

การพัฒนาภูมิวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดลำปางเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า

Communities Enterprises Development for Product Value Added : Cast Study in Lampang

มยุรี พรหมเทพ¹⁾ ปิยะ วัฒนพาณิชย์²⁾ สรัญญา บัลลังก์³⁾ และอุษา โปสถ์ทอง⁴⁾

*1-4) สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

¹⁾ Email : toy_mayuree@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาบริบทและการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนของอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง และเพื่อวิเคราะห์และพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพภายใต้การดำเนินการวิจัยแบบทฤษฎีฐานราก เพื่อแสวงหาองค์ความรู้และทฤษฎีในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดลำปาง โดยกำหนดตัวอย่างในการศึกษาคือวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนประกอบการในพื้นที่อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปางและเป็นวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับผลการประเมินศักยภาพในระดับดี ประจำปี 2558 ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนตัวอย่างนั้นมีการก่อตั้งขึ้นมาด้วยกระบวนการพัฒนาศักยภาพภายในของชุมชนและการหนุนเสริมจากองค์กร หน่วยงานภาครัฐและปกครองส่วนท้องถิ่น และมีการดำเนินการทั้งการผลิต การบริหารจัดการ การตลาด ด้วยสมาชิกซึ่งเป็นคนในชุมชนที่ร่วมกันก่อตั้งและจดทะเบียน

ทั้งในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผลการวิเคราะห์พบว่า วิสาหกิจชุมชนที่มุ่งไปสู่การพัฒนาตัวเองหรือมุ่งสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้ามีการวิเคราะห์ปัจจัยหนุนเสริมและอุปสรรคที่มีผลต่อการพัฒนาเพื่อนำผลการวิเคราะห์ไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างศักยภาพและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาประกอบด้วยการพัฒนากระบวนการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการและการพัฒนาบุคลากร/สมาชิก เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายของการพัฒนาโดยมีรูปแบบและแนวทางในการวิเคราะห์ผลการพัฒนาในประเด็นต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไป

คำสำคัญ : วิสาหกิจชุมชน การพัฒนา มูลค่าเพิ่ม

Abstract

This Qualitative research is conducting research under a theoretical foundations, Aim to study the context and the operation and analysis of the Communities Enterprises (CEs) development for value added. The sample in the study is the registered business enterprises CE type in Ko Kha district, has been evaluating the potential level of the 2015. The results showed that, The operation of CE are established with the development of internal processes, people in the community and to reinforce from the government agencies. With all the production operations ,management, marketing by CE members. CE development analysis founding CE that focuses on developing yourself or towards a progressive community enterprises are reinforced to strengthen factors analysis. To apply the results of the analysis to determine the development guidelines and capacity building and value-added products. The development consists of the development process The development of a product or service and personal development. To the goal of developing the format and guidelines for the analysis of various issues in development and continued development.

Keyword : Communities Enterprises, Development, Value added

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภายใต้โครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยที่เล็งเห็นความสำคัญของระบบเศรษฐกิจฐานรากที่มีต่อระบบเศรษฐกิจมหภาคของประเทศ การสนับสนุนเชิงนโยบายและทรัพยากร รวมทั้งการมุ่งพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ผ่านมามีการเชื่อมโยงความสำคัญถึงความสามารถในการประกอบการของธุรกิจชุมชน ท้องถิ่นและใช้กลไกของหน่วยงานภาครัฐในการขับเคลื่อน และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานรากของประเทศไทยนั้นส่วนธุรกิจหนึ่งที่มีักได้รับการส่งเสริม สนับสนุนทั้งในส่วนของการองค์ความรู้ ทู่น และหรือเครื่องมือเพื่อใช้ในการประกอบการคือกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprises) นับเป็นหน่วยธุรกิจขนาดเล็กที่อยู่ภายในชุมชนโดยมีการใช้ฐาน ของทรัพยากรของชุมชนมาเป็นตัวขับเคลื่อนในการประกอบการด้านธุรกิจเพื่อสร้างงาน สร้างรายได้และพัฒนาความเป็นอยู่ภายในชุมชน

ภายใต้แนวทางในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจอันเชื่อมโยงไปสู่หน่วยเศรษฐกิจที่เรียกว่า “วิสาหกิจชุมชน” ที่ผ่านมามีเกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงปริมาณอย่างต่อเนื่องซึ่งเมื่อพิจารณาฐานข้อมูลของการดำเนินธุรกิจของชุมชนในรูปแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบว่าจำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2558) ประกอบกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นนโยบายด้านเศรษฐกิจรากฐานของรัฐบาลที่เป็น พื้นฐานสำคัญของระบบเศรษฐกิจของไทย ซึ่งต้องเสริมสร้างให้เข้มแข็งและควรได้รับการสนับสนุนให้มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค แต่ทว่าการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนในหลาย ๆ กลุ่มยังประสบปัญหาเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น ปัญหาการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนซึ่งยังไม่มีมีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ขาดกลไกการจัดการที่มีประสิทธิภาพ (เครือข่ายบริหารงาน วิจัยภาคเหนือตอนบน, 2555)

ในขณะที่การดำเนินการด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เป็นเอกลักษณ์ การออกแบบ

ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ดีรวมถึงระบบคุณภาพและการบริหารจัดการเครือข่ายการตลาดที่ดีที่จะสามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ก้าวสู่ตลาดสากลได้ (จินตนา สนามชัยสกุล, 2549) ซึ่งจากความสำคัญเชิงนโยบายของการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจผ่านกลไกของวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนสภาพที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชนและปัญหาที่เกิดขึ้นกับการประกอบการของวิสาหกิจชุมชนผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดลำปาง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสนใจที่มุ่งศึกษาไปยังวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในพื้นที่อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปางซึ่งเป็นพื้นที่การให้บริการวิชาการและการวิจัยของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทและการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนของอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง
2. เพื่อวิเคราะห์และพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า

3. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. วิสาหกิจชุมชนได้เกิดการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพตนเองผ่านกระบวนการวิจัยอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
2. งานวิจัยหรือส่วนหนึ่งของงานวิจัยได้รับการยอมรับและนำเสนอผ่านเวทีวิชาการทั้งในระดับชาติหรือนานาชาติ

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินโครงการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาและทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาต่าง ๆ ดังนี้

1. การจัดการ
2. การเป็นผู้ประกอบการ
3. การพัฒนาธุรกิจ
4. วิสาหกิจชุมชน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดการ (management)

การดำเนินธุรกิจหรือประกอบการทางด้านธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนผ่านและความหลากหลายทางด้านสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวของผู้ประกอบการหรือนักธุรกิจ นักธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีนั้นก็คือการวางแผน และการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้การวางแผนที่ดีและแผนที่จะต้องเป็นแผนที่มุ่งกำหนดทิศทาง แนวทางการพัฒนา การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตลอดจนถึงการเรียนรู้ผลความก้าวหน้า และปัญหาอุปสรรคอันนำไปสู่การแก้ไขปรับปรุงได้เป็นอย่างดี(ปิ่นรส มาลากุล ณ อยุธยา, 2556) รวมทั้งในการบริหารจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลงของโลกหรือการจัดการสมัยใหม่ ผู้ที่เป็นผู้ประกอบการ หรือนักบริหารจะต้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้ไปนี้คือวิธีการบริหาร องค์การ ผู้นำ และนวัตกรรม (Peter Drucker, 2010) นอกจากนี้ในการที่องค์การมีการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ดีนั้น องค์การนั้น ๆ จะสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน (Rosli, 2002) และการจัดการเชิงกลยุทธ์นั้นจะช่วยให้ผู้บริหาร ภายในองค์การดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุพันธกิจและวิสัยทัศน์ที่องค์การตั้งไว้ได้ (Berry, 2007)

ทั้งนี้ในการจัดการที่มุ่งไปสู่การพัฒนาตัวองค์การหรือการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์การนั้นมักมีการนำการจัดการนวัตกรรมมาเชื่อมโยงและบูรณาการเพื่อใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์การทั้งในด้านตัวผลิตภัณฑ์ กระบวนการหรือเทคโนโลยีภายในองค์การ เช่นเดียวกับพัต วูมิ่งค์ (2557, หน้า 110) ได้นำเสนอแนวคิดและผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับนวัตกรรมและการจัดการนวัตกรรมจากนักวิชาการจากหลากหลายสถาบันทั่วโลก โดยได้ระบุส่วนหนึ่งไว้ว่าการดำเนินงานขององค์การที่จะมีส่วนช่วยให้องค์การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมหรือมีนวัตกรรมที่ดีขึ้นได้นั้นส่วนหนึ่งมาจากความร่วมมือระหว่างสมาชิกภายในองค์การด้วยกันเองในการสร้างแรงจูงใจ ความผูกพัน ความร่วมมือกันรวมทั้งการสนับสนุนการดำเนินงานขององค์การจากสมาชิกในทุกกระบวนการเพื่อสร้างนวัตกรรมขององค์การขึ้นมาได้

การเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurship)

ในโลกของการประกอบธุรกิจฐานของนักธุรกิจหรือผู้ดำเนินกิจกรรมทางด้านธุรกิจมาจากฐานของการเป็นผู้ประกอบการซึ่งการเป็นผู้ประกอบการโดยนิยามสามารถเป็นได้ทั้งในลักษณะที่ถูกฝึกฝนจากการเรียนรู้และหรือถูกปลูกฝังจากสังคมรอบข้างจนทำให้บุคคลนั้นมีความเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneur) อยู่ในตัว ซึ่งไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการในลักษณะเดี่ยว คือ ผู้ประกอบการรายเดี่ยวหรือผู้ประกอบการกลุ่ม คือ การรวมตัวกันของคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปเพื่อดำเนินกิจการร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มวิสาหกิจ ห้างหุ้นส่วน เป็นต้น ซึ่งบุคคลผู้ซึ่งค้นพบความต้องการทางการตลาดและเริ่มเข้าไปดำเนินการธุรกิจเพื่อสนองตอบต่อความต้องการในด้านต่าง ๆ ตามความต้องการของตนเองนั้นคือบุคคล ที่เรียกได้ว่าเป็น “ผู้ประกอบการ” (Longenecker, Moore, Petty and Palich 2006) ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการอาจจะ เป็นบุคคลที่มีฐานของความเสี่ยงที่จะลงทุนและต้องการผลแห่งระบบ ธุรกิจหรือการลงทุน รวมทั้งเป็นผู้ที่มุ่งแสวงหาโอกาสในการสร้างความสามารถในการทำกำไรและ การใช้สติปัญญา ความมานะ ความพยายามเพื่อความเจริญเติบโตของธุรกิจ (Zimmerer and Scarborough, 2002) ซึ่งตามหลักการของแนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมของผู้ประกอบการ (entrepreneurial activity) ประกอบด้วย 1) การมุ่งไปที่ตัวบุคคลมากกว่าส่วนอื่น 2) คุณลักษณะในความรู้สึกของบุคคล และ 3) ความเต็มใจที่จะพบกับความไม่แน่นอน (Kihlstrom and Laffont, 1979) การเป็นผู้ประกอบการสามารถเกิดจากแนวคิดที่ว่ามีการ ค้นหาโอกาสและการทำกิจกรรมทางธุรกิจตามมาจากการค้นพบโอกาสทางธุรกิจและก็มี การก่อตั้งองค์การทางธุรกิจขึ้นมาใหม่ (Reynolds, 2005)

การพัฒนาธุรกิจ (Business Development)

การดำเนินธุรกิจขององค์การไม่ว่าจะเป็นองค์การขนาดเล็กไปจนถึงองค์การขนาดใหญ่ หรือแม้กระทั่งธุรกิจที่สร้างและดำเนินการด้วยตนเองหรือคนในครอบครัวที่เรียกว่าธุรกิจส่วนตัวมักจะหลีกเลี่ยงไม่พ้นกับปัญหา อุปสรรคทั้งที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมภายในหรือเกิดจากสิ่งที่เรียกว่าสภาพแวดล้อม จาก

ภายนอกโดยทั่วไป เช่นสภาพการแข่งขัน ดังนั้นแนวคิดในการพัฒนาธุรกิจจึงเกิดขึ้นโดยเชื่อว่า การพัฒนาธุรกิจคือกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของกำไร การผลิต หรือการบริหาร อันนำไปสู่การขยายตัวและการเจริญเติบโตของการประกอบการ (Sonja Kind, Dodo zu Knyphausen-Aufseß, 2007) นอกจากนี้โดยฐานของการพัฒนานั้นมีหลากหลายนิยามที่กล่าวถึงการพัฒนาว่า การพัฒนาคือ การชักชวนหรือการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยปฏิบัติตามแผนและ โครงการอย่างจริงจังและเป็นการลำดับขั้นตอนต่อเนื่องกันในลักษณะที่เป็นวงจรไม่มีการสิ้นสุด (นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์และพูนศิริ วัจนะภูมิ, 2534) รวมทั้งเป็นการเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เกิดความ เจริญเติบโตองกงามและดีขึ้นจนเป็นที่พึงพอใจ (สนรยา พลศรี, 2547)

หากกล่าวถึงการพัฒนาตัวองค์กรนั้นมักมีการนำหลักการและแนวคิดของการพัฒนาองค์กรเข้ามาช่วยเสริมในการสร้างและพัฒนาองค์กรในด้านต่างๆ ทั้งจากการดำเนินงานภายในหรือการใช้องค์กรหรือกลุ่มบุคคลภายนอกเข้ามาช่วยในการพัฒนาองค์กร ซึ่งในการพัฒนาองค์กรนั้น เรื่องวิสัย ทัศน์ สุวรรณ (2557, หน้า 71-72) ได้นำเสนอหลักการในการวิเคราะห์องค์กรเพื่อนำไปสู่การพัฒนาองค์กรโดยมุ่งเน้นการประยุกต์หลักการทางทฤษฎีเข้ากับการปฏิบัติเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์กรโดยการเข้าไปพิจารณาถึงแนวทางในการพัฒนาองค์กรคือการเข้าไปศึกษารายละเอียดของการพัฒนาองค์กรว่าจะสามารถสร้างให้เกิดการพัฒนาองค์กรได้อย่างไร เทคนิคการเปลี่ยนแปลง คือ การวางแผนเพื่อให้เกิดกระบวนการในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ทศนคติเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงและการกำหนดกลไกการรักษา สภาพการเปลี่ยนแปลง คือ ขั้นตอนของการสร้างระบบและเครื่องมือเพื่อใช้ในการเปลี่ยนแปลงองค์กรให้เกิดการพัฒนาขึ้น

วิสาหกิจชุมชน (community enterprises)

การดำเนินธุรกิจภายใต้การจัดตั้งเป็นองค์กรภาคธุรกิจนั้นมักเกิดขึ้นภายใต้แนวคิดของการก่อตั้งเป็นองค์กรหรือการจัดให้เกิดขึ้นโดยโครงสร้างองค์กรองค์กรมักประกอบด้วยส่วนประกอบสำคัญคือ

จุดมุ่งหมาย ร่วมกัน ความพยายามในการประสานงาน การแบ่งงานและลำดับขั้นของอำนาจ (สาโรจน์ โอพิทักษ์ชวิน, 2554) ทั้งนี้ในการดำเนินการด้านการจัดองค์กรนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบอันนำไปสู่การจัดองค์กรที่ประสบความสำเร็จซึ่งประกอบด้วย 1)การตัดสินใจในการบริหาร ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญ ของผู้บริหารองค์กร 2)การจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นกระบวนการและแนวทางในการบริหารจัดการ 3)การบริหารทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นกลไกที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านบุคลากรภายในองค์กร 4)การบริหารกลุ่ม ซึ่งเป็นส่วนเสริมในการสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และ5)การจัดการ ในภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของโลกที่มีการติดต่อสื่อสารและเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายด้านต่างๆ (สาคร สุขศรีวงศ์, 2551) ทั้งนี้ในการดำเนินการทางด้านองค์กรธุรกิจนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการของบุคคลหรือผู้ประกอบการในองค์กรซึ่งองค์กรหนึ่งที่ถูกเชื่อมโยงด้านการพัฒนาชุมชนกับระบบเศรษฐกิจเข้าด้วยกันคือการดำเนินกิจกรรมทางด้านธุรกิจด้วยรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน (community enterprises) โดยวิสาหกิจชุมชนคือ กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการ ดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพา ตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (พระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548)

5. วิธีการดำเนินการ

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพโดยยึดโยงการศึกษาด้วยทฤษฎีฐานราก (grounded theory) ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้

ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาแก่กลุ่มตัวอย่างหรือเป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ ดังนั้นประชากรที่ใช้คือวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนในพื้นที่อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ

ผู้วิจัยใช้การเจาะจงกลุ่มตัวอย่าง (purposive sampling) โดยเป็นการพิจารณาร่วมกันของภาคีเครือข่ายการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน นักวิชาการ นักวิจัยและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่ประสงค์ร่วมในการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มแก่วิสาหกิจชุมชน

การสุ่มตัวอย่าง

ในการสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูลสำนักงานเกษตรอำเภอเกาะคาและสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) ไปวิสาหกิจชุมชนอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง เนื่องจากเป็นพื้นที่เป้าหมายในการวิจัยและการบริการวิชาการ ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อมใน การดำเนินงานเพื่อการพัฒนา ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้า

เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงาน

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ อาทิ การสัมภาษณ์ การสังเกต การจัดเวทีเสวนา การประชุม กลุ่มย่อย เพื่อให้ได้ข้อมูลต่าง ๆ ตามจุดมุ่งหมายของการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ทั้งนี้ ในการเลือกใช้เครื่องมือผู้วิจัยหลักในการเลือกเครื่องมือแต่ละครั้งภายใต้ความสามารถในการเข้าถึงและจัดการกับข้อมูลที่เครื่องมือแต่ละอย่างสามารถดำเนินการได้ หรือใช้ตามบริบทที่เกิดขึ้นทั้งจากการวางแผนในการดำเนินงานหรือเหตุการณ์เฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นอันสามารถนำข้อมูลไปใช้และเพื่อให้ได้มาซึ่งผลการวิจัย

การตรวจสอบข้อมูลและเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบความข้อมูลรวมทั้งเครื่องมือและผลการศึกษาด้วยแนวคิดการตรวจสอบข้อมูล แบบสามเส้า(triangulation) คือ การตรวจสอบด้านข้อมูล(data triangulation) การพิสูจน์ว่า ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ โดยอ้างอิงแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล, การตรวจสอบ ด้านผู้วิจัย (investigator triangulation) โดยพิจารณาว่าผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลแตกต่างกันอย่างไร ภายใต้ประเด็นเดียวกัน, การตรวจสอบด้านทฤษฎี(theory triangulation) คือการพิจารณาจากแนวคิด ทฤษฎีทางด้านของการเพิ่มมูลค่าสินค้า การพัฒนา เป็นต้น

และการตรวจสอบด้านวิธีรวบรวม ข้อมูล (Methodological triangulation)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยกระบวนการวิเคราะห์แก่นสาระ (thematic analysis) ของข้อมูลที่ได้จากการแสวงหาและเชื่อมโยงกับคำถามและวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยมีการนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะพรรณนาเนื้อหาเพื่อนำเสนอถึงทฤษฎีที่เกิดจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

6. ผลการวิจัย

บริบททั่วไปของการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

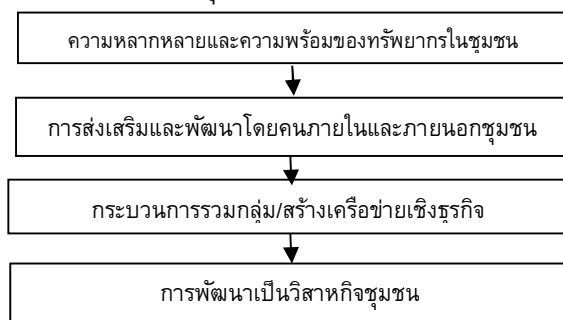
อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง มีการจดทะเบียนเพื่อประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ผ่านหน่วยงานสำนักงานเกษตรอำเภอเกาะคา ภายในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548) ซึ่งจากฐานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนและดำเนินกิจกรรมในความดูแลของหน่วยงานที่รับผิดชอบคือสำนักงานเกษตรอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปางมีจำนวนทั้งสิ้น 61 วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีการประกอบกิจการทางด้านการผลิตพืช ปศุสัตว์และปัจจัยในการผลิตสูงสุดถึงร้อยละ 27.87 รองลงมาคือการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 24.60 และเฟอร์นิเจอร์ เครื่องไม้และงานเซรามิค มีการประกอบการร้อยละ 16.40 ของข้าวสวยและของที่ระลึก ร้อยละ 8.20 ดอกไม้ประดิษฐ์ ร้อยละ 6.56 จำหน่ายสินค้า ร้อยละ 6.56 ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เสื้อผ้า ร้อยละ 3.27 ออมทรัพย์ชุมชน ร้อยละ 3.27 และรูปแบบอื่น ๆ ร้อยละ 3.27

และจากการประเมินผลศักยภาพ การประกอบการของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดลำปางโดยส่วนบริหารจัดการงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายในปี 2558 (ส่วนบริหารจัดการงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, ออนไลน์) ซึ่งมีการประเมินรายไตรมาส ประจำปี 2558 เฉพาะในพื้นที่ของจังหวัดลำปาง โดยแบ่งผลกาประเมินออกเป็น 3 ระดับประกอบด้วยระดับดี ระดับปานกลางและระดับปรับปรุง ซึ่งวิสาหกิจชุมชนในอำเภอเกาะคาได้รับการประเมินในระดับดี มี

17 วิสาหกิจชุมชน ในรอบการประเมินไตรมาสที่ 1-3 และ 18 วิสาหกิจชุมชนในรอบการประเมินในไตรมาสที่ 4 ส่วนการประเมินในระดับปานกลาง มี 37 วิสาหกิจชุมชน ในรอบการประเมินไตรมาสที่ 1-4 และการประเมินในระดับปรับปรุง มี 3 วิสาหกิจชุมชน ในรอบการประเมินไตรมาสที่ 1-4

พัฒนาการของการเป็นวิสาหกิจชุมชน

จากการวิจัยภายใต้กระบวนการและเครื่องมือ ด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า วิสาหกิจชุมชน มีการก่อตั้งขึ้นโดยใช้ฐานของความพร้อมทางด้านคน และทรัพยากรในชุมชนเป็นหลัก โดยมีองค์กรภาคราชการทั้งสำนักงานเกษตรอำเภอ ศูนย์การศึกษาตาม อัยาศัยฯ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่เป็น หน่วยงานขับเคลื่อนและส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาองค์ ความรู้พื้นฐานที่จะใช้ในการสร้างงานสร้างรายได้ โดย จะมีหน่วยงาน ต่าง ๆ เข้ามาอบรมให้ความรู้ในเรื่อง ต่าง ๆ ที่ชุมชนมีความพร้อมทางด้านทรัพยากรและ ความต้องการของคนในชุมชนเพื่อนำไปสู่การสร้าง รายได้ในอนาคต และมีการส่งเสริม สนับสนุนอย่าง ต่อเนื่องในด้านของงบประมาณการดำเนินงานเพื่อการ จัดตั้งกลุ่มอาชีพ กลุ่มสตรีในชุมชน หมู่บ้าน และมีการ พัฒนารูปแบบการดำเนินงานเพื่อให้ได้รับการ สนับสนุนในส่วน ต่าง ๆ ทั้งกิจกรรม โครงการ และ งบประมาณจากภาครัฐอย่างถูกต้องโดยมีการส่งเสริม ให้กลุ่มอาชีพ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มสตรีในชุมชนที่ ดำเนินการร่วมกันจดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตามกฎหมายโดยมีสำนักงานเกษตรอำเภอ เกษะคา เป็นหน่วยงานในการรับจดทะเบียนและต่ออายุการจด ทะเบียน ซึ่งสามารถสรุปเป็นแนวทางพัฒนาการของ การก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนได้ดังนี้

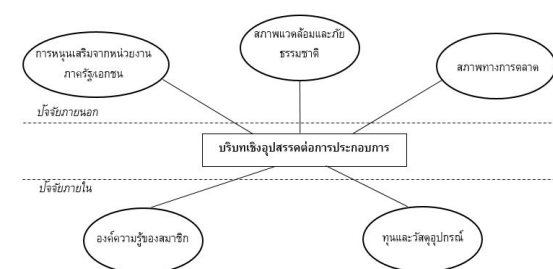


ภาพที่ 1 พัฒนาการของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอเกาะคา

บริบทเชิงปัญหาและอุปสรรคในการ ดำเนินการของวิสาหกิจชุมชน

จากข้อมูลพบว่า วิสาหกิจชุมชนบางกลุ่ม ประสบปัญหาในการประกอบการระหว่างที่จดทะเบียน เป็นวิสาหกิจชุมชนซึ่งระหว่างที่ดำเนินการและประสบ ปัญหานั้นมักจะได้รับการพิจารณาช่วยเหลือ สนับสนุน ทั้งในส่วนของการองค์ความรู้งบประมาณและอุปกรณ์ เครื่องมือจากหน่วยงานในระดับท้องถิ่นไปจนถึง ระดับชาติ รวมทั้งบางกลุ่มที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ก้าวหน้า คือ มีการดำเนินงานที่เข้มแข็ง มีการผลิต สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนาตัว ผลิตภัณฑ์ภายใต้หลักการและแนวคิดเชิงธุรกิจ ทำให้ วิสาหกิจชุมชนนั้นได้รับการยอมรับและผ่านการ ประเมินเพื่อรับรองผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น การผ่านการ คัดสรรผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP ในระดับดาวต่าง ๆ การผ่านการรับรอง มาตรฐานขององค์การอาหารและยา หรือได้รับ อย. การผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของสำนักงาน อุตสาหกรรม หรือ มผช.

จากการศึกษาบริบทการดำเนินงานเชิง ปัญหาที่ส่งผลต่อการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน อำเภอเกาะคาข้างต้นพบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่ในกลุ่ม ปัญญาที่เกิดจาก 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยทางด้านภายนอก ของวิสาหกิจชุมชนและปัจจัยที่เกิดจากภายในวิสาหกิจ ชุมชน กล่าวคือ ในปัจจัยภายนอกประกอบ ด้วย สภาพแวดล้อมและภัยธรรมชาติ สภาพของตลาด หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ส่วนปัจจัยภายใน ประกอบด้วยทุนหรืออุปกรณ์ในการดำเนินงาน ความรู้ ความสามารถของสมาชิก สามารถสรุปเป็นโมเดล บริบทเชิงอุปสรรคของการประกอบการวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอเกาะคาดังนี้



ภาพที่ 2 โมเดลสรุปบริบทเชิงอุปสรรคที่มีต่อการประกอบการ วิสาหกิจชุมชนอำเภอเกาะคา

ปัจจัยในการพัฒนาการประกอบการวิสาหกิจชุมชน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินการและการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ภายใต้การใช้เครื่องมือและกระบวนการของการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีสมาชิกและผู้นำวิสาหกิจชุมชนนำเสนออุปสรรคและปัญหาของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนซึ่งสามารถสรุปออกมาเป็นโมเดลสรุปบริบทเชิงอุปสรรคที่มีต่อการประกอบการวิสาหกิจชุมชนอำเภอเกาะคาสามารถนำเสนอแนวทางและกระบวนการอันนำไปสู่การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนได้ 3 แนวทางการพัฒนา คือ การพัฒนากระบวนการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาบุคลากร/สมาชิกของวิสาหกิจชุมชน

การพัฒนากระบวนการ

การพัฒนากระบวนการเป็นการพัฒนาเพื่อยกระดับหรือความสามารถของการทำงาน การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมุ่งเน้นในการพัฒนาวิธีการทำงาน กระบวนการต่าง ๆ ในการผลิตหรือบริการที่วิสาหกิจชุมชนดำเนินการอยู่ โดยวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีการวิเคราะห์ถึงศักยภาพ ความสามารถ และข้อบกพร่องในการดำเนินงานของตนเองเพื่อหาจุดแข็งและข้อบกพร่องในกระบวนการทำงานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ซึ่งในบางกระบวนการจะมีวิธีการและลักษณะของการดำเนินการที่แตกต่างกันออกไปแล้วแต่การประกอบการของวิสาหกิจชุมชน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ในประเด็นของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่มีการนำเสนอจากวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการประเมินในระดับดีซึ่งเป็นตัวอย่งที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นการพัฒนาที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการพัฒนากระบวนการเนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการภายใต้การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเป็นไปอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนเนื่องจากความหลากหลาย ความแตกต่างและโอกาสทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการของวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ทั้งนี้ในการพัฒนา

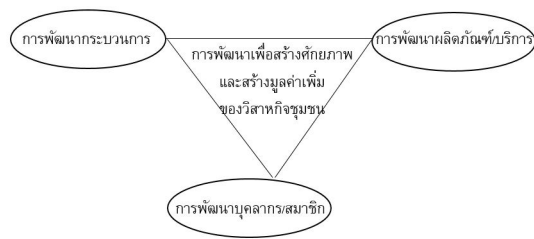
ผลิตภัณฑ์อาจมีการพัฒนาใน 2 ลักษณะคือ การพัฒนาเพื่อนำไปสู่การตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค ซึ่งมักเป็นการพัฒนาที่มีการสอบถามความต้องการหรือความพึงพอใจของผู้บริโภค หรือ การตอบสนอง การกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนองในสินค้านั้นเช่น เช่น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาหรือปรับปรุงโลโก้ การพัฒนารูปแบบหรือลักษณะของผลิตภัณฑ์ (รสชาติ สีสน รูปลักษณ์ภายนอก เป็นต้น) และการพัฒนาเชิงสัญลักษณ์ เป็นการพัฒนารายได้กรอบของมาตรฐานที่กำหนดให้มีในผลิตภัณฑ์ นั้น ๆ เช่นการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ได้รับเครื่องหมายมาตรฐานต่าง ๆ เช่น เครื่องหมาย ออย. (อาหารและยา) เครื่องหมายฮาลาล เครื่องหมาย GMP หรือหากจะเป็นเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้การพัฒนาเชิงสัญลักษณ์นี้จะสามารถทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อสินค้าหรือบริการที่มีต่อการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน

การพัฒนาบุคลากร/สมาชิก

ในการพัฒนาประเด็นที่สำคัญอีกประเด็นหนึ่งคือการพัฒนาตัวบุคลากรหรือสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน โดยจะเป็นการพัฒนาทั้งในด้านของการบริหารจัดการ การผลิต การดำเนินงานหรือแม้กระทั่งการพัฒนาทักษะความสามารถในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนนั้น ๆ เพื่อนำองค์ความรู้ไปต่อยอดสู่การพัฒนาด้านอื่น ๆ ต่อไป ทั้งนี้ในการพัฒนาบุคลากร/สมาชิกของวิสาหกิจชุมชน จะต้องมีการประเมินถึงศักยภาพ จุดแข็งและความสามารถหลักบุคลากรหรือสมาชิกภายในวิสาหกิจชุมชนเองว่าแต่ละคนมีความสามารถ มีทักษะหรือจำเป็นต้องเพิ่มเติมความรู้ความสามารถและทักษะในด้านใดเพื่อช่วยกันในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอย่างองคาพยพ

จากข้อเสนอของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอันนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพในการผลิตสินค้าหรือบริการของวิสาหกิจชุมชนในเวทีเสวนา การสัมภาษณ์ข้างต้นสามารถสรุปเป็นโมเดลของการพัฒนาวิสาหกิจ

ชุมชนซึ่งนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และ
การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนดังนี้



ภาพที่ 3 โมเดลการพัฒนาเพื่อสร้างศักยภาพและมูลค่าเพิ่มของ
วิสาหกิจชุมชน

7. สรุปและอภิปรายผล

จากคำถามในการวิจัยที่กำหนดว่า วิสาหกิจชุมชนในอำเภอเกาะคาจังหวัดลำปางที่มีผลการดำเนินงานเป็นอย่างไร นั้นจากการศึกษาสามารถนำเสนอผลการศึกษาเพื่อตอบคำถามในการวิจัยได้ว่า ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่เป็นตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดผลการดำเนินงานโดยมุ่งศึกษาไปยังผลการดำเนินงานที่เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในระยะเวลาที่ผ่านมา และผลการดำเนินงานทางด้านการตลาดที่มีต่อผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับผลการดำเนินงานของปีก่อน พบว่า วิสาหกิจชุมชนที่เป็นตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 20 วิสาหกิจชุมชน แบ่งออกเป็นวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการเพื่อการผลิตสินค้าเพื่อการบริโภค จำนวน 9 วิสาหกิจชุมชน ผลิตสินค้าเพื่อการอุปโภค จำนวน 8 วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบการทางด้านการบริการ 3 วิสาหกิจชุมชน ซึ่งในประเด็นของผลการดำเนินงานนั้นสามารถนำเสนอได้ใน 3 ลักษณะดังนี้

ผลการดำเนินงานในด้านของการพัฒนาผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งอุปโภคและบริโภคมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นั้นขึ้นอยู่กับโอกาสและปัจจัยทางการตลาดและวัตถุดิบ กล่าวคือ โอกาสในการได้รับการสนับสนุนทั้งวัสดุอุปกรณ์และงบประมาณหรือองค์

ความรู้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แล้วนำไปสู่การขยายผลเพื่อพัฒนาสินค้าของวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ในกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าเพื่อการบริโภคยังมีการพัฒนาสินค้าของตนเองเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ถูกกำหนดไว้และสร้างความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด

ผลการดำเนินการด้านการตลาด

ในประเด็นของผลการดำเนินการด้านการตลาด จากการศึกษาพบว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นตลาดในชุมชนเป็นหลักเนื่องจากมีปัจจัยทางด้านกำลังการผลิต และต้นทุนในการผลิตแต่ยังมีบางวิสาหกิจชุมชนที่มีการสร้างฐานการตลาดที่แตกต่างจากวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ คือ การดำเนินงานที่มุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์เข้ารับการสรรหาเป็นสินค้า OTOP ที่มีเครื่องหมายดาวแล้วดำเนินการในการขยายฐานลูกค้าไปยังต่างจังหวัดผ่านการออกงานหรือกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดภายใต้โครงการต่าง ๆ ที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อสร้างการรับรู้และสร้างตลาดใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์ และประเด็นของปัจจัยอะไรในการพัฒนาหรือไม่พัฒนาการดำเนินงานหรือสินค้าของวิสาหกิจ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญของการพัฒนาหรือไม่พัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วยปัจจัยภายใน เช่น ความตื่นตัวของผู้นำและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทุนทรัพย์ที่จะใช้ในการพัฒนาตนเองหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งทั้งสองปัจจัยนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ส่วนปัจจัยภายนอก คือ การหนุนเสริมจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งมีผลต่อการสร้างองค์ความรู้ การสนับสนุนเครื่องมือเครื่องใช้เพื่อใช้ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของธวัชชัย บุญมี และคณะ (2557) ที่ได้ศึกษาถึงการวิจัยและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในการพัฒนากระบวนการผลิตนั้นได้กำหนดให้มีการให้ความรู้ทางด้านการออกแบบโดยเชื่อมโยงจากความรู้เชิงวิชาการและความเชี่ยวชาญเพื่อให้สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนเกิดองค์ความรู้และนำไปสู่การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นแนวทางที่ใช้

ปัจจัยภายในคือความพร้อมในการเรียนรู้และพัฒนาตัวเองของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกับโอกาสในการส่งเสริมและการพัฒนาจากหน่วยงานภายนอก

เช่นเดียวกับใจแก้ว แถมเงิน (2555) ได้ศึกษาถึงการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดอุบลราชธานี โดยพบว่า การตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีการตลาดทางตรงและทางอ้อม โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคมักให้ความสนใจผลิตภัณฑ์โดยอาศัยความน่าเชื่อถือหรือความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ ปัจจัยทางด้านความรู้สึกลดภัยจากการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญ รวมทั้งความรู้ความสามารถของผู้จำหน่ายที่สามารถอธิบายสรรพคุณของสินค้าได้เป็นอย่างดี รวมทั้งการปรับปรุงพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ไปตามความต้องการของลูกค้า มีความสวยงามโดดเด่น มุ่งผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ

สำหรับการนำเสนอผลการวิจัยภายใต้วัตถุประสงค์ของการวิจัยนั้น ในประเด็นของการศึกษาบริบทและการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนของอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง นั้นวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอ เกาะคาที่เป็นตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ มีการก่อตั้งและดำเนินการนั้นสามารถสรุปได้ว่า มีการประกอบการโดยมีการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 61 วิสาหกิจชุมชน แบ่งการประกอบการเป็น 8 รูปแบบคือ ผลิตพืช ปศุสัตว์และปัจจัยในการผลิต จำนวน 17 วิสาหกิจชุมชน แปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 15 วิสาหกิจชุมชน เฟอร์นิเจอร์ เครื่องไม้และงานเซรามิค จำนวน 5 วิสาหกิจชุมชน ของชำร่วยและของที่ระลึก จำนวน 4 วิสาหกิจชุมชน ดอกไม้ประดิษฐ์ จำนวน 4 วิสาหกิจชุมชน จำหน่ายสินค้า จำนวน 2 วิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เสื้อผ้า จำนวน 2 วิสาหกิจชุมชน ออมทรัพย์ชุมชน จำนวน 2 วิสาหกิจชุมชน และอื่น ๆ จำนวน 2 วิสาหกิจชุมชนทั้งนี้ในการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชน พบว่ามักจะมีการกำหนดช่วงเวลาในการดำเนินการผลิตหรือให้บริการกับสมาชิกเป็นรอบ ๆ เช่น มีการนัดผลิตสินค้า 1-3 วัน/สัปดาห์ หรือมีการแบ่งรอบ แบ่งงานกันของสมาชิกแต่ละคนโดยพิจารณา

จากความเชี่ยวชาญของแต่ละคน และมีการระดมกำลังสมาชิกในกรณีที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมากเข้ามาหรือมีกิจกรรมเฉพาะกิจเช่นการออกร้านจำหน่ายสินค้าตามเทศกาลหรืองาน/กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในพื้นที่ชุมชนหรือต่างจังหวัด โดยมีผู้นำหรือประธานกลุ่มเป็นผู้บริหารจัดการและมีการบริหารจัดการในลักษณะของกลุ่มภายใต้ข้อกำหนดการจดทะเบียนประกอบการเป็นวิสาหกิจชุมชน และมีการพัฒนากลุ่มภายใต้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้ารับการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP ในระดับดาวต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งในการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนนั้นมีจุดเด่นคือการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มในชุมชนเดียวกันเองหรือแม้กระทั่งชุมชนอื่น ๆ เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและความร่วมมือเพื่อนำไปสู่การหนุนเสริมซึ่งกันและกัน ซึ่งจากการศึกษาของนลินี ทองประเสริฐ (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมไทย: กรณีวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้า และผลิตภัณฑ์จากผ้า พบว่า ส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบการคือการยกระดับเครือข่ายการผลิตในชุมชน หรือแม้กระทั่งการศึกษาของอัมมิกา ทิพย์จำนงค์ (2557) ซึ่งศึกษาถึงการพัฒนากลุ่มการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอ พบว่านอกเหนือจากการดำเนินการทางด้านการตลาดที่มีพื้นที่จำหน่ายตามปกติแล้ว การสร้างความสามารถทางการตลาดผ่านกิจกรรมหรือการจัดแสดงในงานต่าง ๆ เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถขยายฐานการตลาดนอกเหนือจากการตลาดในพื้นที่ชุมชนเป็นหลัก

นอกจากนี้ในวัตถุประสงค์ทางด้านวิเคราะห์และพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้านั้นจากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอันนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพและการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย การพัฒนา 3 ด้านคือการพัฒนากระบวนการ คือ การพัฒนากระบวนการในการผลิต การบริหารจัดการ และการดำเนินงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการบริการ และการพัฒนาบุคลากรหรือสมาชิก ซึ่งในการ

พัฒนาแต่ละประเด็นนั้นขึ้นอยู่กับกรณีศึกษา
ภายในของวิสาหกิจชุมชน

ซึ่งเป็นไปตามแนวทางของการศึกษาของผจก
ศักดิ์ หมดสง (2556) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนา
ศักยภาพการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ:กรณีศึกษา
วิสาหกิจผลิตภัณฑ์เทียนหอม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า
ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นจำเป็นต้องมีการสะท้อน
ข้อมูลจากผู้บริโภคถึงความพึงพอใจภายหลังที่มีการ
พัฒนาเพื่อก่อให้เกิดการปรับปรุงตามความต้องการ
และความพึงพอใจของผู้บริโภค

เช่นเดียวกันกับศศิพร ต่ายคำและนรินทร์
สังข์รักษา (2558) ได้ศึกษา การพัฒนารูปแบบ
ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชน
จังหวัดราชบุรี ซึ่งผลวิจัยส่วนหนึ่งพบว่า ในการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนนั้นจำเป็นต้องมีอย่างยั้งที่
จะต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนทั้ง
ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (SWOT) อันนำไปสู่
การกำหนดรูปแบบ วิธีการ และแนวทางในการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ หรือแม้กระทั่งผลการศึกษาของบุญทวารวณ
วิงวอน และคณะ (2557) ได้นำเสนอถึงการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ของการประกอบการวิสาหกิจว่าแนว
ทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรม
ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของกิจการวิสาหกิจ ควร
มุ่งเน้นการเรียนรู้จากธุรกิจอื่นที่ประสบความสำเร็จ
ศึกษาดูงานและประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการ
ลงมือปฏิบัติและมีการปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์อย่าง
ต่อเนื่องร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

8. ข้อจำกัดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่
กำหนดตัวอย่างเพื่อการศึกษาเฉพาะวิสาหกิจชุมชน
ที่จดทะเบียนและรับการประเมินในระดับดี ในพื้นที่
อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ซึ่งผลการวิจัยอาจจำกัด
ในกรอบของพื้นที่การวิจัยหรือวิสาหกิจชุมชนบางกลุ่ม
และอาจไม่สามารถนำไปเทียบเคียงกับทุกพื้นที่หรือ
วิสาหกิจชุมชนที่มีความแตกต่างทางบริบททางสังคม
และภูมิศาสตร์ ทั้งนี้อาจนำผลการวิจัยไปประยุกต์หรือ
เทียบเคียงเพื่อนำไปสู่การปรับใช้ต่อไปได้

9. ข้อเสนอแนะ

ควรมีการขยายฐานของกลุ่มตัวอย่างไปยัง
วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อื่น ๆ หรือวิสาหกิจชุมชนที่
ได้รับการประเมินผลศักยภาพในระดับอื่น ๆ แล้ว
นำเสนอผลเชิงยืนยันหรือโต้แย้งเชิงทฤษฎีและ
หลักการอันนำไปสู่การพัฒนาโมเดลที่นำเสนอใน
ผลงานนี้ หรือแม้กระทั่งการทดสอบโมเดลผ่านการ
ศึกษาวิจัยภายใต้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณหรือการ
ผสมผสานการวิจัย (mix method) ร่วมกันเพื่อให้
งานวิจัยมีคุณค่าเพิ่มมากขึ้น

10. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบวิจัย
จากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง และได้รับความ
อนุเคราะห์การดำเนินการจากคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง สำนักงานเกษตรอำเภอ
เกาะคา จังหวัดลำปาง รวมทั้งผู้นำท้องถิ่น ผู้นำกลุ่ม
และสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอเกาะคา
จังหวัดลำปาง

11. เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. สำนักวิจัย
เศรษฐกิจการเกษตร. (2551). การพัฒนาวิสาหกิจ
ชุมชนสู่ความ เข้มแข็ง กรณีดอกไม้ประดิษฐ์จาก
ใบยางพารา. กรุงเทพฯ : กระทรวง.

เครือข่ายบริหารงานวิจัยภาคเหนือตอนบน.
ชุดความรู้เรื่อง วิสาหกิจชุมชนจากงานวิจัย : เครือข่าย
บริหารงานวิจัยภาคเหนือตอนบน ปี 2547-2555.
เชียงใหม่ : เชียงใหม่คอตติวเมนทารีตีไซน์.

เจษฎา พัฒนาค. (2553). การพัฒนา
รูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นโดย
ใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา
กลุ่มจักสานใบกะพ้อตำบลทุ่งโพธิ์ อำเภอจุฬาภรณ์
จังหวัดนครศรีธรรมราช.

ใจแก้ว แกมเงิน. (2550). การศึกษาเพื่อ
พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของ
กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดอุบลราชธานี. อุบลราชธานี
: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ชไมพร สืบสุโท, รัตนา สีดี และจิตติการต์
สุริยะสาร. (2554). กลยุทธ์การพัฒนากลุ่มอาชีพเพื่อ
เพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน กรณีศึกษากลุ่มอาชีพ
ผ้าทอลายสายฝน ตำบลบ้านกึ่ง อำเภอมะนัง
จังหวัดลำปาง. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมทาง
วิชาการและนำเสนอผลงานวิจัย มสธ. วิจัย ประจำปี
2554. 392-404.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล.
(บก.). (2556). วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจ
ฐานราก. กรุงเทพฯ : ศูนย์ศึกษาเศรษฐศาสตร์
การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์, และพูนศิริ วัจนะภูมิ.
(2534). ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนา
ชนบท, เอกสารการสอนชุดวิชาเศรษฐศาสตร์
กับการพัฒนาชุมชน หน่วยที่ 1-7. หน้า 1-47
(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยโขทัย
ธรรมาธิราช.

บุญทวารณ วิงวอน. (2553). การจัดการ
ธุรกิจขนาดย่อม. ลำปาง : คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน
พุทธศักราช 2548. (2548). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม
122 (ตอนที่ 6 ก), 1-2.

ปิ่นรส มาลากุล ณ อยุธยา. 2556.
การจัดการเชิงกลยุทธ์, [online] Available :
vidpl2.wu.ac.th/strategic/data/word_stra_54_kabi.d
oc. [2558, พฤศจิกายน, 12]

ฝนทิพย์ ฆารไสว ณิชเชษฐ ฟูลเจริญ และไ
จารมาน. (2555). การศึกษาคูณลักษณะของ
ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม
ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. วารสาร
วิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร. 7(1), 39-50.

สนธยา พลสร. (2545). ทฤษฎีและ
หลักการพัฒนาชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

สาโรจน์ โอพิทักษ์ชิน. (2554). การจัดการ
และพฤติกรรมองค์กร : เพื่อสร้างและรักษาความ
ได้เปรียบเชิงแข่งขันไว้ให้ยั่งยืนในโกลบอลไลเซชั่น.
กรุงเทพฯ : ซีวีแอลการพิมพ์

สำนักวิจัยเกษตรศาสตร์. (2551). การพัฒนา
วิสาหกิจชุมชนสู่ความเข้มแข็ง กรณีดอกไม้อ
ประดิษฐ์จากใบยางพารา. กรุงเทพฯ : กระทรวงเกษตร
และสหกรณ์

สำนักงานเกษตรจังหวัดลำปาง. (2557).
รายงานการประชุมคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจ
ชุมชนจังหวัดลำปาง ครั้งที่ 1/2557 วันที่ 8 กรกฎาคม
2557. ลำปาง.

อัจฉรา หลาวทอง. (2550). การศึกษา
แนวทางการจัดการทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชน
การท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้. สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย.

Berry, F. S. (2007). Strategic planning as
a tool for managing organizational change.
International Journal of Public Administration,
30(3), 331-346.

Hill, Charles W. L., and Gareth R. Jones.
Strategic Management Theory: An Integrated
Approach . 6th ed. Boston: Houghton Mifflin

Kihlstrom, R.E. & Laffont, J.J. (1979).
Generalequilibrium entrepreneurial theory of firm
formation based on risk aversion. Journal of
Political Economy, 87, 719-748.

Longenecker, J. G. , Moore, C. W. ,
Petty, W. J. , & Palich, L. E.). Small business
management: An entrepreneurial emphasis
(International ed.). Ohio: Thomson
SouthWestern.

Nick Bailey. (2012). The Role,
Organisation and contribution of community
enterprises to urban regeneration policy in the UK.
Progress in Planning. 77, 1-35.

Peter Batchelor. (2556). Introduction to Community Enterprises. [Online] Available : <http://www.socialtraders.com.au> [2015, October, 6]

Reynolds, P.D. (2005). Understanding business creation: Serendipity and scope in two decades of business creation studies. Small Business Economics, 24, 359-364.

Rosli, S. (2002). Strategic management among managers Technical School in Perak (Pengurusan strategik dalam kalangan pengurus Sekolah Menengah Teknik di negeri Perak). Kertas Projek Sarjana. Universiti Malaya.

Sonja Kind, Dodo zu Knyphausen-Aufseß, 2007. WHAT IS "BUSINESS DEVELOPMENT"? – THECASE OF BIOTECHNOLOGY. [Online] Available : <http://www.sbr-online.de> [2015, October, 6]

Zimmerer. T. , & Scarborough. N. M.. Essentials of entrepreneurship and small business. (3rd ed.). New Jersey: PrenticeHall.

