมชน เป็นคำถามปลายปิดและปลายเปิด (Close-ended and Open-ended) ได้แก่ ประเภทของกิจการ ประเภทของผลิตภัณฑ์ ระดับดาว ระยะเวลาของการดำเนินงานทุนจดทะเบียน จำนวนสมาชิกภายในวิสาหกิจ (2) สภาพปัญหาของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ ปัญหาทางด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านเงินทุน และด้านการบริหารจัดการ ลักษณะของคำถามในแต่ละข้อเป็นแบบเลือกตอบ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (3) ความต้องการการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ลักษณะของคำถามในแต่ละข้อเป็นแบบเลือกตอบ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และ (4) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับความต้องการ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความต้องการได้อย่างอิสระ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือใช้วิธีการทดสอบความเชื่อมั่น โดยการสอบถามจากวิสาหกิจชุมชนที่ไม่อยู่ในพื้นที่วิจัย จำนวน 30 ราย นำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้จริง และนำผลมาทดสอบโดยใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยใช้ Cronbach's Alpha ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .864

แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างคำถาม ข้อคำถาม ได้แก่ ปัญหาของวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการพัฒนา

ความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ (1) จากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีการสอบถามจากประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งรวบรวมได้ทั้งหมด จำนวน 163 ราย และ (2) จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับบุคคลที่อยู่ในหน่วยงานภาครัฐ รวม 12 คน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากแบบสอบถามประกอบด้วย คุณลักษณะของวิสาหกิจชุมชนใช้ ความถี่ และร้อยละ ส่วนสภาพปัญหาของวิสาหกิจชุมชน และความต้องการการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการใช้ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อเพิ่มความแม่นยำของการวิจัย แล้วจึงนำมาแยกเป็นหมวดหมู่ตามเนื้อหาและนำเสนอโดยการบรรยายสรุปเชิงวิเคราะห์

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะของวิสาหกิจชุมชน ปัญหา และความต้องการพัฒนา

1.1 คุณลักษณะของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 163 กลุ่ม (ร้อยละ 93.14) ประกอบด้วยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 109 กลุ่ม (ร้อยละ 66.87) และวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบการเดี่ยวจำนวน 54 กลุ่ม (ร้อยละ 33.13) และหน่วยงานราชการ จำนวน 12 คน ประกอบด้วยสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด จำนวน 5 คน (ร้อยละ 41.66) รองลงมาเป็นสำนักงานพัฒนาชุมชน จำนวน 4 คน (ร้อยละ 33.33) และน้อยที่สุดเป็นสำนักงานเกษตรจังหวัด จำนวน 3 คน (ร้อยละ 25.00)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก จำนวน 63 กลุ่ม (ร้อยละ 38.65) รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จำนวน 38 กลุ่ม (ร้อยละ 23.31) และน้อยที่สุดเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรไม่ใช่อาหาร จำนวน 10 กลุ่ม (ร้อยละ 6.13)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของไทยระดับ 4 ดาว จำนวน 68 กลุ่ม (ร้อยละ 41.72) รองลงมาได้รับการคัดสรรสุดยอด



หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของไทยระดับ 3 ดาว จำนวน 46 กลุ่ม (ร้อยละ 28.22) และน้อยที่สุดได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของไทยระดับ 2 ดาว จำนวน 12 กลุ่ม (ร้อยละ 7.36)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีการดำเนินงานมาเป็นเวลา 5-10 ปี จำนวน 89 กลุ่ม (ร้อยละ 54.60) รองลงมา คือ มีการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 32 กลุ่ม (ร้อยละ 19.63) และน้อยที่สุด คือ มีระยะเวลาดำเนินงาน 15 ปีขึ้นไป จำนวน 17 กลุ่ม (ร้อยละ 10.43)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ใช้ทุนจดทะเบียนมากกว่า 15,000 บาท จำนวน 73 กลุ่ม (ร้อยละ 44.79) รองลงมา คือ ใช้ทุนจดทะเบียน 5,000-10,000 บาท จำนวน 43 กลุ่ม (ร้อยละ 26.38) และน้อยที่สุด คือ ใช้ทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 8 กลุ่ม (ร้อยละ 4.90)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ มีสมาชิกในกลุ่มจำนวน 10-20 คน จำนวน 68 กลุ่ม (ร้อยละ 41.72) รองลงมา คือ มีสมาชิกในกลุ่มน้อยกว่า 10 คน จำนวน 54 กลุ่ม (ร้อยละ 33.13) และน้อยที่สุด คือ มีสมาชิกในกลุ่มมากกว่า 30 คน จำนวน 18 กลุ่ม (ร้อยละ 11.04)

1.2 สภาพปัญหาของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.04$, $S.D. = .88$) เมื่อจัดเรียงลำดับของสภาพปัญหาทั้ง 4 ด้าน ด้วยค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมจากระดับมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้ การตลาด ($\mu = 4.28$, $S.D. = .82$) เงินทุน ($\mu = 4.03$, $S.D. = .84$) การบริหารจัดการ ($\mu = 3.95$, $S.D. = 1.05$) และ การผลิต ($\mu = 3.91$, $S.D. = .81$)

1.3 ระดับความต้องการการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความต้องการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.29$, $S.D. = .85$) เมื่อจัดเรียงลำดับของความต้องการพัฒนาทั้ง 5 ด้าน ค่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวมจากระดับมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้ นโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล ($\mu = 4.50$, $S.D. = .76$)

การให้คำปรึกษาแนะนำด้านข้อมูล ($\mu = 4.39$, $S.D. = .79$) การจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด ($\mu = 4.30$, $S.D. = .84$) ความสามารถในการบริหารการเงิน ($\mu = 4.27$, $S.D. = .82$) และ การจัดการการผลิต ($\mu = 3.98$, $S.D. = 1.05$)

ส่วนที่ 2 แนวทางในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้ให้ข้อมูล กล่าวว่า ในอนาคตผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการพัฒนาความรู้ในด้านการผลิต จะต้องพัฒนาทักษะฝีมือของสมาชิกให้เป็นมาตรฐาน เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจโดยส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือนและในชีวิตประจำวัน เมื่อมีการเปิดเขตการค้าเสรีเกิดขึ้น อาจจะได้รับผลกระทบจากคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มที่สูงขึ้น อันเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำ หรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา และจากปัจจุบันถึงอนาคตการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อ (Order) ของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะเป็นผู้กำหนดรูปทรงต่าง ๆ สี ขนาด วิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องมีการวางแผนการผลิต โดยมีการกระจายงานให้กับสมาชิกผลิต เพื่อที่จะได้ผลิตให้ทันกับความต้องการของลูกค้า และมีการเก็บสำรองสินค้าไว้ ซึ่งถ้ามีคำสั่งซื้อจากลูกค้ามากเกินกำลังการผลิต ตลอดจนควรพัฒนาโดยใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่รวดเร็วกว่าเดิม เพื่อลดขั้นตอนในการผลิต ลดระยะเวลาในการผลิต ส่งผลต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด รวมทั้งรัฐบาลให้การสนับสนุนธุรกิจฐานราก ซึ่งรวมถึงสินค้า OTOP วิสาหกิจชุมชน ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องติดตามถึงข่าวสารจากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ ที่ดำเนินการโดยหน่วยงานราชการ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้เผยแพร่ภูมิปัญญา วิธีการใช้ชีวิตสำหรับการประกอบอาชีพ การพัฒนาสินค้าให้เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนเรียนรู้การพัฒนาสินค้า รวมทั้งสร้างโอกาสช่องทางการตลาดแก่สินค้า และพัฒนาผู้ประกอบการ ได้เรียนรู้ทักษะการบริหารจัดการ เตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

ผู้ให้ข้อมูลยังกล่าวอีกว่า รัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ด้วยการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ สร้างอาชีพ และรายได้ที่มั่นคง เพื่อแก้ไขปัญหาความขัดแย้งและความเดือดร้อนของประชาชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ให้การส่งเสริมและสนับสนุนใน

การให้คำปรึกษาด้านธุรกิจและให้คำแนะนำด้านข้อมูลต่าง ๆ ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นสินค้า OTOP หรือวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ ในการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ จะใช้ช่องทางหลาย ๆ ช่องทางด้วยกัน เช่น การให้ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของจังหวัด หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ การส่งหนังสือราชการไปยังกลุ่มสินค้า OTOP หรือวิสาหกิจชุมชนภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช รวมทั้งการให้ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ เพื่อให้สามารถส่งออกได้โดยมีความแกร่งของตราผลิตภัณฑ์ มีการผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม ความมีมาตรฐานโดยมีคุณภาพและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และมีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ ชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยรัฐจะสนับสนุนให้ชุมชนเข้าถึงองค์ความรู้สมัยใหม่ แหล่งเงินทุนและพัฒนาขีดความสามารถในการบริหาร และการตลาดเพื่อเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนมีปัญหาในด้านการตลาด พบว่า มีลูกค้าทั้งในระดับท้องถิ่นในประเทศ และต่างประเทศ โดยผลการศึกษาของ Nukate (2005) พบว่า กลุ่มลูกค้าจะมาจากต่างจังหวัดและเป็นนักท่องเที่ยว มีช่องทางการจัดจำหน่าย และขายผ่านที่ทำงานกลุ่ม และในงานแสดงสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Poonchai (2004) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ติดต่อกับลูกค้าทางโทรศัพท์ ติดต่อกับส่งคอมออนไลน์ และติดต่อ ณ ที่ทำการกลุ่ม ซึ่งผลการศึกษาของ Noknoi, Boripunt & Lungtae (2012) กล่าวว่า ผู้ประกอบการมีวิธีการติดต่อกับลูกค้าแตกต่างกัน โดยมีเป้าหมายที่จะขยายฐานและรักษาลูกค้า Nukate (2005) และ Piraban (2012) พบว่า ผู้ประกอบการใช้วิธีการตั้งราคาตามกลุ่มลูกค้า และคุณภาพของสินค้า โดยขึ้นอยู่กับต้นทุนการผลิตและเปรียบเทียบกับสินค้าชนิดเดียวกันในท้องตลาด และยังสอดคล้องกับมุมมองและแนวคิดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่อแนวทางในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช เสนอว่า ผู้ประกอบการยังขาดการบันทึกค่าใช้จ่ายทางการตลาด ทำให้ไม่สามารถจัดกิจกรรมทางด้านการตลาดได้ ช่องทางการจำหน่ายไม่ทั่วถึง การบริการไม่ดี และ มีการแข่งขันและตัดราคากัน ส่วนปัญหาด้านการผลิต ผู้ประกอบการมีสินค้าไม่หลากหลาย ส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าเพียงชนิดเดียว แต่สำหรับกลุ่มที่มีการดำเนินการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Aunpong (2007)

และ Noknoi, Boripunt & Lungtae (2012) ที่กล่าวว่าผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า และยังสอดคล้องกับมุมมองและแนวคิดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่อแนวทางในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ไว้ว่า ผู้ประกอบการควรมีการประยุกต์ภูมิปัญญาให้เข้ากับความร่วมมือ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ผู้ประกอบการมีวิธีการและขั้นตอนการผลิตที่แตกต่างกันตามประเภทของสินค้า จากผลการวิจัยวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการในด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด พบว่า อาจมีสาเหตุมาจากการแข่งขัน และการเปิดเขตการค้าเสรี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Sattayopat (2012) กล่าวว่า ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันและการคาดการณ์คู่แข่งในอนาคต การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาธุรกิจด้านการวิจัยตลาด ซึ่งต้องศึกษาถึงรายละเอียดต่าง ๆ ในการใช้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการดำเนินกิจการ ซึ่งต้องการแหล่งข้อมูลทางการตลาด เช่น ข้อมูลคู่แข่ง แนวโน้มทางการตลาด เทคนิคการขาย การกระจายสินค้า การขายสินค้าด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ และยังสอดคล้องกับมุมมองและแนวคิดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่อแนวทางในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการจัดการการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kansawai, Plujauen & jamraman (2012) กล่าวว่า การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน ควรมีการปรับปรุงเทคนิคการผลิต การปรับปรุงเครื่องจักรให้สามารถเพิ่มผลผลิต การจดมาตรฐานสินค้าของตนเอง การควบคุมกระบวนการผลิตให้ทันเหตุการณ์ตลอดเวลา ต้องการได้แหล่งวัตถุดิบราคาถูก คุณภาพดีเทียบเท่าสินค้าต่างประเทศ ต้องการข้อมูลในการผลิต ต้องการความช่วยเหลือด้านการดูแลมาตรฐานสินค้า ด้านความสามารถการบริหารการเงิน การบัญชีและการลงทุน และยังพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ขาดการจัดทำบัญชีตามระบบบัญชีที่ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rungrotkrengkrai, Sirirat, Somboonkul, Juliratchaneekorn & Julikkapong (2012) กล่าวว่า ในการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องมีการเสริมสร้างความสามารถการบริหารการเงิน การบัญชีและการลงทุน นั้นหมายถึงสถาบันการเงินและรัฐบาลควรให้ความสนใจกับธุรกิจรายใหม่มากขึ้น และจัดการอบรมความรู้ทางด้านการบริหารเงินทุนหมุนเวียน รวมทั้งต้องมีการพัฒนาศักยภาพเกี่ยวกับการให้มีสถาบันการเงินให้ความช่วยเหลือทางด้านเงินทุน



หมุนเวียนด้วย และยังสอดคล้องกับ Aunpong (2007) เสนอว่า ควรมีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นทางการ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลทางการเงินที่ได้มากำหนดราคาได้อย่างแท้จริง และยังสอดคล้องกับมุมมองและแนวคิดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่อแนวทางในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช เสนอว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจจดทะเบียนรายเดียวส่วนใหญ่ ไม่มีการจัดทำบัญชีที่เป็นทางการ ซึ่งไม่สามารถนำมาคำนวณต้นทุนที่แท้จริงได้ ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล พบว่า วิสาหกิจชุมชน มีความต้องการพัฒนา ด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล อยู่ในระดับมาก โดยวิสาหกิจชุมชนเสนอให้มีการจัดทำผลกระทบและระเบียบวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจชุมชน และเสนอให้มีการเปิดบริการติดต่อกับทางราชการ ในการบริการข้อมูล กฎระเบียบ และการยื่นเอกสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rungrotkrengkreai, Sirirat, Somboonkul, Julirat-chaneekorn & Julikkapong (2012) กล่าวไว้ว่า หน่วยงานของรัฐ ควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนสารสนเทศที่จำเป็นต่อผู้ประกอบการ สร้างการรับรู้ในด้านการแข่งขันในกลุ่มผู้ประกอบการและสนับสนุนการพัฒนาบุคลากร โดยการฝึกอบรมและมีหน่วยบ่มเพาะธุรกิจในพื้นที่ต่างๆ รวมทั้งในการประกอบธุรกิจควรทำความเข้าใจในวิสาหกิจให้ลึกซึ้งและสร้างหลักสูตรเพื่อการพัฒนาบุคลากรที่สอดคล้องโดยเฉพาะในการจัดการทุกด้านของธุรกิจให้กับวิสาหกิจพร้อมทั้งเป็นศูนย์ให้คำปรึกษาแนะนำแก่วิสาหกิจด้วยด้านการให้คำปรึกษาแนะนำด้านข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจพบว่า วิสาหกิจชุมชน มีความต้องการพัฒนาด้านการให้คำปรึกษาแนะนำด้านข้อมูลเพื่อปรับปรุงธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Gavira (2012) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ควรมีการพัฒนาศักยภาพในการประกอบการ ซึ่งต้องประกอบด้วย ด้านการตลาด การพัฒนาศักยภาพด้านการค้าและบริการ และปัจจุบันต้องให้ความสำคัญกับการค้าด้วยสื่อสังคมออนไลน์แบบ E-Commerce ด้วย

สรุป

ศึกษาคุณลักษณะของวิสาหกิจชุมชน ปัญหาและความต้องการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ร้อยละ 66.87) ที่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก (ร้อยละ 38.65) ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของไทยระดับ 4

ดาว (ร้อยละ 41.72) ดำเนินงานมาเป็นเวลา 5-10 ปี (ร้อยละ 54.60) ใช้ทุนจดทะเบียนมากกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 44.79) มีสมาชิกในกลุ่มจำนวน 10-20 คน (ร้อยละ 41.72) ส่วนสภาพปัญหาของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านที่มีปัญหามากที่สุดคือด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.28 และการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการพัฒนาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านที่ต้องการพัฒนามากที่สุดคือด้านนโยบายและการส่งเสริมของรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.50

แนวทางในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การพัฒนาขีดความสามารถในด้านของการจัดหาดตลาดต่างประเทศ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาทักษะในด้านการบริหารเงินทุน รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ เพิ่มทักษะให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ด้านผู้ให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ เป็นผู้ให้ข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณาให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการให้ตรงตามความต้องการที่แท้จริง และทันกับเวลาในการดำเนินการของผู้ประกอบการ รวมทั้งเป็นข้อมูลในด้านการกำหนดวิธีการแก้ไขปัญหา และการกำหนดแนวทางการป้องกันมิให้เกิดการดำเนินธุรกิจหยุดชะงักเพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการ ควรมุ่งเน้นคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งทั้งภายในและต่างประเทศ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกันความต้องการของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มโอกาสทางการแข่งขัน
2. ผู้ประกอบการ ควรมีการพัฒนาทักษะในด้านการบริหารเงินทุน รวมทั้งการพัฒนา และฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ เพิ่มทักษะให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รวมไปถึงการพิจารณาปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อหามาตรการหรือแนวทางป้องกันมิให้มีผลกระทบต่อธุรกิจที่ดำเนินการอยู่
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความช่วยเหลือในด้านความรู้ เทคโนโลยีการผลิต แหล่งทุน เพื่อสนองตามความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการ



4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนสามารถทำตลาดได้ในต่างประเทศ เพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจต่อไปในอนาคต

References

- Aunpong, T. (2007). *An Analysis of the Potential of Textile Product Group under One Tambon One Product Project*. In Chiang Mai. M.A. Independent Study (Economics), Chiang Mai University. [in Thai]
- Gavira, S. (2012). *Characterization of Entrepreneurs, Small and Medium Enterprises Succeed in Mueang Tak Province*. M.B.A. Thesis (Entrepreneurship), Naresuan University. [in Thai]
- Kansawai, F., Plujauen, N., & jamraman, V. (2012). The characteristics of entrepreneur successfully in hotel business sector in the lower northern region in Thailand. *MIS Journal of Naresuan University*, 7(1), 39-50. [in Thai]
- Noknoi, C., Boripunt, W., & Lungtae, S. (2012). Key success factors for obtaining a one tambon one product food five-star rating in Phatthalung and Songkhla provinces. *European Journal of Economics Finance and Administrative Sciences*, 48 (May), 96-103. [in Thai]
- Nukate, B. (2005). *The Operation of one of the Best Selected Producers. One 5 Star Hotel in Chiang Mai*. Independent research. M.B.A. Thesis (Agricultural Management), Chiang Mai University. [in Thai]
- Piraban, P. (2012). Success factors of one-tambon one-cloth product in Phayao Province. *Thai Journal of Educational Counseling*, 10(2), 1-42. [in Thai]
- Poonchai, A. (2004). *Factors of Success of Selected Products as one of the Five Sub-Products in the Region: Case Study of Fabrics and Apparel in Nakhon Ratchasima Province*. M.A. Independent Study (Economics), Chiang Mai University. [in Thai]
- Rungrotkrengkreai, S., Sirirat, J., Somboonkul, Y., Juliratchaneekorn, S., & Julikkapong, S. (2012). *Characterization of entrepreneurs Succeed in Southern region: Services sector*. *Journal of Economics and Business Administration Prince of Songkla University*, 2(1), 25-36. [in Thai]
- Sattayopat, P., Wingworn, B., & Wingworn, B. (2012). *Potential of Entrepreneurial and Innovation Organizations Influence on the Competitiveness Ability of Small and Medium Enterprises in Northern region*. The 6nd Rambhai Barni Research Academic Conference. December 19-20, 2012 (p 1-12). Rambhai Barni Rajabhat University. [in Thai]
- The office of SMEs Promotion (OWMEP). (2012). *The Liberalization of Trade in ASEAN*. Retrieve May 30, 2016 from <http://www.sme.go.th2/Lists/EditorInput>. [in Thai]