



PROCEEDINGS

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 ประจำปี 2566
50 ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

“งานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน”

“Research and Innovation for Sustainable Development”

ระหว่างวันที่ 20 – 21 กรกฎาคม 2566
ณ เดอะ บลูสกาย รีสอร์ท อำเภอเขาชัยวัน จังหวัดเพชรบูรณ์



รายงานสืบเนื่อง
การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 ประจำปี 2566
50 ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
“งานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน”

20 - 21 กรกฎาคม 2566
ณ เดอะ บลูสกาย รีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

จัดโดย
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

รายงานสืบเนื่อง
การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 ประจำปี 2566 50 ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
“งานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน”

บรรณาธิการที่ปรึกษา : อาจารย์พัฒน์ ชนาเทพพร

กองบรรณาธิการ : รองศาสตราจารย์ธรรมชาติ วันแต่ง
: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎิญา มูลศรี
: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวัน เพชรหมี่
: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สนธยา วันชัย

พิมพ์ครั้งแรก : สิงหาคม 2566

จัดพิมพ์โดย : สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
83 หมู่ 11 อาคารสถาบันวิจัยและพัฒนา ถนนสระบุรี-หล่มสัก
ตำบลสะเดียง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ 67000
โทรศัพท์ / โทรสาร : 0-5671-7141
มือถือ : 08-3212-2666
E-Mail : research@pcru.ac.th

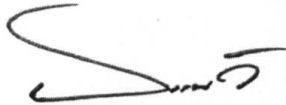
สารจากคณะกรรมการจัดงาน

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ครั้งที่ 6 ประจำปี 2566 50 ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ “งานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” เล่มนี้เป็นเอกสารรวมบทความวิจัย ที่เข้าร่วมนำเสนอและเผยแพร่ผลงานวิจัยของนักวิจัย นักวิชาการ นักศึกษา คณาจารย์ และผู้สนใจบุคคลภายนอก ตลอดจนเป็นการสร้างเครือข่ายด้านการวิจัยให้เกิดการพัฒนาต่อยอดงานวิจัยในอนาคต เมื่อระหว่างวันที่ 20-21 กรกฎาคม 2566 ซึ่งจัดขึ้นที่ เดอะ บลูสกาย รีสอร์ท อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยความร่วมมือจากหลายฝ่ายของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ในปีนี้เป็นการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 ที่มีบทความวิจัยจำนวนถึง 70 บทความ เป็นผลงานจากมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ ให้นำเสนอแบบปากเปล่าในที่ประชุม ได้รับการตอบรับจากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมีการนำเสนอแบบบรรยาย (Oral Presentation) และแบบโปสเตอร์ (Poster Presentation) โดยมีผลงานวิจัยที่นำเสนอในการประชุมวิชาการฯ ครั้งนี้ ได้รับการเลือกให้ลงตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิทยาการจัดการวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ที่มีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง (Peer Review) จำนวนทั้งสิ้น 4 บทความ

คณะกรรมการจัดงานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 ขอขอบคุณนักวิจัยทุกท่านที่ส่งบทความวิจัยเพื่อพิจารณา ทั้งผู้ที่ได้รับการตอบรับและผู้ที่ไม่ได้รับการตอบรับในการนำเสนอบทความวิจัย ขอขอบพระคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความที่เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อพิจารณาบทความอย่างเข้มข้นได้มาตรฐาน ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ศรีเรืองฤทธิ์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ สำหรับการสนับสนุนการประชุมวิชาการในครั้งนี้ ขอขอบคุณบุคลากรของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ที่ได้ดำเนินงานประสานงานกับนักวิจัย และผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดรวบรวมทำเล่มรายงานผลงานวิจัยสำหรับงานประชุมให้สำเร็จในเวลาที่เหมาะสม

หวังเป็นอย่างยิ่งว่างานประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เพชรบูรณ์ ครั้งที่ 6 ประจำปี 2566 เป็นโอกาสที่ดีสำหรับนักวิจัย
นักวิชาการ และนักศึกษา ได้นำเสนอผลงานเป็นเวทีในการพัฒนาตนเอง
ไปสู่ผลงานที่สามารถนำไปตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่มีคุณภาพ และ
เป็นการสร้างเครือข่ายการวิจัยสำหรับการทำงานร่วมกันในอนาคตต่อไป



(รองศาสตราจารย์ธรรมนูญ วันแดง)
ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

เรื่อง	หน้า
คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรเทศบาลตำบลหนองไผ่ อำเภอหนองไผ่ จังหวัดเพชรบูรณ์ กรวิภา แจกสูงเนิน, อธิภัทร กิจจาร์ักษ์, สุภชัย ตริทศ, อรุณ สนใจ, กมลวิษ ลอยมา และ ดั่งนภสร ณ ป้อมเพชร	473
แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรักษ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ สุวิทย์ ศิลาโชติ, อธิภัทร กิจจาร์ักษ์, สุภชัย ตริทศ, อรุณ สนใจ, กมลวิษ ลอยมา และ ดั่งนภสร ณ ป้อมเพชร	481
ความต้องการใช้ภาษาจีนธุรกิจของบุคลากรในสถานประกอบการโรงแรมในเขตภาคตะวันออกเฉียง ภาคกลาง พนัส มัตยะสุวรรณ, ทศรัตน์ มัตยะสุวรรณ และ Kim Tea Hyung	489
การพัฒนาแนวทางการจัดการความขัดแย้งสำหรับขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม ดั่งนภสร ณ ป้อมเพชร และอธิภัทร กิจจาร์ักษ์	496
สาขาด้านการศึกษา (Poster)	505
การพัฒนากระบวนการพัฒนาครูด้านการจัดการเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน ในโรงเรียนเทศบาล เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี สังกัดเทศบาลนครแม่สอด จังหวัดตาก ปรัชญารัตน์ เพ็ชรกำแหง	506
การศึกษารายกรณีของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสาธิตสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่ เข้าเรียนระหว่างภาคการศึกษาและมีปัญหาการปรับตัวด้านจิตสังคม ศุภโชค หัยธิชา	527
การศึกษากาวะน้ำแข็งสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาตาก เขต 1 รัชยา สอนแก้ว และพชฎาพิณ พชฎพิณกุล	536
สาขาด้านเศรษฐกิจ และธุรกิจ (Poster)	553
ส่วนประสมทางการตลาด 4C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของผู้บริโภคใน จังหวัดสงขลา รริษา มุกดา, สิริชนก อินทะสุวรรณ, สิริกันยา โชติช่วง และธรริรา ศรีพันธ์	554
การโฆษณาสินค้าผ่านแอปพลิเคชันที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของวัยรุ่น สร้อยเพชร พัวพวง, ปณิศา บันบัว, อุษณิกรณ์ ศรีชาติประเมษฐ์, วิภาพรรณ เกนเกตุกรณ์, วิภาวรรณ พูลพิณิจ และเอกรงค์ บันพงษ์	567
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักรีสอร์ทอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ สมาสี แยมยุบล และกฤษฎิญา มูลศรี	576
ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจโลจิสติกส์ในเขตภาคเหนือตอนล่าง อุไรวรรณ เรืองศรี และกฤษฎิญา มูลศรี	589
ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าในโลตัสจังหวัดเพชรบูรณ์ หวานตา กวยหมี่, กัญญิกา ฝาระลึก และปราณีต ใจหนัก	603
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้านความสวยงามและสุขภาพในร้านค้าสะดวกซื้อ 7-Eleven ในเขตอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ ธนาธิป มามั่ง, ปาณิสรา คงปัญญา และอำพล ชะโยมชัย	619

แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรัก จังหวัดเพชรบูรณ์ Operational Development Guideline for Community Enterprise: A Case Study of The Wang Song Ruamjairak Community Enterprise Group in Phetchabun Province

สุริยัน สีลาโชติ¹, ธีรภัทร กิจจารักษ์^{2*}, สุภชัย ตรีเทศ², อรุณ สนใจ², กมลวิษ ลอยมา² และดงนภสร ณ ป้อมเพชร³
Suriyan Silachot¹, Teeraphat Kitjarak^{2*}, Supachai Tritose², Arun Sonchai², Kamonvit Loima²
and Darnnapasorn Na Pombajra³

¹นักศึกษาลัทธิรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

²หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

³โรงเรียนกฎหมายและการเมือง มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

¹Students of the Master of Public Administration Program, Phetchabun Rajabhat University

²Master of Public Administration Program, Phetchabun Rajabhat University

³School of Law and Politics, Suan Dusit University

*Corresponding author E-mail: teeraphat.kit@pcru.ac.th โทร. 094-4239141

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากระบวนการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรัก จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อเสนอเป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ต่อเนื่องและยั่งยืนดำเนินการวิจัยด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาพร้อมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มมีกระบวนการดำเนินงานด้านต่างๆ ได้แก่ 1) กระบวนการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบออร์แกนิก รวมไปถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจแปลกใหม่เพื่อการดึงดูดความน่าสนใจให้กับลูกค้า 2) กระบวนการดำเนินงานด้านราคา กลุ่มกำหนดราคาสินค้าได้จากการคิดราคาจาก ต้นทุนสินค้า ค่าแรง ค่าใช้จ่ายต่างๆ และต้องกำหนดราคาที่ไม่สูงจนเกินไปจากคู่แข่ง 3) กระบวนการดำเนินงานด้านส่งเสริมการตลาด กลุ่มดำเนินการจำหน่ายสินค้าตามงานแสดงสินค้าเพื่อให้ผู้คนรู้จักสินค้าของกลุ่มมากขึ้น จัดสร้างโฆษณาให้น่าสนใจบนโซเชียล 4) กระบวนการดำเนินงานด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มมีการสร้างเครือข่ายในการขาย การฝากขาย การเปิดรับตัวแทนในการจำหน่าย 2. แนวทางในการพัฒนากระบวนการดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า 1 เนื่องจากสินค้าของกลุ่มเป็นสินค้าออร์แกนิกปลอดภัย กลุ่มควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถเก็บรักษาได้นานขึ้น กลุ่มควรปรับราคาสินค้าบางชนิดลง สินค้าของกลุ่มมีราคาที่สูงกว่าท้องตลาดเนื่องจากเป็นสินค้าออร์แกนิก จะขายดีก็ต่อกลุ่มคนรักสุขภาพ ซึ่งทำให้คนกลุ่มใหญ่นั้นเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ราคาถูกกว่า กลุ่มควรออกบูธจัดแสดงสินค้าประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนรู้จักสินค้ารู้จักกลุ่มวิสาหกิจมากขึ้น ควรพัฒนาช่องทางโฆษณาสินค้า ผลิตภัณฑ์ต่างๆในกลุ่มให้คนรู้จัก รวมถึงการทำสมาชิกสำหรับลูกค้าประจำ แม้ทางกลุ่มวิสาหกิจมีร้าน 2 แห่ง มีช่องทางการขายทั้งออนไลน์ และออนไลน์และมีตัวแทนในการจำหน่าย กลุ่มควรติดต่อร้านค้าตามสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อนำสินค้าไปตั้งจำหน่ายเพื่อเพิ่มช่องทางในการขายอีกทางหนึ่ง

คำสำคัญ: การพัฒนา วิสาหกิจชุมชน วังของร่วมใจรัก

Abstract

This research aims 1) to study the operational processes of the "Wang Song Ruamjairak" community enterprise group in Phetchabun Province, and 2) to propose guidelines for the continuous and sustainable development of the community enterprise group's operational processes. This research used a qualitative research method. Data was collected from interviews and relevant documents. The data were analyzed through content analysis combined with participatory observation.

The research findings revealed that 1. The group's operational processes were as the following aspects: 1) Product factors: most products are organic, including designing attractive and unique packaging to attract customers. 2) Pricing factors: The group determines product prices based on production costs, labor expenses, and other expenditures. Moreover, the price must be defined so that it is not too high when compared to competitors. 3) Marketing promotion factors: The group distributes products through exhibitions to increase product awareness, including creating interesting advertisements on social media platforms. 4) Distribution channel factors: The group establishes networks for sales, consignment selling, and recruiting sales representatives. 2. Guidelines for the development of the community enterprise group's operational processes include the following: Due to organic products, the group should focus on developing products with extended periods of storage. Additionally, certain product prices should be reduced as they tend to be higher than market prices due to their organic nature. A large group of people, otherwise, choose to buy cheaper products. Moreover, the group should participate in trade fairs and exhibitions to promote their products and increase awareness among the public. Furthermore, the group should develop effective advertising channels to promote various products within the group, as well as establish a membership system for regular customers. Although the group already had two stores including onsite and online platforms for sales and had sales representatives. They should reach out to local stores in tourist destinations to expand their sales channels further.

Keywords: Development, community Enterprise, Wang Song Ruamjairak

บทนำ

วิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ มีแนวคิดที่เน้นการพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าการแสวงหากำไร ซึ่งวิสาหกิจชุมชนนั้นจะต้องประกอบกิจการด้วยคนในชุมชนทั้งในด้านการผลิตสินค้า การให้บริการและการเรียนรู้ การพึ่งตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชนด้วยการนำทุนที่มีอยู่ภายในชุมชนมาดำเนินการโดยใช้รูปแบบการจัดการที่เหมาะสม โดยคนในชุมชนจะต้องสามารถทำให้ทรัพยากรของชุมชนเกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นและนำมาเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนได้ ตามองค์ประกอบของ ส่วนผสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix) ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

"เศรษฐกิจชุมชน" ระบบเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น ที่สามารถพึ่งตนเองภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทรัพยากรชีวภาพภายในชุมชนผนวกเข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถสร้างรายได้ให้ชุมชนและนำพา ประเทศไปสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืนได้ สำนักงานพัฒนา เศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) หรือ สภก. ได้เห็นถึงความมั่นคงของฐานทรัพยากรความ หลากหลายทางชีวภาพและความมั่งคั่งในระดับชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจระดับประเทศ จึงได้นำหลักการของความมั่งคั่งมาดำเนินงานให้ชุมชน

ท้องถิ่นมีรายได้จากความหลากหลายทางชีวภาพบนความยั่งยืนให้ “การสร้างรายได้ เป็นเครื่องมือการอนุรักษ์” ด้วยบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพโดยเน้นการนำทุนธรรมชาติ (Natural Capital) ซึ่งหมายถึงทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนควบคู่กับวิทยาการใหม่ๆ รวมทั้งการสนับสนุนให้มีการวางแผนบริหารจัดการทรัพยากรชีวภาพอย่างเป็นระบบบนพื้นฐานของการอนุรักษ์อย่างมีดุลยภาพ เพื่อสร้างโอกาสให้เกิดกระบวนการสร้างงาน สร้างรายได้ และกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ, 2564)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรัก มีปัญหาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และการกำหนดราคาสินค้า การมีส่วนร่วมของสมาชิก ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกรณีศึกษา: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรัก จังหวัดเพชรบูรณ์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากระบวนการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรัก จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อเสนอเป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ต่อเนื่องและยั่งยืน

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาความหมายวิสาหกิจชุมชน (กรมพัฒนาชุมชน, 2563) ศึกษารูปแบบการพัฒนากระบวนการวิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืน (ทิพย์วรรณ จันทรา, 2564) การตั้งราคา (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2566) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งในการบริหารวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ (พีระศักดิ์ วรฉัตร, 2561) ศึกษาการประเมินความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแลงพัฒนา (ภุชณ จารุดำรงศักดิ์, 2560)

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยการศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยไว้ 2 ขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาการดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. การสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และรวบรวมข้อมูลในโครงการ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ในตำบลท่าพล อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยการสัมภาษณ์ แบบเจาะจง (Purposive sampling) ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรัก จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 18 คน

เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4P's ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรัก จังหวัดเพชรบูรณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

นำข้อมูลที่ได้อาจจากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มนำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) ซึ่งผู้ทำการศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) นั้นมาใช้ในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลโดยดำเนินการร่วมกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) โดยใช้กระบวนการและวิธีการวิเคราะห์ดำเนินการดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปมาฟังและจดบันทึกผลที่ได้จากการฟังเพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลและพิจารณาประเด็นที่สำคัญ
2. นำข้อมูลที่ได้มาตีความ และสรุปเป็นประโยคที่สำคัญ

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้นำหลักส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix) และประเด็นที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลและมีความสัมพันธ์ดังกล่าวไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 4 ด้าน ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านราคา 3) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และ 4) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

1.1 ผลการศึกษาระบบการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรัก จังหวัดเพชรบูรณ์พบว่า

1.1.1 กระบวนการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรักมีผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด ผลิตภัณฑ์ผลิตจากวัตถุดิบออร์แกนิกที่มีคุณภาพสูง และยังเปิดโอกาสให้สมาชิก เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะให้สมาชิกแสดงความคิดเห็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.1.2 กระบวนการดำเนินงานด้านราคา การกำหนดราคาสินค้าเป็นการกำหนดราคาโดยคำนวณจาก ต้นทุนสินค้า ค่าแรง ค่าใช้จ่ายต่างๆ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษพบว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็น สินค้าออร์แกนิกที่มีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์อื่น กลุ่มจึงขายสินค้าบางอย่างได้ยาก

1.1.3 กระบวนการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มมีการออกบูธจัดแสดงสินค้าประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จักสินค้ารู้จักกลุ่มวิสาหกิจมากขึ้น และสามารถขายได้ทุกครั้งที่จัดแสดงสินค้าเป็น การขายสินค้าไปในตัว มีการจัดทำเพจโฆษณาผลิตภัณฑ์ต่างๆ และแชร์ให้คนรู้จัก รวมถึงการจัด กิจกรรมของกลุ่มให้ผู้บริโภคเข้าร่วมอีกด้วย

1.1.4 กระบวนการดำเนินงานด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทางกลุ่มวิสาหกิจมีร้านขายผลิตภัณฑ์ที่วังของ 1 แห่ง และมีร้านขายผลิตภัณฑ์ในตัวเมือง อีก 1 แห่ง นอกจากนี้ยังมีช่องทางการขายโดย ขายผ่านตัวแทนจำหน่าย และขายทางออนไลน์

1.2 แนวทางในการพัฒนากระบวนการดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ

1.2.1 แนวทางการพัฒนากระบวนการดำเนินการด้านผลิตภัณฑ์เนื่องจากสินค้าของกลุ่มเป็นสินค้า ออร์แกนิกปลอดสารพิษ ซึ่งมีอายุการเก็บได้ไม่นานและมักมีปัญหา เช่น ขาดอกเหี่ยวเฉา ซึ่งเกิดปัญหาเรื่องมอดเจาะ ทำให้สินค้าเสียหายและขายไม่ได้ จึงควรปรับเปลี่ยนวิธีการเก็บและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้ สามารถเก็บรักษาได้นานกว่าเดิม นอกจากนี้ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่น เพื่อการดึงดูดใจลูกค้า

1.2.2 แนวทางการพัฒนากระบวนการดำเนินการด้านราคา สินค้าของกลุ่มเป็นสินค้าออร์แกนิกที่มี ราคาสูงกว่าท้องตลาด กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จึงเป็นกลุ่มคนรักสุขภาพ ลูกค้าอื่นจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกกว่า ดังนั้น กลุ่มจึงมีการคำนวณต้นทุนใหม่เพื่อให้อัตราสินค้าให้ถูกลงและไม่สูงกว่าคู่แข่งมากเกินไป เช่น สารปรับปรุงดินตั้งราคาที่ 100 บาท หากคำนวณต้นทุนใหม่และสามารถปรับราคาเหลือ 80 บาท จะทำให้ ขายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

1.2.3 แนวทางการพัฒนากระบวนการดำเนินการด้านการส่งเสริมการตลาด ในการส่งเสริมการตลาดกลุ่มวิสาหกิจควรจัดโปรโมชั่นให้แก่ลูกค้าบ่อยๆ โดยจัดโปรโมชั่นตอนออกงานแสดงสินค้า เพื่อให้คนรู้จักสินค้าของกลุ่มมากขึ้น นอกจากนี้ควรจัดทำ ป้ายโฆษณา จัดสร้างโฆษณาบน โซเชียลมีเดีย เช่น ยูทูบ เฟสบุ๊ค เพื่อสร้างความน่าสนใจในตัวผลิตภัณฑ์

1.2.4 แนวทางการพัฒนากระบวนการดำเนินการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยการสร้างเครือข่ายในการขาย การฝากขายกับร้านค้าตาม สถานที่ท่องเที่ยว การเปิดรับตัวแทนในการจำหน่าย ซึ่งตัวแทนจำหน่ายต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และ สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างดี รวมถึงต้องสามารถสร้างจุดเด่นให้แก่สินค้าจนสามารถดึงดูด ลูกค้าให้มาซื้อผลิตภัณฑ์ได้

สรุป

1. ด้านผลิตภัณฑ์

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรักชัยมีผลิตภัณฑ์หลากหลายอย่าง เป็นผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบออร์แกนิก และยังเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะให้สมาชิกแสดงความคิดเห็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในการที่กลุ่มจะพัฒนาสินค้าแต่ละชนิดต้องมองถึงตลาดคู่แข่งในการที่จะผลิตสินค้า รวมไปถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีน่าสนใจแปลกใหม่ และต้องมีความแตกต่างจากเจ้าอื่น เพื่อการดึงดูดความน่าสนใจให้กับลูกค้า

2. ด้านราคา

จะเห็นได้ว่าการกำหนดราคาสินค้านั้น ได้จากการคิดราคาจาก ต้นทุนสินค้า ค่าแรง ค่าใช้จ่ายต่างๆ และต้องกำหนดราคาที่ไม่สูงจนเกินไปจากคู่แข่ง ที่สำคัญต้องทำให้ลูกค้าสนใจในที่จะซื้อของกลุ่มเรามากกว่าเจ้าอื่น ประกอบด้วยคุณภาพให้เหมาะสมกับราคา สินค้าออร์แกนิกเป็นสินค้ายอดนิยมซึ่งจำเป็นต้องมีราคาสูง จึงทำให้มีราคาสูงขึ้น ซึ่งสินค้าบางอย่างได้ปรับราคาลงเนื่องจากราคาสูงเกินไป เช่น สารปรับปรุงดินแต่ก่อนราคา 100 บาท เนื่องจากมีราคาสูงทำให้ขายออกยากจึงได้คำนวณราคาและกำหนดราคาใหม่และได้ปรับลงมาเหลือ 80 บาท ทำให้ปัจจุบันขายดีเป็นลำดับต้นๆ ของรายการสินค้า

3. ด้านส่งเสริมการตลาด

ในการส่งเสริมการตลาดกลุ่มวิสาหกิจควรจัดโปรโมชั่นให้แก่ลูกค้าบ่อยๆ ออกตามงานแสดงสินค้า เพื่อให้ผู้รู้จักสินค้าของกลุ่มมากขึ้น โดยเป็นการจัดโฆษณาจัดทำป้าย จัดสร้างโฆษณาให้น่าสนใจบนโซเชียล อนุรูป เฟสบุ๊ค ติ๊กต็อก และยังเป็นการประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจไปในตัวและยังลดต้นทุนมากกว่าการจ้างโฆษณา

4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ในการจัดจำหน่ายของกลุ่มจำเป็นต้องมีหลากหลายช่องทาง รวมไปถึงการสร้างเครือข่ายในการขาย การฝากขาย การเปิดรับตัวแทนในการจำหน่าย และคำจำหน่ายต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างดี และต้องสร้างจุดเด่นให้แก่สินค้าที่สามารถดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อผลิตภัณฑ์

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลการศึกษาและนำเสนอประเด็นในการศึกษาเพื่ออภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ และขอเสนอการอภิปรายผลเป็น 4 ประเด็นดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรักชัยมีการพัฒนาอยู่ตลอดคิดริเริ่มสร้างผลิตภัณฑ์จากองค์ประกอบที่มีในชุมชนเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์วรรณ จันทรา (2564) ได้วิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนากระบวนการวิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืน พบว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบกิจการเพื่อการจัดการของชุมชนที่เกี่ยวกับสินค้าและ การให้บริการภายใต้ทรัพยากรและภูมิปัญญาเพื่อสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเองแบบวิสาหกิจ ชุมชนพื้นฐานและวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า มีองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ชุมชนเป็น เจ้าของกิจการเอง ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยง กิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจหลัก และมีการพึ่งพาตนเอง เป็นเป้าหมาย พร้อมทั้งบริหารจัดการในด้านการ

จัดการด้านการตลาด การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านการเงินและบัญชี และการจัดการด้านมาตรฐานอย่าง เป็นขั้นตอนหรือกระบวนการ พร้อมทั้งบูรณาการกับศาสตร์ปัจจุบันเพื่อความก้าวหน้าและยั่งยืนและยังสอดคล้อง กับงานวิจัยของ สุริยัน ศิลาโชติ (2565) ศึกษาเรื่องการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรักชัย จังหวัด เพชรบูรณ์กรณีศึกษา การดำเนินงานภายใต้โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG พบว่าการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรักชัยภายใต้โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม ฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวังของร่วมใจรักชัยและกลุ่มสมาชิก U2T ได้เลือกพัฒนา ผลิตภัณฑ์ 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สารปรับปรุงดิน (ปุ๋ยอินทรีย์) และชาละมุน (ชาดอกเก๊กฮวย) ซึ่งได้จัดโครงการ เพื่อให้ความรู้และเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ โครงการส่งเสริมมาตรฐานการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ และ โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชาละมุน(ชาดอกเก๊กฮวย) ข้อเสนอแนะ กลุ่มวิสาหกิจควรมีการจัดกิจกรรมให้กับชุมชน และสร้างเครือข่ายในชุมชนอย่างต่อเนื่องและสร้างเครือข่ายกับชุมชนอื่นเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. ปัจจัยด้านราคาได้จากการคิดราคาจาก ต้นทุนสินค้า ค่าแรง ค่าใช้จ่ายต่างๆ และต้องกำหนดราคาที่ไม่ สูงจนเกินไปจากคู่แข่ง สินค้าของกลุ่มมีราคาที่สูงกว่าท้องตลาดเนื่องจากเป็นสินค้าออร์แกนิก จะขายดีก็ต่อกลุ่มคน รักสุขภาพ ซึ่งทำให้คนกลุ่มใหญ่นั้นเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ราคาถูกกว่า ทางกลุ่มควรปรับราคาสินค้าบางชนิดลง เช่น สารปรับปรุงดินแต่ก่อนราคา 100 บาท เนื่องจากมีราคาสูงทำให้ขายออกยากจึงได้คำนวณราคาและกำหนดราคา ใหม่และได้ปรับลงมาเหลือ 80 บาท ชาดอกเก๊กฮวยปรับขนานลงให้ขงง่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กรม ส่งเสริมอุตสาหกรรม (2566) กล่าวว่า การตั้งราคา นับเป็นสิ่งท้าทายความสามารถของผู้ประกอบการต่อการกำหนด ระดับราคาของสินค้าก่อนวางจำหน่ายให้มีความเหมาะสมต่อปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ และสอดคล้องกับกลยุทธ์ทาง การตลาดด้านอื่น ๆ โดยทั่วไปมีหลักการเบื้องต้นในการตั้งราคามีดังนี้ 1. ตั้งตามต้นทุน โดยคิดต้นทุนบวกกำไร ราคายาต่อหน่วย = ต้นทุนต่อหน่วย + กำไรที่ต้องการ 2. ตั้งตามลูกค้า โดยยึดความต้องการของลูกค้าเป็นเกณฑ์ ซึ่งในแต่ละตลาดจะแตกต่างกันตามลักษณะตลาด เช่น การตั้งราคาในตลาดผูกขาด หรือการตั้งราคาในตลาดผู้ขายราย หรือการตั้งราคาในตลาดที่มีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ 3. ตั้งตามคู่แข่งการตั้งราคาโดยมุ่งพิจารณาที่การแข่งขัน เป็นวิธีการที่นักการตลาดเห็นความสำคัญของผู้แข่งขันมากกว่าความสำคัญของความต้องการของตลาดและต้นทุน ลักษณะราคาเช่นนี้อาจเกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพื่อเอาชนะคู่แข่งชั้น ระดับราคา ไม่จำเป็นต้องเท่าเทียมกับ คู่แข่งขัน อาจสูงกว่าหรือต่ำกว่าก็ได้

3. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด กลุ่มวิสาหกิจมีจัดโปรโมชั่นให้แก่ลูกค้า มีการออกบูธเพื่อแสดงสินค้าและ จัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอยู่แล้วมีการออกบูธจัดแสดงสินค้าประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภค รู้จักสินค้า กลุ่มวิสาหกิจมากขึ้น และสามารถขายได้ทุกครั้งการจัดแสดงสินค้าเป็นการขายสินค้าไปในตัว และยังมีส่วนพิเศษมา สินค้า ผลิตภัณฑ์ต่างๆในกลุ่มให้คนรู้จัก และยังรู้ถึงการจัดกิจกรรมของกลุ่มให้ผู้สนใจเข้าร่วมอีกด้วย ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของ แคริน ริเกอ พบว่า มีการจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าประจำเดือน เช่น ทำแคมเปญ “Flash Sale” โดยการจัดสินค้ารายการพิเศษมาลดราคาในช่วงเวลาที่กำหนดเป็นต้น มีการอัพเดทโปรโมชั่นเป็นประจำ เพื่อดึงดูด ความสนใจจากผู้บริโภค เช่น การให้คูปองส่วนลดเมื่อกลับมาซื้อซ้ำ เพิ่มส่วนลดพิเศษในเทศกาลพิเศษ อย่างเป็น ประจำ เพื่อกระตุ้นยอดขายภายในแอปพลิเคชัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของพระศักดิ์ วรฉัตร (2561) ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งในการบริหารวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ ศึกษาลักษณะการบริหารวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งวิสาหกิจชุมชนใน จังหวัดสุรินทร์ และเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์

4. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายการจัดจำหน่ายของกลุ่มจำเป็นต้องมีหลากหลายช่องทาง รวมไปถึง การสร้างเครือข่ายในการขายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ทางกลุ่มวิสาหกิจมีร้านที่วังของ 1 แห่ง และในตัวเมือง อีก 1 แห่ง มีช่องทางการขายทั้งออนไลน์ และออนไลน์และมีตัวแทนในการจำหน่าย เพื่อเพิ่มช่องทางในการขายทางกลุ่ม ควรติดต่อร้านค้าตามสถานที่ท่องเที่ยวร้านช่องฝากเพื่อนำสินค้าไปตั้งจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มช่องทางในการขายอีกทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Digital Tips (2565) กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย คือปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับที่ตั้ง และรูปแบบสถานที่ให้บริการ โดยต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของเราเพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าของธุรกิจ

ซึ่งต้องวิเคราะห์จาก 2 องค์ประกอบดังนี้ รูปแบบสถานที่ขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ – ต้องกำหนดตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ และกลุ่มผู้ใช้หรือผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งรูปแบบต่าง ๆ เช่น สินค้าแบบไหนควรขายที่สถานที่ใด Supermarket, ตลาดสด, ร้านสะดวกซื้อ, ร้านแผงลอยริมทาง, ช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่นเว็บไซต์ E-Commerce, Facebook Page, Instagram สถานที่ตั้งของร้านค้า – ต้องวิเคราะห์ก่อนลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธุรกิจคือใครมีคู่แข่งชั้นหรือร้านค้าที่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการประเภทเดียวกันหรือไม่ใกล้เคียงกันในบริเวณนั้นหรือไม่ แล้วจึงค่อยตัดสินใจเลือกสถานที่ตั้งของร้านค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎณ์ จารุดำรงศักดิ์ (2560) ศึกษาการประเมินความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแลงพัฒนา การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแลงพัฒนา 2) เพื่อประเมินผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงาน และ 4) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่และผลที่เกิดต่อสังคม ชุมชน ท้องถิ่น

ชุมชนมีอาชีพเสริมและรู้จักการนำวัตถุดิบ วัสดุ ของที่มีอยู่ในชุมชนมาสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง สร้างเครือข่ายกันในชุมชน และยังเป็นการทำการเกษตรปลอดสารพิษทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรงอีกด้วย

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภชัย ตรีเทศ ประธานสาขาวิชา ฯ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรภัทร กิจจารักษ์ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์, ขอขอบคุณครอบครัวให้การสนับสนุนเสมอมา

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎณ์ จารุดำรงศักดิ์. (2560). *การประเมินความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแลงพัฒนา*. (งานนิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กรมการพัฒนาชุมชน. (2563). *การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.cdd.go.th/wpcontent/uploads/sites/110/2020/03/%E0%B8%AD%E0%B8%9E%E0%B8%8A63.pdf>. (วันที่ค้นข้อมูล: 30 สิงหาคม 2565).
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2565). *กลยุทธ์การตั้งราคา*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://bsc.dip.go.th/en/category/2017-10-27-07-51-56/2017-11-09-09-12-47>. (วันที่ค้นข้อมูล: 25 พฤษภาคม 256).
- กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร. (2562). *กระบวนการ (Process)*. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2565 จาก <http://doh.hpc.go.th/pmqa2562/topicDisplay.php?id=1>
- สถาบันวิจัยและพัฒนา. (2564). *ความเป็นมาของโครงการ U2T*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://ird.rmutto.ac.th/?p=3282>. (วันที่ค้นข้อมูล: 30 สิงหาคม 2565).
- สสวท. (2563). *ความหมายของ4p*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://designtechnology.ipst.ac.th/wp-content/uploads/sites/83/2020/01>. (วันที่ค้นข้อมูล: 30 สิงหาคม 2565).
- สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ. (2565). *กลุ่มกิจการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://bedocommunity.com/>. (วันที่ค้นข้อมูล: 30 สิงหาคม 2565).
- ทักษิณฯ สง่าโยธิน. (2560). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน. *วารสารวิทยาลัยพานิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์*, 12(2), 11-25.

- ทิพย์วรรณ จันทรา และคณะ. (2563). รูปแบบการพัฒนากระบวนการวิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืน. *วารสารวิชาการสังคมมนุษย์*, 11(1), 91-105.
- พิระศักดิ์ วรฉัตร. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งในการบริหารวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารการเมือง การบริหารและกฎหมาย*, 10(2).
- มินระดา โคตรศรีวงศ์ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2559). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะบ้า อำเภอทุ่งเขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสาร Veridian E Journal สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 9(3), 1,632-1,645.
- ธำกูร อนุสรณ์พาณิชย์กุล, ภัญญาพัชญ์ นาคภิบาล และวงศ์ธีรา สุวรรณิน. (2561). รูปแบบวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ ในประเทศไทย. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 20(1), 8-17.
- วรรณพงศ์ ช่วยรักษา. (2560). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายย้อมคราม บ้านถ้ำเต่า จังหวัดสกลนคร. (งานนิพนธ์สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วันสรา จันทร์กมล. (2563). เจาะไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี. (งานนิพนธ์หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วัฒน์จิรัช เวชชินนาค. (2563). แนวทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 40(3), 93-102.
- ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน. (2565). หลักการและแนวทางการพัฒนางานสู่ความยั่งยืน. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.setsustainability.com/page/sustainability-management-process>. (วันที่ค้นข้อมูล: 30 สิงหาคม 2565).
- ณัฐพล บัวเปลี่ยนสี, ปรีดาพร อารักษ์สมบูรณ์ และนิชชิญญา นารัฐพนนท์. (2560). ศึกษาการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์*, 40(3), 43-50.
- Digital tips. (2565). การตลาด 4P คืออะไร เจาะลึกส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://thedigitaltips.com/blog/news/marketing-mix/>. (วันที่ค้นข้อมูล: 30 สิงหาคม 2565).