



โมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน
ที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร



โดย
นางสาวพัชรี คำเครือ
นางสาวศุภิสรา ศรีคชา

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2556

โมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน
ที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2556

**THE PLANNING STRUCTURAL EQUATION MODELING FOR OPERATION
POTENTIAL OF FOOD'S OTOP IN COMMUNITY ENTERPRISE**



By

Miss Patcharee Kamkrue

Miss Supissara Srikhacha

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

**A Research Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree
Bachelor of Business Administration Program in General Business Management**

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

2013

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้การวิจัยเรื่อง “โมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน
วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร” เสนอโดยนางสาวพัชรี คำเครือ และ
นางสาวศุภิสรา ศรีธชา มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาจุนิพนธ์ ตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

การวิจัยเรื่อง “โมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจ
ชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร” ได้ผ่านการนำเสนอในงานประชุมวิชาการด้านธุรกิจ
และเศรษฐกิจอีสาน ครั้งที่ 7 ในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 ณ โรงแรมพูลแมน ขอนแก่น ราชา
ออคิด จังหวัดขอนแก่น

.....
(อาจารย์ ดร. ชีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ เดือน พ.ศ.

.....
(อาจารย์อมรินทร์ เทวตา)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

12530087, 12530130: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: การวางแผน / ศักยภาพ / วิสาหกิจชุมชน

พัชรีย์ คำเครือ และศุภิสรา ศรีรักษา: โมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร. อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์ ดร. ชีระวัฒน์ จันทิก. 100 หน้า.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการวางแผนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ด้วยวิธีการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากการศึกษาหน้าหนึ่งของอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผลการศึกษาปรากฏว่า โมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยโมเดลสมการโครงสร้าง อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ($X^2 = 75.54$, $df = 79$ $P = 0.58951$) ค่าดัชนีความสอดคล้อง ($GFI = 0.98$, $AGFI = 0.96$, $CFI = 1.00$ และ $RMSEA = 0.000$) ทั้งนี้ปัจจัยด้านการวางแผนมีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมสูงสุด โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงสูงสุด (DE) เท่ากับ 1.00 รองลงมาคือผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการทางสังคมควรมีการวางแผนเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน

คณะวิทยากรจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่อนักศึกษา 1.....2.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

12530087, 12530130: MAJOR: GENERAL BUSINESS MANAGEMENT

KEY WORDS: PLANNING / POTENTIAL / COMMUNITY ENTERPRISE

PATCHAREE KAMKRUE AND SUPISSARA SRIKHACHA: THE PLANNING STRUCTURAL EQUATION MODELING FOR OPERATION POTENTIAL OF FOOD'S OTOP IN COMMUNITY ENTERPRISE. RESEARCH ADVISOR: THIRAWAT CHANTUK, Ph.D. 100 pp.

Abstract

The aims of this research studied the planning structure for operation potential of foods OTOP in community enterprise, operated the inspection of the consistency of the planning structural equation modeling was developed together with empirical data, and studied the weight of direct effects, indirect effects, and total effects of causal factor to the operation potential of foods OTOP in community enterprise. The research's used to sampling was 400 members of Petchburi Community Enterprise. Questionnaires were use as a data gathering tool. A percentage, mean, standard deviation, and structural equation modeling (SEM) were statistics that used in this research.

The result of the study showed the planning structural equation modeling for operation potential of foods OTOP in community enterprise has been developed together with empirical data. The structural equation modeling was in acceptable criterion ($X^2 = 75.54$, $df = 79$, $P = 0.58951$) and the index of consistency (GFI = 0.98, AGFI = 0.96, CFI = 1.00 and RMSEA = 0.000). The planning factor had the most effect on social entrepreneur which had the most value of direct effects (DE) equal to 1.00. Next was the effect on competitive advantage showed that the social entrepreneur should plan for competitive advantage; which leads to the potential enhancement in community enterprise.

Faculty of Management Science SILPAKORN UNIVERSITY Academic Year 2013

Students' signatures 1.....2.....

Research Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยผู้วิจัยได้รับความกรุณาจาก อาจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยให้คำปรึกษา แนวคิด คำแนะนำทางวิชาการ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เป็นอย่างดี ตลอดระยะเวลาที่ทำงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

และขอขอบคุณกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีจนสามารถทำงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้

คุณค่าและประโยชน์ที่เกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยประสงค์ให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี สามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงการดำเนินงานให้มีคุณภาพและสามารถรับมือกับการแข่งขัน ได้มากขึ้น

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิด.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	7
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	22
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผน.....	26
ทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม.....	31
แนวคิดการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ.....	32
แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายธุรกิจ.....	34
แนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	49
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	49
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	51
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	51
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และข้อมูล สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	57
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจด้วยกระบวนการวางแผนเพื่อเพิ่ม ศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร.....	60
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร.....	63
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพ ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร.....	73
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	76
สรุปผลการวิจัย.....	76
อภิปรายผล.....	78
ข้อเสนอแนะ.....	80
รายการอ้างอิง.....	81
ภาคผนวก.....	84
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	85
ภาคผนวก ข การวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของโมเดลสมการ โครงสร้าง: SEM	94
ประวัติผู้วิจัย.....	99

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของเครื่องและมอเตอร์แกน ที่วัดระดับความเชื่อมั่น 95% หรือมีความคลาดเคลื่อนที่จะเกิดขึ้น5%.....	50
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มของวิสาหกิจ ชุมชน ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	57
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	58
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	58
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	59
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	59
7	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อ การจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชนด้านการวางแผนบริหารจัดการ	60
8	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อ การจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชนด้านการวางแผนการผลิต.....	61
9	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อ การจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชนด้านการวางแผนการตลาด	61
10	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อ การจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชน ด้านการวางแผนการเงิน.....	62
11	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อ การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ของผู้ประกอบการทาง สังคมด้านมีความมุ่งมั่น.....	63
12	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อ การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ของผู้ประกอบการทาง สังคมด้านความสามารถในการตัดสินใจ.....	64

ตารางที่		หน้า
13	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ของผู้ประกอบการทางสังคมด้านมีความรู้จริง.....	64
14	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ของเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายการตลาด.....	65
15	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ของเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายการผลิต.....	66
16	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ของเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์.....	67
17	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ของเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายข้อมูล.....	68
18	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านการลดต้นทุนทางการจัดการ.....	69
19	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านกลยุทธ์การมุ่งจุดสนใจ.....	70
20	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ของความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านการสร้างความแตกต่าง.....	70
21	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ของศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน.....	71

ตารางที่		หน้า
22	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ของศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในด้านการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน	72
23	แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ของศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในด้านการจัดการความรู้และข้อมูล.....	72
24	ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์และค่าสถิติการวิเคราะห์อิทธิพลของการวางแผนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร.....	74



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่มีการผลิตสินค้าและอาหารพื้นเมืองที่เกิดจากภูมิปัญญา มากมาย ทางจังหวัดได้ส่งเสริมการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนมีงานทำ เป็นการสร้าง รายได้ การพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน ตามนโยบายจัดความยากจนของประเทศ รัฐบาลมี นโยบายสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจจากหญ้า เพื่อมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน สร้างความ เข้มแข็งแก่ชุมชน ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและส่งเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ในการจัดการ ทรัพยากร การผลิต การตลาด การจัดหาทุนเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนและสังคมโดยรวมอยู่ใน พื้นฐานของการพัฒนา “เศรษฐกิจพอเพียง”ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 ดังนั้น จึงมีการออกกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน โดยกรมส่งเสริมการเกษตรจะ สนับสนุนในการถ่ายทอดความรู้ไปสู่วิสาหกิจชุมชนภายในจังหวัด ให้มีความเข้าใจในการดำเนิน ธุรกิจ สร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนกับแหล่งทุน สร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนแบบครบวงจร และสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ก่อให้เกิดการพัฒนาเกษตรกรให้เป็น ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอต่างๆของจังหวัดเพชรบุรี (นพพร จุลกลางกูร และ รัชฎ์ลักษณ์ นิ่มนุ้ย, 2554) จึงได้มีการจัดให้มีโครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ซึ่งโครงการนี้ เป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความเจริญสามารถยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น โดยการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ ของชุมชน เป็นจุดขายสินค้า และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในทุกระดับหรือเรียกว่าสินค้า (OTOP) (สมมาตย์ พันภู, 2549)

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (ONE TUMBON ONE PRODUCT: OTOP) คือ การนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นของประชาชนมาใช้เพื่อการสร้างและการพัฒนาการผลิตสร้าง ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ มีความสามารถในการพึ่งตนเอง มุ่งส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักนำทรัพยากร ที่มีอยู่ในท้องถิ่น ภูมิปัญญาในท้องถิ่น มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งหัวใจของ โครงการ คือว่าต้องเป็นทรัพยากรท้องถิ่น ต้องเป็นทักษะของคนในท้องถิ่น ต้องเป็นสิ่งที่ท้องถิ่นมี จิตวิญญาณที่รัก และอยากจะทำร่วมกัน เกิดเป็นวิสาหกิจชุมชนขึ้น วิสาหกิจชุมชนของไทยมีทั้ง วิสาหกิจชุมชนและก้าวหน้า ซึ่งส่วนใหญ่ดำเนินกิจกรรมการผลิตสินค้า OTOP (กฤติดา ฟองจันทร์

และวีรสุดา ล้อมเวียง, 2555)

วิสาหกิจชุมชน เป็นแนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติหรือสร้างผลิตภัณฑ์หรือผลิตผลโดยครอบครัวในชุมชน โดยองค์กรชุมชนและเครือข่ายขององค์กรชุมชน (เสรี พงศ์พิศ, 2545) เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์, 2556) ในชุมชนมีการรวมตัวกันเพื่อประกอบธุรกิจในระดับรากหญ้าอยู่มากมาย ซึ่งเป็นธุรกิจที่ยังมีขนาดไม่ถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) หรือสหกรณ์ แต่เป็นธุรกิจที่สามารถช่วยเหลือเศรษฐกิจของประเทศได้ในระดับหนึ่ง ธุรกิจในระดับนี้ยังมีปัญหาที่ประสบอยู่ คือ 1. ไม่เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานรัฐหรือเอกชนอื่นๆ เนื่องจากไม่มีกฎหมายรองรับ 2. การสนับสนุนจากภาครัฐไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริง เนื่องจากข้อมูลกลุ่มเป้าหมายและความต้องการไม่ชัดเจนรัฐบาลจึงกำหนดให้มีการออกกฎหมายรองรับการประกอบการการเสนอร่าง พ.ร.บ. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง ซึ่งจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้าให้ได้รับการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้นปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้า OTOP มีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้มากขึ้น จากการสนับสนุนโดยภาครัฐได้มีการให้ความรู้ คำแนะนำและงบประมาณสำหรับการพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ ทั้งการบริหารจัดการ การวางแผนการดำเนินงาน การผลิต การควบคุมคุณภาพสินค้า การตลาด และอื่นๆ (กฤติศา ฟองจันทร์ และวีรสุดา ล้อมเวียง, 2555)

จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ทำให้วิสาหกิจชุมชนต่างๆ ต้องมีการวางแผนในการบริหารจัดการและการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่อยู่ใต้อิทธิพลที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ทั้งเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม ตลอดจนการบริการและการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (สมมาตย์ พันภู, 2549) และจังหวัดเพชรบุรีมีความโดดเด่นมีชื่อเสียงในเรื่องศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยว อาหารการกิน ฯลฯ ซึ่งทำให้ชื่อเสียงของเมืองเพชรบุรีเป็นที่รู้จักทั้งในหมู่นักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติ ปัจจุบันจังหวัดเพชรบุรีได้ชื่อว่าเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวไปเยือนไม่น้อยในแต่ละปีเนื่องจากมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวมากมายและครบถ้วน ทั้งแหล่งพักผ่อนหย่อนใจจนถึงการเป็นแหล่งจำหน่ายซื้อหาของฝาก ขนมนมเนย อาหารทะเลในราคาไม่แพง ดังนั้นจึงทำให้เกิดวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ที่นำมาจำหน่ายเป็นของฝากให้กับนักท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่จึงเป็นกลุ่มแปรรูปและผลิตอาหาร (นพพร จุลกลางกูร และธัญลักษณ์ นิ่มนุ้ย, 2554)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทกลุ่มแปรรูปและผลิตอาหาร ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรีมีเป็นจำนวนมาก ด้วยการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาโมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหารในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี เพื่อนำผลที่ได้จากงานวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนช่วยในการบริหารจัดการกลุ่มให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนตลอดจนสามารถนำไปเผยแพร่และสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชนได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

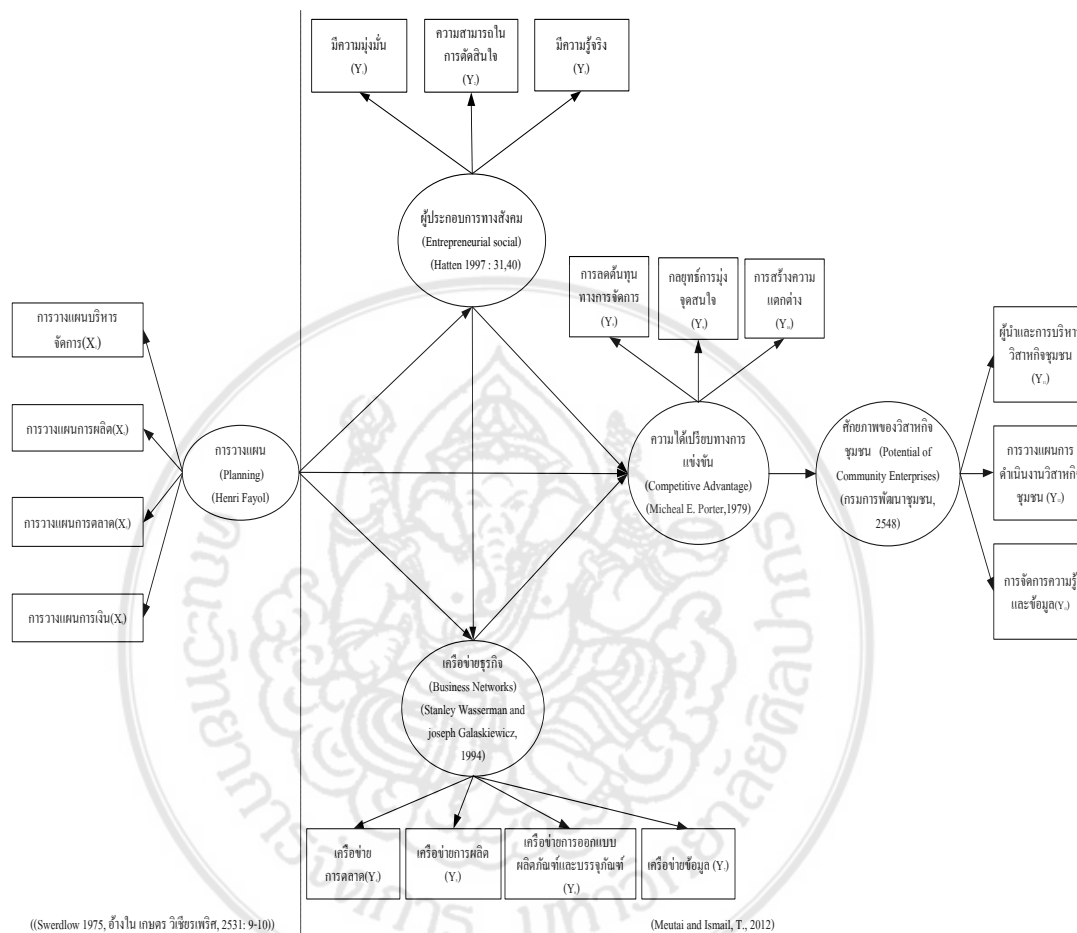
- 1) ศึกษาโครงสร้างการวางแผนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร
- 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์
- 3) เพื่อศึกษาน้ำหนักของอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร

สมมติฐานของการวิจัย

H_a โมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหารที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

H_0 ปัจจัยที่นำมาศึกษามีอิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมต่อการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษานโยบายแนวทางเพื่อการพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร

2. ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดหน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of analysis) คือวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหารในเขตพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนวิสาหกิจชุมชนได้แก่ประธานรองประธานหรือสมาชิกซึ่งประธานได้มอบหมายให้เป็นผู้ให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยจะทำการศึกษาวិสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ในเขตพื้นที่ จังหวัดเพชรบุรีซึ่งประกอบไปด้วย 1) อำเภอบ้านลาด 2) อำเภอหนองหญ้าปล้อง 3) อำเภอท่ายาง 4) อำเภอบ้านแหลม 5) อำเภอแก่งกระจาน 6) อำเภอชะอำ 7) อำเภอเขาย้อย 8) อำเภอเมือง

4. ขอบเขตด้านตัวแปร

4.1 ตัวแปรแฝง (Latent Variables) ประกอบด้วย

- 4.1.1 การวางแผน
- 4.1.2 ผู้ประกอบการทางสังคม
- 4.1.3 เครือข่ายธุรกิจ
- 4.1.4 ความสำเร็จทางการแข่งขัน
- 4.1.5 ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน

4.2 ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) ประกอบด้วย

- 4.2.1 การวางแผนบริหารจัดการ
- 4.2.2 การวางแผนการผลิต
- 4.2.3 การวางแผนการตลาด
- 4.2.4 การวางแผนการเงิน
- 4.2.5 มีความมุ่งมั่น
- 4.2.6 ความสามารถในการตัดสินใจ
- 4.2.7 มีความรู้จริง
- 4.2.8 เครือข่ายการตลาด
- 4.2.9 เครือข่ายการผลิต
- 4.2.10 เครือข่ายการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
- 4.2.11 เครือข่ายข้อมูล
- 4.2.12 การลดต้นทุนทางการจัดการ
- 4.2.13 กลยุทธ์การมุ่งจุดสนใจ
- 4.2.14 การสร้างความแตกต่าง
- 4.2.15 ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน
- 4.2.16 การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน
- 4.2.17 การจัดการความรู้และข้อมูล

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1. วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ small and micro community enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน หรือความหมายของวิสาหกิจชุมชนโดยสรุป คือ การประกอบการเพื่อการจัดการ “ทุนของชุมชน” อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง “ทุนของชุมชน” ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงินแต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม

2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสินค้าอาหาร หมายถึง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่นำผลิตผลทางการเกษตรทั้งพืชและสัตว์มาทำการแปรรูปเพื่อเป็นอาหาร อาทิเช่น น้ำพริกพริกแกง ขนมต่างๆ เป็นต้น

3. การวางแผน (Planning) หมายถึง หน้าที่ทางการบริหารในการกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์และการตัดสินใจวิธีการที่ดีที่สุดให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์นั้น

4. ผู้ประกอบการทางสังคม หมายถึง ผู้เห็นปัญหาของสังคมและใช้หลักการของผู้ประกอบการในการออกแบบและจัดระบบทางธุรกิจเพื่อบรรลุเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเพิ่มทุนทางสังคม ไม่ใช่เพื่อผลกำไรส่วนบุคคล อีกทั้งหมายถึง “เป็นผู้นำเสนอแนวคิดใหม่ๆ ในการแก้ปัญหาทางสังคมเพื่อทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมดีขึ้นความคิดใหม่นี้ต้องเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมจึงจะเกิดความยั่งยืนผู้ประกอบการสังคมจึงต้องเป็นคนดีมีคุณธรรมมีความมานะพยายามและยืนหยัดในการแก้ไขปัญหาจึงจะประสบความสำเร็จ” สินีจักรธรานนท์ ผู้อำนวยการมูลนิธิธอโชก้า (ประเทศไทย)

5. เครือข่ายธุรกิจ หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการประสานของของบุคคล กลุ่ม หรือองค์กรหลายๆ องค์กรที่ต่างก็มีทรัพยากรของตนเอง ว่ามีเป้าหมายมีวิธีการทำงาน และมีกลุ่มเป้าหมายของตัวเอง บุคคลหรือกลุ่มเหล่านี้ได้เข้ามาประสานงานกันอย่างมีระยะเวลาแน่นอนพอสมควร แม้อาจจะไม่มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอก็ตาม แต่ก็จะมีการวางรากฐานเอาไว้ (เปรียบได้กับการต่อสายโทรศัพท์เอาไว้) เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความต้องการที่จะขอความช่วยเหลือหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มอื่นๆ เพื่อแก้ปัญหา ก็สามารถติดต่อไปได้ในการเข้าร่วมเป็นองค์กรเครือข่าย แม้ว่าองค์กรเหล่านี้จะมีบางสิ่งบางอย่างร่วมกัน เช่น มีเป้าหมายร่วมกัน มีประโยชน์ร่วมกัน องค์กรเหล่านี้ก็ยังคงความเป็นเอกเทศอยู่ เพราะการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายเป็นการเข้าร่วมเพียงบางส่วนขององค์กรเท่านั้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2538: 35)

6. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง สิ่งที่เป็นความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวเองมากกว่าที่เลียนแบบความสามารถของเราได้ เช่น นวัตกรรม ระบบการจัดการภายในองค์กร ระบบการบริหารองค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นต้น

7. ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง ความสามารถของวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในเรื่องทิศทางของวิสาหกิจชุมชนการวางแผนดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนการบริหารตลาดการจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสารการบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกระบวนการจัดการสินค้าและบริการและผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำวิจัย

ผลจากการศึกษาสามารถนำมาเป็นข้อมูลสำหรับผู้นำและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนนำไปใช้ในการวางแผนเพื่อพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร รวมถึงการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการวิจัยเกี่ยวกับ โมเดลสมการ โครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกตามลำดับขั้นตอนดังแสดงต่อไปนี้

- 2.1 พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผน
- 2.4 ทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม
- 2.5 แนวคิดการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายธุรกิจ
- 2.7 แนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- 2.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548

2.1.1 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

เสรี พงศ์พิศ (2545) ได้กล่าวไว้ว่าคำว่า “วิสาหกิจ” แปรจากภาษาอังกฤษว่า “Enterprise” ซึ่งแปลว่า “การประกอบการ” แต่ในปัจจุบันมีคำว่า “วิสาหกิจชุมชน” (SMCE: Small and Micro Community Enterprise) เกิดขึ้น ซึ่งผู้คนเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับวิสาหกิจชุมชนจนกล่าวได้ว่าเป็นยุคแห่งวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติ หรือสร้างผลิตภัณฑ์หรือผลิตผลโดยครอบครัวในชุมชน โดยองค์กรชุมชน และเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนโดยมีหลักการคิดที่สำคัญ คือ สร้างความหลากหลายของผลผลิตและผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อการบริโภคแบบพึ่งพาตนเอง ลดรายจ่ายให้ครอบครัว สร้างเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีให้ตนเอง และมีคุณธรรมรับผิดชอบต่อสมาชิกคนอื่นๆ ที่อยู่ร่วมในชุมชน ไม่เห็นแก่ประโยชน์ด้านกำไรสูงสุดและเอาเปรียบผู้บริโภค

วิสาหกิจชุมชนเกิดจากการที่คนกลุ่มหนึ่งในชุมชนมาร่วมมือกันทำอะไรบางอย่างที่

เกี่ยวกับการผลิต การแปรรูป การจัดการทรัพยากร การจัดการทุน การจัดการตลาด โดยมีการซื้อขาย ในลักษณะสหกรณ์ แต่แตกต่างกันที่ระเบียบและกฎเกณฑ์ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเน้นการแบ่งปัน การช่วยเหลือกัน มากกว่าการแข่งขัน วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นหน่วยที่ทำให้เกิดความร่วมแรงร่วมใจ ไม่แตกแยก แบ่งพวก และไม่ต่อสู้เพื่อผลประโยชน์ของตนและพวกพ้อง เพราะวิสาหกิจชุมชนคือ การเน้นการช่วยเหลือกัน (เสรี พงศ์พิศ, 2545)

2.1.2 พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

ในหัวข้อนี้เป็นการนำเสนอรายละเอียดของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ซึ่งรวบรวมโดย สุรศักดิ์ วาจาสิทธิ์, ชีระพล อรุณะกสิกร, ปุณรัตน์ สันติเมทนีดล, สถาพร ลิ้มมณี, ไพฑูรย์ นาคฉำ, สุรียกานต์ ชัยเนตร และ นิมล เรืองดีอ แห่งสำนักพิมพ์วิญญูชน ซึ่งรวบรวมไว้ในปี พ.ศ. 2548 โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ประกาศว่า โดยที่เป็นการสมควรมีกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติขึ้นไว้โดยคำแนะนำและยินยอมของรัฐสภา ดังต่อไปนี้

มาตรา 1 พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า "พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548"

มาตรา 2 พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

มาตรา 3 ในพระราชบัญญัตินี้

"วิสาหกิจชุมชน" หมายความว่า กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

"เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน" หมายความว่า คณะบุคคลที่รวมตัวกัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

"กิจการวิสาหกิจชุมชน" หมายความว่า กิจการของวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

"คณะกรรมการ" หมายความว่า คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

"กรรมการ" หมายความว่า กรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

"คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด" หมายความว่า คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนกรุงเทพมหานครหรือคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด แล้วแต่กรณี "รัฐมนตรี" หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ มาตรา 4 ให้นายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

หมวด 1

วิสาหกิจชุมชน

มาตรา 5 วิสาหกิจชุมชนใดที่จะขอรับการส่งเสริมตามพระราชบัญญัตินี้ต้องยื่นคำขอจดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการเกษตรตามระเบียบที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 6 เมื่อกรมส่งเสริมการเกษตรได้รับคำขอจดทะเบียนและเห็นว่าวิสาหกิจชุมชนที่ยื่นคำขอจดทะเบียนมีลักษณะและวัตถุประสงค์ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดให้กรมส่งเสริมการเกษตรรับจดทะเบียนและออกใบสำคัญแสดงการจดทะเบียนแก่วิสาหกิจชุมชนนั้น

มาตรา 7 การจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนอย่างน้อยต้องมีรายการ ดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อและที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชน
- (2) ชื่อและที่อยู่ของผู้มีอำนาจทำการแทนวิสาหกิจชุมชน
- (3) ชื่อและที่อยู่ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน
- (4) กิจกรรมที่วิสาหกิจชุมชนมีความประสงค์จะดำเนินการ

มาตรา 8 ภายในสามสิบวันนับแต่วันสิ้นปีปฏิทินให้วิสาหกิจชุมชนที่ได้จดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการเกษตรซึ่งประสงค์จะดำเนินการต่อไปแจ้งให้กรมส่งเสริมการเกษตรทราบ ตามวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด

วิสาหกิจชุมชนใดไม่แจ้งความประสงค์ตามวรรคหนึ่งเป็นเวลาสองปีติดต่อกัน ให้กรมส่งเสริมการเกษตรมีหนังสือเตือนให้วิสาหกิจชุมชนนั้นแจ้งภายในระยะเวลาที่กำหนดแต่ต้องไม่น้อยกว่าสิบห้าวัน ถ้าไม่มีการแจ้งตามคำเตือนดังกล่าว ให้กรมส่งเสริมการเกษตรถอนชื่อออกจากทะเบียน

วิสาหกิจชุมชนใดประสงค์จะเลิกกิจการให้แจ้งกรมส่งเสริมการเกษตรทราบภายในสามสิบวันนับแต่วันที่เลิกกิจการ ตามวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด

หมวด 2

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

มาตรา 9 ให้นำบทบัญญัติในหมวด 1 มาใช้บังคับแก่การจดทะเบียนจัดตั้ง การแจ้ง ดำเนินกิจการ และการเลิกกิจการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน โดยอนุโลม ให้เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ จดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการเกษตรแล้วมีสิทธิขอรับการส่งเสริมตามพระราชบัญญัตินี้

มาตรา 10 การบริการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เป็นไปตามข้อบังคับของ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนนั้น

ข้อบังคับตามวรรคหนึ่งอย่างน้อยจะต้องกำหนดให้การดำเนินการของเครือข่าย วิสาหกิจชุมชนเป็นไปตามความสมัครใจโดยจะเป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคลก็ได้

มาตรา 11 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาจดำเนินการดังต่อไปนี้ได้

(1) ให้คำแนะนำและช่วยเหลือกิจการภายในของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

ดังต่อไปนี้

(ก) ให้ความช่วยเหลือในการจัดตั้งหรือการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำวัตถุดิบ ทรัพยากรหรือภูมิปัญญาของชุมชนมาใช้ให้เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชนและสภาพท้องถิ่น

(ข) ให้ความรู้ การฝึกอบรม หรือความช่วยเหลือในการปรับปรุงหรือพัฒนาการ ผลิตการให้บริการ การบริหารจัดการ การตลาด และอื่น ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

(ค) ให้คำแนะนำหรือดำเนินการใด ๆ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนในเครือข่ายทั้งในระดับพื้นที่ ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ

(2) ให้คำแนะนำและช่วยเหลือกิจการภายนอกของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย ดังต่อไปนี้

1. เป็นคนกลางในการติดต่อกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือ หน่วยงานอื่นของรัฐ รวมทั้งองค์กรภาคเอกชน เพื่อขอรับความช่วยเหลือและการส่งเสริมวิสาหกิจ ชุมชนในเครือข่าย

2. ประสานงานกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนอื่นเพื่อแลกเปลี่ยน ความรู้หรือดำเนินกิจกรรมอื่นอันเป็นประโยชน์หรือเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

3. เป็นศูนย์กลางในการส่งเสริมความสามัคคีและการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน และความร่วมมือทางวิชาการ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานไม่ว่าในด้านคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ และการพัฒนาการตลาด

4. เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับนโยบายหรือมาตรการในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ

หมวด 3

คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

มาตรา 12 ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย

(1) นายกรัฐมนตรีหรือรองนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธานกรรมการ

(2) กรรมการจากส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวนสิบสามคน ได้แก่ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนากำลังคนและความมั่นคงของมนุษย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าส่งออก อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม อธิบดีกรมสรรพากร ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน ผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และผู้อำนวยการธนาคารออมสิน

(3) กรรมการผู้แทนวิสาหกิจชุมชน จำนวนสิบคน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากบุคคล ซึ่งได้รับการสรรหาจากผู้ดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด

(4) กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวนสามคน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในด้านการบริหารธุรกิจหนึ่งคน ด้านการเงินหนึ่งคน และด้านการค้าและอุตสาหกรรมหนึ่งคน ให้อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าเกษตรเป็นกรรมการและเลขานุการ และให้อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าเกษตรแต่งตั้งผู้แทนกรมส่งเสริมการค้าเกษตรหนึ่งคนเป็นผู้ช่วยเลขานุการ และให้อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชนแต่งตั้งผู้แทนกรมการพัฒนาชุมชนอีกหนึ่งคนเป็นผู้ช่วยเลขานุการ

มาตรา 13 คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(1) เสนอความเห็นต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับนโยบาย มาตรการและแผนการพัฒนา และส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน

(2) ประสานงานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การส่งเสริม กิจการวิสาหกิจชุมชนเป็นไปอย่างมีเอกภาพและมีประสิทธิภาพ

(3) ให้ความช่วยเหลือ การสนับสนุน หรือให้คำแนะนำแก่วิสาหกิจชุมชนและ เครื่องช่วยวิสาหกิจชุมชนในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

(4) ให้การส่งเสริมและช่วยเหลือในการขอจดทะเบียนสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาอื่น หรือการใด ๆ เพื่อประโยชน์ของกิจการวิสาหกิจชุมชน

(5) สนับสนุนการศึกษาวิจัยเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานกิจการวิสาหกิจ ชุมชน

(6) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่พระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่นบัญญัติให้เป็นอำนาจ หน้าที่ของคณะกรรมการ หรือตามที่คณะรัฐมนตรีมอบหมาย

มาตรา 14 กรรมการตามมาตรา 12 (3) และ (4) ต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะ ต้องห้ามดังต่อไปนี้

(1) มีสัญชาติไทย

(2) ไม่เป็นข้าราชการซึ่งมีตำแหน่งหรือเงินเดือนประจำ

(3) ไม่เป็นพนักงานหรือลูกจ้างของหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือของราชการ

ส่วนท้องถิ่น

(4) ไม่เคยถูกไล่ออก ปลดออกหรือให้ออกจากราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือ รัฐวิสาหกิจเพราะทุจริตต่อหน้าที่ หรือถือว่ากระทำการทุจริตและประพฤติมิชอบในวงราชการ

(5) ไม่เป็นผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง สมาชิกสภาท้องถิ่น ผู้บริหารท้องถิ่น กรรมการที่ปรึกษา หรือผู้ดำรงตำแหน่งที่รับผิดชอบในการบริหารพรรคการเมือง หรือเจ้าหน้าที่ ของพรรคการเมือง เว้นแต่กรณีที่เป็นสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น ไม่ถือว่าไม่ลักษณะ ต้องห้ามเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามมาตรา 12 (4)

(6) ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

(7) ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือคนเสมือนไร้ความสามารถ

(8) ไม่เคยต้องคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกโดยไม่รอกำหนดโทษหรือรอกำหนดโทษเว้นแต่ในความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

มาตรา 15 กรรมการตามมาตรา 12 (3) และ (4) มีวาระการดำรงตำแหน่งสามปี

ในกรณีที่กรรมการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ แต่ยังมีได้แต่งตั้งกรรมการใหม่ให้กรรมการนั้นปฏิบัติหน้าที่ไปพลางก่อนจนกว่าจะได้แต่งตั้งกรรมการใหม่กรรมการซึ่งพ้นจากตำแหน่งตามวาระ อาจได้รับแต่งตั้งอีกได้

มาตรา 16 นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระ กรรมการตามมาตรา 12 (3) และ (4) พ้นจากตำแหน่ง เมื่อ

(1) ตาย

(2) ลาออก

(3) คณะรัฐมนตรีให้ออก เพราะบกพร่องต่อหน้าที่ มีความประพฤติเสื่อมเสีย หรือหย่อนความสามารถ

(4) ต้องคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุกโดยไม่รอกำหนดโทษหรือรอกำหนดโทษ เว้นแต่ในความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ

(5) ขาดคุณสมบัติหรือมีลักษณะต้องห้ามตามมาตรา 14

มาตรา 17 ในกรณีที่กรรมการตามมาตรา 12 (3) และ (4) พ้นจากตำแหน่งก่อนวาระให้คณะรัฐมนตรีแต่งตั้งผู้อื่นดำรงตำแหน่งแทน และให้ผู้ที่ได้รับแต่งตั้งอยู่ในตำแหน่งเท่ากับวาระที่เหลืออยู่ของผู้ซึ่งตนแทน เว้นแต่วาระของกรรมการเหลืออยู่ไม่ถึงเก้าสิบวันจะไม่ดำเนินการเพื่อให้มีการแต่งตั้งกรรมการแทนก็ได้

มาตรา 18 การประชุมของคณะกรรมการต้องมีกรรมการมาประชุม ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด จึงจะเป็นองค์ประชุมให้ประธานกรรมการเป็นประธานในที่ประชุม ถ้าประธานกรรมการไม่มาประชุมหรือไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้กรรมการที่มาประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งเป็นประธานในที่ประชุมการวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก กรรมการคนหนึ่งให้มีเสียงหนึ่งในการลงคะแนน ถ้าคะแนนเสียงเท่ากัน ให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

มาตรา 19 คณะกรรมการจะแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาหรือปฏิบัติการอย่างหนึ่งอย่างใดแทนคณะกรรมการหรือตามที่คณะกรรมการมอบหมายได้ และให้นำความในมาตรา 18 มาใช้บังคับโดยอนุโลม

มาตรา 20 ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดทุกจังหวัด ดังต่อไปนี้

(1) ในกรุงเทพมหานคร ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือ รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ที่ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมอบหมายเป็นประธานกรรมการ ปลัดกรุงเทพมหานคร ผู้แทนกรมการพัฒนาชุมชนผู้แทนกรมส่งเสริมการค้าส่งออก ผู้แทนกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้แทนกรมสรรพากร ผู้แทนสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ผู้แทนสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน ผู้แทนธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ผู้แทนธนาคารออมสิน ผู้แทนวิสาหกิจชุมชนจำนวนหกคนซึ่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งได้รับการสรรหาจากผู้ดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานครตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด และผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนสามคนซึ่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในด้านการบริหารธุรกิจหนึ่งคน ด้านการเงินหนึ่งคน และด้านการค้าและอุตสาหกรรมหนึ่งคนในกรุงเทพมหานคร เป็นกรรมการ และเกษตรจังหวัด เป็นกรรมการและเลขานุการ

(2) ในจังหวัดอื่น ให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัด หรือ รองผู้ว่าราชการจังหวัดที่ผู้ว่าราชการจังหวัดมอบหมาย เป็นประธานกรรมการ ปลัดจังหวัด นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัด พัฒนาการจังหวัด พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัด พาณิชย์จังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด ผู้แทนกรมสรรพากรที่มีสำนักงานตั้งอยู่ในจังหวัดนั้นหนึ่งคน ผู้แทนธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่มีสาขาตั้งอยู่ในจังหวัดนั้นหนึ่งคน ผู้แทนธนาคารออมสินที่มีสาขาตั้งอยู่ในจังหวัดนั้นหนึ่งคน ผู้แทนวิสาหกิจชุมชนจำนวนหกคนซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งได้รับการสรรหาจากผู้ดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนั้น ตามระเบียบที่รัฐมนตรีกำหนด และผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนสามคนซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในด้านการบริหารธุรกิจหนึ่งคน ด้านการเงินหนึ่งคน และด้านการค้าและอุตสาหกรรมหนึ่งคน ในจังหวัดนั้น เป็นกรรมการ และเกษตรจังหวัด เป็นกรรมการและเลขานุการ

มาตรา 21 คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด มีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

(1) เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับนโยบาย มาตรการ และแผนการพัฒนา และส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานครหรือในจังหวัด แล้วแต่กรณี

(2) ประสานงานกับหน่วยงานทางภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานครหรือในจังหวัด แล้วแต่กรณี เป็นไปอย่างมีเอกภาพและมีประสิทธิภาพ

(3) ให้การส่งเสริมและช่วยเหลือในการขอจดทะเบียนสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญาอื่น หรือการใด ๆ เพื่อประโยชน์ของกิจการวิสาหกิจชุมชนในกรุงเทพมหานครหรือในจังหวัด แล้วแต่กรณี

(4) พิจารณาหรือเสนอแนะต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตามที่บัญญัติไว้ในหมวด 4

(5) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่พระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่นบัญญัติให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด หรือตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

การดำเนินการตาม (2) (3) หรือ (4) ของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด จะต้องไม่ขัดหรือแย้งกับนโยบาย มาตรการ หรือแผนการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่คณะกรรมการกำหนดหรือเสนอต่อคณะรัฐมนตรี

มาตรา 22 ให้นำความในมาตรา 14 มาตรา 15 มาตรา 16 และมาตรา 17 มาใช้บังคับแก่กรรมการผู้แทนวิสาหกิจชุมชนและกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดซึ่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือผู้ว่าราชการจังหวัด แล้วแต่กรณี แต่งตั้งโดยอนุโลม เว้นแต่

การพ้นจากตำแหน่งของกรรมการดังกล่าวตามมาตรา 16 (3) ให้พ้นจากตำแหน่งเมื่อผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครหรือผู้ว่าราชการจังหวัด แล้วแต่กรณี ให้ออก ให้นำความในมาตรา 18 และมาตรา 19 มาใช้บังคับแก่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดโดยอนุโลม

มาตรา 23 ให้กรรมการ อนุกรรมการ กรรมการตามมาตรา 20 และกรรมการตามมาตรา 31 ได้รับเบี้ยประชุม ค่าพาหนะ ค่าเบี้ยเลี้ยง ค่าเช่าที่พัก และค่าใช้จ่ายอย่างอื่นในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ตามที่คณะรัฐมนตรีกำหนด

มาตรา 24 ให้กรมส่งเสริมการเกษตรทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการรับผิดชอบงานธุรการ งานประชุม การศึกษาข้อมูล และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงานของคณะกรรมการให้สำนักงานเกษตรจังหวัดทำหน้าที่และรับผิดชอบงานตามวรรคหนึ่งที่เกี่ยวข้องงานของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด

หมวด 4

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

มาตรา 25 วิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการเกษตรแล้วสามารถขอรับการส่งเสริม หรือสนับสนุนจากคณะกรรมการได้ ตามวิธีการที่คณะกรรมการกำหนด

มาตรา 26 ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนระดับปฐมภูมิในการประกอบกิจการอย่างครบวงจร รวมถึงการให้ความรู้และการสนับสนุนในการจัดตั้ง การร่วมมือซึ่งกันและกัน การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำวัตถุดิบทรัพยากรหรือภูมิปัญญาของชุมชนมาใช้ให้เหมาะสมกับกิจการวิสาหกิจชุมชนและ สภาพท้องถิ่นนั้น ๆ หรือการให้ความรู้เกี่ยวกับขบวนการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจทุกด้าน ไม่ว่าการบริหารงานบุคคลการบัญชี การจัดหาทุน หรือการตลาด ทั้งนี้ เพื่อให้กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับปฐมภูมิจึงมีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้

มาตรา 27 ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้แล้วตามมาตรา 26 อย่างต่อเนื่องรวมถึงการให้ความรู้และการสนับสนุนในการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงขึ้นตามความพร้อมและความต้องการของกิจการวิสาหกิจชุมชน เช่น การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกิจการวิสาหกิจชุมชนและการออกแบบที่ทันสมัยตามความต้องการของตลาด การร่วมมือซึ่งกันและกัน หรือให้ความช่วยเหลือในการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านคุณภาพการผลิต การจัดการ และการตลาด เพื่อสร้างความพร้อมให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงยิ่งขึ้น

มาตรา 28 ในกรณีที่วิสาหกิจชุมชนประสงค์จะรวมตัวกันจัดตั้งเป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือดำเนินการจัดตั้งเป็นองค์กรธุรกิจใด ๆ ให้คณะกรรมการให้การสนับสนุนในการจัดตั้ง

การประกอบการ การตลาด รวมทั้งส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือภาครัฐกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน

มาตรา 29 ให้คณะกรรมการส่งเสริมการดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้าหรือการรับรองเกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ ชนิด หรือคุณลักษณะอื่นใดของบริการ เพื่อให้สินค้าหรือบริการของกิจการวิสาหกิจชุมชนเป็นที่เชื่อถือ รวมทั้งปลอดภัยต่อผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ ในการส่งเสริมตามวรรคหนึ่ง ให้คณะกรรมการพิจารณาให้คำปรึกษาหรือให้ความช่วยเหลือแก่กิจการวิสาหกิจชุมชนในการขอจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองตามกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้า หรือให้คำปรึกษาหรือให้ความช่วยเหลืออื่นใดเพื่อความคุ้มครองแก่สินค้าหรือบริการของกิจการวิสาหกิจชุมชนนั้นตามที่เห็นสมควร

มาตรา 30 ในการส่งเสริมและสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชน ให้คณะกรรมการพิจารณาดำเนินการในเรื่องดังต่อไปนี้

(1) ประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การส่งเสริมและสนับสนุนมาตรการที่คณะกรรมการจัดให้มีขึ้นตามมาตรา 26 และมาตรา 27 และการส่งเสริมหรือการสนับสนุนตามมาตรา 28 และมาตรา 29

(2) ให้การส่งเสริมและสนับสนุน หรือประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนแก่กิจการวิสาหกิจชุมชนที่มีปัญหาเกี่ยวกับเงินทุนในการประกอบการ

(3) จัดให้มีการฝึกอบรมหรือการถ่ายทอดความรู้ที่เป็นประโยชน์และเป็นไปตามความต้องการของกิจการวิสาหกิจชุมชน เช่น การฝึกอบรมด้านการจัดการ การบัญชี ภาษีอากร หรือการถ่ายทอดความรู้ หรือเทคโนโลยีด้านการผลิต หรือการตลาด

(4) เสนอแนะให้มีการแก้ไขกฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับใด ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานหรือการส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน

(5) ดำเนินการในเรื่องอื่นใดที่คณะกรรมการเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน

มาตรา 31 ให้มีคณะกรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเป็นประธานกรรมการ และกรรมการอื่นอีกไม่เกินสิบสองคนซึ่งคณะกรรมการแต่งตั้ง มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

(1) ประสานการดำเนินการของกองทุนต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ลดการซ้ำซ้อนที่ไม่เกิดประโยชน์ และส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกัน

(2) ติดตาม และประเมินการดำเนินงานของกองทุนต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับกิจการวิสาหกิจชุมชน

(3) เสนอแนะต่อกองทุนที่เกี่ยวข้องหรือคณะกรรมการเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานหรือการแก้ไขปัญหาเงินทุนในการสนับสนุนกิจการวิสาหกิจชุมชน

(4) ดำเนินการอื่นใดตามที่คณะกรรมการมอบหมาย

ให้นำความในมาตรา 15 มาตรา 16 และมาตรา 17 มาใช้บังคับแก่กรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนซึ่งคณะกรรมการแต่งตั้งโดยอนุโลม เว้นแต่การพ้นจากตำแหน่งของกรรมการดังกล่าว ตามมาตรา 16 (3) ให้พ้นจากตำแหน่งเมื่อคณะกรรมการให้ออก

ให้นำความในมาตรา 18 มาตรา 19 และมาตรา 24 มาใช้บังคับแก่คณะกรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนโดยอนุโลม

มาตรา 32 ในกรณีที่มีกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับใดกำหนดให้กิจการวิสาหกิจชุมชนต้องดำเนินการใดอันเป็นภาระที่ไม่เหมาะสมหรือเกินสมควร คณะกรรมการอาจเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาดำเนินการให้มีการลดภาระดังกล่าวแก่กิจการวิสาหกิจชุมชนได้ตามที่เห็นสมควร

มาตรา 33 ในกรณีที่คณะกรรมการประสานงานกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชนหรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการตามมาตรา 30 แล้วไม่บรรลุผล ให้คณะกรรมการเสนอเรื่องดังกล่าวต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป

บทเฉพาะกาล

มาตรา 34 ในวาระเริ่มแรก ให้นายกรัฐมนตรีดำเนินการเพื่อให้มีการแต่งตั้งกรรมการตามมาตรา 12 (3) และ (4) กรรมการผู้แทนวิสาหกิจชุมชนและกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดตามมาตรา 20 ให้แล้วเสร็จภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

โดยสรุป เป้าประสงค์ของการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนก็เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ ดังนั้นการส่งเสริมจะครอบคลุม

ทุกด้าน ทั้งด้านคุณภาพการผลิต การบริหารจัดการ เงินทุน การตลาด การบรรจุภัณฑ์ การบริหารงานบุคคล การบัญชี การจัดการทุน การวิจัยประเมินผล การจัดการวัตถุดิบ และด้านอื่นๆ โดยพิจารณาส่งเสริมผ่านหน่วยงานภาคเอกชน และส่งเสริมผ่านส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 มีเจตนาที่จะพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้เศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็ง และสามารถพัฒนาตนเองไปสู่การเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสามารถแข่งขันทางการค้าภายใต้โลกาภิวัตน์ได้ต่อไปในอนาคต โดยมีจุดมุ่งหมายให้หน่วยงานภาครัฐต่างๆ ได้ร่วมกันทำงานและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างมีเอกภาพ โดยการให้มีกฎหมายรองรับและรับรองสถานภาพของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างชัดเจน นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐต่างๆ ยังสามารถบูรณาการในการทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นหน่วยเศรษฐกิจฐานราก และเป็นหน่วยเล็กๆ หน่วยงานหนึ่งในสังคม ให้มีความรู้ ความสามารถ พัฒนาตนเอง และนำไปสู่ความอยู่ดีมีสุข มีเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

2.1.3 หลักการ

เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง ซึ่งจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้า ให้ได้รับการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้น

2.1.4 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหมายความว่า คณะบุคคลที่รวมตัวกัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย คือ ต้นทุนและโดยนิยามกว้าง ๆ วิสาหกิจชุมชนคือ การประกอบการขนาดย่อมและขนาดจิ๋วของชุมชนเพื่อการจัดการ “ทุน” ของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง

“ทุนชุมชน” ทุนชุมชนมีทั้งทุนที่เป็นเงิน ทุนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ดิน น้ำป่า ทุนที่เป็นผลผลิตทุนความรู้ภูมิปัญญา ประเพณี วัฒนธรรม ความเป็นพี่น้องและความไว้ใจกันของชุมชน

โดยหลักการของวิสาหกิจชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง และจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้า ให้ได้รับการส่งเสริมด้านความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้

การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการและพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชนให้กลายเป็นระบบเศรษฐกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้นต่อไป เสรี พงศ์พิศ (2545) ได้อธิบายว่า วิสาหกิจชุมชนจะต้องมีลักษณะสำคัญ 7 ประการคือ

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
- 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน
- 3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
- 4) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานภูมิปัญญาสากล
- 5) ดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นระบบ
- 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
- 7) มีการพึ่งตนเองของครอบครัวและชุมชนเป้าหมาย

ประเภทของวิสาหกิจชุมชนอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- 1) วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน อันได้แก่ การดำเนินการต่าง ๆ เพื่อกินเพื่อใช้ในชุมชน เพื่อให้ครอบครัวพึ่งตนเองได้ ให้ชุมชนเกิดความพอเพียงอย่างน้อยให้พออยู่พอกิน หรือพอกินพอใช้เมื่อลดรายจ่าย รายได้ก็เพิ่มขึ้น แปลว่า แม้ทำเพื่อกินเองใช้เองก็ทำให้เกิดรายได้เหมือนกัน และน่าจะดีกว่าอีก เพราะถ้ามุ่งแต่เพิ่มรายได้ โดยไม่เน้นการทำทดแทนการซื้อ เราก็จะมีรายจ่ายมากกว่ารายได้ ซึ่งก็คือ ที่มาของปัญหาหนี้สินหรือสถานการณ์ “ชักหน้าไม่ถึงหลัง” ของผู้คนในขณะนี้

- 2) วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า อันได้แก่ การนำผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเข้าสู่ตลาดบริโภค และรวมไปถึงผลผลิตทั่วไป ที่เหลือกินเหลือใช้ในท้องถิ่นที่นำออกสู่ตลาดบริโภค โดยการปรับปรุงคุณภาพผลผลิต หีบห่อ การตลาด และการจัดวางต่าง ๆ เพื่อให้สามารถ “แข่งขัน” ได้อย่างไรก็ดี ชุมชนต้องไม่กระโดดข้ามขั้น ต้องพัฒนาจากขั้นพื้นฐานไปสู่ขั้นก้าวหน้าทีละขั้น

และทั้งนี้ กฎหมายได้กำหนดให้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอย่างครบวงจรไว้ 3 ระดับ ได้แก่ 1) ระดับปฐมภูมิ ส่งเสริมการจัดตั้ง การให้ความรู้ การศึกษาวิจัยในการนาทุนชุมชนมาใช้เหมาะสม การร่วมมือกันในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ 2) ระดับสูงขึ้นไป ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การรักษาคุณภาพ การศึกษาวิจัยเทคโนโลยีและการตลาด การสร้างความเชื่อถือทางธุรกิจ และความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค การประสานงานแหล่งเงินทุน เพื่อให้สามารถเป็นผู้ประกอบการหรือพัฒนาไปสู่การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไปในอนาคต และ 3) การส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน รัฐจะให้การสนับสนุนการจัดตั้ง

การประกอบการ การตลาด ความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่าย หรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

2.2.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นนโยบายของรัฐบาลที่ช่วยสนับสนุนการพัฒนาชุมชน เพื่อให้ชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งที่มีเอกลักษณ์ มาสร้างเป็นจุดขายของตนเอง

โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” มีแม่แบบจากประเทศญี่ปุ่นในชื่อ โครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ เริ่มที่จังหวัด Oita ประเทศญี่ปุ่น เมื่อ พ.ศ.2522 โดยการริเริ่มของ Mr. Morihiko Hiramatsu ผู้ว่าราชการจังหวัด ที่พบว่าท้องถิ่นของท่านกำลังขาดแคลนประชากรวัยหนุ่มสาวมีปัญหาสาธารณสุขไม่เพียงพอและไม่ได้รับการช่วยเหลือจากรัฐบาลกลาง เพื่อป้องกันคนหนุ่มสาวละทิ้งถิ่นฐานไปหางานทำที่อื่น Mr. Hiramatsu จึงคิดโครงการหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้คนรักถิ่น จัดทำแผนชักจูงอุตสาหกรรมที่ใช้ความรู้และเทคโนโลยีระดับสูงเข้ามาช่วยปรับปรุงโครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โครงการนี้ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาคน เพราะถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อผลสำเร็จของโครงการ มีการจัดตั้งโรงเรียนฝึกอบรมให้คนสามารถพัฒนาตนเอง นำความเจริญมาสู่ท้องถิ่นและใช้ชีวิตผูกพันกับท้องถิ่น เน้นภาคปฏิบัติ ปัจจุบันจังหวัด Oita มีผลิตภัณฑ์ประมาณ 320 ชนิด มูลค่า 50,000 ล้านบาท (พ.ศ. 2542)

สำหรับประเทศไทย โครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่เน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบลที่จัดทำขึ้น โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ การเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีคุณลักษณะของท้องถิ่น และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เข้าสู่มาตรฐานสากล เพื่อขยายขอบเขตตลาดไปสู่ตลาดโลก โดยท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self-reliance) เป็นหลัก ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอุทิศแรงกาย ความคิดสร้างสรรค์ ปรารถนาที่จะใช้ทรัพยากรที่พบในท้องถิ่น ด้วยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและจุดขาย สอดคล้องกับวัฒนธรรม พร้อมทั้งกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ภายในชุมชน เป็นการสร้างอาชีพ สร้างความเจริญให้แก่ชุมชน นำไปสู่การมีรายได้ที่มั่นคงและต่อเนื่อง สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น ประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้ มีความกินดีอยู่ดี และเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น นอกจากนี้

“หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ยังเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อช่วยลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” จึงเป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ



ตราสัญลักษณ์เดิม

ตราสัญลักษณ์ปัจจุบัน

ภาพที่ 2 ตราสัญลักษณ์โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

หลักการพื้นฐาน 3 ประการ ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

- 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
- 2) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
- 3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พุ่มพักประชาชนให้สู้ชีวิต ด้วยความทำทนายและจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศ และทั่วโลก

2.2.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

จากนโยบายของรัฐบาลที่แถลงต่อสภา และตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชน
- 2) สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
- 3) ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- 5) ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

ประเภทผลิตภัณฑ์ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรที่บริโภคสด เช่น พืชผัก ผลไม้ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ทั้งอาหารที่พร้อมบริโภค หรืออาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป รวมถึงอาหารที่พร้อมบริโภค หรืออาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป รวมถึงอาหารแปรรูปที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น น้ำพริก เป็นต้น
2. ประเภทเครื่องดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ สุราแช่ สุรากลั่น เป็นต้น และไม่มีแอลกอฮอล์ รวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่พร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทขงละลาย ขิงผงสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์ประเภทขง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร ชาใบหม่อน ชาจีน เป็นต้น
3. ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติ หรือเส้นใยธรรมชาติผสมเส้นใยสังเคราะห์ เช่น ผ้าแพรวา ผ้าถักโครเชต์ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าเครื่องประดับตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท เช่น ผ้าพันคอ หมวก กระเป๋า เข็มขัด สร้อยคอ ต่างหู รองเท้า เป็นต้น
4. ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเรือน เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องใช้สอยต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจักสาน, ถักสาน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอย เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น
5. ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น
6. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลผลิตจากธรรมชาติที่ไม่ใช่การบริโภค เช่น เครื่องสำอางสมุนไพร สมุนไพร แชมพูสมุนไพร น้ำมันหอมระเหย เป็นต้น

2.2.3 ผลิตภัณฑ์ OTOP –ประเภทอาหาร

อาหารคือสิ่งใดก็ตามที่มนุษย์รับเข้าสู่ร่างกาย (ด้วยการดื่ม กิน หรือฉีด) แล้วเกิดประโยชน์ต่อร่างกายซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอและทำให้กระบวนการต่างๆในร่างกายดำเนินไปอย่างปกติโดยใช้สารอาหารอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างซึ่งเป็นผลทำให้ร่างกายมีความเจริญเติบโต มีกำลังและมีความต้านทานโรค ซึ่งอาหารหลักของคนไทยจำแนกออกได้เป็น 5 หมู่ แต่ถ้าสิ่งใดเมื่อรับประทานแล้วและไม่เป็นประโยชน์หรือให้โทษต่อร่างกาย เช่น สุรา เหล้าเม้าจะไม่เรียกสิ่งเหล่านั้นว่าอาหาร ตามความหมายของพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 หมายถึงของกินหรือเครื่องสำอางชีวิต ได้แก่วัตถุทุกชนิดที่คนกินดื่มหรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใดๆหรือในรูปลักษณะใดๆ แต่ไม่รวมถึงยาวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทหรือยาเสพติดให้โทษตามกฎหมายว่าด้วยการนั้นแล้วแต่กรณี (พระราชบัญญัติอาหาร, 2522)

ประโยชน์ของอาหาร

1. อาหารเสริมทำให้ร่างกายเจริญเติบโตทุกคนต้องการอาหารไปเสริมสร้างความเจริญเติบโตของร่างกาย เพราะการแบ่งเซลล์ในร่างกายนั้นต้องอาศัยสารอาหารประเภทต่างๆที่บริโภคเข้าไป
2. อาหาร เสริมสร้างอวัยวะของร่างกายที่สึกหรอ ทрудโทรม ให้กลับสุขภาพดีในร่างกายวัยผู้ใหญ่ย่อมมีการชำรุดสึกหรอ เช่นเดียวกับเครื่องยนต์ที่ใช้งานมานาน จึงจำเป็นต้องซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอนั้นให้กลับคืนสู่สภาพเดิม ซึ่งการซ่อมแซมนี้ร่างกายจำเป็นต้องอาศัยสารอาหารที่ได้จากการรับประทานอาหาร โดยเฉพาะสารอาหารจำพวกโปรตีน
3. อาหาร ให้พลังงานและความอบอุ่นแก่ร่างกาย เนื่องจากร่างกายต้องทำงานอยู่ตลอดเวลาแม้ในขณะที่หลับนอกจากนี้ในการเผาผลาญอาหารยังช่วยให้มีพลังงานความร้อนเกิดขึ้นด้วย พลังงานความร้อนนี้จะทำหน้าที่ให้ความอบอุ่นแก่ร่างกาย
4. อาหาร ช่วยควบคุมการทำงานของอวัยวะต่างๆ ของร่างกายให้ทำหน้าที่ตามปกติ เนื่องจากแหล่งพลังงานของร่างกายได้มาจากอาหารการทำงานของอวัยวะต่างๆต้องได้รับอาหารที่เหมาะสมจึงทำให้อวัยวะต่างๆทำงานได้ตามปกติ เช่น การทำงานของต่อมไทรอยด์จำเป็นต้องได้รับอาหารที่มีธาตุไอโอดีน ถ้าร่างกายได้รับธาตุไอโอดีนน้อยเกินไปก็จะทำให้ต่อมไทรอยด์ทำงานผิดปกติและเป็นโรคคอพอกได้

ผลิตภัณฑ์ OTOPประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป ซึ่งได้รับมาตรฐาน ออ., GAP, GMP, HACCP, Q mark, มผช., มอก., มาตรฐานเกษตรอินทรีย์, ฮาลาล และมีบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายทั่วไป แยกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- 1) ผลผลิตทางการเกษตรที่ใช้บริโภคสด

- 2) ผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบ และผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น
- 3) อาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป/สำเร็จรูป

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผน

2.3.1 นิยามการวางแผน

สมพร แสงชัย (2530) กล่าวว่า การวางแผน (Planning) เป็นงานและหน้าที่ที่สำคัญในการบริหารงานของหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ทั้งนี้ เพราะปัจจุบันทรัพยากรทางการบริหารมีอยู่อย่างจำกัด และหน่วยงานมาความสลับซับซ้อนมากในการทำงาน ดังนั้น การวางแผนจึงเป็นการเริ่มต้นในการบริหารงานในการสั่งการควบคุมการปฏิบัติ โดยมีวัตถุประสงค์เป้าหมายและการปฏิบัติประสานไปในทางเดียวกัน การวางแผนเป็นกระบวนการในการจัดเตรียมแนวทางการตัดสินใจสำหรับการดำเนินในอนาคตโดยมุ่งหาทางบรรลุเป้าหมายด้วยวิธีที่ดีที่สุด

Gulick (1975, อ้างถึงใน เกษตร วิเชียรเพริศ, 2531: 9-10) กล่าวว่า การวางแผนหมายถึงการกำหนดแนวทางกว้างๆ สำหรับสิ่งที่จะต้องได้รับการดำเนินการให้ลุล่วงแล้วเสร็จไป ตลอดจนการกำหนดวิธีการในการดำเนินการสิ่งเหล่านั้นให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

Swerdlow (1975, อ้างถึงใน เกษตร วิเชียรเพริศ, 2531: 9-10) กล่าวว่า การวางแผนเป็นกระบวนการในการพัฒนาอย่างจริงจังที่มีวัตถุประสงค์เป็นลำดับความสำคัญต่อเนื่องไปของการดำเนินการต่างๆ ในอนาคตเพื่อบรรลุเป้าหมายเฉพาะการวางแผนพัฒนาเป็นความพยายามของรัฐบาลในการดำเนินการเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกวัตถุประสงค์ต่างๆ เกี่ยวกับส่วนร่วมการกำหนดเป้าหมายเฉพาะบางประการและการจัดเตรียมเค้าโครงร่างสำหรับการนำออกปฏิบัติการประสานงานการควบคุมติดตามประเมินผลการดำเนินการพัฒนา

2.3.2 กระบวนการวางแผน (จักรกฤษณ์ นรนิติผดุงการ, 2526: 56)

การวางแผนเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่มีการตัดสินใจร่วมกันเป็นการคาดคะเนในอนาคตและการดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้โดยทางเลือกที่ดีที่สุด การวางแผนจึงประกอบด้วยกระบวนการกว้างๆ ดังนี้คือ

(1) ขั้นตอนการจัดทำแผนประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ คือ

(1.1) การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลด้านต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การบริหาร สิ่งแวดล้อม ตลอดจนทางด้านกายภาพ

- (1.2) การวิเคราะห์ถึงแนวนโยบายตลอดจนคำสั่งและข้อจำกัดในด้านต่าง
- (1.3) การพิจารณาปัญหาความต้องการของท้องถิ่นตลอดจนความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น
- (1.4) การกำหนดวัตถุประสงค์และมุ่งหมายที่สนองต่อความต้องการของประชาชนและสามารถนำไปปฏิบัติได้ด้วย
- (1.5) จัดทำโครงการแผนงานและแผนประจำปีโดยจัดทำรายละเอียดโครงการและแผนปฏิบัติงานเพื่อเสนอของบประมาณ
- (2) **ขั้นการปฏิบัติตามแผน**
 ขั้นการปฏิบัติตามแผนเป็นแผนที่มีความสำคัญมากทั้งนี้เพราะต้องอาศัยการประสานงานระหว่างนักวางแผนกับนักปฏิบัติการปฏิบัติตามแผนมีขั้นตอนต่างๆดังนี้
- (2.1) ศึกษาโครงการ โคนจุดประสงค์แนวทางปฏิบัติความเป็นไปได้และปัญหาอุปสรรคในการดำเนินโครงการ
- (2.2) จัดแบ่งงานความรับผิดชอบทรัพยากรกลยุทธส์สถานที่เวลาตลอดจนบุคคลกร
- (2.3) ควบคุมงาน โดยอาศัยงบประมาณควบคุมหมายกำหนดการการนิเทศงานการสื่อสารการแก้ไขแผนโครงการที่มีปัญหาการรายงานความก้าวหน้า
- (3) **ขั้นติดตามและประเมินผล**
- (3.1) ตรวจสอบและติดตามผลการปฏิบัติงานตามโครงการ
- (3.2) ประเมินผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของโครงการรวมทั้งผลเสียที่จะเกิดขึ้นจากโครงการด้วย
- (3.3) การรายงานผลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบเพื่อปรับปรุงแก้ไขโครงการต่อไป
- (3.4) ประเมินความก้าวหน้าผลกระทบของโครงการเพื่อปรับปรุงแผนสำหรับโครงการต่อไป

2.3.2 หลักการวางแผนพัฒนา

การวางแผนอย่างมีหลักการและถูกต้องตามหลักวิชาการจะทำให้ได้แผนงานที่มีความสมบูรณ์และสามารถนำไปปฏิบัติงานได้อย่างสัมฤทธิ์ผลซึ่งหลักการพื้นฐานของการวางแผนที่ดีและมีประสิทธิผลเพื่อบรรลุผลสำเร็จของการวางแผนซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวไว้ดังต่อไปนี้

Etzioni (1973, อ้างถึงใน ประสงค์ พิพิธกิจจา, 2534) ได้เสนอแนะว่าวิธีวางแผนจะผันแปรไปตามสภาพสิ่งแวดล้อมได้แก่สถาบันของรัฐบาลที่รับผิดชอบต่อการวางแผนระบบการวางแผนของประเทศข้อมูลและผู้ที่ทำหน้าที่วางแผนซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการกำหนดวิธีการหรือพฤติกรรมของการวางแผน

ประสิทธิ์ ดงยั้งศิริ (2527) ได้กล่าวถึงหลักการพื้นฐานของการวางแผนพัฒนาว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการคือจุดมุ่งหมายเครื่องมือหรือการกระทำและคน โดยคนจะเป็นผู้กำหนดจุดมุ่งหมายและเครื่องมือหรือวิธีการเพื่อให้สามารถดำเนินงานให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ การตัดสินใจของคนจึงต้องเป็นไปอย่างมีเหตุมีผล โดยก่อนที่จะตัดสินใจต้องมีการพิจารณาทางเลือกต่างๆเท่าที่มีเสียก่อน

แล้วจึงเลือกทางเลือกที่มีความเป็นไปได้ภายใต้สภาพการณ์และจุดมุ่งหมายที่ต้องการในการนี้ จะต้องมีการพิจารณาเปรียบเทียบถึงผลดีผลเสียของแต่ละหนทางเลือกเสียก่อนแล้วจึงเลือกหนทางเลือกที่ดีที่สุดด้วยเหตุนี้การวางแผนจึงมีลักษณะที่สำคัญดังนี้

1) การวางแผนเกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้ความรู้ด้านเทคนิควิชาการเพื่อค้นหาปัญหาเครื่องมือและคาดคะเนถึงผลที่จะเกิดขึ้นจากการใช้เครื่องมือเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายที่ต้องการ การวางแผนจึงเป็นรากฐานทางวิชาการให้กับผู้ที่ทำหน้าที่ทางด้านการตัดสินใจได้เป็นอย่างดี

2) การวางแผนมีลักษณะของความสมบูรณ์แบบในตัวเองกล่าวคือนักวางแผนจะพิจารณาหนทางเลือกต่างๆเท่าที่มีและผลที่จะเกิดขึ้นตามแต่ละหนทางเลือกกล่าวอีกนัยหนึ่งนักวางแผนจะต้องพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ก) และจุดมุ่งหมาย ข) หนทางและผลที่จะเกิดขึ้นของแต่ละหนทาง

3) การวางแผนมีลักษณะเป็นเครื่องมือเพื่อการจัดการทรัพยากรคือเป็นเครื่องมือเพื่อช่วยให้การจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพที่สุดภายใต้กรอบของความสมบูรณ์ ตามข้อ 2 ข้างต้น

Kulp (1970, อ้างถึงใน ประสิทธิ์ ประคองศรี, 2538) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการวางแผนดังนี้

1) ความชัดเจนและเป็นไปได้ (Concreteness) แผนงานนั้นจะเป็นเครื่องมือที่จะนำไปสู่ความสำเร็จตามนโยบายของรัฐแผนควรกำหนดขึ้นโดยอาศัยตัวเลขหรือข้อมูลที่สมบูรณ์เป็นจริงและถูกต้องในแผนงานไม่เขียนเฉพาะวัตถุประสงค์ปัจจัยที่ใช้หรือผลที่ได้จากแผนเท่านั้น ทั้งยังต้องเขียนขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ชัดเจนเป็นที่เข้าใจของทุกคนที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ดังกล่าวแผนงานจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนสมบูรณ์และมีลักษณะที่ (1) สามารถปฏิบัติและวัดผลการปฏิบัติตามแผนได้ (2) เหมาะสมกับทรัพยากรที่ต้องใช้ที่มีอยู่เช่นเงินและเวลา (3) อยู่

ในขอบเขตของนโยบายหรือแผนงานใหญ่ (4) มีลักษณะที่จูงใจให้ผู้เกี่ยวข้องสนใจและเต็มใจที่จะทำงาน

2) ควรกำหนดวิธีการไว้ให้เลือกพอสมควรเพื่อที่จะให้ผู้เกี่ยวข้องได้มีโอกาสเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสภาพการณ์และให้ได้ผลตามเป้าหมายให้มากที่สุดเพราะตามหลักความจริงที่ว่าไม่มีการวางแผนงานใดที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการดำเนินงานบรรลุความต้องการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการกำหนดนโยบายต้องมีนโยบายกว้างๆเพื่อเป็นพื้นฐานรับและเสริมความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของแผนงาน

3) ควรมีการจัดระบบงานจัดสรรปัจจัยที่ใช้ในการทำงานตามแผนอย่างเพียงพอ และเหมาะสมเช่นคนเงินวัสดุสถานที่และเวลาเป็นต้นถ้ามีเวลาในการวางแผนน้อยหรือแผนงานที่จะวางมีลักษณะที่ครอบคลุมแคบการวางแผนนั้นไม่จำเป็นต้องมีการประสานงานกันหลายหน่วยงานมากนักต้องกำหนดขอบเขตแห่งอำนาจหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานทั้งยังจะต้องให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ปฏิบัติงานเข้าใจอย่างแจ่มแจ้งถึงอำนาจและหน้าที่ของตนถ้าแผนงานมีความครอบคลุมกว้างต้องการความร่วมมือประสานงานกันอย่างใกล้ชิดการวางแผนควรระดม (Mobilize) บุคคลหลายๆด้านที่มีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ความสามารถในการวางแผนตามลักษณะของงานนั้นจัดตั้งเป็นคณะกรรมการและมีการประชุมกันทั้งนี้จะต้องมีศูนย์อำนาจเพื่อการบังคับบัญชาในการวางแผนด้วยถ้าหน่วยงานที่วางแผนมีผู้เชี่ยวชาญที่ไม่ดีพอหรือไม่มีเลยอาจจะต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายเพื่อว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญจากแหล่งอื่นได้

4) จะต้องง่ายต่อการประเมินผลในแผนงานทำงานจะต้องมีการกล่าวถึงลักษณะวิธีการติดตามวัดและประเมินผลงานการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานควรจะทำทั้งในระหว่างมีการปฏิบัติงานตามแผนและประเมินผลงานสุดท้ายเมื่อปฏิบัติงานตามแผนเสร็จสิ้นตามโครงการทั้งยังกำหนดให้ผู้ปฏิบัติงานรายงานผลการปฏิบัติเป็นระยะอย่างสม่ำเสมอเพื่อควบคุมจะได้เปรียบเทียบผลงานที่ปฏิบัติได้จริงกับที่ได้กำหนดเอาไว้เมื่อพบปัญหาในการดำเนินงานจะหาแนวทางแก้ไขต่อไปและจะต้องวางมาตรการเพื่อวัดผลงานเอาไว้ด้วย

5) เมื่อมีการวางแผนเสร็จสิ้นลงและก่อนนำแผนไปปฏิบัติจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้บุคคลในหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้องได้ทราบความจริงที่เป็นไปและลักษณะแผนรวมถึงกิจกรรมต่างๆที่เป็นส่วนประกอบของแผนงานนั้น

6) ความอ่อนไหวหรือความยืดหยุ่นของกิจกรรมการวางแผนซึ่งมีความหมายว่าผู้วางแผนควรมีอิสระในการกำหนดแผนพอสมควรไม่ใช่อิสระจากผู้ผูกพันแนวความคิดหรืออยู่ในกรอบของนโยบายและกฎเกณฑ์ข้อบังคับต่างๆที่ผู้มีอำนาจอนุมัติแผนมอบหมายมากเกินไปโดย

ปกติแล้วผู้ที่มิอำนาจอนุมัติควรจะรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะตลอดจนความรู้บางอย่างจากผู้ได้บังคับบัญชาด้วยเพื่อที่จะสามารถมองเห็นภาพที่ชัดเจนของการวางแผน

2.3.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการวางแผน

แม้ว่าผู้ที่ทำหน้าที่วางแผนจะมีคุณลักษณะที่เหมาะสมสามารถวางแผนให้มีองค์ประกอบของแผนที่สมบูรณ์ตามแนวคิดพื้นฐานของการวางแผนก็ตามแต่ยังไม่เพียงพอที่จะบ่งชี้ถึงประสิทธิภาพในการวางแผนได้ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของแผนนั้น Strau (1968, อ้างถึงใน ประชุม รอดประเสริฐ, 2535) ได้เสนอว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของแผน ได้แก่การจัดทำแผนหรือร่างแผนไว้อย่างรอบคอบการชี้แจงแผนเพื่อให้เกิดการปรับแผนให้ยืดหยุ่นเพื่อให้สามารถดำเนินการได้การนำแผนไปใช้และการควบคุมการดำเนินงานของแผนแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้

1) การจัดทำแผน (Design) หมายถึงการจัดทำแผนงานให้มีรายละเอียดที่สามารถดำเนินการได้โดยบ่งชี้อย่างชัดเจนว่าแผนงานนั้นเป็นแผนอะไรต้องการทำอะไรอย่างไรใครเป็นผู้รับผิดชอบที่จะต้องทำและแผนงานนั้นจะเริ่มทำเมื่อใดและที่ไหน

2) การชี้แจงแผน (Communication) เมื่อแผนได้รับการจัดทำหรือร่างขึ้นเป็นที่เรียบร้อยแล้วแผนนั้นจะต้องได้รับการชี้แจงให้ผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบและเข้าใจโดยละเอียดการชี้แจงแผนให้เป็นที่เข้าใจยอมทำให้แผนนั้นได้รับการยอมรับการสนับสนุนและง่ายต่อการปฏิบัติ

3) การปรับแผน (Flexibility) เมื่อแผนได้ถูกชี้แจงให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบแล้วหากปรากฏว่าเกิดการวิพากษ์วิจารณ์และผู้เกี่ยวข้องได้ชี้ให้เห็นถึงความบกพร่องหรือมีการท้วงติงเสนอแนะหรือคาดว่าจะมีปัญหาเกิดขึ้นแผนนั้นจะต้องได้รับการปรับปรุงหรือให้มาตรการยืดหยุ่นในการนำไปใช้เพราะหากไม่ปรับแผนให้มีความยืดหยุ่นแล้วจะเป็นสาเหตุอย่างสำคัญที่ทำให้แผนเกิดความล้มเหลวอันจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่หน่วยงานได้

4) การนำแผนไปใช้ (Implementation) เมื่อแผนได้รับการปรับปรุงแล้วแผนก็จะถูกนำไปใช้ปฏิบัติเพื่อให้ได้ผลตามที่ประสงค์อย่างไรก็ดีแผนจะบรรลุถึงความสำเร็จมากน้อยเพียงใดฝ่ายบริหารจะต้องให้การสนับสนุนทั้งกำลังคนกำลังทรัพย์และรวมถึงกำลังใจของผู้บริหารเองอย่างต่อเนื่อง

5) การควบคุมแผน (Control) เมื่อแผนนำไปใช้แล้วทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะต้องติดตามตรวจสอบและประเมินผลว่าการดำเนินงานตามแผนในแต่ละขั้นตอนมีปัญหาอุปสรรคใดๆหรือไม่หากพบปัญหาจากจุดหนึ่งจุดใดในกระบวนการปัญหานั้นจะต้องได้รับการแก้ไขโดยทันทีรวมทั้งจะต้องรับฟังข้อเสนอแนะต่างๆเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของแผนให้ดียิ่งขึ้น

ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของแผนคือการจัดทำแผนหรือการวางแผนที่ดี

2.4 ทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม

“ผู้ประกอบการ” (Entrepreneur) เป็นคำ ที่สังคมไทยหยิบยืมมาจากต่างประเทศ ถ้าจะทำความเข้าใจถึงแก่นความคิด และความหมาย จำเป็นต้องรู้ที่มาที่ไปของรากศัพท์คำนี้อย่างถ่องแท้เสียก่อน ซึ่งมีรากศัพท์มาจากภาษาฝรั่งเศส

Entrepreneur ฝั้้นมาจากกิริยา “entre + prendre”

“Entre” หมายถึง “อยู่ระหว่าง”

“Prendre” หมายถึง “การเอาการเอางาน”

“Entre + prendre” ย่อมมีนัยยะถึง “การลงมือกระทำการ”

ความหมาย “ผู้ประกอบการ” (Entrepreneur) ที่ยังไม่ได้ผ่านการปรุงแต่งย่อมมีนัยยะถึง “บุคคลผู้อยู่ระหว่างลงมือกระทำการใดๆ ด้วยความเพียรเพื่อชนะหรือเพื่อ โน้มน้ำวให้เกิดความเชื่อ”

ผู้ประกอบการสังคม คือ บุคคลที่มีวิธีการใหม่ในการแก้ปัญหาสังคมที่เร่งด่วนบุคคลเหล่านี้มีความมุ่งมั่นและยืนหยัดในการแก้ไขปัญหาที่สำคัญ และเสนอแนวคิดใหม่เพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคมในวงกว้างแทนที่จะปล่อยให้การแก้ไขปัญหาสังคมเป็นหน้าที่ของภาครัฐหรือภาคธุรกิจผู้ประกอบการสังคมมุ่งมั่นที่จะร่วมแก้ไขปัญหาโดยการเปลี่ยนแปลงระบบเผยแพร่วิธีการทำงานและจูงใจให้คนในสังคมยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ผู้ประกอบการสังคมมักหมกมุ่นอยู่กับความคิดของตน และยืนหยัดที่จะเปลี่ยนแปลงวิธีการ ทำงานทางสังคมในด้านที่เขาทำ บุคคลเหล่านี้เป็นผู้วิสัยทัศน์และเป็นนักปฏิบัติที่มุ่งมั่น จะนำวิธีการแก้ไขปัญหาที่เป็นจริงมาสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคมตามวิสัยทัศน์ของเขา

ผู้ประกอบการ สังคมแต่ละคนนำเสนอความคิดที่เข้าใจได้ง่าย และมีจริยธรรม นอกจากนี้พวกเขายังแสวงหาการสนับสนุนจากสังคมวงกว้าง เพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนลุกขึ้นมายอมรับและนำความคิดไปปฏิบัติให้มากที่สุด กล่าวอีกนัยหนึ่งคือผู้ประกอบการสังคมแนวหน้าทุกคน เป็นผู้คัดสรรผู้เปลี่ยนแปลงทางสังคมในชุมชน ซึ่งได้แก่บุคคลที่เป็นแบบอย่างและสามารถพิสูจน์ให้เห็นว่า ประชาชนที่มีความพยายามจะแปรความคิดที่มุ่งมั่นของเขาให้เป็นการปฏิบัติสามารถจะทำได้

2.4.1 ตัวอย่าง ผู้ประกอบทางสังคมกับจิตวิญญาณอันร้อนแรงในการสร้างสังคมที่เป็นธรรมและยั่งยืน

พวงค์ และระวีวรรณ ศรีทอง พัฒนาโครงการฝึกประสานใจหรือระบบสมาธิรับฝักรายปีของผู้บริโภคโดยกลุ่มผู้บริโภคจ่ายเงินค่าสมาธิล่วงหน้าถือเป็นการร่วมลงทุนกับกลุ่มเกษตรกรสัญชาติกะเหรี่ยงในจังหวัดกาญจนบุรีในการปรับรูปแบบการผลิตเป็นเกษตรอินทรีย์ที่ช่วยให้พวกเขาสามารถหลุดพ้นจากวงจรความยากจนหนี้สินและความเจ็บป่วยจากเกษตรเคมีและยังสามารถดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อตนเองและสิ่งแวดล้อมได้

ฮันน์ และวัลลภา แวนวิลเลี่ยนส์เวิร์ด กับบทบาทการเสิร์ฟอาหารสมองอาหารใจและอาหารชีวิตที่สร้างความสมดุลและเกื้อกูลระหว่างมนุษย์และสิ่งแวดล้อมผ่านสำนักพิมพ์สวนเงินมีมาที่มุ่งเปลี่ยนความคิดของคนในสังคมให้หันมามองการพัฒนาที่ยั่งยืนและสมดุลทั้งกายใจ และจิตวิญญาณและผ่านการสร้างเครือข่ายตลาดสีเขียวเพื่อเปิดช่องทางการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลระหว่างเกษตรกรอินทรีย์กับผู้บริโภค

สหกรณ์กรีนเนท พัฒนาและเชื่อมโยงตลาดเกษตรอินทรีย์ของไทยกับตลาดโลกเพื่อให้สามารถรองรับผลผลิตจากเกษตรกรรายย่อยที่ทำเกษตรอินทรีย์ได้ในปริมาณที่มากขึ้น โดยเป็นการตลาดภายใต้แนวคิด “การค้าที่เป็นธรรม” (Fair Trade) ที่เกษตรกรไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบเรื่องราคาสินค้ามีผลกำไรที่เหมาะสมพร้อมกับการทำหน้าที่ของนักจัดการห่วงโซ่อุปทานสอดคล้องการทำตลาดอินทรีย์ที่เป็นธรรมมากขึ้นด้วยการบ่มเพาะความรู้เทคนิคการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชน

2.5 แนวคิดการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ

บุญทวารณ วิงวอน (2555: 200) ได้กล่าวถึงผู้ประกอบการว่าเป็นบุคคลที่ทำหน้าที่ในการใช้โอกาสที่มีอยู่ในตลาดและมีส่วนเกี่ยวข้องพันกับการจัดหาและนำเอาทรัพยากรมาใช้ประโยชน์ ผู้ประกอบการคือผู้ที่แบกรับความเสี่ยงในระหว่างแสวงหาโอกาสและเกิดความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมนอกจากนั้นผู้ประกอบการยังทำหน้าที่ในการบริหารกิจกรรมของตนเองรวมถึงการบริหารงานประจำ

อย่างไรก็ตามชัยยุทธ เลิศพาชิน (2555: 5) ยังได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการสามารถแบ่งได้เป็น 8 ด้าน (1) เป็นผู้ใฝ่หาความสำเร็จ (2) เป็นผู้มีควมรับผิดชอบ (3) เป็นผู้อยอมรับความเสี่ยง (4) เป็นผู้มีเชื่อมั่นในตนเอง (5) เป็นผู้ตอบสนองรวดเร็ว (6) เป็นผู้มีควมยืดหยุ่นและอดทน (7) เป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ดีและ (8) เป็นผู้มีควมรู้ประสพการณ์ผู้วิจัสามารถสรุปได้ว่า

ผู้ประกอบการคือบุคคลที่มีบทบาทในการใช้โอกาสที่มีอยู่ในตลาดโดยการจัดหาและนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในธุรกิจพร้อมทั้งเป็นผู้แบกรับความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจอีกทั้งต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถรอบด้านจากการสั่งสมจากประสบการณ์และการเรียนรู้จากพันธมิตรไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหารจัดการการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันและมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่สู่ตลาดตลอดเวลา

2.5.1 การยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน (Upgrade and create sustainable entrepreneur)

แนวคิดในการพัฒนาผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพ และความเข้มแข็งนั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาทั้งในด้านการเพิ่มจำนวน และสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มของผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ตลอดจนการยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน จึงนำมาซึ่งกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการไทยใน 4 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการ SME (Build SME) โดยดึงดูดให้ประชาชนให้ความสนใจในการพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการไทยในรูปแบบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูงให้กับสินค้าและบริการ
2. สร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ SME (Strengthen SME) ในกลุ่มผู้ประกอบการที่เริ่มต้นดำเนินงาน และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ก็ถือได้ว่าเป็นประเด็นที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยจะต้องพัฒนาให้ผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าวให้สามารถพึ่งพาตนเอง และมีความพร้อมรับกับสถานการณ์ต่างๆที่จะเกิดขึ้นได้
3. ยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการ (Upgrade Entrepreneur) มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผู้ประกอบการไทยที่มีความเข้มแข็ง เพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันจากตลาดภายในประเทศไปสู่ตลาดต่างประเทศ
4. สร้างความยั่งยืนของผู้ประกอบการไทย (Sustain Entrepreneur) มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพทางการแข่งขันในระดับสากลให้สามารถรักษาระดับศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายธุรกิจ

Business to business networking” หมายถึง วิธีการร่วมมือระหว่างธุรกิจหลาย ๆ แห่ง ในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนวิธีการสร้างความสัมพันธ์ และการทำธุรกิจร่วมกัน ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจเครือข่ายนั้น สามารถทำงานที่แต่ละคน ทำตามลำพังไม่ได้ โดยที่ธุรกิจเครือข่ายทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน เสมือนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะดำเนินการร่วมกัน เพื่อประโยชน์ร่วมกัน จึงมีความสามารถสูงกว่า ประสิทธิภาพสูงกว่า ความคล่องตัวสูงกว่า และความคิดริเริ่มดีกว่า ที่ธุรกิจแต่ละแห่งจะทำตามลำพัง ธุรกิจเครือข่าย จะทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถอยู่รอด และแข่งขันกับธุรกิจระดับโลกได้ การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ เป็น “เทคโนโลยี” ทางการจัดองค์กร เพื่อให้ วิสาหกิจขนาดเล็กละเอียด ๆ แห่ง รวมตัวเพื่อให้ได้ประโยชน์เท่ากับ วิสาหกิจขนาดใหญ่ ในด้านที่รวมตัวกัน ในขณะที่ยังคงรักษาจุดเด่นของธุรกิจขนาดเล็กไว้ ในด้านที่ได้ได้รวมตัวกันด้วย การจัดองค์กรเช่นนี้ จะต้องออกแบบให้เหมาะสมกับสภาพในท้องถิ่น คือสภาพของภาคอุตสาหกรรม economic sectors สภาพของนักธุรกิจ entrepreneurs และ วัฒนธรรมของกลุ่ม business cultures

2.6.1 รูปแบบการสร้างเครือข่าย

- การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการจัดหาวัตถุดิบและชิ้นส่วน (Procurement)
- การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการติดต่อกับแหล่งวัตถุดิบและชิ้นส่วน (Suppliers relations)
- การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการวิจัย การออกแบบ และการพัฒนาสินค้า และเทคโนโลยี (Research, Design, and Development of Products and Technology)
- การสร้างเครือข่ายการวางระบบงานด้านเทคโนโลยีทางการบริหาร (Management Technology)
- การวางแผน Planning และ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) ร่วมกัน
- การสร้างเครือข่ายการใช้เทคโนโลยีข่าวสารที่ทันสมัยระดับโลก (Information Technology): Processing Technology เทคโนโลยีการอบแห้ง (Drying Technology) หรือเทคโนโลยีการหีบห่อ (Packaging) ร่วมกัน
- การสร้างเครือข่ายระบบงานด้านการบริหาร (Management Systems) ร่วมกัน เช่น ระบบ ISO9000, HACCP และ Energy Saving

- การสร้างเครือข่ายการเตรียมบุคลากร และการฝึกอบรม ให้มีทักษะทางการบริหาร และมีเทคโนโลยี ที่เหมาะสม (Training)
- การสร้างเครือข่ายข้อมูลการตลาด (Logistics) การคลังสินค้า (Warehousing) และการจำหน่าย (Distribution)
- การสร้างเครือข่ายข้อมูลการตลาด (Marketing Intelligence)
- การสร้างเครือข่ายการตลาดที่ทันสมัยเพื่อการแข่งขันกับธุรกิจระดับโลก (Marketing)
- การสร้างเครือข่าย (Export)
- การสร้างเครือข่ายการบริการหลังการขาย (After-sale Service) และการเรียกเก็บเงิน

2.6.2 ประโยชน์ของการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

ประโยชน์ที่สำคัญคือ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่รวมตัวกันเป็นเครือข่าย ทั้งทางด้านอุปกรณ์ทางการผลิต และระบบทางการบริหาร จะสามารถแข่งขันได้เสมือนธุรกิจขนาดใหญ่ โดยยังรักษาความคล่องตัว และความเข้าถึงสภาพในท้องถิ่นได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

2.6.3 ความหมายของเครือข่ายประเภทผลิตภัณฑ์ (Cluster)

เครือข่าย OTOP หมายถึง กลุ่มต่างๆ ในการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) นั่นคือ กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 5 ประเภทผลิตภัณฑ์ คือ

1. อาหาร
2. เครื่องดื่ม
3. ผ้า เครื่องแต่งกาย
4. ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก
5. สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

2.6.4 ความสำคัญของเครือข่าย OTOP

เหตุที่ต้องมีเครือข่าย OTOP เพราะส่งผลให้เกิด

1. พลังในการขับเคลื่อนการรวมเป็นกลุ่มบางครั้งอาจส่งผลให้เกิดความขัดแย้ง แต่ภายใต้ความขัดแย้งทำให้เกิดความคิดที่แตกต่างออกไป ภายใต้ความคิดที่แตกต่างเหล่านี้จะอย่างไรจึงจะให้เกิดพลัง ถ้ามีการใช้ความขัดแย้งให้ถูกทางจะทำให้เกิดพลัง
2. พลังเกิดจากการผนึกร่วมมือกัน แนวคิดการทำเครือข่าย คือทุกคนมีดีอยู่แล้ว แล้วเอาความดีของแต่ละคนมาผนึกกันมันจะช่วยให้ดียิ่งขึ้น พลังทำให้เกิดความคิด

โดยสรุปความสำคัญของเครือข่าย OTOP คือ ทำให้เกิดพลังในการขับเคลื่อน และมีการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน

2.6.5 การดำเนินงานเครือข่าย OTOP

เครือข่าย OTOP เกิดจากการรวมตัวระหว่างผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ สินค้า OTOP โดยมีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญคือ การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ด้วยการสร้างโอกาสให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ได้มีเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการพัฒนาการผลิตและการประกอบการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มีคุณภาพและมาตรฐานที่สามารถแข่งขันได้ในเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้การเกิดขึ้นของเครือข่ายยังเป็นช่องทางหรือโอกาสที่จะช่วยส่งเสริมให้คนในชุมชนท้องถิ่นได้มีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น จากรุ่นสู่รุ่นอันเป็นการอนุรักษ์องค์ความรู้ที่ได้รับการสั่งสมให้ดำรงอยู่และสามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นได้อีกทางหนึ่ง

การส่งเสริมสินค้า OTOP ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีการพัฒนาด้านการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ อย่างเป็นระบบและยั่งยืน มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ คือการสร้างโอกาสให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ จัดแสดงผลงานที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และการได้รับคำแนะนำจากภาครัฐ ภาคเอกชน ในการดำเนินงาน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งกลไกการขับเคลื่อนการดำเนินงาน โครงการฯ ที่ส่งผลให้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง คือ การจัดตั้งเครือข่าย OTOP ในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด และระดับประเทศ

2.6.6 กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ได้ประโยชน์อะไรจากการเป็นเครือข่าย

1. จะเป็นการร่วมกันสนับสนุนส่งเสริมทั้งด้านวัตถุดิบ อุปกรณ์ทางการผลิต และระบบทางการบริหาร
2. ส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งสามารถแข่งขันได้เสมือนธุรกิจขนาดใหญ่ โดยยังรักษาความคล่องตัว และความเข้าถึงสภาพในท้องถิ่นได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่
3. ส่งเสริมกิจกรรมตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ

2.6.7 บทบาทหน้าที่ของเครือข่าย OTOP

กรมการพัฒนาชุมชนได้กำหนดบทบาทของเครือข่าย OTOP ไว้ดังนี้

1. ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคณะกรรมการเครือข่าย สมาชิกเครือข่าย และกลุ่ม/ผู้ประกอบการสินค้า OTOP

2. พัฒนาผลิตภัณฑ์

3. ส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาด

4. เสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มที่เป็นสมาชิก

5. สร้างพลังต่อรอง

ข้อควรคำนึงในการสร้างเครือข่าย

- จะต้องมีแม่ข่าย (คณะกรรมการกลาง)
- จะต้องมีลูกข่าย (คณะกรรมการแต่ละประเภท)
- จะต้องมีระเบียบ/ข้อบังคับของเครือข่าย
- จะต้องมิจิจกรรมเคลื่อนไหว เช่น
 - กิจกรรมการประชุม/สัมมนา
 - กิจกรรมฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้
 - กิจกรรมการจัดหาทุนกองกลาง
 - กิจกรรมส่งเสริมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ
 - กิจกรรมการสื่อสาร เช่น Website หนังสือนิวส์สาร , จุลสาร ฯลฯ

ข้อดีของการสร้างเครือข่ายประเภทผลิตภัณฑ์

- มีพลังการผลิต
- มีพลังการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์
- มีพลังในการเรียนรู้
- มีพลังในการจำหน่าย
- มีพลังในการบริหารจัดการ
- มีพลังในการสร้างตราสินค้า

ปัจจุบัน กรมการพัฒนาชุมชนมีเครือข่าย OTOP ทุกระดับ จำนวนทั้งสิ้น 959 เครือข่าย คือ

เครือข่าย OTOP ระดับอำเภอ 878 อำเภอ

เครือข่าย OTOP ระดับจังหวัด 76 จังหวัด

เครือข่าย OTOP ระดับภาค 4 ภาค

เครือข่าย OTOP ระดับประเทศ

2.7 แนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบในการแข่งขันหรือ Competitive advantage คือ สิ่งที่เป็นความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวเองมาก่อนที่เลียนแบบความสามารถของเราได้ เช่น นวัตกรรม ระบบการจัดการภายในองค์กร ระบบการบริหาร องค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นต้น

ปัจจัยที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดในการทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันก็คือ ความรู้ (Knowledge) ที่องค์กรต้องพยายามสร้างขึ้นมา ด้วยการเรียนรู้ (Learning) และพัฒนาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ให้ได้ จากนั้นผู้บริหารต้องดึงเอาความรู้ต่างๆ ที่บุคลากรมี เพื่อมาสร้างนวัตกรรม (Innovation) ให้กับองค์กรต่อไป เมื่อองค์กรสามารถสร้างนวัตกรรม พร้อมทั้งมีการจัดการที่ดีในด้านต่าง ๆ แล้ว ก็จะทำให้องค์กรสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ได้ และตามทฤษฎี Michael E. Porter การสร้างกลยุทธ์ที่สำคัญของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย

2.7.1 กลยุทธ์ต้นทุน (Cost Strategy)

พิจารณาสภาพแวดล้อมภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คู่แข่งขันทางธุรกิจมาเป็นแนวทางในการลดต้นทุนทางการจัดการขององค์กร เช่น ผลិតสินค้าที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพขณะที่ต้นทุนถูกกว่าคู่แข่ง การลดเวลาของกระบวนการทำงานให้สั้นลง แต่ค่าใช้จ่ายในการตอบแทนพนักงานเท่าเดิม เป็นต้น

กลยุทธ์การลดต้นทุน (Cost Reduction) เป็นเทคนิคนำมาใช้เพื่อให้การบริหารจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินการขององค์กรเป็นไปอย่างประหยัดและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด สามารถขายสินค้าและบริการได้ในระดับราคาต่ำกว่าคู่แข่ง

กลยุทธ์การลดต้นทุน ทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่ง
2 ประการคือ

1. ความได้เปรียบด้านราคา องค์กรธุรกิจที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า สามารถกำหนดราคาของสินค้าได้ต่ำกว่าคู่แข่ง
2. ความได้เปรียบด้านการทำกำไร การลดต้นทุนย่อมสามารถมีกำไรได้มากกว่าเมื่อจำหน่ายสินค้าและบริการในปริมาณคุณภาพใกล้เคียงกันและในระดับราคาเดียวกัน

2.7.2 กลยุทธ์ความแตกต่าง (Differentiate Strategy)

การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งทางธุรกิจ จะทำให้เป็นเอกลักษณ์ขององค์กรที่เกิดจากกระทำการ ซึ่งเป็นการได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ อาจจะเป็นความแตกต่างในกระบวนการทำงานขององค์กร หรือสินค้าและบริการ แต่ทั้งนี้ความแตกต่างดังกล่าวจะต้องแสดงให้เห็นถึงประสิทธิผลและประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) หมายถึง การสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในตัวสินค้าและบริการ ที่นำมาซึ่งความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น เป็นกลยุทธ์ที่ควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาตลอดเวลา เพราะคุณค่าที่เคยมีในอดีตอาจไม่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคเมื่อเวลาเปลี่ยนไป เหตุผลที่ต้องพัฒนาตลอดเวลา เพราะการแข่งขันในตลาดมีสูงมาก และสินค้าและบริการที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบันมีความคล้ายคลึงกันมาก ธุรกิจจึงต้องสร้างสินค้าและบริการให้แตกต่างจากคู่แข่งเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น โดยมีวัตถุประสงค์ชัดเจนในการสร้างให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

2.7.3 กลยุทธ์การมุ่งจุดสนใจ (Focus Strategy)

ในกลยุทธ์นี้อาจแยกออกได้เป็นการมุ่งจุดสนใจที่ลูกค้า ซึ่งอาจจะเป็นเด็ก ผู้หญิง คนแก่ วงการแพทย์ ฯลฯ เช่น บริษัท Tyco บริษัทผลิตของเล่น จะมีการออกแบบและสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ตลอดเวลา และมีกลยุทธ์ในการเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีการพัฒนาตลอดเวลาด้วย เพื่อตอบสนองลูกค้าที่มีสถานภาพเปลี่ยนไป เช่น เด็กที่โตมากขึ้น มีรายได้มากขึ้น มีการศึกษามากขึ้น อาจลืมนิสัยที่ตนเองเคยผูกพันในอดีตได้ ดังนั้นบริษัท Tyco จะทำการศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคของลูกค้าและศึกษาการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา เพื่อให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าดังกล่าวได้ ทำให้มีการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ในบางองค์กรอาจมีความเชี่ยวชาญพิเศษ เช่น บริษัท Tiffany ที่มุ่งจุดสนใจผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์เน้นการออกแบบตอบสนองลูกค้าที่มีรายได้สูง ด้วยการนำเสนอสินค้าประเภทเครื่องประดับที่หรูหรา แสดงออกถึงความมั่งคั่งสูงใน กรณีที่เป็นการมุ่งจุดสนใจที่ตัวผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาตัวเองสู่ความเป็นหนึ่ง ในอุตสาหกรรมนั้น ระดับของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สังเกตได้จาก สัดส่วนการลงทุนในเรื่องการวิจัยและพัฒนา ในกรณีของบริษัทผลิตยาและเวชภัณฑ์ที่มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญ เช่น บริษัท Astra มุ่งการวิจัยและพัฒนาการรักษาโรคระเพาะอาหาร โดยมีตัวยาที่มีชื่อเสียงมากคือ Losec

การมุ่งจุดสนใจที่ตลาด เป็นอีกมิติหนึ่งในเชิงธุรกิจ ตลาดดังกล่าวอาจจะเป็นตลาดที่เกิดใหม่ ตลาดที่มีการอิ่มตัวแล้ว หรือ ตลาดเฉพาะ (Niche Market) องค์กรจึงจำเป็นต้องเลือกใช้กลยุทธ์ที่มีลักษณะเฉพาะพิเศษให้เหมาะสมกับ ความต้องการของตลาดนั้น ที่มีความแตกต่างใน

เรื่องความต้องการสินค้า รูปแบบของผลิตภัณฑ์ สี สัน คุณภาพ และความคาดหวัง ที่มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ดังนั้นการดำเนินธุรกิจโดยใช้กลยุทธ์ธุรกิจเดียวกันในทุกตลาด จึงเป็นการตัดสินใจที่ไม่เหมาะสม

กลยุทธ์การมุ่งจุดสนใจอาจมีการพิจารณาทั้งลูกค้า ผลิตภัณฑ์ และตลาดพร้อมกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการศึกษาวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกและภายในของธุรกิจและ ของอุตสาหกรรมนั้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการกำหนดกลยุทธ์ผู้บริหารจึงต้องศึกษา ข้อมูลให้ครบถ้วนก่อนการตัดสินใจ ดังนั้น ทั้งสามกลยุทธ์ที่กล่าวมาข้างต้นจะช่วยให้องค์กรสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่ทั้งนี้กลยุทธ์ที่จะเลือกใช้ในองค์กรก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรหรือสถานการณ์ที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่ จะเห็นได้จากความพยายามในการบรรลุกลยุทธ์ความเป็นผู้นำในเรื่องต้นทุนที่มี การพัฒนานำเอาเทคโนโลยีนาโน (Nanotechnology) เข้ามาใช้แล้วแต่เป็นความพยายามในการลดต้นทุนทั้งสิ้น หรือแม้แต่วิธีการสร้างรูปแบบการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันบริษัท Sony ได้พัฒนาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ขนาดเล็กที่สามารถใช้งานได้หลายรูปแบบ โดยเป็นทั้ง Organizer อุปกรณ์ฟังเพลงจาก MP3 อุปกรณ์ที่สามารถติดต่อสื่อสารผ่านระบบเน็ตเวิร์ค และเป็นกล้องถ่ายภาพระบบดิจิทัลที่สามารถส่งภาพผ่านคลื่นโทรศัพท์ได้ อย่างไรก็ตามก็ยังไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคปัจจุบันที่มีอย่าง มากมาย แบบไม่รู้จบ

2.7.4 ความสามารถในการแข่งขัน

Porter (1985) ได้กล่าวถึงความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันว่าเป็นคุณค่าของธุรกิจที่สามารถจะสร้างขึ้นมาสำหรับลูกค้าที่ไม่มีในธุรกิจของกลุ่มคู่แข่งก่อให้เกิดความพึงพอใจกับลูกค้าได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพองค์กรและความได้เปรียบในการแข่งขันพบว่าความสามารถของธุรกิจในฐานะทรัพยากรขององค์กรมีความสัมพันธ์กับสร้างเปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

แนวคิดของ Porter (1985) ยังได้กล่าวถึงความได้เปรียบในการแข่งขันอีกว่า การสร้างความแตกต่างความเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนและการจำกัดขอบเขตสำหรับการสร้างความแตกต่างนั้นยังต้องอาศัยกลยุทธ์ระดับธุรกิจมาใช้ในการบริหารจัดการซึ่งในกลยุทธ์แต่ละรูปแบบต่างก็มีข้อดีต่างกันเช่นกลยุทธ์ของ Porter (1985) ที่ได้นำเสนอกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันประกอบด้วยกลยุทธ์ 3 ด้านดังนี้ (1) กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน (cost leadership strategy) คือกลยุทธ์การแข่งขันซึ่งใช้ต้นทุนต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้เพื่อจูงใจตลาดส่วนใหญ่และสร้างกำไรสูงผู้บริหารที่จะใช้กลยุทธ์นี้ต้องมีการควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัดเช่นต้นทุนด้านแรงงานวัตถุดิบและ

การตลาดตลอดจนประสิทธิภาพในการผลิตการจัดซื้อและอื่นๆความเป็นผู้นำด้านต้นทุนผู้บริหารสามารถลดราคาผลิตภัณฑ์ให้ต่ำกว่าคู่แข่งสามารถสร้างส่วนครองตลาดและสร้างกำไรให้สูงขึ้น

(2) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (differentiation strategy) เป็นกลยุทธ์การแข่งขันซึ่งองค์การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ที่ให้ลูกค้ารับรู้ว่ามีแตกต่างที่เด่นชัดจากคู่แข่งเมื่อลูกค้าเชื่อว่าผลิตภัณฑ์เหล่านั้นแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งเขาจะเต็มใจพร้อมที่จะซื้อในราคาที่สูงประโยชน์จากกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างคือความภักดีจากลูกค้าและกำไรที่สูงขึ้นองค์การใช้กลยุทธ์นี้จะเผชิญการแข่งขันที่เลียนแบบหรือปรับปรุงลักษณะความแตกต่างที่สำคัญสำหรับลูกค้า

(3) กลยุทธ์มุ่งเฉพาะส่วน (focus strategy) เป็นกลยุทธ์การแข่งขันซึ่งองค์การมุ่งตลาดที่จำกัดขายผลิตภัณฑ์ที่จำกัดหรือขอบเขตทางภูมิศาสตร์ที่จำกัดกลยุทธ์นี้จะมุ่งที่ตลาดแคบโดยอาศัยกลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนหรือ การสร้างความแตกต่างด้วยก็ได้ กลยุทธ์มุ่งเฉพาะส่วนนี้้องค์การได้รับประโยชน์จากกำไรที่สูงจากตลาดเล็กซึ่งไม่มีการแข่งขันที่รุนแรงเป็นความสามารถเฉพาะหรือประสบการณ์ที่คู่แข่งไม่มี

2.7.5 วิธีรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เป็นสุดยอดปรารถนาของทุกกิจการที่ต้องดำเนินงานท่ามกลางความผันแปรที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งทุกธุรกิจย่อมจะทำทุกวิถีทางที่จะเฟ้นหากลยุทธ์ที่เฉียบคมที่สุด เพื่อนำมาสู่การสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

แต่อย่างไรก็ตาม การได้มาซึ่งความได้เปรียบที่เหนือชั้นนั้น ยังไม่ยากลำบากเท่ากับรักษามันเอาไว้ บ่อยครั้งที่หลายท่านคงเห็นบริษัทที่ครั้งหนึ่งเคยเกรียงไกรอย่างมาก แต่ก็ต้องประสบกับปัญหาและสภาวะถดถอยลงไปเรื่อยๆ จนกระทั่งบางแห่งถึงกับล้มไปโดยที่ไม่สามารถฟื้นตัวกลับมาขึ้นอยู่จุดเดิมได้อีกเลยจึงเริ่มมีการพยายามวิเคราะห์หาแนวคิดกลยุทธ์ต่างๆ ที่นอกจากจะนำไปสู่ความได้เปรียบแล้ว ยังต้องสามารถทำนุบำรุงให้คงอยู่ในระยะยาวอย่างต่อเนื่องได้อีกด้วย เนื่องจากไม่มีคู่แข่งรายใดที่จะยอมอยู่เฉย มองดูธุรกิจของเราเติบโตต่อไปได้อย่างราบรื่น หากกิจการของเราประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ก็ต้องมีผู้ที่พยายามจะเข้ามาร่วมต่อสู้แย่งชิงผลประโยชน์จากความสำเร็จนั้นด้วย ไม่ช้าก็เร็วดังนั้น จึงมีเทคนิคบางประการมานำเสนอ เพื่อนำสู่ความได้เปรียบในการดำเนินงานที่คงทนถาวรมากขึ้น

ประการแรก คือ กล้าเสี่ยงกับการสร้างสรรค์ โดยกิจการควรสนับสนุนการสร้างแนวคิดใหม่ๆ และทดลองที่จะนำแนวคิดที่แตกต่างลงสู่การปฏิบัติ แม้ว่าบ่อยครั้งความคิดนั้นๆ จะดูแปลกแหวกแนว จนอาจจะถูกคนอื่นๆ หัวเราะเยาะและเหยียดหยันว่าเป็นไปไม่ได้ก็ตาม เจฟเบซอส ผู้ก่อตั้ง อเมซอนคอตคอม อันลือลั่น ก็กล่าวยืนยันว่า “การที่จะคิดค้นสิ่งใหม่นั้น

มักจะทำให้เราถูกมองว่าเป็นตัวประหลาดในสายตาของคนรอบข้างเสมอ” แต่หากกิจการไม่เสี่ยงที่จะทดลองเลยนั้น ก็ไม่สามารถจะลิ้มรสของความเป็นผู้นำที่แตกต่างได้เลย โดยเครื่องมือเครื่องมือหลายอย่างที่เมฆอนคิดค้นขึ้น เพื่อนำมาสู่การให้บริการค้าปลีกออนไลน์ต่อลูกค้าอย่างล้ำสมัย ไม่ว่าจะเป็นระบบแนะนำสินค้าแบบตัวต่อตัว ระบบเว็บเพจส่วนบุคคล ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เคยถูกมองว่าเป็นไปไม่ได้ทั้งสิ้น หรือแม้แต่ คือออสเพลงดิจิทัลของสตาร์บัค หรือ ระบบค้นหาข้อมูลระดับโลกของกูเกิล ก็ผ่านการวิพากษ์วิจารณ์กันมาอย่างหนาหูทั้งสิ้น แต่สิ่งต่างๆก็ได้นำมาความสำเร็จที่แตกต่างมาสู่กิจการอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ซึ่งการที่กล้าเสี่ยงกับการสร้างสรรค์นี้ ไม่ควรแต่จะมุ่งเน้นในการพิจารณาเฉพาะการเคลื่อนไหวของคู่แข่งโดยตรงในปัจจุบันเท่านั้นนะครับ เพราะจะทำให้เป็นการสร้าง “กรอบ” ในแนวความคิดของกิจการเอง อาจส่งผลให้ไม่สามารถคิดออกไปนอกกรอบหรือแนวทางที่ต่างไปจากที่อุตสาหกรรมและการแข่งขันปัจจุบันเป็นอยู่ก็ได้ จึงยากที่จะแตกต่างอย่างแท้จริง ดังนั้นจึงไม่ควรเพียงแต่ “look around” เท่านั้น แต่ควรที่จะ “look ahead” มองออกไปข้างหน้าโดยไม่ยึดติดกับสิ่งที่เคยเห็นหรือเคยดำเนินการอยู่

ประการที่สอง คือ อย่าลุ่มหลงกับการเพิ่มขนาดเท่านั้น ควรเน้นที่การสร้างความเป็นเอกลักษณ์มากกว่า หลายธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ มักจะคิดว่าการเติบโตหรือขนาดที่ใหญ่ขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น ถือเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ จึงมีความพยายามที่จะเพิ่มขนาดอย่างต่อเนื่อง แต่ในความเป็นจริงแล้ว ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มิได้ขึ้นอยู่กับขนาดแต่เพียงอย่างเดียว ยิ่งขนาดใหญ่ขึ้น แต่หากทุกอย่างกลับขาดความโดดเด่น จะยิ่งทำให้เป็นภาระทางการดำเนินงานเสียเปล่า ดังนั้น การมุ่งเน้นที่เอกลักษณ์เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะด้านที่พิเศษแตกต่างจริงๆ จึงเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความมั่นคงในการแข่งขันมากกว่าวอลล์-มาร์ท ห้างค้าปลีกที่ใหญ่ที่สุดในโลก ก็เริ่มที่จะทำนุบำรุงความได้เปรียบทางการแข่งขันของตน โดยมิได้พึ่งพาเรื่องของขนาดเท่านั้น แต่มุ่งเน้นในหัววอลล์-มาร์ท กลายเป็นธุรกิจบริการที่ใส่ใจและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงจะเป็นตัวกลางในการนำเสนอแต่ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพ และไม่ทำลายสภาพแวดล้อม เพื่อให้เหมาะสมกับแนวโน้มความต้องการของสังคม โดยสินค้าที่นำมาจำหน่ายในร้านจะต้องสามารถติดตามกลับไปยังต้นแหล่งได้เสมอ เพื่อยืนยันถึงความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อโลกอย่างจริงจัง ซึ่งถือเป็นจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์จากค้าปลีกรายอื่นๆ

ประการที่สาม คือ อย่าตั้งต้นกับการแข่งขันแต่เพียงอย่างเดียว ควรหาตลาดใหม่เพื่อมองหาโอกาสในการเติบโตด้วย โดยแนวคิดนี้เน้นว่าควรใส่ใจในการสร้างสรรค์โอกาสทางการตลาดใหม่ๆอยู่ตลอดเวลา แทนที่จะดำเนินงานอยู่ในตลาดที่มีการแข่งขันรุนแรงแต่เพียงอย่างเดียว เพราะอาจจะพลิกพลาได้ง่าย และผลตอบแทนก็ไม่คุ้มค่า

ประการที่สี่ คือ โฟกัสที่ลูกค้า มิใช่คู่แข่งกัน ซึ่งอาจจะทำให้เห็นการพัฒนาโอกาสทางธุรกิจที่อยู่ในความต้องการของตลาดได้อย่างมาก เช่น บริษัท Caterpillar ที่มีผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องจักรหนักอันลือชื่อ โดยเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างถึงที่สุด จนเกิดความ เป็นเลิศด้านบริการ ซึ่งบริษัทสัญญาว่า ไม่ว่าลูกค้าจะอยู่ที่ใดในโลกนี้ ก็สามารถที่จะส่งชิ้นส่วนไป ให้บริการได้ภายใน 24 ชั่วโมงซึ่งถือเป็นจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ จนกระทั่งหลายคนมองว่า Caterpillar ขายบริการด้วยซ้ำ และท้ายที่สุด จากการที่กิจการมีการพัฒนาเครือข่ายการขนส่งทั่วโลก ทำให้มีทักษะและเทคโนโลยีสูงมากพอที่จะเข้าแข่งขันในธุรกิจให้บริการทางด้านลอจิสติกส์ เพิ่มเติม ซึ่งปัจจุบันกลายเป็นธุรกิจหลักที่เติบโตสูงสุดของบริษัท และทำรายได้มหาศาลกลับคืนมา ที่เดียว

นอกจากนี้ กิจการยังควรมีการสร้างเครือข่ายสนับสนุนการแลกเปลี่ยนไอเดียและ ข้อมูลระหว่างบริษัท เพื่อเป็นการจุกประกายการสร้างสรรค์ รวมถึงควรต้องกระตุ้นให้บุคลากรของ เรากระหายในความสำเร็จและพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา จึงจะสามารถวิ่งหนีและกระโดดข้าม คู่แข่งได้ต่อไปในอนาคต

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังข์รัตน์ (2556: บทคัดย่อ) ในการศึกษานี้มี วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ

- 1) เพื่อศึกษาสภาวะการณ์ของวิสาหกิจชุมชน ในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา
- 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา
- 3) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา โดยผู้วิจัยใช้การศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการศึกษาเชิงสำรวจ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ประกอบการ จำนวน 32 ราย ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง Snowball sampling และการสนทนากลุ่มด้วยการเชิญผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และเจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 9 ท่าน มาร่วมอภิปรายเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการ PESTLE analysis SWOT analysis การวิเคราะห์บริบทเชิงเนื้อหา และการวิเคราะห์เชิงบรรยาย

ผลการศึกษาสภาวะการณ์ของวิสาหกิจชุมชนพบว่า ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคม เอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ส่วนปัจจัยทาง

ด้านเทคโนโลยี และปัจจัยทางนิเวศวิทยา เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ในด้านปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และปัญหาต้นทุนการผลิต โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่างๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

ธีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์, มนต์สิทธิ์ บุญมีศรีสง่า และ นภนันทน์ หอมสุด (2555: บทคัดย่อ) การวิจัยเรื่องโมเดลสมการโครงสร้างคุณลักษณะ ความสามารถ และศักยภาพในการบริหารงานของบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สถานการณ์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาภาพการณ์ทำงานของผู้สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิตและระดับบัณฑิตศึกษา ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาบัณฑิตและระดับบัณฑิตศึกษา เพื่อศึกษาคุณลักษณะ ความสามารถ และศักยภาพในการบริหารงานของบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สถานการณ์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างคุณลักษณะ ความสามารถ และศักยภาพในการบริหารงานของบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สถานการณ์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตลอดจนศึกษานำหนักของอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สถานการณ์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 838 ตัวอย่าง สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผลการศึกษาปรากฏว่า โมเดลสมการโครงสร้างคุณลักษณะ ความสามารถ และศักยภาพในการบริหารงานของบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สถานการณ์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยโมเดลสมการโครงสร้างคุณลักษณะ ความสามารถ และศักยภาพในการบริหารงานของบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สถานการณ์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในส่วนของปริญญาบัณฑิต อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ($X^2 = 210.89$, $df = 201$, $P = 0.50$) และค่าดัชนีความสอดคล้อง ($GFI = 0.97$, $AGFI = 0.96$, $CFI = 0.96$ และ $RMSEA = 0.008$) โดยปัจจัยด้านคุณลักษณะด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและ

ความรับผิดชอบเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการบริหาร ในขณะที่เดียวกัน ความสามารถทางการบริหารยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพในการจัดการมากที่สุดถึง ร้อยละ 87 ดังนั้นคณะวิทยากรจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรจึงควรจัดในการเรียนการสอนที่มีส่วน ช่วยในการปลูกฝังให้บัณฑิตมีความเป็นผู้นำ และมีทักษะในการทำงานเป็นทีม รวมถึงการปรับตัว ให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยีได้ สำหรับโมเดลสมการโครงสร้างคุณลักษณะ ความสามารถ และศักยภาพในการบริหารงานของบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามความต้องการของ ผู้ประกอบการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สถานการณ์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในส่วนของมหาวิทยาลัย อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้เช่นกัน ($X^2 = 88.84$, $df = 121$ $P = 0.99$) และค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI = 0.95, AGFI = 0.96, CFI = 0.95 และ RMSEA = 0.001) ซึ่งผลการทดสอบชี้ให้เห็นว่า ความสามารถทางการจัดการภาครัฐและเอกชนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพในการบริหารงาน ของบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สถานการณ์การ เข้าสู่ประชาคมอาเซียนในการจัดการมากที่สุดถึงร้อยละ 43 อย่างไรก็ตาม คณะวิทยากรจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ควรมีการเรียนการสอนที่เสริมสร้างให้บัณฑิตมีความสามารถจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร และมีความสามารถในการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อแก้ปัญหาทางสังคมใน ประเด็นต่าง ๆ ร่วมด้วย

ชินอรส ละออวรรณ (2549) การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิต ลินค้าชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร ความมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนประเภทผ้าและเครื่อง แต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร และศึกษาผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร ฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนประเภท ผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. สำรวจ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ
2. การพัฒนาหลักสูตรเพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนประเภทผ้าและเครื่อง แต่งกาย
3. การทดลองหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน
4. การศึกษาผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตร เนื้อหาของหลักสูตรแบ่งออกเป็น 5 หน่วย หน่วยที่ 1 ความรู้ทั่วไป หน่วยที่ 2 การวางแผนกลยุทธ์ หน่วยที่ 3 การตลาด หน่วยที่ 4 การผลิต

หน่วยที่ 5 การบัญชี ผู้วิจัยได้สร้างแบบทดสอบความรู้ ก่อนและหลังการฝึกอบรมในเรื่องการดำเนินธุรกิจ เป็นแบบทดสอบชนิด 5 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ ผู้วิจัยได้นำหลักสูตรฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้นไปทดลองฝึกอบรมกับ สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 15 คน ผลการวิจัยพบว่า ผลการพัฒนาหลักสูตรเพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร เนื้อหาภายในหลักสูตรมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และเครื่องมือที่ใช้วัด ความรู้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับหลักสูตร และผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ที่ได้ทดลองภายหลังการอบรมในด้านความรู้ มีค่าเฉลี่ย 25.8 คิดเป็นร้อยละ 86 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดคือน้อยกว่าร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 ($t = 16.36$) และภายหลังจากการอบรม มีพัฒนาการด้านความรู้สูงกว่าก่อนการอบรม อย่างมีนัยสำคัญ .01 ($t = 13.55$) จึงสรุปได้ว่า การพัฒนาหลักสูตรที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีผลสัมฤทธิ์ในด้านความรู้สูงกว่าเกณฑ์ ร้อยละ 80 และภายหลังจากการอบรมมีพัฒนาการด้านความรู้สูงขึ้น

พิระพงษ์ เงินงาม (2546: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของกลุ่มชุมชนในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษา ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะของกลุ่มชุมชนในการดำเนินโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ประชากรที่ทำการศึกษาคือ กลุ่มชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จำนวน 77 กลุ่ม จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติวิเคราะห์ทดสอบ 1-ค-สแควร์ จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มชุมชนส่วนใหญ่มีความพร้อมในระดับปานกลาง จำนวน 46 กลุ่ม (ร้อยละ 59.7) รองลงมามีระดับความพร้อมน้อย จำนวน 27 กลุ่ม (ร้อยละ 35.1) และมีระดับความพร้อมมาก จำนวน 4 กลุ่ม (ร้อยละ 5.2) เท่านั้น จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การจัดทำระบบบัญชี มีความสัมพันธ์กับความพร้อมของกลุ่มชุมชนโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” มากที่สุดที่ระดับความเชื่อมั่น 99 เปอร์เซ็นต์ (0.01) ส่วนเงินทุนในการดำเนินงานกลุ่มชุมชน และการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชน มีความสัมพันธ์กับความพร้อมของกลุ่มชุมชนโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ (0.05) ส่วนปัจจัยด้านระยะเวลา จำนวนสมาชิก การมีส่วนร่วมของสมาชิก แหล่งวัตถุดิบ การใช้แรงงานในการผลิต สถานที่จัดจำหน่ายหรือร้านค้าของกลุ่ม ไม่มีความสัมพันธ์

กับความพร้อมของกลุ่มชุมชน โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”แต่อย่างไร ส่วนปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะของกลุ่มชุมชน คือ ศักยภาพของกลุ่ม และการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม ควรมีการเพิ่มศักยภาพให้กลุ่มโดยมีการวางแผนบริหารจัดการกลุ่ม การจัดหาตลาด ยังไม่มีประสิทธิภาพ เพราะสมาชิกกลุ่มยังขาดความรู้และความชำนาญในการเพิ่มศักยภาพการผลิตและบรรจุภัณฑ์ ดังนั้น ควรให้การสนับสนุนกลุ่มชุมชนด้านเงินทุน และการจัดหาตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการลดขั้นตอนในการขอรับรองคุณภาพสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน

กฤตติกา แส่น โภชน์ (2546: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน: กรณีศึกษาสินค้าหัตถกรรมของจังหวัดอุดรธานี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนเพื่อนำมาสร้างรูปแบบในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนและทดลองการใช้รูปแบบ ผลการศึกษาพบว่า สภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนส่วนมากมีปัญหาเรื่องเงินทุน การบันทึกข้อมูลรายรับ-รายจ่ายไม่ครบแยกประเภทรายรับ-รายจ่ายไม่ได้ ไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริง การผลิตสินค้าไม่ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อสินค้า ไม่มีการสำรวจตลาด ไม่ได้วางแผนการตลาด การผลิตสินค้ายังไม่ได้คุณภาพและมาตรฐาน นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนยังต้องการความช่วยเหลือด้านการบริหารจัดการในกลุ่ม จากทั้งภาครัฐบาล ภาคเอกชนและนักวิชาการ

จากผลการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนประเภทต่างๆ ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ควรมีความรู้ในเรื่องการดำเนินธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติให้กลุ่มประสบความสำเร็จ ในเรื่องความรู้ทางวิชาการ ด้านการวางแผนด้านการตลาด การผลิต การบัญชี และจากสภาพปัญหาจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ จึงมีความจำเป็นและควรให้ความสำคัญต่อการให้ความรู้แก่สมาชิก เพื่อพัฒนาตนเองและพัฒนากลุ่ม โดยผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการพัฒนาหลักสูตรแบบผสมผสาน จากการศึกษาสภาพปัญหาและด้านความรู้พื้นฐานของผู้เข้าอบรม มากำหนดความจำเป็นหัวข้อเนื้อหาการฝึกอบรมการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ ตลาดจนถึงการประเมินหลักสูตร โดยใช้เกณฑ์ประสิทธิภาพของหลักสูตรไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 และหลังการอบรมมีความรู้สูงกว่าก่อนการฝึกอบรม

Michael E.Porter (1985) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ได้ให้กรอบความคิดเพื่อสร้างความเข้าใจในที่มาและวิธีการสร้างความสามารถในการแข่งขันตั้งแต่ระดับหน่วยธุรกิจ อุตสาหกรรมประเทศชาติ จนถึงระดับนานาชาติ อีกทั้งยังได้ให้แนวคิดที่เป็นแก่นสำคัญของทฤษฎีนี้ไว้ว่า เมื่อใดที่องค์กรสามารถมีกำไรเหนือกว่ากำไรของธุรกิจในกลุ่มเดียวกันย่อมแสดงให้เห็นว่าองค์กรมีความสามารถในการแข่งขัน และเป้าหมายสำคัญของทุกธุรกิจ คือ ความสามารถในการสร้างความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ความสามารถในการแข่งขัน จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อองค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเท่าเทียมในต้นทุนที่ต่ำกว่าหรือสามารถตอบสนองได้อย่างแตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งความสามารถในการแข่งขันนี้เองที่จะสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่เหนือกว่าได้ในสายตาของลูกค้า จำแนกลักษณะความสามารถในการแข่งขัน ออกเป็น 2 แนวทางพื้นฐานคือ การควบคุมต้นทุน ค่าใช้จ่ายและการสร้างเอกลักษณ์ ดังนี้

1. การสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุน

ได้ให้คำจำกัดความของคำว่าความเป็นผู้นำด้านต้นทุน คือ ความสามารถของธุรกิจในการด้านการออกแบบ การผลิต การตลาด การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเหนือกว่าในราคาที่ใกล้เคียงหรือต่ำกว่าผู้ขายรายอื่น โดยใช้ปัจจัยการผลิตน้อยกว่า ส่งผลให้ธุรกิจได้รับผลตอบแทนและมีผลกำไรที่สูงขึ้น รวมทั้งได้ผลิตผลที่สูงกว่า ซึ่งสอดคล้องกับที่ทองหล่อ เดชไทย (2544) ได้กล่าวถึงการนำแนวทางนี้ไปปรับใช้ในองค์กร โดยเรียกแนวทางนี้ว่าการเป็นผู้นำในค่าบริการ ซึ่งเป็นความพยายามขององค์กรที่จะเป็นผู้ให้บริการที่มีค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรอื่นๆในระดับเดียวกัน โดยการควบคุมการใช้ทรัพยากรด้วยการกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดหรือควบคุมการให้บริการอย่างระมัดระวัง

2. การสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างเอกลักษณ์

ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การสร้างเอกลักษณ์ คือ ความสามารถของธุรกิจในการสร้างความแตกต่างและมูลค่าที่เหนือกว่าให้แก่ลูกค้า ทั้งในรูปของความแตกต่างในคุณภาพ รูปร่าง ลักษณะของผลผลิต และบริการที่ลูกค้าจะได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับที่ทองหล่อ เดชไทย (2544) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเอกลักษณ์ขององค์กรว่าเป็นความพยายามขององค์กรในการที่จะให้บริการที่แตกต่างจากองค์กรอื่น และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ผู้รับบริการกล่าวขานถึงด้วยความนิยมชมชอบ ซึ่งส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับคุณภาพของบริการ ความสะดวกสบายพิเศษที่ทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจ

บทที่ 3 วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยเรื่อง "โมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร" โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ในเขตพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 1,005 คน โดยเก็บข้อมูลจากตัวแทนวิสาหกิจชุมชนได้แก่ ประธาน รองประธาน เหนรัญญิก หรือสมาชิกซึ่งประธานได้ให้เป็นผู้ให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้คำนวณกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมตามหลักของเครซีและมอร์แกน (Krejcie, & Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจำนวนประชากรทั้งหมด 1,005 คน ได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างมาจำนวน 285 ตัวอย่าง ที่ได้จากการพิจารณาจากตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของเครื่องและมอร์แกน ที่ไว้ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือมีความคลาดเคลื่อนที่จะเกิดขึ้น 5%

ประชากร	ตัวอย่าง	ประชากร	ตัวอย่าง	ประชากร	ตัวอย่าง	ประชากร	ตัวอย่าง
10	10	160	113	500	217	2,800	338
15	14	170	118	550	226	3,000	341
20	19	180	123	600	234	3,500	347
25	24	190	127	650	242	4,000	350
30	28	200	132	700	248	4,500	354
35	32	210	135	750	254	5,000	357
40	36	220	140	800	260	6,000	361
45	40	230	144	850	265	7,000	364
50	44	240	148	900	269	8,000	367
55	48	250	152	950	274	9,000	368
60	52	260	155	1,000	278	10,000	370
65	56	270	159	1,100	285	15,000	375
70	59	280	162	1,200	291	20,000	377
75	63	290	165	1,300	296	30,000	379
80	66	300	169	1,400	301	40,000	380
85	70	320	175	1,500	306	50,000	381
90	73	340	181	1,600	310	75,000	382
95	76	360	186	1,700	313	100,000	384
100	80	380	191	1,800	317		
110	86	400	196	1,900	320		
120	92	420	201	2,000	322		
130	97	440	205	2,200	328		
140	103	460	210	2,400	331		
150	108	480	214	2,600	335		

แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูลและการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่อาจเกิดขึ้นได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างให้มีจำนวน 400 คน แต่เนื่องจากในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติอนุมานสำหรับการวิเคราะห์สมการ โครงสร้าง (SEM) จึงได้เพิ่มการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ในการวิจัย ทั้งนี้ได้สอดคล้องกับแนวคิดของ Hair, Black, Babin

& Anderson ที่คำนวณจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำจากตัวแปรสังเกตได้ 20 (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010)

3.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือวิจัยให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบทดสอบ จะได้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น
3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามมาดำเนินการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย (Pretest) จำนวน 40 คน และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)
5. ปรับปรุงรูปแบบสอบถาม จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ
6. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "โมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร" เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีเนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร

ตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการดำเนินงานในวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

โดยตอนที่ 2 และ 3 ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักของคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 เป็นระดับมากที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 เป็นระดับมาก
 คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 เป็นระดับปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 เป็นระดับน้อย
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 เป็นระดับน้อยที่สุด

วิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ได้ใช้ค่าเฉลี่ย ตามเกณฑ์คะแนนของแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 8$$

ระดับคะแนน	ความหมาย
ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	เป็นระดับที่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการมากที่สุด
ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	เป็นระดับที่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการมาก
ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	เป็นระดับที่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการปานกลาง
ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	เป็นระดับที่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการน้อย
ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	เป็นระดับที่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการน้อยที่สุด

ความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทดสอบค่าความตรงของเนื้อหา (Content Validity) พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไข ให้แบบสอบถามชัดเจนและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ และนำแบบสอบถามที่ได้ ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด และ คำนวณหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha) โดยใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่า มากกว่า 0.7 เพื่อแสดงว่าแบบสอบถามนี้ว่ามีความเชื่อมั่นเพียงพอ โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (α - Coefficient) ของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลลัพธ์ค่าแอลฟาที่จะได้ แสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าที่ได้ของแบบสอบถาม หลังจากการทดสอบค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.959 ซึ่งใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548: 445)

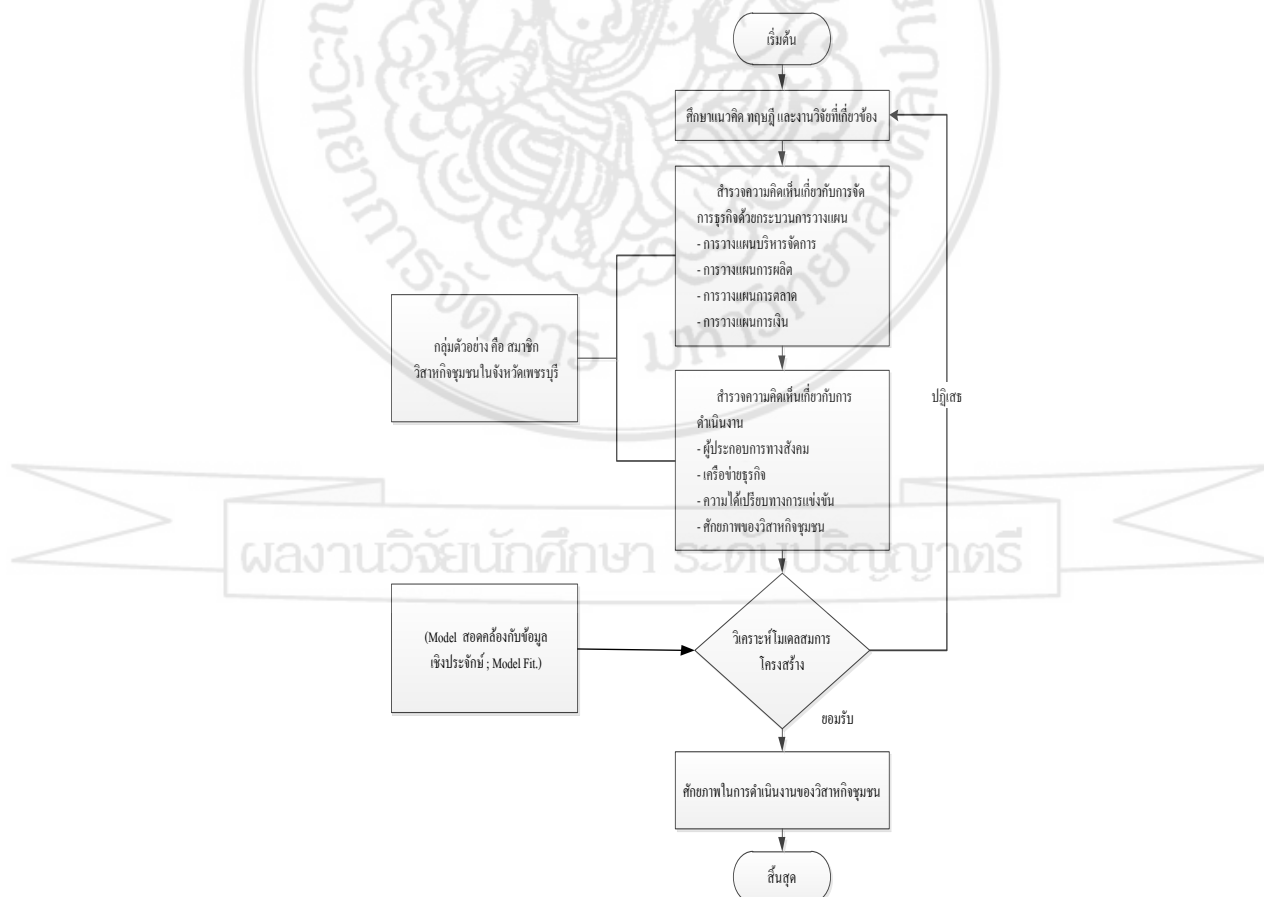
3.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ
2. ดำเนินการลงรหัส (Coding) และนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS
3. การคำนวณสถิติแยกเป็น 2 ส่วนดังนี้

3.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) การวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) คิดเป็นร้อยละ (Percentage) การใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

3.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยประกอบด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

และจากการดำเนินงานการวิเคราะห์โมเดล โครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ที่ได้กล่าวมาในข้างต้น สามารถพิจารณาได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการศึกษาการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร

วิธีการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยการสำรวจ (Survey) ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล วิธีการแจกแบบสอบถาม คือ ผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกวิชาชีพ ชุมชน จังหวัดเพชรบุรี

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550)

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร

$$P = \left[\frac{f}{N} \right] \times 100$$

เมื่อ

P

แทน ค่าสถิติร้อยละ

f

แทน ความถี่ของข้อมูล

N

แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร

$$M = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ

M

แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$

แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n

แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร

$$SD = \frac{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2}}{n(n-1)}$$

เมื่อ

SD

แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum x)^2$

แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$

แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n

แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานประกอบ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) การค้นหาแบบจำลอง ของโมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิต สินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร (Hair, et al., 2010)

2. สมการแสดงอิทธิพลทางทฤษฎี ได้ดังนี้

$$r = DE + IE + SR + JE$$

3. การประมาณค่าอิทธิพลได้จากการประมาณค่าพารามิเตอร์ในสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$r = DE + IE$$

เมื่อ

R

แทน

ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิทธิพลทางตรงและ อิทธิพลทางอ้อม

DE

แทน

อิทธิพลทางตรง

IE

แทน

อิทธิพลทางอ้อม

SR

แทน

ความสัมพันธ์เทียม

JE

แทน

อิทธิพลร่วมที่ไม่สามารถแยกได้ว่าเป็นอิทธิพลแบบใด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องโมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จังหวัดเพชรบุรี จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ด้วยการตอบแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows ในการประมวลผลข้อมูล ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจด้วยกระบวนการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอและการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

PLAN	แทน	การวางแผน (Planning)
ENT	แทน	ผู้ประกอบการทางสังคม (Entrepreneurial social)
BUS	แทน	เครือข่ายทางธุรกิจ (Business networks)
COM	แทน	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage)
POT	แทน	ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน (Potential of community enterprises)
M	แทน	ค่าเฉลี่ย (mean)
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

χ^2	แทน	ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi – square statistics)
df	แทน	องศาอิสระ (degree of freedom)
GFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index)
AGFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
CFI	แทน	ค่าวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index)
SRMR	แทน	ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual)
RMSEA	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Error of Approximation)
P	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพหุคูณ (Squared multiple correlation)
DE	แทน	อิทธิพลทางตรง (direct effects)
IE	แทน	อิทธิพลทางอ้อม (indirect effects)
TE	แทน	อิทธิพลรวม (total effects)

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานที่ตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
อำเภอบ้านลาด	112	28
อำเภอหนองหุ้มปล้อง	46	11.5
อำเภอท่ายาง	60	15
อำเภอบ้านแหลม	57	14.25
อำเภอแก่งกระจาน	0	0
อำเภอชะอำ	23	5.75

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มของวิสาหกิจชุมชน
ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

สถานที่ตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
อำเภอเขาย้อย	54	13.5
อำเภอเมือง	48	12
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอบ้านลาด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมา คือ อำเภอท่ายาง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ชาย	35	8.75
หญิง	365	91.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 365 คน คิดเป็นร้อยละ 91.75 และเป็นเพศชาย จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ตั้งแต่ 30 ลงมา	11	2.75
31 – 40 ปี	197	49.25
41 – 50 ปี	120	30.0
51 – 60 ปี	48	12.0
มากกว่า 61 ปีขึ้นไป	24	6.0
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 รองลงมา คือ อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และ

อายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	204	51.0
มัธยมศึกษา/ปวช	126	31.5
อนุปริญญา/ปวส	11	2.75
ปริญญาตรี	59	14.75
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับประถมศึกษา จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมา คือ มัธยมศึกษา/ปวช.จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และระดับปริญญาตรี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
โสด	22	5.5
สมรส	367	91.75
หย่าร้าง	0	0
แยกกันอยู่	11	2.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 91.75 รองลงมา คือ สถานภาพโสด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และสถานภาพแยกกันอยู่จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ในการจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน
 วิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารในด้านการวางแผนบริหารจัดการ การวางแผนการผลิต
 การวางแผนการตลาด และการวางแผนการเงิน

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการ
 ธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน
 ด้านการวางแผนบริหารจัดการ

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. วิสาหกิจของท่านมีการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลธุรกิจครบถ้วน	3.77	0.85	มาก
2. มีการจัดโครงสร้างการบริหารจัดการที่ครบสมบูรณ์ ตามลักษณะหน้าที่ในการดำเนินการที่เหมาะสมของธุรกิจ ทั้งในส่วนการจัดแบ่งบุคลากรที่รับผิดชอบ	3.50	0.63	ปานกลาง
3. มีปัจจัยแห่งความสำเร็จ ซึ่งสามารถแสดงได้ถึงความ ได้เปรียบทางการแข่งขันเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน	3.81	0.83	ปานกลาง
4. มีการเตรียมการจัดหาเงินทุนไว้ล่วงหน้า	3.43	0.69	ปานกลาง
5. มีการวางแผนการจัดหาอุปกรณ์ และวัตถุดิบให้เพียงพอสำหรับการผลิต	3.96	0.59	มาก
6. มีการกำหนดให้มีการประชุมเกี่ยวกับการทำงานในวิสาหกิจชุมชนเป็นประจำ	3.87	0.95	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76	0.32	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่ม
 ศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ด้านการวางแผนบริหารจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก
 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อการวางแผนบริหารจัดการ
 เกือบทั้งหมดอยู่ในระดับมาก เว้นในเรื่องการจัด โครงสร้างการบริหารจัดการที่ครบสมบูรณ์ตาม
 ลักษณะหน้าที่ในการดำเนินการที่เหมาะสมของธุรกิจ ทั้งในส่วนการจัดแบ่งบุคลากรที่รับผิดชอบ
 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ซึ่งสามารถแสดงได้ถึงความ ได้เปรียบทางการแข่งขันเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นๆ
 ในอุตสาหกรรมเดียวกัน และการเตรียมการจัดหาเงินทุนไว้ล่วงหน้า อยู่ในระดับปานกลาง
 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50, 3.81 และ 3.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ด้านการวางแผนการผลิต

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. วิสาหกิจชุมชนของท่านมีขั้นตอนการผลิตที่ได้มาตรฐาน รวมถึงถึงนโยบายในการบริหารการผลิตด้านต่างๆที่มีประสิทธิภาพ เช่น วัตถุประสงค์ สิ่งค่าคงคลัง กระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพเป็นต้น	3.99	0.48	มาก
2. มีแผนงานการผลิตที่สอดคล้องตรงตามสถานะตลาดและสภาพการแข่งขัน	3.84	0.71	มาก
3. มีผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีคุณภาพ และมีการรับรองจากองค์การอาหารและยาประกอบไว้อย่างชัดเจน	3.81	0.67	มาก
4. ต้องผลิตสินค้าที่มีความคงทน มีอายุในการเก็บรักษาที่เหมาะสม	3.89	0.69	มาก
5. เมื่อผลิตสินค้าเสร็จ ต้องมีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ	4.15	0.45	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94	0.26	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ด้านการวางแผนการผลิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อด้านการวางแผนการผลิต อยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99, 3.84, 3.81, 3.89 และ 4.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ด้านการวางแผนการตลาด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. วิสาหกิจชุมชนมีการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ชัดเจน	3.54	0.74	ปานกลาง
2. มีการตรวจสอบข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้องเกี่ยวกับภาพรวม ปริมาณความต้องการ ปริมาณสินค้าที่มีอยู่ของตลาด	3.50	0.79	ปานกลาง

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ด้านการวางแผนการตลาด (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
3. มีการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดได้สอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กำหนด เช่น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	3.58	0.63	ปานกลาง
4. มีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานของจังหวัด เช่น วารสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ เคเบิลทีวี สถานีโทรทัศน์ และสื่ออื่นๆ	3.42	0.63	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51	0.47	ปานกลาง

จากตารางที่ 9 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ด้านการวางแผนการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อด้านการวางแผนการตลาดอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54, 3.50, 3.58 และ 3.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ด้านการวางแผนการเงิน

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. วิสาหกิจชุมชนมีการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประมาณการทางการเงินหรืองบการเงินที่ชัดเจนถูกต้องตามมาตรฐาน	3.81	0.55	มาก
2. มีการวิเคราะห์การเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยการพิจารณาจากงบกำไรขาดทุน	3.54	0.88	มาก
3. มีกระแสเงินสดหมุนเวียนในธุรกิจในระดับที่เหมาะสม ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดหรือแผนการดำเนินงานของธุรกิจ	3.84	0.66	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73	0.51	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ด้านการวางแผนการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อด้านการวางแผนการเงินอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81, 3.54 และ 3.84 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารในด้านผู้ประกอบการทางสังคม เครือข่ายธุรกิจ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 3.1 ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของผู้ประกอบการทางสังคมในด้านความมุ่งมั่น ด้านความสามารถในการตัดสินใจ และด้านมีความรู้จริง

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของผู้ประกอบการทางสังคมด้านมีความมุ่งมั่น

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. มีการประสานงานร่วมมือกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ	3.99	0.56	มาก
2. มีความมุ่งมั่นที่จะผลิตสินค้าที่ไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศน์และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น	3.84	0.60	มาก
3. มีการคัดเลือกคนเข้าทำงานในกลุ่มด้วยตนเอง	3.62	0.62	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82	0.45	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ของผู้ประกอบการทางสังคมด้านมีความมุ่งมั่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความคิดเห็นต่อผู้ประกอบการทางสังคมด้านมีความมุ่งมั่นอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99, 3.84 และ 3.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงาน
วิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของผู้ประกอบการทางสังคมด้านความสามารถในการตัดสินใจ

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. มีความสามารถนำข้อมูลสารสนเทศต่างๆ มาใช้ประโยชน์ในการวางแผนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ	3.99	0.62	มาก
2. มีกระบวนการในการจัดการความยั่งยืนในชุมชนและการพึ่งตนเองของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม	3.89	0.50	มาก
3. มีผู้ที่กำหนดค่าจ้าง จากประสบการณ์ทำงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ	3.61	0.79	ปานกลาง
4. มีความสามารถมอบหมายงานให้ตรงกับความสามารถของแต่ละบุคคลได้	3.89	0.64	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84	0.40	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ของผู้ประกอบการทางสังคมด้านความสามารถในการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อผู้ประกอบการทางสังคมด้านความสามารถในการตัดสินใจเกือบทั้งหมดอยู่ในระดับมาก เว้นหัวข้อมีผู้ที่กำหนดค่าจ้าง จากประสบการณ์ทำงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจให้ความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของผู้ประกอบการทางสังคมด้านมีความรู้จริง

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. มีการเชื่อมโยงองค์ความรู้ของชุมชนสู่การพัฒนาสินค้าเชิงธุรกิจและการพัฒนาสินค้าของวิสาหกิจชุมชน	3.92	0.55	มาก
2. มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ในการผลิตสินค้าเพื่อแก้ถูกระบบนิเวศน์ในท้องถิ่น ตลอดจนการอนุรักษ์หรือต่อยอดโดยใช้ฐานภูมิปัญญาและวัตถุดิบในท้องถิ่น	4.11	0.42	มาก

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของผู้ประกอบการทางสังคมด้านมีความรู้จริง (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
3. เมื่อเกิดปัญหาจากการผลิต ท่านและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะมีการปรึกษาแก้ปัญหาาร่วมกัน	3.89	0.50	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97	0.35	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ของผู้ประกอบการทางสังคมด้านมีความรู้จริงโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อผู้ประกอบการทางสังคมด้านมีความรู้จริงอยู่ในระดับมาก ทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92, 4.11 และ 3.89 ตามลำดับ

ตอนที่ 3.2 ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของเครือข่ายธุรกิจในด้านเครือข่ายการตลาด ด้านเครือข่ายการผลิต ด้านเครือข่ายการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และด้านเครือข่ายข้อมูล

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายการตลาด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. มีการดำเนินงานด้านการตลาดที่ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐกิจการโฆษณาสินค้าผ่านบุคคลผู้มีชื่อเสียงในสังคม เช่น ดารา นักร้อง เป็นต้น ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า	3.49	0.89	ปานกลาง
2. มีการนำสินค้าเข้าร่วมจัดแสดงและจำหน่ายในงานแสดงสินค้าที่ทางภาครัฐหรือภาคเอกชนจัดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ	4.03	0.52	มาก

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายการตลาด (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
3. มีการนำสินค้าเข้าร่วมจัดแสดงและจำหน่ายในงานแสดงสินค้าที่ทางภาครัฐหรือภาคเอกชนจัดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ	4.03	0.52	มาก
4. มีการร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อกระจายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง เช่น ในห้างสรรพสินค้า ในสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น	4.04	0.65	มาก
5. การมีร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ เพื่อขยายตลาด	2.03	1.28	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40	0.57	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ของเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีความคิดเห็นต่อเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายการตลาดเกือบทั้งหมดอยู่ในระดับมาก เว้นในหัวข้อมีการดำเนินงานด้านการตลาดที่ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐในการโฆษณาสินค้าผ่านบุคคลผู้มีชื่อเสียงในสังคม เช่น ดารา นักร้อง เป็นต้น ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และหัวข้อการมีร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ เพื่อขยายตลาด อยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.03

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายการผลิต

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. มีเจ้าของปัจจัยการผลิตที่จำหน่ายสินค้าให้ในราคาถูก และมีสินค้าพร้อมส่งเสมอ	3.99	0.68	มาก
2. มีการร่วมมือกับองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชนมาสนับสนุนและพัฒนาคุณภาพสินค้ารวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์อื่น	3.89	0.63	มาก

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายการผลิต (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
3. มีหน่วยงานที่สนับสนุนในด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น เครื่องมือหรือเครื่องจักร ที่ช่วยให้การผลิตสินค้าทำได้รวดเร็วมากขึ้น เป็นต้น	3.96	0.76	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95	0.52	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ของเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายการผลิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายการผลิตอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99, 3.89 และ 3.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. วิสาหกิจชุมชนได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐหรือภาคเอกชนในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ ที่พัฒนาจากศักยภาพของปัจจัยการผลิต และภูมิปัญญาที่มีในท้องถิ่น	4.07	0.47	มาก
2. มีการเข้าร่วมโครงการที่สนับสนุนให้ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.92	0.55	มาก
3. มีการช่วยเหลือของภาคธุรกิจที่ให้ความสำคัญในการจัดวางสินค้า ช่วยส่งเสริมในการขายสินค้าเพื่อให้สะดวกต่อผู้ซื้อ	4.00	0.73	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00	0.36	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของเครือข่าย

ธุรกิจด้านเครือข่ายการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07, 3.92 และ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายข้อมูล

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. มีการร่วมมือกับหน่วยงานในการทำวิจัยเพื่อศึกษาข้อมูลด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น รูปแบบของสินค้าที่เป็นความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน เป็นต้น	4.08	0.55	มาก
2. มีการเข้าร่วมอบรมในเรื่องการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนจากหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชน	3.85	0.66	มาก
3. ภาครัฐมีการนำข้อมูล ความรู้ใหม่ๆมาถ่ายทอดให้กับวิสาหกิจชุมชน เช่น เรื่องเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตสินค้า เป็นต้น	4.15	0.71	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03	0.48	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ของเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อเครือข่ายธุรกิจด้านเครือข่ายข้อมูลอยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08, 3.85 และ 4.15 ตามลำดับ

ตอนที่ 3.3 ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านการลดต้นทุนทางการจัดการ กลยุทธ์การมุ่งจุดสนใจ และการสร้างความแตกต่าง

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านการลดต้นทุนทางการจัดการ

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. มีการลดการพึ่งพิงด้านเงินทุนกับหน่วยงานภายนอกและสถาบันทางการเงินต่างๆ ตลอดจนสร้างแผนการปฏิบัติงานที่เป็นรูปธรรมในปีถัดไป	3.37	1.08	ปานกลาง
2. มีการเพิ่มขีดความสามารถในการลดต้นทุนการผลิตของสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น การใช้วัสดุคิบในท้องถิ่นแรงงานจากสมาชิกในชุมชน	3.76	0.94	มาก
3. ในการกำหนดราคา มีการควบคุมต้นทุนเพื่อไม่ให้สินค้ามีราคาสูง แต่คุณภาพดีเหมือนเดิม	3.81	0.62	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64	0.63	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านการลดต้นทุนทางการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านการลดต้นทุนทางการจัดการเกือบทั้งหมดอยู่ในระดับมาก เว้นหัวข้อมีการลดการพึ่งพิงด้านเงินทุนกับหน่วยงานภายนอกและสถาบันทางการเงินต่างๆ ตลอดจนจนสร้างแผนการปฏิบัติงานที่เป็นรูปธรรมในปีถัดไป อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงาน
วิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของความสำเร็จเปรียบทางการแข่งขัน ในด้านกลยุทธ์การมุ่งจุดสนใจ

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. มีการวางแผนและออกแบบสินค้าให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด	4.11	0.32	มาก
2. มีการนำจุดเด่นของสินค้ามาจัดทำโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการขายสินค้า	3.39	0.79	ปานกลาง
3. มีการแจกของสมนาคุณให้กับลูกค้าที่ซื้อสินค้าเป็นประจำ หรือมียอดซื้อสูง	3.77	0.79	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76	0.29	มาก

จากตารางที่ 19 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของความสำเร็จเปรียบทางการแข่งขัน ในด้านกลยุทธ์การมุ่งจุดสนใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อความสำเร็จเปรียบทางการแข่งขัน ในด้านกลยุทธ์การมุ่งจุดสนใจเกือบทั้งหมดอยู่ในระดับมาก เว้นหัวข้อการนำจุดเด่นของสินค้ามาจัดทำโปรโมชั่น เพื่อส่งเสริมการขายสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของความสำเร็จเปรียบทางการแข่งขัน
ในด้านการสร้างความแตกต่าง

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. มีการสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการที่ให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลากำหนด	4.07	0.55	มาก
2. มีนโยบายมุ่งมั่น ในการส่งออก เนื่องจากการแข่งขันในประเทศที่สูงผลักดันให้สินค้าในวิสาหกิจชุมชนของท่านต้องทำการส่งออก	3.99	0.62	มาก
3. มีบริการสั่งซื้อผ่านระบบสินค้าออนไลน์หรือทางอินเทอร์เน็ต	3.50	0.84	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85	0.47	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของ
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านการสร้างความแตกต่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.85 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันใน
ด้านการสร้างความแตกต่าง อยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07, 3.99 และ 3.50 ตามลำดับ

**ตอนที่ 3.4 ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน
ประเภทอาหารของศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจ
ชุมชน การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน และการจัดการความรู้และข้อมูล**

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจ
ชุมชน ประเภทอาหารของศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. มีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการ พัฒนาวิสาหกิจชุมชนของผู้นำ (วิสัยทัศน์ของผู้นำ) และ เปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วม	4.15	0.53	มาก
2. มีการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อ ลูกค้า เช่น ไม่เอาเปรียบ ซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา มีคุณภาพ ปลอดภัย ฯลฯ	3.97	0.59	มาก
3. มีการใช้ทรัพยากร การไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การกำจัดขยะ สิ่งปฏิกูล การดูแลน้ำเสีย	4.12	0.57	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08	0.33	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของศักยภาพของ
วิสาหกิจชุมชนในด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.08 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในด้านผู้นำและ
การบริหารวิสาหกิจชุมชน อยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15, 3.97 และ 4.12 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในด้านการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. มีการจัดทำแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนและปฏิบัติตามแผนที่วางไว้	4.04	0.43	มาก
2. มีการชี้แจงแผนและเปิดโอกาสให้กรรมการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้แสดงความคิดเห็น	4.00	0.78	มาก
3. มีการปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ หรือแผนที่ได้ปรับปรุงตามสถานการณ์	3.99	0.56	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.01	0.31	มาก

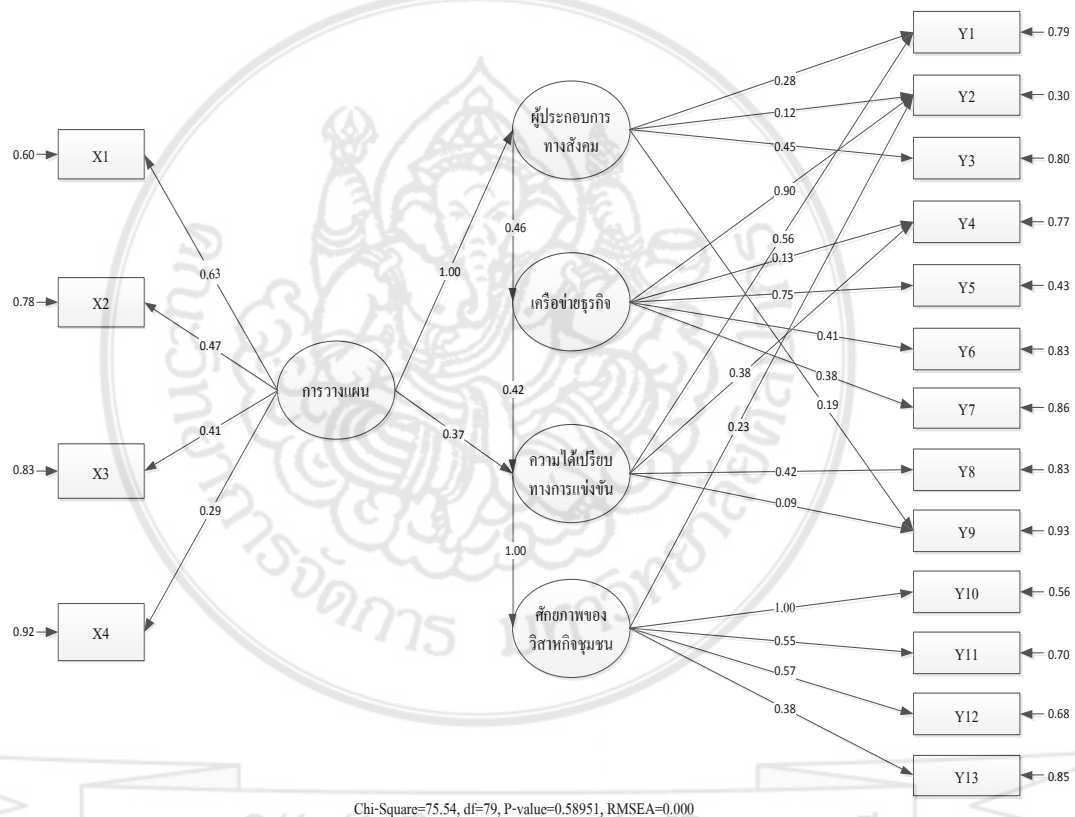
จากตารางที่ 22 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในด้านการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในด้านการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน อยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04, 4.00 และ 3.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย (M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในด้านการจัดการความรู้และข้อมูล

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ระดับ
1. มีการแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เช่น มีการนำความรู้ เทคโนโลยีสมัยใหม่มาผสมผสานกับภูมิปัญญาเพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน	4.07	0.48	มาก
2. มีการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก เครือข่าย และบุคคลภายนอกอย่างสม่ำเสมอ	3.99	0.55	มาก
3. มีการจัดเก็บข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ มีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน	3.85	0.76	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97	0.39	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในด้านการจัดการความรู้และข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นต่อศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในด้านการจัดการความรู้และข้อมูล อยู่ในระดับมากทุกข้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07, 3.99 และ 3.85 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร



ภาพที่ 4 การวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า โมเดลสมการ โครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ($\chi^2 = 75.54$, $df = 79$, $P = 0.58951$) และค่าดัชนีความสอดคล้อง ($GFI = 0.98$, $AGFI = 0.96$, $CFI = 1.00$ และ $RMSEA = 0.000$) อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แสดงว่ารูปแบบที่นำเสนอไว้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า การวางแผนมีสมการ โครงสร้างต่อการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร

ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์และค่าสถิติการวิเคราะห์อิทธิพลของการวางแผนในการดำเนินงาน
วิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อปประเภทอาหาร

ตัวแปรเกณฑ์		ปัจจัยด้าน ผู้ประกอบการ ทางสังคม	ปัจจัยด้าน เครือข่ายธุรกิจ	ปัจจัยด้านความ ได้เปรียบ ทางการแข่งขัน	ศักยภาพของ วิสาหกิจชุมชน
ปัจจัยด้านการวางแผน	DE	1.00	-	0.37	-
	IE	-	0.46	0.19	0.56
	TE	1.00	0.46	0.56	0.56
ปัจจัยด้าน ผู้ประกอบการ ทางสังคม	DE	-	0.46	-	-
	IE	-	-	0.19	0.19
	TE	-	0.46	0.19	0.19
ปัจจัยด้านเครือข่าย ธุรกิจ	DE	-	-	0.42	-
	IE	-	-	-	0.42
	TE	-	-	0.42	0.42
ปัจจัยด้านความ ได้เปรียบทางการ แข่งขัน	DE	-	-	-	1.00
	IE	-	-	-	-
	TE	-	-	-	1.00

Chi square = 75.54

df = 79

P-value = 0.58951

RMSEA = 0.000

GFI = 0.98

AGFI = 0.96

CIF = 1.00

SRMR = 0.031

จากการวิเคราะห์อิทธิพลเส้นทางโมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร พบว่า ชุดของตัวแปรในรูปแบบนี้ตามลำดับของตัวแปรในภาพที่ 4 โดยรวมอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของการวางแผนสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ได้ดังนี้

ด้านการวางแผน สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของศักยภาพในการดำเนินงานด้านผู้ประกอบการทางสังคม และด้านความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ได้ ($R^2 = 1.00$ และ 0.14)

ด้านผู้ประกอบการทางสังคม สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของศักยภาพในการดำเนินงานด้านเครือข่ายธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ($R^2 = 0.21$)

ด้านเครือข่ายธุรกิจ สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของศักยภาพในการดำเนินงานด้านความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ($R^2 = 0.18$)

ด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของศักยภาพในการดำเนินงานด้านศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ($R^2 = 1.00$)

อีกทั้งอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลทางตรงและทางอ้อมต่อศักยภาพในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ดังนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน คือปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน (1.00) เพียงปัจจัยเดียว สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อศักยภาพวิสาหกิจชุมชน โดยเรียงลำดับตามค่าอิทธิพลจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการวางแผน (0.56) ปัจจัยด้านเครือข่ายธุรกิจ (0.42) และปัจจัยด้านผู้ประกอบการทางสังคม (0.19) และผลการวิเคราะห์อิทธิพลรวมผลการศึกษาปรากฏว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมต่อศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน โดยเรียงลำดับตามค่าอิทธิพลรวมจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน (1.00) ปัจจัยด้านเครือข่ายธุรกิจ (0.42) ปัจจัยด้านผู้ประกอบการทางสังคม (0.19) และปัจจัยด้านการบริหารองค์กร (0.56) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยโมเดลสมการ โครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างการวางแผนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของ โมเดลสมการ โครงสร้างการวางแผนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และศึกษาน้ำหนักของอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร

โดยประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 8 อำเภอ ได้แก่ (1) อำเภอบ้านลาด จำนวน 112 คน (2) อำเภอหนองหญ้าปล้อง จำนวน 46 คน (3) อำเภอท่ายาง จำนวน 60 คน (4) อำเภอบ้านแหลม จำนวน 57 คน (5) อำเภอแก่งกระจาน จำนวน 0 คน (6) อำเภอชะอำ จำนวน 23 คน (7) อำเภอเขาย้อย จำนวน 54 คน (8) อำเภอเมือง จำนวน 48 คน รวมทั้งหมด 400 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม และผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเขตอำเภอบ้านลาด คิดเป็นร้อยละ 28 กลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 91.75 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.25 การศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 51.0 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 91.75

5.1.2 ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจด้วยการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร

สำหรับผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจด้วยการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร พบว่า ด้านการวางแผนการตลาด ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่เป็นตัวแทนในการตอบแบบสอบถามให้มีความสำคัญ อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ด้านการวางแผนบริหารจัดการ ด้านการวางแผนการผลิต และด้านการวางแผนการเงิน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่เป็นตัวแทนในการตอบแบบสอบถามให้มีความสำคัญ อยู่ในระดับมาก

5.1.3 ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของผู้ประกอบการทางสังคม

สำหรับผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนประเภทอาหารของผู้ประกอบการทางสังคม พบว่า ด้านมีความมุ่งมั่นด้านความสามารถในการตัดสินใจ และด้านมีความรู้จริงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่เป็นตัวแทนในการตอบแบบสอบถามให้มีความสำคัญ อยู่ในระดับมาก

5.1.4 ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของเครือข่ายธุรกิจ

สำหรับผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนประเภทอาหารของเครือข่ายธุรกิจ พบว่า ด้านเครือข่ายการตลาดด้านเครือข่ายการผลิตด้านเครือข่ายการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และด้านเครือข่ายข้อมูลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่เป็นตัวแทนในการตอบแบบสอบถามให้มีความสำคัญ อยู่ในระดับมาก

5.1.5 ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของความได้เปรียบทางการแข่งขัน

สำหรับผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนประเภทอาหารของความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า ด้านการลดต้นทุนทางการจัดการด้านกลยุทธ์การมุ่งจุดสนใจ และด้านการสร้างความแตกต่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่เป็นตัวแทนในการตอบแบบสอบถามให้มีความสำคัญ อยู่ในระดับมาก

5.1.6 ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหารของศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน

สำหรับผลการวิเคราะห์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนประเภทอาหารของศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน พบว่า ด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชนด้านการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน และด้านการจัดการความรู้และข้อมูลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่เป็นตัวแทนในการตอบแบบสอบถามให้

ความสำคัญ อยู่ในระดับมาก

5.1.7 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร

การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ที่มีผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการสังคม ได้แก่ ปัจจัยด้านการวางแผน ซึ่งประกอบด้วย ด้านการวางแผนการบริหารจัดการ การวางแผนการผลิต การวางแผนการตลาด และด้านการวางแผนการเงิน

สำหรับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ที่มีผลต่อศักยภาพของเครือข่ายธุรกิจ ได้แก่ ผู้ประกอบการทางสังคม ซึ่งประกอบด้วย ด้านมีความมุ่งมั่นด้านความสามารถในการตัดสินใจ และด้านมีความรู้จริง

ในขณะที่การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ที่มีผลต่อศักยภาพความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีจำนวน 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการวางแผน และปัจจัยด้านเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งเครือข่ายธุรกิจ ประกอบด้วย ด้านเครือข่ายการตลาด ด้านเครือข่ายการผลิต ด้านเครือข่ายการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และด้านเครือข่ายข้อมูล

และหากพิจารณาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ที่มีผลต่อศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย ด้านการลดต้นทุนทางการจัดการด้านกลยุทธ์การมุ่งจุดสนใจ และด้านการสร้างความแตกต่าง

อีกทั้งยังพบว่า ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนยังมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อกัน โดยความได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถร่วมกันอธิบายการวิเคราะห์เส้นทางของศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ในจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชนด้านการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน และด้านการจัดการความรู้และข้อมูล

5.2 อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์การวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ปรากฏว่า โมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหารที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยโมเดลสมการโครงสร้าง อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ($X^2 = 75.54$, $df = 79$ $P = 0.58951$) ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI = 0.98, AGFI = 0.96, CFI = 1.00 และ RMSEA = 0.000) โดยการพัฒนาโมเดลสมการ

โครงสร้างการวางแผนในด้านการวางแผนบริหารจัดการ ด้านการวางแผนการผลิต ด้านการวางแผนการตลาด และด้านการวางแผนการเงิน มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานในวิสาหกิจชุมชนในด้านผู้ประกอบการทางสังคมสูงที่สุด ทั้งนี้มีค่าอิทธิพลทางตรงสูงสุด (DE) เท่ากับ 1.00 ดังนั้นผู้ประกอบการทางสังคมจะต้องมีความรู้จริงเพื่อให้สอดคล้องกับการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร ในขณะที่เดียวกัน สมการโครงสร้างการวางแผนยังมีอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลทางตรงและทางอ้อมต่อศักยภาพในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ดังนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน คือปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน (1.00) เพียงปัจจัยเดียวสำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อศักยภาพวิสาหกิจชุมชน โดยเรียงลำดับตามค่าอิทธิพลจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการวางแผน (0.56) ปัจจัยด้านเครือข่ายธุรกิจ (0.42) และปัจจัยด้านผู้ประกอบการทางสังคม (0.19) และผลการวิเคราะห์อิทธิพลรวมผลการศึกษาปรากฏว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมต่อศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน โดยเรียงลำดับตามค่าอิทธิพลรวมจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน (1.00) ปัจจัยด้านเครือข่ายธุรกิจ (0.42) ปัจจัยด้านผู้ประกอบการทางสังคม (0.19) และปัจจัยด้านการบริหารองค์กร (0.56) ตามลำดับดังนั้นการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหารจึงควรมีการจัดกระบวนการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนให้เป็นไปตามมาตรฐานของกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี ที่มีส่วนช่วยในการให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความเป็นผู้นำด้านการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง รวมถึงการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยีได้เพื่อเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนขึ้นซึ่งสอดคล้องกับพิธีพงษ์ เงินงาม (2546: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของกลุ่มชุมชนในโครงการ "หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ศักยภาพของกลุ่ม และการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม ควรมีการเพิ่มศักยภาพให้กลุ่มโดยมี การวางแผนบริหารจัดการกลุ่ม การจัดหาตลาด ยังไม่มีประสิทธิภาพ เพราะสมาชิกกลุ่มยังขาดความรู้และความชำนาญในการเพิ่มศักยภาพการผลิตและบรรจุภัณฑ์ ดังนั้น ควรให้การสนับสนุนกลุ่มชุมชนด้านเงินทุน และการจัดหาตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการลดขั้นตอนในการขอรับรองคุณภาพสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน สมาชิกวิสาหกิจชุมชน ควรตระหนักและให้ความสำคัญเพื่อพัฒนาโครงสร้างการบริหารองค์กรในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ซึ่งควรดำเนินการดังนี้

5.3.1.1 ควรส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ เรื่องการวางแผนทางการเงิน เช่น การอบรมสัมมนาการทำงานทางการเงิน การสร้างความตระหนักในการวางแผนทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมและให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในวิสาหกิจชุมชน

5.3.1.2 ควรจัดการประชุมเพื่อให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้ร่วมกันกำหนด วิสัยทัศน์ การกำหนดเป้าหมาย การกำหนดคุณค่าและความเชื่อร่วมกัน การกำหนดกลยุทธ์ และ ประสานงานทำให้เกิดแนวทางการปฏิบัติที่ดีเสริมสร้างองค์กรให้แข็งแกร่ง มีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพในยุคของการแข่งขันทางธุรกิจ ทำให้เกิดการได้เปรียบในการแข่งขันได้

5.3.1.3 ควรเร่งรัดให้มีการพัฒนาความรู้ความเข้าใจกับผู้ประกอบการทางสังคม ถึงการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการเพื่อสังคมอย่างแท้จริง พร้อมเป็นผู้เห็นปัญหาของสังคมใช้ หลักการของผู้ประกอบการ ในการออกแบบและจัดระบบทางธุรกิจเพื่อบรรลุเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเพิ่มทุนทางสังคมไม่ใช่เพื่อผลกำไรส่วนบุคคล

5.3.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

ควรส่งเสริมให้มีการนำโมเดลที่พัฒนาขึ้นไปใช้เป็นแนวทางในการเพิ่ม ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนให้มากยิ่งขึ้นควรให้ความสำคัญในด้านการวางแผนด้านผู้ประกอบการ ทางสังคมด้านเครือข่ายธุรกิจ และด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อเพิ่มศักยภาพใน การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร

รายการอ้างอิง

- กฤตติกา แสนโกชนัน. (2546). “การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน: กรณีศึกษาสินค้าหัตถกรรมของจังหวัดอุดรธานี.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- กฤตติกา ฟองจันทร์ และวีรวิศดา ล้อมเวียง. (2555). “การประเมินความต้องการจำเป็นการจัดการคุณภาพในการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี.” จุลนิพนธ์ระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2538). **เครื่องมือการทำงานแนววัฒนธรรมชุมชน**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สภาคทอริกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.
- เกษร วิเชียรเพริศ. (2531). “อิทธิพลของอาชีพ โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมต่อการวางแผนพัฒนาตำบล: ศึกษาเฉพาะกรณีของจังหวัดสมุทรปราการ.” วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีรบูรณ์ วิสารทสกุล. (2547). **การประกอบการทางสังคมหลายแนวทาง – ทฤษฎีและปฏิบัติการหลายแนวทาง ประเด็นสำคัญที่แตกต่าง**. เข้าถึงเมื่อ 10 ธันวาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.volunteerspirit.org/node/2104>
- จักรกฤษณ์ นรนิติผดุงการ. (2526). **การบริหารงานพัฒนาชนบท**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชัยยุทธ เลิศพาชิน. (2555). **กลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**. เข้าถึงเมื่อ 22 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก http://www.phd-lpru.com/images/column_1341202833/ChaiyuthaAEC_2555_v6.pdf
- ชินโรส ละออวรรณ. (2549). “การพัฒนาหลักสูตร เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชุมพร.” สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2550). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนครและอุทิศ สังขรัตน์. (2556). “แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ธีระวัฒน์ จันทิก. (2556). “โมเดลสมการ โครงสร้างตัวบ่งชี้ความสำเร็จการประกันคุณภาพ การศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาคุณวุฒิ บัณฑิต การวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธีระวัฒน์ จันทิก, มนต์สินี บุญมีศรีสง่า และนภนัท หอมสุต. (2555). โมเดลสมการโครงสร้าง คุณลักษณะ ความสามารถ และศักยภาพในการบริหารงานของบัณฑิตที่พึงประสงค์ ตามความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สถานการณ์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. เข้าถึงเมื่อ 10 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [http://www.info.ms.su.ac.th/KM\\$/flowchart4_2\[1\].pdf](http://www.info.ms.su.ac.th/KM$/flowchart4_2[1].pdf)
- นพพร จุลกลางกูร และชัยลักษณ์ นิ่มนุ้ย. (2554). รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเพชรบุรี. เข้าถึงเมื่อ 22 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.sceb.doae.go.th/Documents/datachw/เพชรบุรี.pdf>.
- บริษัท ซีพีแอล คอนซัลติ้ง เอนจิเนียริ่ง แอนด์ แมเนจเมนท์ จำกัด. (2552). ความได้เปรียบทางการแข่งขันคืออะไร. เข้าถึงเมื่อ 22 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก http://www.cplconsult.com/Document/General/Document_general_1.html
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สวีริยาสาส์น
- บุญจาวรณ วิงวอน. (2555). “ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- ประทุม รอดประเสริฐ. (2535). การบริหารโครงการ. กรุงเทพฯ: เนติกุล.
- ประสงค์ พิฑูรกิจจา. (2533). “การวางแผนพัฒนาชนบทระดับจังหวัด.” สารนิพนธ์รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ. (2527). การวิเคราะห์และประเมินโครงการ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ประสิทธิ์ ประคองศรี. (2538). หลักการวางแผน. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วัลภา กุลมอญ. (2554). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน. เข้าถึงเมื่อ 3 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <http://vanlapa.iqetweb.com/index.php?lite=article&qid=579772>

- พระราชบัญญัติอาหาร. (2522). **พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 พร้อมกฎกระทรวงและประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับปรับปรุง ปี 2554)**. เข้าถึงเมื่อ 3 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <http://taxclinic.mof.go.th/upload/iblock/b6d/b6d74123e56ec259a171c4217cdb41be.pdf>
- พีระพงษ์ เงินงาม. (2546). “ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของกลุ่มชุมชนในโครงการ "หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" จังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมพร แสงชัย. (2530). **การวางแผนและโครงการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมมาศย์ พันภู. (2549). “การศึกษาผลของการจัดโครงการพัฒนาองค์กรเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี.” สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เสรี พงศ์พิศ. (2545). **คู่มือทำวิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพฯ: พลังปัญญา.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2548). **พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548**. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- Hair, J.F., and others. (2010). **Multivariate Data Analysis**. 7th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Krejcie, Robert V., and Daryle W. Morgan. (1970). “Determining Sample Size for Research Activities.” *Educational and Psychological Measurement*. Accessed January 5. Available from <http://opa.uprrp.edu/InvInsDocs/KrejcieandMorgan.pdf>
- Li-Su Huang and Cheng-Po Laib. (2012). “An investigation on critical success factors for knowledge management using structural equation modeling.” **Procedia-Social and Behavioral Sciences**. 5(May): 24-30.
- Porter, Michael E. (1985). **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance**. New York: The Free Press.



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



แบบสอบถามความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

เรื่อง: โมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อปประเภทอาหาร

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นของท่าน เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาที่ใช้ในการเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร คำตอบของท่านจะนำไปใช้ประมวลผลเป็นภาพรวม เพื่อสรุปปัจจัยของผลจากการวางแผนต่อการเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าสำหรับตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ข้อมูลที่ได้ผู้วิจัยจะเก็บรักษาข้อมูลและความคิดเห็นของท่านไว้เป็นความลับ และจะนำไปใช้ในการวิจัยเท่านั้น

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอนประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจด้วยกระบวนการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร

ตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการดำเนินงานในวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอแสดงความนับถือ

คณะผู้วิจัย

สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

คำชี้แจง ผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมคำลงในช่องว่างหน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

1.1. สถานที่ตั้งวิสาหกิจชุมชนอยู่ในเขตอำเภอ

.....

1.2. ปัจจุบันมีสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน

.....คน

1.3. เงินทุนที่ระดมเริ่มแรกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน

.....บาท

1.4. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจประเภทอาหารจนถึงปัจจุบันรวม.....ปี

.....เดือน

1.5. ผลผลิตของท่านนอกจากการรับรองคุณภาพจากองค์การอาหารและยา (อย.) แล้ว
ผลผลิตของคุณภาพจากหน่วยงานอื่นด้วย

() ใช่ () ไม่ใช่

2. ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1. เพศ () ชาย () หญิง

2.2. อายุ () ตั้งแต่ 30 ปีลงมา () 31 - 40 ปี

() 41 - 50 ปี () 51 - 60 ปี

() มากกว่า 61 ปีขึ้นไป

2.3. ระดับการศึกษาสูงสุด

() ประถมศึกษา

() มัธยมศึกษา/ปวช.

() อนุปริญญา/ปวส.

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

() อื่นๆ โปรดระบุ

2.4. สถานภาพ

- () โสด () สมรส
() หย่าร้าง () แยกกันอยู่

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน
วิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นของท่านว่า เกณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการจัดการธุรกิจเพื่อเพิ่ม
ศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน มีความเหมาะสมในระดับใด โดยทำ
เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็น ซึ่งผู้วิจัยกำหนดค่าน้ำหนักคะแนน ดังนี้

- 1 หมายถึง ท่านมีความเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด
2 หมายถึง ท่านมีความเห็นด้วยในระดับน้อย
3 หมายถึง ท่านมีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง
4 หมายถึง ท่านมีความเห็นด้วยในระดับมาก
5 หมายถึง ท่านมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด

การวางแผน						
ท่านมีการจัดการธุรกิจด้วยการวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนประเภทอาหาร ในบริบทดังต่อไปนี้ ระดับใด						
ด้านที่ 1 การวางแผนบริหารจัดการ		5	4	3	2	1
1.	วิสาหกิจชุมชนของท่านมีการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูล ธุรกิจครบถ้วน					
2.	มีการจัดโครงสร้างการบริหารจัดการที่ครบสมบูรณ์ ตาม ลักษณะหน้าที่ในการดำเนินการที่เหมาะสมของธุรกิจ ทั้งใน ส่วนการจัดแบ่งบุคลากรที่รับผิดชอบ					
3.	มีการกำหนด วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายในการดำเนิน ธุรกิจ ที่มีความเป็นไปได้และสามารถนำไปดำเนินการปฏิบัติ ได้จริง					
4.	มีปัจจัยแห่งความสำเร็จ ซึ่งสามารถแสดงได้ถึงความสำเร็จ ทางการแข่งขันเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน					
5.	มีการเตรียมการจัดหาเงินทุนไว้ล่วงหน้า					
6.	มีการวางแผนการจัดหาอุปกรณ์ และวัตถุดิบให้เพียงพอสำหรับ การผลิต					

7.	มีการกำหนดให้มีการประชุมเกี่ยวกับการทำงานในวิสาหกิจชุมชนเป็นประจำ					
ด้านที่ 2 การวางแผนการผลิต		5	4	3	2	1
8.	วิสาหกิจชุมชนของท่านมีขั้นตอนการผลิตที่ได้มาตรฐาน รวมถึงถึงนโยบายในการบริหารการผลิตด้านต่างๆที่มีประสิทธิภาพ เช่น วัตถุดิบ สิ่งค้ำคงคลัง กระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพเป็นต้น					
9.	มีแผนงานการผลิตที่สอดคล้องตรงตามสภาวะตลาดและสภาพการแข่งขัน					
10.	มีผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีคุณภาพ และมีการรับรองจากองค์การอาหารและยาประกอบไว้อย่างชัดเจน					
11.	ต้องผลิตสินค้าที่มีความคงทน มีอายุในการเก็บรักษาที่เหมาะสม					
12.	เมื่อผลิตสินค้าเสร็จ ต้องมีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์อย่าสม่ำเสมอ					
ด้านที่ 3 การวางแผนการตลาด		5	4	3	2	1
13.	วิสาหกิจชุมชนมีการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ชัดเจน					
14.	มีการตรวจสอบข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้องเกี่ยวกับภาพรวมปริมาณความต้องการ ปริมาณสินค้าที่มีอยู่ของตลาด					
15.	มีการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดได้สอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กำหนดเช่น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย					
16.	มีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานของจังหวัด เช่น วารสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ เคเบิลทีวี สถานีโทรทัศน์ และสื่ออื่นๆ					
ด้านที่ 4 การวางแผนการเงิน		5	4	3	2	1
17.	วิสาหกิจชุมชนมีการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประมาณการทางการเงินหรืองบการเงินที่ชัดเจนถูกต้องตามมาตรฐาน					
18.	มีการวิเคราะห์การเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่องโดยการพิจารณาจากงบกำไรขาดทุนมาวางแผนการดำเนินงาน					
19.	มีการประเมินสดหมุนเวียนในธุรกิจในระดับที่เหมาะสม ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดหรือแผนการดำเนินงานของธุรกิจ					

ตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร **คำชี้แจง** โปรดแสดงความคิดเห็นของท่านว่า เกณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ประเภทของใช้ ว่ามีความเหมาะสมในระดับใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็น ซึ่งผู้วิจัยกำหนดค่าน้ำหนักคะแนน ดังนี้

- | | | |
|---|---------|--|
| 1 | หมายถึง | ท่านเห็นว่ามีความเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด |
| 2 | หมายถึง | ท่านเห็นว่ามีความเห็นด้วยในระดับน้อย |
| 3 | หมายถึง | ท่านเห็นว่ามีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง |
| 4 | หมายถึง | ท่านเห็นว่ามีความเห็นด้วยในระดับมาก |
| 5 | หมายถึง | ท่านเห็นว่ามีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด |

ผู้ประกอบการทางสังคม						
หากท่านดำเนินงานหรือกิจกรรมดังต่อไปนี้ท่านเห็นว่าวิสาหกิจชุมชนของท่านจะส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ในระดับใด						
ด้านที่ 1 มีความมุ่งมั่น		5	4	3	2	1
1.	มีการประสานงานร่วมมือกันแก้ไขปัญหาต่างๆอย่างสม่ำเสมอ					
2.	มีความมุ่งมั่นที่จะผลิตสินค้าที่ไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศน์และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น					
3.	มีการคัดเลือกคนเข้าทำงานในกลุ่มด้วยตนเอง					
ด้านที่ 2 ความสามารถในการตัดสินใจ		5	4	3	2	1
4.	มีความสามารถนำข้อมูลสารสนเทศต่างๆมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ					
5.	มีกระบวนการในการจัดการความยั่งยืนในชุมชนและการพึ่งตนเองของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม					
6.	เป็นผู้ที่กำหนดค่าจ้างจากประสบการณ์ทำงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ					
7.	มีความสามารถมอบหมายงานให้ตรงกับความสามารถของแต่ละบุคคลได้					
ด้านที่ 3 มีความรู้จริง		5	4	3	2	1
8.	มีการเชื่อมโยงองค์ความรู้ของชุมชนสู่การพัฒนาสินค้าเชิงธุรกิจและการพัฒนาสินค้าของวิสาหกิจชุมชน					
9.	มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อแก้จุดระบบนิเวศน์ในท้องถิ่น ตลอดจนการอนุรักษ์หรือต่อยอดโดยใช้ฐานภูมิปัญญาและวัตถุดิบในท้องถิ่น					

10.	เมื่อเกิดปัญหาจากการผลิต ท่านและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการปรึกษาแก้ปัญหาด้วยกัน					
เครือข่ายธุรกิจ						
หากท่านดำเนินงานหรือกิจกรรมดังต่อไปนี้ท่านเห็นว่าวิสาหกิจชุมชนของท่านจะส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ในระดับใด						
ด้านที่ 1 เครือข่ายการตลาด		5	4	3	2	1
11.	มีการดำเนินงานด้านการตลาดที่ได้รับความช่วยเหลือจากภาคธุรกิจในการโฆษณาสินค้าผ่านบุคคลผู้มีชื่อเสียงในสังคม เช่น ดารา นักร้อง เป็นต้น ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า					
12.	มีการนำสินค้าเข้าร่วมจัดแสดงและจำหน่ายในงานแสดงสินค้าที่ทางภาครัฐหรือภาคเอกชนจัดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ					
13.	มีการร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อกระจายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง เช่น ในห้างสรรพสินค้า ในสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น					
14.	การมีร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ เพื่อขยายตลาด					
ด้านที่ 2 เครือข่ายการผลิต		5	4	3	2	1
15.	มีเจ้าของปัจจัยการผลิตที่จำหน่ายสินค้าให้ในราคาถูก และมีสินค้าพร้อมส่งเสมอ					
16.	มีการร่วมมือกับองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชนมาสนับสนุนและพัฒนาคุณภาพสินค้า รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์อื่น					
17.	มีหน่วยงานที่สนับสนุนในด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น เครื่องมือหรือเครื่องจักรที่ช่วยให้การผลิตสินค้าทำได้รวดเร็วมากขึ้น เป็นต้น					
ด้านที่ 3 เครือข่ายการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์		5	4	3	2	1
18.	วิสาหกิจชุมชนได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐหรือภาคเอกชน ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาจากศักยภาพของปัจจัยการผลิตและภูมิปัญญาที่มีในท้องถิ่น					
19.	มีการเข้าร่วมโครงการที่สนับสนุนให้ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					

20.	มีการช่วยเหลือของภาครัฐที่ทำให้ความสำคัญในการจัดวางสินค้า ช่วยส่งเสริมในการขายสินค้าเพื่อให้สะดวกต่อผู้ซื้อ					
ด้านที่ 4 เครือข่ายข้อมูล		5	4	3	2	1
21.	มีการร่วมมือกับหน่วยงานในการทำวิจัยเพื่อศึกษาข้อมูลด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น รูปแบบของสินค้าที่เป็นความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน เป็นต้น					
22.	มีการเข้าร่วมอบรมในเรื่องการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนจากหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชน					
23.	ภาครัฐมีการนำข้อมูล ความรู้ใหม่ๆมาถ่ายทอดให้กับวิสาหกิจชุมชน เช่น เรื่องเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตสินค้า เป็นต้น					
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน						
หากท่านดำเนินงานหรือกิจกรรมดังต่อไปนี้ท่านเห็นว่าวิสาหกิจชุมชนของท่านจะส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ในระดับใด						
ด้านที่ 1 การลดต้นทุนทางการจัดการ		5	4	3	2	1
24.	มีการลดการพึ่งพิงด้านเงินทุนกับหน่วยงานภายนอกและสถาบันทางการเงินต่างๆ ตลอดจนสร้างแผนการปฏิบัติงานที่เป็นรูปธรรมในปีถัดไป					
25.	มีการเพิ่มขีดความสามารถในการลดต้นทุนการผลิตของสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น แรงงานจากสมาชิกในชุมชน เป็นต้น					
26.	ในการกำหนดราคา มีการควบคุมต้นทุนเพื่อไม่ให้สินค้ามีราคาสูง แต่คุณภาพดีเหมือนเดิม					
ด้านที่ 2 กลยุทธ์การมุ่งจุดสนใจ		5	4	3	2	1
27.	มีการวางแผนและออกแบบสินค้าให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด					
28.	มีการนำจุดเด่นของสินค้ามาจัดทำโปรโมชัน เพื่อส่งเสริมการขายสินค้า					
29.	มีการแจกของสมนาคุณให้กับลูกค้าที่ซื้อสินค้าเป็นประจำ หรือมียอดซื้อมาก					
ด้านที่ 3 การสร้างความแตกต่าง		5	4	3	2	1
30.	มีการสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการที่ให้ความสำคัญต่อการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลากำหนด					
31.	มีนโยบายมุ่งมั่น ในการส่งออก เนื่องจากการแข่งขันในประเทศที่สูงผลักดันให้วิสาหกิจชุมชนของท่านต้องทำการส่งออก					

32.	มีบริการสั่งซื้อผ่านระบบสินค้าออนไลน์ หรือทางอินเทอร์เน็ต					
ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน						
หากท่านดำเนินงานหรือกิจกรรมดังต่อไปนี้ท่านเห็นว่าวิสาหกิจชุมชนของท่านจะส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ประเภทอาหาร ในระดับใด						
ด้านที่ 1 ผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน		5	4	3	2	1
33.	มีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของผู้นำ (วิสัยทัศน์ของผู้นำ) และเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วม					
34.	มีการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อกู้ค้า เช่น ไม่เอาเปรียบ ชื้อสัตว์ ตรงต่อเวลา มีคุณภาพ ปลอดภัย ฯลฯ					
35.	มีการใช้ทรัพยากร การไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การกำจัดขยะ สิ่งปฏิกูล การดูแลน้ำเสีย					
ด้านที่ 2 การวางแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน		5	4	3	2	1
36.	มีการจัดทำแผนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน (แผนบริหารองค์กร และ แผนประกอบการ) และปฏิบัติตามแผนที่วางไว้					
37.	มีการชี้แจงแผนและเปิดโอกาสให้กรรมการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ได้แสดงความคิดเห็น					
38.	มีการปฏิบัติตามแผนที่จัดทำไว้ หรือแผนที่ได้ปรับปรุงตามสถานการณ์					
ด้านที่ 3 การจัดการความรู้และข้อมูล		5	4	3	2	1
39.	มีการแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เช่น มีการนำความรู้ เทคโนโลยีสมัยใหม่มาผสมผสานกับภูมิปัญญาเพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน					
40.	มีการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก เครือข่าย และบุคคลภายนอกอย่างสม่ำเสมอ					
41.	มีการจัดเก็บข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ มีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน พร้อมใช้งาน					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

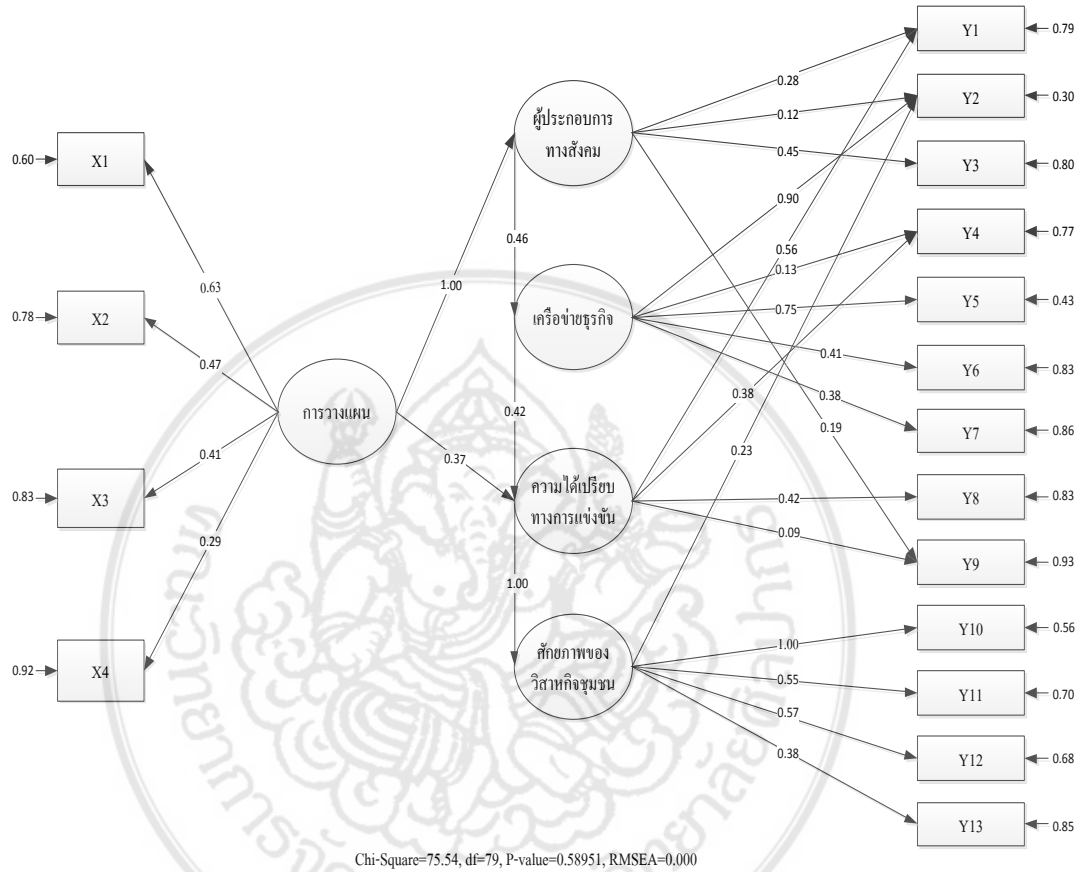
.....

ขอขอบคุณที่กรุณาใช้เวลาอันมีค่าของท่านในการกรอกข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในครั้งนี้ค่ะ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานวิสาหกิจ
ชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร



ภาพที่ 4 การวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างการวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน
วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป ประเภทอาหาร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

- ปัจจัยด้านการวางแผน มีผลต่อปัจจัยด้านผู้ประกอบการทางสังคม

อิทธิพลทางตรง

PLAN → ENT

= 1.00

อิทธิพลทางอ้อม

= 0 (ไม่มีอิทธิพล)

อิทธิพลรวม

= 1.00 + 0

= 1.00

2. ปัจจัยด้านการวางแผน มีผลต่อปัจจัยด้านเครือข่ายธุรกิจ

อิทธิพลทางตรง

$$\text{PLAN} \rightarrow \text{BUS} = 0 \text{ (ไม่มีอิทธิพล)}$$

อิทธิพลทางอ้อม

$$\begin{aligned} \text{PLAN} \rightarrow \text{ENT} \rightarrow \text{BUS} &= (1.00)(0.46) \\ &= 0.46 \end{aligned}$$

อิทธิพลรวม

$$\begin{aligned} &= 0.46 + 0 \\ &= 0.46 \end{aligned}$$

3. ปัจจัยด้านการวางแผน มีผลต่อปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน

อิทธิพลทางตรง

$$\text{PLAN} \rightarrow \text{COM} = 0.37$$

อิทธิพลทางอ้อม

$$\begin{aligned} \text{PLAN} \rightarrow \text{ENT} \rightarrow \text{BUS} \rightarrow \text{COM} &= (1.00)(0.46)(0.42) \\ &= 0.19 \end{aligned}$$

อิทธิพลรวม

$$\begin{aligned} &= 0.37 + 0.19 \\ &= 0.56 \end{aligned}$$

4. ปัจจัยด้านการวางแผน มีผลต่อปัจจัยด้านศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน

อิทธิพลทางตรง

$$\text{PLAN} \rightarrow \text{POT} = 0 \text{ (ไม่มีอิทธิพล)}$$

อิทธิพลทางอ้อม

$$\text{PLAN} \rightarrow \text{COM} \rightarrow \text{POT} = (0.37) (1.00)$$

อิทธิพลรวม

$$\begin{aligned} &= 0 + 0.37 \\ &= 0.37 \end{aligned}$$

5. ปัจจัยด้านผู้ประกอบการทางสังคม มีผลต่อปัจจัยด้านเครือข่ายธุรกิจ

อิทธิพลทางตรง

$$\text{ENT} \rightarrow \text{BUS} = 0.46$$

อิทธิพลทางอ้อม

$$= 0 \text{ (ไม่มีอิทธิพล)}$$

อิทธิพลรวม

$$\begin{aligned} &= 0.46 + 0 \\ &= 0.46 \end{aligned}$$

6. ปัจจัยด้านผู้ประกอบการทางสังคม มีผลต่อปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน

อิทธิพลทางตรง

$$\text{ENT} \rightarrow \text{COM} = 0 \text{ (ไม่มีอิทธิพล)}$$

อิทธิพลทางอ้อม

$$\begin{aligned} \text{ENT} \rightarrow \text{BUS} \rightarrow \text{COM} &= (0.46)(0.42) \\ &= 0.19 \end{aligned}$$

อิทธิพลรวม

$$\begin{aligned} &= 0.19 + 0 \\ &= 0.19 \end{aligned}$$

7. ปัจจัยด้านผู้ประกอบการทางสังคม มีผลต่อปัจจัยด้านศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน

อิทธิพลทางตรง

$$\text{ENT} \rightarrow \text{POT} = 0 \text{ (ไม่มีอิทธิพล)}$$

อิทธิพลทางอ้อม

$$\begin{aligned} \text{ENT} \rightarrow \text{BUS} \rightarrow \text{COM} \rightarrow \text{POT} &= (0.46)(0.42)(1.00) \\ &= 0.19 \end{aligned}$$

อิทธิพลรวม

$$\begin{aligned} &= 0 + 0.19 \\ &= 0.19 \end{aligned}$$

8. ปัจจัยด้านเครือข่ายธุรกิจ มีผลต่อปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน

อิทธิพลทางตรง

$$\text{BUS} \rightarrow \text{COM} = 0.42$$

อิทธิพลทางอ้อม

$$= 0 \text{ (ไม่มีอิทธิพล)}$$

อิทธิพลรวม

$$= 0.42 + 0$$

ผลงานวิจัยนักรศึกษา ระดับปริญญาตรี

9. ปัจจัยด้านเครือข่ายธุรกิจ มีผลต่อปัจจัยด้านศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน

อิทธิพลทางตรง

$$\text{BUS} \rightarrow \text{POT} = 0 \text{ (ไม่มีอิทธิพล)}$$

อิทธิพลทางอ้อม

$$\begin{aligned} \text{BUS} \rightarrow \text{COM} \rightarrow \text{POT} &= (0.42)(1.00) \\ &= 0.42 \end{aligned}$$

อิทธิพลรวม

$$\begin{aligned} &= 0 + 0.42 \\ &= 0.42 \end{aligned}$$

10. ปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีผลต่อปัจจัยด้านศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน

อิทธิพลทางตรง

COM → POT

= 1.00

อิทธิพลทางอ้อม

= 0 (ไม่มีอิทธิพล)

อิทธิพลรวม

= 1.00 + 0

= 1.00



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล

นางสาวศุภิสรา ศรีคชา

ที่อยู่

96/17 หมู่ 3 ถนนกาญจนาภิเษก ตำบลปลายบาง

อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2553

สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมปลาย โรงเรียนสุวรรณารามวิทยาคม

พ.ศ. 2553

ศึกษาต่อระดับปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี