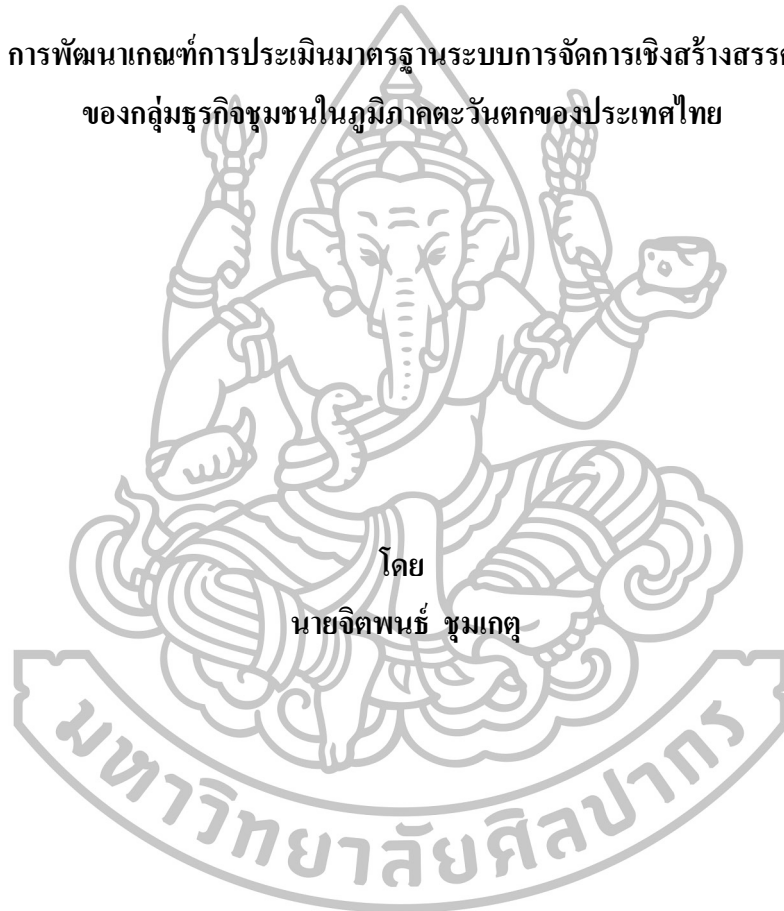




การพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์  
ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย



โดย  
นายจิตพนธ์ ชุมเกต

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน  
ในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย



โดย  
นายจิตพนธ์ ชุมเกต

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**DEVELOPMENT ON EVALUATION CRITERIA OF CREATIVE MANAGEMENT IN  
COMMUNITY BUSINESS IN WESTERN THAILAND**



**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree  
Doctor of Philosophy Program in Management  
Graduate School, Silpakorn University  
Academic Year 2015  
Copyright of Graduate School, Silpakorn University**

บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากรอนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย” เสนอโดย นายจิตพนธ์ ชุมเกตุ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารท์สนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์)

...../...../.....

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทนพ.กิตติพงษ์ พูลชอบ)

...../...../.....

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา)

...../...../.....

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก)

...../...../.....

55604813: สาขาวิชาการจัดการ

คำสำคัญ: เกณฑ์การประเมิน / การจัดการเชิงสร้างสรรค์ / กลุ่มธุรกิจชุมชน

จิตพนธ์ ชุมเกตุ: การพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์  
ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์:  
รศ. ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ และ ผศ. ดร. ชีระวัฒน์ จันทิก. 302 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการ  
เชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย กระบวนการศึกษาใช้  
การวิจัยเอกสาร การสนทนากลุ่มและเทคนิคการวิจัยอนาคต (Ethnographic Delphi Futures  
Research; EDFR) โดยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 17 คน เกี่ยวกับแนวโน้มขององค์ประกอบในการจัดทำ  
เกณฑ์ประเมิน สำหรับสถิติในการวิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory  
Factor Analysis: CFA) จากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจำนวน 560 ราย จากนั้นจึงตรวจสอบเกณฑ์  
ประเมินด้วยค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ และทดลองใช้กับผู้ประกอบการ  
ผลิตภัณฑ์โอท็อป จำนวน 3 ราย

จากผลการวิจัย พบว่าเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์มี 3  
องค์ประกอบหลัก (3V) 9 องค์ประกอบย่อย (PODOWN-CIS) ได้แก่ 1) การสร้างมูลค่าเพิ่ม มี 3  
องค์ประกอบย่อย คือ กระบวนการ ผลผลิต และภูมิปัญญา 2) การดำเนินการที่เกิดคุณค่า มี 4  
องค์ประกอบย่อย คือ การส่งมอบและการสื่อสาร ผลลัพธ์ เครื่องข่ายความร่วมมือ และความต่อเนื่อง  
3) ผลประกอบการ มี 2 องค์ประกอบย่อย คือ รายได้ และปริมาณการขาย ขณะที่ผลการประเมิน  
เกณฑ์ด้วยเทคนิค IOC ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนการพิจารณาเกณฑ์ได้ค่า IOC สูงกว่า 0.5 แสดงให้เห็น  
ว่ามีความเห็นต่อเกณฑ์ประเมินที่สอดคล้องกัน ทั้งนี้ จากผลการทดลองประเมินผู้ประกอบการ  
ที่ผลิตสินค้าประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร พบว่าผลของเกณฑ์การประเมินสามารถสะท้อนให้  
เห็นถึงระดับการดำเนินงานด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน และสามารถให้ข้อเสนอแนะเพื่อแก้ไข  
ข้อบกพร่อง รวมถึงแนวทางพัฒนาระบบการจัดการให้มีความสร้างสรรค์และมีมาตรฐานที่สูงขึ้น

สาขาวิชาการจัดการ

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 1. .... 2. ....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

55604813: MAJOR: MANAGEMENT

KEY WORDS: EVALUATION CRITERIA / CREATIVE MANAGEMENT / COMMUNITY BUSINESS

JITTAPON CHUMKATE: DEVELOPMENT ON EVALUATION CRITERIA OF CREATIVE MANAGEMENT IN COMMUNITY BUSINESS IN WESTERN THAILAND.

THESIS ADVISORS: ASSOC. PROF. PHITAK SIRIWONG, Ph. D., AND ASST. PROF. THIRAWAT CHANTUK, Ph. D. 302 pp.

This research was aimed to develop evaluation criteria of creative management for community business located in the western Thailand. A research methodology was divided into 3 steps; first step was to determine a basic concept of community business development approach which led to management process with creative economy, using documentary research technique and focus group. The second step was to create the evaluation criteria with Ethnographic Delphi Futures Research (EDFR) technique. 17 experts were interviewed about a tendency of components for the evaluation criteria. The researcher used confirmatory factor analysis as a statistical analysis from 560 members of community enterprise. The last step was to measure an efficiency of the evaluation criteria by applying IOC technique. Then, a trial was applied with 3 OTOP herbal product owners.

The results showed that the evaluation criteria of creative management process totally included 3 principle components (3V) and 9 subcomponents (PODOWN-CIS); 1) Value added was consisted of 3 subcomponents which were Process, Output, and Wisdom. 2) Valuable was consisted of 4 subcomponents which were Delivery, Outcome, Network, and Continuity. And 3) Volume was consisted of 2 subcomponents which were Income and Sales Volume. According to the IOC technique evaluation, it was found that total score from the experts was higher than 0.5 which meant their opinions were conformed. Furthermore, the trial results from the herbal product owners revealed different levels of operation. The evaluation criteria results were also capable to show their weakness and a guideline to develop higher creative management and standard level.

---

Program of Management

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2015

Thesis Advisor's signature 1. .... 2. ....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เกิดผลสำเร็จลุล่วงไปได้ ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก ที่ได้สละเวลาอบรมสั่งสอน ให้คำแนะนำที่มีคุณค่า และให้ข้อเสนอแนะถึงประเด็นต่างๆในการศึกษารวมถึงชี้แนวทางในการแก้ปัญหา นอกจากนี้ยังให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบแก้ไขงาน ข้อบกพร่องต่างๆอย่างต่อเนื่อง อันเป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขงานวิจัยให้สมบูรณ์ และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัย ครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ที่สำคัญอย่างยิ่งต้องขอขอบพระขอบคุณในความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทนพ. กิตติพงศ์ พูลชอบ ที่ได้สละเวลาให้เข้าพบและให้คำปรึกษา ชักถาม แนะนำเทคนิควิทยาการวิจัย ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ทำให้การทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้มีทิศทางที่ชัดเจนและมีคุณภาพยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยศิลปากร ขอขอบคุณผู้ดำเนินงาน โครงการ และเจ้าหน้าที่ในหลักสูตรทุกท่าน ที่ให้ความดูแลช่วยเหลือมาตลอดหลักสูตรการศึกษา ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญและให้ข้อมูลทุกท่านและที่มีจากคำวามได้ทั้งหมด ณ ที่นี้ ขอขอบคุณแรงสนับสนุนและกำลังใจที่ได้รับจากครอบครัวตลอดจนเพื่อนร่วมงาน เป็นกำลังใจที่ช่วยให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้

สุดท้าย นี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์กับกลุ่มธุรกิจชุมชนที่กำลังต้องการพัฒนามาตรฐานทางการจัดการเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้อาจก่อให้เกิดประโยชน์กับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา ในการนำเอาผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในฐานะเครื่องมือทางการประเมินที่ช่วยสะท้อนถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชน นับเป็นความยินดีอย่างยิ่งที่ได้เขียนงานวิจัยฉบับนี้ขึ้น อย่างไรก็ตาม หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัย ขออภัยไว้ ณ ที่นี้

## สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
	กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
	สารบัญตาราง .....	ณ
	สารบัญภาพ.....	ฐ
<b>บทที่</b>		
1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	ปัญหาในการวิจัย.....	8
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
	ขอบเขตของการวิจัย.....	9
	กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	10
	นิยามศัพท์ปฏิบัติการ .....	12
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	13
2	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	14
	แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ .....	16
	แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน.....	29
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	31
	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันตก.....	35
	สมุนไพรรูปในประเทศไทย.....	63
	แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำเกณฑ์มาตรฐาน .....	69
	แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR.....	75
	แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน.....	80
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	87
3	วิธีการดำเนินการวิจัย.....	98
	ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดแนวคิดพื้นฐานขององค์ประกอบและแนวทางในการ พัฒนาธุรกิจชุมชนไปสู่กระบวนการจัดการด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	100



บทที่	หน้า
ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเกณฑ์การประเมิน.....	102
ขั้นตอนที่ 3 การวัดประสิทธิภาพของเกณฑ์การประเมิน.....	105
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	106
ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดแนวคิด .....	106
ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเกณฑ์การประเมิน.....	115
ขั้นตอนที่ 3 การวัดประสิทธิผลของเกณฑ์การประเมิน .....	158
5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	181
สรุปผลการวิจัย .....	181
อภิปรายผลการวิจัย.....	185
ข้อเสนอแนะ.....	190
รายการอ้างอิง.....	193
ภาคผนวก.....	201
ภาคผนวก ก บทสนทนากลุ่ม ข้อมูล เดือนตุลาคม 2558 .....	202
ภาคผนวก ข ภาพการสนทนากลุ่ม .....	210
ภาคผนวก ค ตารางการเข้าสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ.....	212
ภาคผนวก ง แนวการสัมภาษณ์ EDFR รอบที่ 1 .....	215
ภาคผนวก จ ภาพการเข้าสัมภาษณ์ EDFR รอบที่ 1 .....	222
ภาคผนวก ฉ แบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 .....	224
ภาคผนวก ช แบบสอบถามการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) .....	230
ภาคผนวก ซ แบบประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) .....	240
ภาคผนวก ฌ ภาพการเข้าทดลองลองใช้เกณฑ์ประเมิน.....	252
ภาคผนวก ฎ คู่มือเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน .....	255
ภาคผนวก ฏ หนังสือขออนุญาตที่เกี่ยวข้อง.....	300
ประวัติผู้วิจัย .....	302

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์.....	48
2	ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะในด้านเจ้าหน้าที่และระบบทำงานส่งเสริม วิสาหกิจชุมชน.....	49
3	สรุปแนวทางการศึกษาและใช้ประโยชน์จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่ เกี่ยวข้อง.....	96
4	แสดงการลดลงของค่าความคลาดเคลื่อน.....	103
5	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์กรประกอบหลักที่ 1 การสร้าง มูลค่าเพิ่ม (Value added).....	123
6	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์กรประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable).....	127
7	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์กรประกอบหลักที่ 3 ผล ประกอบการ (Volume).....	130
8	สถานภาพทั่วไปของแบบสอบถาม.....	133
9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	133
10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	134
11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	134
12	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน .	135
13	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุในการเข้าเป็น สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน.....	135
14	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าสมุนไพร ที่ไม่ใช่อาหารที่ดำเนินการผลิตอยู่.....	136
15	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าการขายสินค้า ของธุรกิจชุมชนของท่านต่อปี.....	137
16	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งออก .....	137
17	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของ การผลิตสินค้าในกลุ่มธุรกิจชุมชนของท่านเป็นแบบใดเพื่อให้เกิดเป็น ธุรกิจที่มีความสร้างสรรค์.....	138

ตารางที่		หน้า
18	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกใน วิสาหกิจชุมชน.....	138
19	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพึงพิงแหล่งเงินทุน.	139
20	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมาตรฐานการผลิต เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชน.....	139
21	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมาตรฐานการผลิต เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชน.....	140
22	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมาตรฐานการผลิต เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจ.....	140
23	ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มี ต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจ ชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านกระบวนการ (Process).	141
24	ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มี ต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจ ชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านผลผลิต (Output).....	142
25	ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มี ต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจ ชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านภูมิปัญญา (Wisdom).....	143
26	ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มี ต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจ ชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านการส่งมอบและ การสื่อสาร (Delivery).....	144
27	ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็น ที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของ กลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านผลลัพธ์ (Outcome).....	144

ตารางที่		หน้า
28	ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านเครือข่ายความร่วมมือ (Network) .....	145
29	ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านความยั่งยืน (Sustainability) .....	146
30	ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านรายได้ (Revenue) .....	147
31	ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านปริมาณการขาย (Sales volume) .....	148
32	ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านการจัดการสร้างสรรค์ .....	149
33	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในองค์ประกอบเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ .....	150
34	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) .....	154
35	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ขององค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) (Valuable) .....	156

ตารางที่		หน้า
36	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ขององค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) .....	157
37	ผลค่า IOC ของข้อความที่ใช้เป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัด การเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้าง มูลค่าเพิ่ม (Value added) .....	158
38	ผลค่า IOC ของข้อความที่ใช้เป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัด การเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) .....	162
39	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume) .....	165
40	สรุปผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ไปทดลองใช้ .....	166
41	สรุปผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) ไปทดลองใช้ .....	170
42	สรุปผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume) ไปทดลองใช้ .....	173
43	สรุปผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ ของกลุ่มธุรกิจชุมชนองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน .....	174

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	1 ความเชื่อมโยงจากการเกิดเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) กับภาคธุรกิจ.....	2
2	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	11
3	บทบาทหน้าที่ของระบบการจัดการ 4 ขั้นตอน.....	18
4	วงล้อเดมมิ่งในระบบวงจรคุณภาพ (PDCA).....	27
5	กระบวนการวิเคราะห์ห่วงจรคุณภาพ.....	28
6	โมเดลการกำหนดเกณฑ์การประเมิน.....	74
7	แสดงแผนภาพความสัมพันธ์ตามโมเดลทฤษฎีการวัด.....	81
8	แสดงแผนภาพความสัมพันธ์ตามการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงสำรวจ .....	82
9	แผนผังขั้นตอน (Flowchart) ของการดำเนินการวิจัย .....	99
10	การจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชนด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (PODOWS) .....	108
11	ผลการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยัน ของเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบ การจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของ ประเทศไทย ขององค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) .....	154
12	ผลการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันของเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบ การจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตก ของประเทศไทย ขององค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) .....	155
13	ผลการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันของเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการ จัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของ ประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume).....	157
14	ใบรับรองแสดงการผ่านการฝึกอบรมที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 5 (มีการพัฒนา ศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทั้งจากการจัดกิจกรรมอบรมภายในและการ อบรมหรือศึกษาดูงานจากภายนอกอย่างต่อเนื่อง) มาประเมิน .....	175
15	หลักฐานแสดงการรับรองการสร้างสร้งงานที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 19 (ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ) มาประเมิน .....	175
16	หลักฐานแสดงการรับรองการเป็นผู้อนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย ที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ (มีวิธีการจัดเก็บองค์ความรู้) มาประเมิน.....	176

ภาพที่		หน้า
17	หลักฐานแสดงการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 19 (ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ) มาประเมิน .....	176
18	หลักฐานแสดงขั้นตอนการผลิต ที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 11 (มีการควบคุม ประสิทธิภาพของการผลิต) มาประเมิน .....	177
19	หลักฐานแสดงการจัดทำแผนทางธุรกิจ ที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 2 (มีการกำหนด แผนธุรกิจชุมชน) มาประเมิน .....	177
20	หลักฐานแสดงการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 45 (มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง) มา .....	178
21	หลักฐานแสดงการจดหนังสือรับรองภูมิปัญญาไทย ที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 24 (มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา) มา .....	179
22	รูปแบบเชิงนโยบายในการจัดการเชิงสร้างสรรค์ (Creative Management Model) สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร .....	187
23	การสนทนากลุ่มนักวิชาการ .....	211
24	การสนทนากลุ่มนักศึกษา .....	211
25	การสัมภาษณ์คุณดวงพร แพ้วรุ่งเรือง ประธานกลุ่มสตรีสมุนไพรดอนขุนห้วย จังหวัดเพชรบุรี .....	223
26	คุณอนงค์ จอมบุญ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพรในจังหวัดนครปฐม.....	223
27	การทดลองใช้เกณฑ์ กับคุณนภาลัย แก้วแวว ประธานกลุ่มสมุนไพรเสริม ความงาม อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม.....	253
28	การทดลองใช้เกณฑ์ กับคุณรัชญา วัชรเขภาส ประธานกลุ่มโคโคดี อำเภอน ครชัยศรี จังหวัดนครปฐม .....	253
29	หน้าปกหน้าปก คู่มือเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิง สร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน .....	255
30	โครงสร้างของเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ ของธุรกิจชุมชนพิจารณาโครงสร้างองค์ประกอบหลักของเกณฑ์.....	259
31	โครงสร้างองค์ประกอบหลักของเกณฑ์และสามารถพิจารณาคัดชั้นประเมิน .....	260
32	การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) มี 3 องค์ประกอบย่อย และ 8 คัดชั้นการ ประเมิน.....	261

ภาพที่

หน้า

33 การดำเนินการที่เกิดคุณค่า (Valuable) ..... 262





## บทที่ 1

### บทนำ

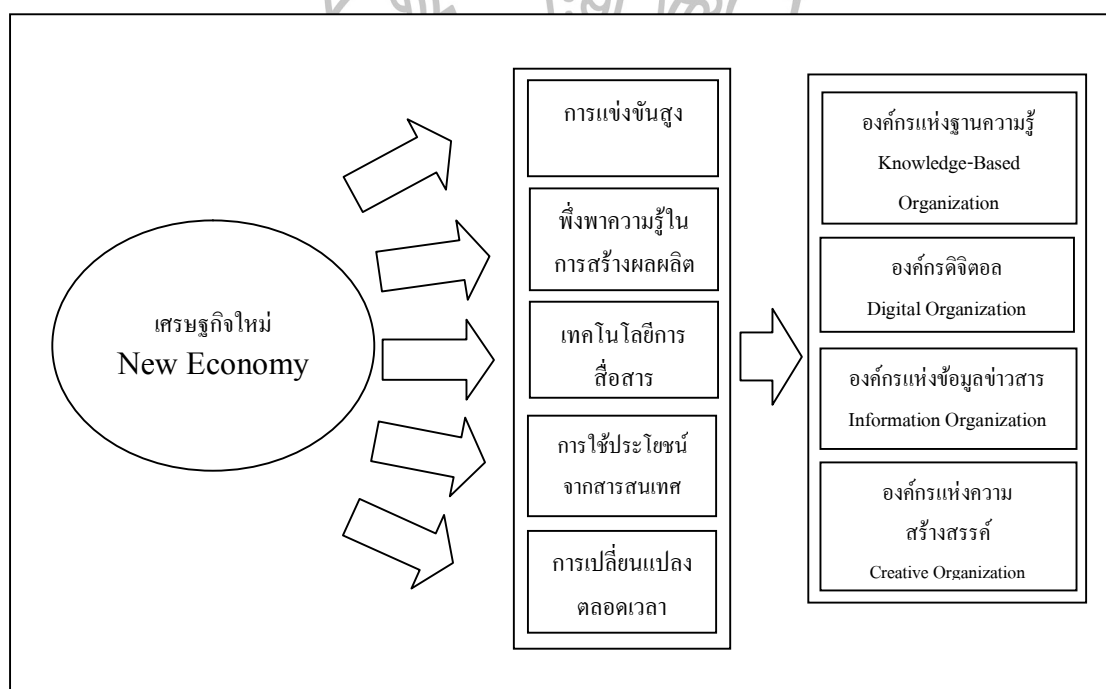
#### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาวะทางธุรกิจในประเทศไทยยุคโลกาภิวัตน์ถือได้ว่าการเปลี่ยนแปลงไปจากยุคที่ผ่านมาอย่างเห็นได้ชัด ตั้งแต่อดีตที่เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่มุ่งเน้นปริมาณการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการระดับพื้นฐานที่เป็นสินค้าขั้นปฐมและระดับก้าวหน้าที่เป็นสินค้าแปรรูปและเป็นการบริการ มาจนถึงการผลิตสินค้าที่เน้นรูปแบบการแข่งขันที่เข้มข้น ซึ่งในระดับนี้จะพบการแข่งขันที่ทรพยากรกันอย่างกว้างขวางทั้งทางด้านทรัพยากรการผลิตและทรัพยากรมนุษย์ รวมถึงการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการค้าและการตลาด ปัจจุบันอิทธิพลของกระแสแนวคิดทุนนิยมท่ามกลางการลงทุนและแสวงหาผลกำไรสูงสุด เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีส่วนสำคัญทำให้เกิดบริบทการขับเคลื่อนของธุรกิจบนระบบเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) ที่ก่อตัวขึ้นเกิดเป็นปรากฏการณ์ต่างๆที่เป็นผลสืบเนื่อง เช่น ธุรกิจมีอัตราการแข่งขันทางธุรกิจอย่างเข้มข้น มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก เกิดการแสวงหาความรู้และนำมาประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการค้า จึงเรียกได้ว่าเป็นยุคแห่งเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558)

นอกจากนี้ธุรกิจต่างๆในปัจจุบันจัดได้ว่ากำลังเผชิญกับบทบาทของการเข้าสู่ยุคทองของการแสวงหาข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เน้นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรทางธุรกิจไปสู่เป้าหมายต่างๆได้เร็วขึ้น (Howkins, 2013) จะเห็นได้ว่าในอนาคตนับจากนี้ไป ผู้ประกอบการในทุกระดับจะต้องมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับการบริหารงานในด้านต่างๆในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) และเศรษฐกิจข้อมูลข่าวสาร (Information Economy) เพื่อให้เกิดความสามารถในการจัดเก็บ ประมวลผล และสื่อสารผ่านเครือข่ายได้อย่างทั่วถึง ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีมาตรการ มีระบบหรือมีวิธีการบริหารจัดการ รวมถึงเกณฑ์และตัวชี้วัดต่างๆมาใช้ในการจัดการธุรกิจเพื่อให้เกิดการป้องกันความเสี่ยงในการดำเนินงานและต้องอาศัยความตื่นตัวในการแสวงหาความรู้และพัฒนาศักยภาพของตน จึง

สามารถดำเนินกิจการหรือประกอบธุรกิจให้คงอยู่และอยู่รอดได้ภายใต้สภาวะทางเศรษฐกิจในยุคที่มีความสามารถในการสื่อสารเชื่อมโยงทั่วถึงกัน หรือที่เรียกว่า โลกภิวัตน์ (Turban et al., 2006)

อย่างไรก็ตาม ภาวะการปรับตัวและการดำเนินธุรกิจในยุคโลกภิวัตน์และระบบเศรษฐกิจใหม่ถือเป็นปรากฏการณ์ที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการเฝ้าระวังและเตรียมพร้อมเพื่อรองรับกับการแข่งขัน การพึ่งพาองค์ความรู้ในการสร้างการผลิต การใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร เชื่อมโยงระบบธุรกิจ การใช้ประโยชน์จากสารสนเทศ รวมถึงการปรับตัวที่ต้องรองรับการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, 2549) ซึ่งหากธุรกิจมีการดำเนินงานตามประเด็นต่างๆดังที่กล่าวแล้ว ส่วนสำคัญหลักประเด็นต่อมาคือการสนับสนุนให้เกิดองค์กรแห่งความรู้ องค์กรแห่งดิจิทัล องค์กรแห่งข้อมูลข่าวสาร และองค์กรแห่งความสร้างสรรค์โดยผู้ประกอบการอาจมีการพัฒนาตัวชีวิตการดำเนินงานหรือเกณฑ์การประเมินมาเพื่อวัดความสามารถและศักยภาพในการจัดการให้องค์กรเกิดความตระหนักรู้และมีระดับการเฝ้าระวังหรือการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจในยุคเศรษฐกิจใหม่ พิจารณาดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความเชื่อมโยงจากการเกิดเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) กับภาคธุรกิจ

ที่มา: สมบัติ กุศุมาวลี, เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์: รุ่งอรุณของเศรษฐกิจดิจิทัล (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558).

ถึงแม้ว่ากระแสการพัฒนาประเทศท่ามกลางภาวะเกิดเศรษฐกิจใหม่ที่ผ่านมา เป้าหมายการพัฒนาประเทศไทยคือ การพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้เกิดความเจริญเติบโต แต่ไม่ได้ มุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพของคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับชุมชนให้มีความรู้ความสามารถ มีทักษะ ในการประกอบอาชีพ ลดอัตราการว่างงาน และสามารถพึ่งพาตนเองให้อยู่ในสังคมที่มีการ เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ ตลอดจนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยี และสุขภาวะที่ดีของ ประชาชน (Barro, 1993) จะเห็นได้ว่าการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยตั้งแต่แผนพัฒนา เศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 ถึงฉบับที่ 10 (2504 – 2555) นั้น แม้ว่าจะประสบความสำเร็จในการ บรรลุเป้าหมายด้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นอย่างดี แต่การพัฒนาทำให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ ตามมาเช่น ความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ ความยากจนรุนแรงขึ้น มีอัตราการว่างงานสูงขึ้น ทั้งหมดก็คือ ปัญหาทางเศรษฐกิจในระดับมหภาค ซึ่งเป็นปัญหาหลักของประเทศ และจากที่กล่าว มาสถานการณ์ของการพัฒนาประเทศในปัจจุบันเป็นไปตามกระแสแบบทุนนิยมหรือการพัฒนา ตามแนวกระแสหลัก ที่มุ่งเน้นความเจริญทางด้านวัตถุ และความเจริญเติบโตทางด้านอุตสาหกรรม ตลอดจนการผลิตเพื่อการค้าและการส่งออกมากกว่าการผลิตเพื่อยังชีพ การใช้ทรัพยากรอย่างไม่ ลิ้นสุด มีผลทำให้การพัฒนาไม่มีความยั่งยืนและประชาชนในภาคเกษตรกรรมซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ ของประเทศถูกละเลย ส่งผลให้สังคมระดับชุมชนขาดความเข้มแข็งและเกิดปัญหานานัปการ (Benhabib, and Spiegel, 2005)

จากผลกระทบของกระแสทุนนิยมและปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น ทำให้ช่วงระยะ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ปี พ.ศ. 2555-2559 ได้มีการตระหนักถึง สถานการณ์และความเสี่ยงทั้งจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกประเทศ ที่ก่อให้เกิดทั้งโอกาส และความเสี่ยงต่อการพัฒนาประเทศ ไม่ว่าเรื่องการเปลี่ยนแปลงระบบทางการเมืองของภาครัฐที่ ส่งผลต่อนโยบายและกฎหมายต่างๆ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจาก อิทธิพลของกระแสค่านิยมจากสื่อต่างๆ หรือโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีข้อผูกพันในการเข้าร่วมเป็น ประชาคมอาเซียนที่จะมีผลในปี พ.ศ. 2559 รัฐบาลจึงหันมาให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจระดับฐาน ราก โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนอย่างจริงจังภายใต้ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้าง เศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่มีคุณภาพและยั่งยืน โดยมุ่งเน้นทั้งพัฒนาสถาบันการเกษตรและธุรกิจ ชุมชนให้เป็นกลไกสนับสนุนการพึ่งพาตนเอง เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการราย ย่อยที่ได้รับผลกระทบจากการนำเข้าสินค้าและอาหารที่มีต้นทุนต่ำที่เป็นผลมาจากข้อตกลงการเปิด การค้าเสรี ผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจ ภายในประเทศให้เข้มแข็งและแข่งขันได้ ด้วยการปรับโครงสร้างการค้าและการลงทุนให้สอดคล้อง กับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในแถบเอเชีย แอฟริกา และเศรษฐกิจภายในประเทศ บน

พื้นฐานหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เตรียมพร้อมรับความรุนแรงของกระแสการแข่งขันจากภายนอกที่จะเข้ามาในประเทศไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558)

มีหลายแนวคิดเชื่อว่าหนทางหนึ่งที่จะทำให้ประเทศมีความยั่งยืนคือมีการพัฒนาสังคมที่เริ่มจากการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนหรือเป็นการมุ่งสร้างความกินดีอยู่ดีให้กับสังคมระดับรากหญ้าซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ในประเทศ (กาญจนา โชคถาวร, 2553) ในขณะเดียวกันต้องมีการเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจโลก เพื่อสร้างโอกาสและภูมิคุ้มกันของทุนที่มีอยู่ในสังคมไทยได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น การเชื่อมโยงเศรษฐกิจระดับฐานรากเข้ากับเศรษฐกิจโลก จึงจำเป็นต้องสร้างความพร้อมให้กับโครงสร้างพื้นฐานต่างๆพร้อมกับยกระดับคุณภาพของคนที่เป็นผู้ประกอบการในประเทศ มีการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการประกอบการอย่างทั่วถึง

ด้วยเหตุนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในสังคมจึงต้องหันมาศึกษาและพัฒนาทรัพยากรระดับท้องถิ่นที่มีอยู่อย่างจริงจัง ส่งเสริมการนำคุณค่าที่มีอยู่ในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุนด้านภูมิปัญญาชาวบ้านมาประยุกต์เพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาและยกระดับคุณภาพชีวิตให้สูงขึ้น ถ้าหากคนในท้องถิ่นมีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม ก็จะสามารถพัฒนาศักยภาพและอาศัยภูมิปัญญาของตนเองเพื่อพัฒนาสิ่งต่างๆให้เกิดความยั่งยืนกว่าที่ผ่านมาได้ (เสรี พงศ์พิศ, 2548: 30) ฉะนั้นแล้ว กระบวนการทำให้เกิดแนวทางการสร้างกระบวนการใหม่ของคนรวมมุ่งเน้นกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่เป็นของตนเอง การสร้างทั้งทุนในชุมชนที่มาจากเงินตราและทุนทางสังคมจากบุคคล ภูมิปัญญา ประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ มีกระบวนการศึกษาวิจัยให้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนาชุมชนโดยร่วมมือกับนักวิชาการหรือสถาบันรวมทั้งมีกระบวนการประสานความหลากหลายผ่านกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกเพื่อเปิดรับความรู้และความช่วยเหลือที่ก่อให้เกิดแนวคิดและกระบวนการทัศน์ใหม่ (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2554: 66) ตลอดจนการทำให้ชุมชนท้องถิ่นต่างๆมีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้นับตั้งแต่การประกาศพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนปี พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา ก็เกิดการการพัฒนาสนับสนุนอย่างเป็นระบบจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมาโดยตลอด อีกทั้งยังมีความพยายามผลักดันกิจกรรมทางการพาณิชย์ระดับชุมชนท้องถิ่นเพื่อให้เกิดมาตรฐานที่สูงขึ้นทัดเทียมกับธุรกิจขนาดกลางหรือหรือที่เรียกว่าธุรกิจชุมชน (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2542)

กลุ่มธุรกิจชุมชน ถือเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน ประกอบด้วย กิจกรรมการผลิต กิจกรรมทางการขายผลผลิต กิจกรรมการซื้อ และการบริโภคของชุมชน สิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงความพยายามเรียนรู้และผลักดันตนเองด้วยระบบเศรษฐกิจการผลิตแบบพึ่งพาตนเองเป็นหลัก คือการทำให้พอกินพอใช้ในครอบครัว และเกิดผลตอบแทนต่อคนในชุมชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง เป็นการ

ประกอบการ โดยชุมชนที่มีสมาชิกอยู่ในชุมชนมีความเกี่ยวข้องกับทรัพยากรทางการผลิต การค้า และการเงิน โดยมีเป้าหมายให้เกิดผลิตผลทั้งด้านเศรษฐกิจคือ การสร้างรายได้และอาชีพ และด้านสังคมคือ การสร้างความกลมเกลียวกันระหว่างครอบครัว ชุมชน ให้เกิดการร่วมคิด ร่วมทำ และรับผิดชอบร่วมกัน ธุรกิจชุมชนจึงต้องอาศัยการรวมกลุ่มเพื่อผนึกกำลังสร้างศักยภาพการทำงาน ภายในชุมชน ทั้งยังสร้างเครือข่ายของครัวเรือน และเกิดความร่วมมือกันระหว่างชุมชน สังคม และหน่วยงานต่างๆภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและมั่นคง (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2554: 53) นอกจากนี้ ธุรกิจชุมชนยังเป็นเรื่องของการประกอบการเพื่อ จัดการกับ “ทุน” ที่มีอยู่ในชุมชนอย่างบูรณาการเพื่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองได้ อย่างไรก็ตาม ทุนนั้น ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่ตัวเงิน แต่ยังรวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุนทาง วัฒนธรรม และ ทุนทางสังคม (เสรี พงศ์พิศ, 2548: 40)

อย่างไรก็ตาม อิทธิพลของระบบทุนนิยมที่แทรกซึมอยู่ในทุกกระบวนการของห่วงโซ่ ธุรกิจมีผลทำให้วิถีการผลิตในทุกวันนี้เปลี่ยนไป ทั้งนี้ธุรกิจชุมชนก็ได้รับอิทธิพลด้วยเช่นกัน โดย เปลี่ยนจากการผลิตแบบแนวทางเดิมกลายเป็นการมุ่งเน้นนำผลิตภัณฑ์ออกไปขายเพื่อสร้างกำไร และนำรายได้ไปซื้อหรือลงทุนปัจจัยด้านอื่นๆ การผลิตในปัจจุบันจึงมีความผูกพันกับกลไกการค้า อย่างมาก เพราะถ้าหากผู้ประกอบการไม่สามารถปรับระบบการผลิตให้สอดคล้องกับภาวะตลาดที่ เป็นอยู่ ผู้ประกอบการจะขาดทุน มีรายได้ลดลง สำหรับชุมชนและผู้ผลิตรายย่อยแล้วล้วนแต่ตกอยู่ ภายใต้การครอบงำของตลาด และตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของผู้ค้ารายใหญ่ ธุรกิจชุมชนขนาดย่อมจึง ต้องมีการผลิตแบบ 2 วิธี วิธีแรก คือ การผลิตเพื่อกินเพื่อใช้โดยตรงเพื่อให้อยู่รอดได้ และวิธีที่สอง คือ การผลิตเพื่อแลกเปลี่ยน เป็นกระบวนการซื้อขายที่ผ่านกลไกการค้าเพื่อให้เกิดรายได้ โดยอาศัย เงินตราเป็นตัวขับเคลื่อน หรือแลกเปลี่ยนกับสิ่งอื่นที่ตนเองต้องการแต่ไม่สามารถผลิตได้เอง เพื่อนำไป พัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (Charnock, 2009) ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการระดับชุมชน ที่ต้องควบคุมจัดการการผลิตทั้ง 2 วิธีให้เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อให้เกิด ความเข้มแข็งในชุมชนและสามารถพึ่งพาตนเองได้ (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2554: 29-31) ซึ่งเมื่อ พิจารณาแล้วถือได้ว่ามีความสอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว อันประกอบไปด้วยความพอประมาณ ความมีเหตุมีผลในการวางแผน มีภูมิคุ้มกัน สำหรับทุนต่างๆในชุมชนที่ดี และอยู่ภายใต้เงื่อนไขสองประการ ได้แก่ เงื่อนไขความรู้ทางวิชาการ เพื่อให้รู้จักจัดการกับทุนที่มีอยู่ และเงื่อนไขในการตระหนักถึงคุณธรรม มีความอดทนพยายาม ความซื่อสัตย์และทำโดยนึกถึงผู้อื่นเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาอาศัยกันได้ (มหาวิทยาลัย ศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2556)

การผลิตวิถีของธุรกิจชุมชนดังที่กล่าวมาสามารถเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาความรู้ที่มีอยู่ ภูมิปัญญาเหล่านี้เป็นความรู้ความสามารถที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์อย่างมีเอกลักษณ์และถ่ายทอด มาให้กับคนรุ่นหลังได้นำไปใช้ประโยชน์ในการทำมาหากิน หรือแม้แต่นำไปประยุกต์ในการสร้าง รายได้เชิงพาณิชย์ ความคิดสร้างสรรค์จึงถือได้ว่าก่อให้เกิดคุณประโยชน์ต่อทั้งชาวบ้าน ชุมชน และมีความสำคัญต่อธุรกิจชุมชนที่ต้องอาศัยกระบวนการเรียนรู้ คิดและนำไปใช้อย่าง สร้างสรรค์เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีคุณค่า มีความสัมพันธ์หรือสามารถผสมผสานกับเอกลักษณ์แบบ ดั้งเดิม และต้องสอดคล้องกับทุนหรือทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน

เป็นที่ยอมรับว่า ความสร้างสรรค์กลายเป็นศักยภาพในการสร้างสิ่งใหม่ที่แปลกใหม่และมี มูลค่าให้เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจโลกและมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ความสำเร็จแบบก้าว กระโดดของธุรกิจล้วนเป็นผลพวงมาจากการสร้างความแตกต่างแบบมีเอกลักษณ์จากคู่แข่งรายอื่น และสามารถรักษาความเป็นสินค้าที่ทดแทนไม่ได้ในระยะยาว ทั้งนี้ในโลกของธุรกิจ การมีความคิด ริเริ่มอย่างเดียวย่อมไม่เพียงพอ ในการสร้างสรรค์ความคิดนั้นจะต้องก่อให้เกิดประโยชน์สามารถทำ ได้จริง และยังต้องสื่อสารความหมายไปยังลูกค้าได้ (Howkins, 2013) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy จึงเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่อปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้อย่างชัดเจน เนื่องจาก เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นวิธีการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ โดยใช้สินทรัพย์ทางปัญญา (Intellectual Property) ถ่ายทอดสู่ผลิตภัณฑ์ให้ปรากฏเป็นรูปร่างเพื่อให้ความสร้างสรรค์นั้นเกิด เป็นมูลค่าเชิงพาณิชย์ โดยมีนวัตกรรมจากเทคโนโลยีและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบ ร่วมเพื่อพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้แนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ซึ่งที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา หรือ UNCTAD ได้ ระบุไว้ว่าเป็นหัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากเป็นวงจรของกลุ่มกิจกรรมการสร้างสรรค์ การผลิต และการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการโดยมีปัจจัยหลักคือความคิดสร้างสรรค์และทุนทาง ปัญญา (ศักดิ์ชัย เกียรติจินดา, 2553: 19-22) การมีความสร้างสรรค์จึงเป็นศักยภาพในการสร้าง สิ่งแปลกใหม่ที่เป็นส่วนตัว เป็นรูปแบบที่ไม่เคยมีมาก่อนและมีความหมายสำคัญ ดังนั้นการ สร้างสรรค์จึงต้องอาศัยเงื่อนไขที่สำคัญ 3 ประการได้แก่ ความเป็นส่วนตัวหรือปัจเจกบุคคล (Personality) ความเป็นต้นแบบ (Originality) และมีความหมาย (Meaning) อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะ เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่หรือนำเสนอสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ ย่อมถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาและมีความผูกพันกับกฎหมายลิขสิทธิ์และกฎหมายสิทธิบัตร (Howkins, 2013)

การแสวงหาโอกาสใหม่ ความคิดใหม่เพื่อใช้แข่งขันในวงการการค้าและเศรษฐกิจจึง เป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญท่ามกลางปัญหาเศรษฐกิจโลกและปัญหาเศรษฐกิจภายในประเทศ ไทยที่เกิดขึ้น ความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนจะสามารถทำให้ผู้ประกอบการสามารถอยู่รอด

ได้ ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีวัตถุดิบที่สามารถพัฒนาขึ้นเป็นสินทรัพย์สร้างสรรค์ (Creative Assets) เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้วัตถุดิบทางการเกษตรที่เป็นแหล่งรายได้หลักอันดับต้นๆของประเทศไทย (ศักดิ์ชัย เกียรติณาคินทร์, 2553)

จากอิทธิพลของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ดังกล่าว ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 8 จนถึงฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2540 – 2559) จึงพยายามผลักดันแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายในประเทศ ศึกษาลัทธิในเรื่องของการสร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจจากทุนทางวัฒนธรรม เป็นการให้ความสำคัญกับจุดแข็งและข้อได้เปรียบทางวัฒนธรรมของประเทศ แล้วนำมาใช้ประโยชน์ มุ่งปรับโครงสร้างการผลิตเน้นไปที่การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ นอกจากนี้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้วางกรอบและกำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการพัฒนาความรู้ การวิจัยและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมในประเทศไทยเพื่อให้เอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ได้มากที่สุดทั้งในระดับนโยบายของรัฐ ภาคธุรกิจขนาดใหญ่ ภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไปจนถึงระดับชุมชน (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2555)

ด้วยแนวโน้มการพัฒนาความรู้สมัยใหม่เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การใช้ภูมิปัญญาของชุมชนจึงต้องมีการปรับตัวเช่นกัน การเชื่อมโยงเรื่องแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เข้ากับธุรกิจชุมชนระดับรากหญ้าเป็นเรื่องที่ควรส่งเสริมอย่างยิ่ง เนื่องจากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความคิดที่ชุมชนเป็นเจ้าของสามารถก่อให้เกิดศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมระดับชุมชนอย่างยั่งยืนและมั่นคงได้โดยไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากเพียงแต่อาศัยความร่วมมือช่วยเหลือกันระหว่างสมาชิกธุรกิจชุมชน ในการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย จำเป็นต้องพิจารณาให้ความสำคัญกับการค้นคว้าวิจัยเพื่อหาวิธีการผสมผสานที่ลงตัวระหว่างตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยทั้งในเชิงรูปธรรมและนามธรรม มรดกทางวัฒนธรรม ความรู้ทางวิชาการ ศิลปะ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีความหมายและมีการนำเสนอด้วยรูปแบบที่แปลกใหม่น่าสนใจ นอกจากนี้ยังต้องการเครือข่ายทางสังคมและความสัมพันธ์ที่ดีในระดับแวนอน ถึงจะสามารถพัฒนาแนวทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มที่ (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2553)

ภูมิภาคตะวันตกจัดเป็นพื้นที่ที่มีความน่าสนใจในการศึกษาและพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์สำหรับธุรกิจชุมชน เนื่องจากเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ตั้งแต่จังหวัดนครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร เพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,

2558) มีผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชนถึง 3,145 ราย เป็นประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำนวน 182 ราย (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2558) อีกทั้งเป็นภูมิภาคทางเศรษฐกิจที่มีทรัพยากรพืชสมุนไพรอยู่จำนวนมาก สามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายและมีศักยภาพที่สามารถพัฒนาได้ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2558)

ด้วยปรากฏการณ์ด้านบริบทการพัฒนาเศรษฐกิจ การส่งเสริมธุรกิจชุมชน และแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ดังกล่าวมานั้น ผู้วิจัยจึงมีความมุ่งหมายในการพัฒนาเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยมุ่งเน้นไปยังประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในภูมิภาคตะวันตก การพัฒนาเกณฑ์ประเมินนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อกำหนดคุณลักษณะและองค์ประกอบของการจัดการเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อยืนยันองค์ประกอบและทดลองใช้เกณฑ์ จนสามารถก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงผลลัพธ์ หน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และศูนย์ส่งเสริมธุรกิจชุมชนในการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อพัฒนารูปแบบและวิธีการจัดการของธุรกิจชุมชนให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และมีมาตรฐานทางการจัดการที่สูงขึ้นต่อไป

## 2. ปัญหาในการวิจัย

- 2.1 องค์ประกอบในการจัดการเชิงสร้างสรรค์ได้แก่อะไรบ้าง
- 2.2 รูปแบบแนวทางการจัดการเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างไร
- 2.3 เกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ให้ประโยชน์กับกลุ่มธุรกิจชุมชนอย่างไร

## 3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 3.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย
- 3.2 เพื่อศึกษาคูณลักษณะและรูปแบบระบบการจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 3.3 เพื่อพัฒนาคู่มือเกณฑ์การประเมินมาตรฐานการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย



#### 4. ขอบเขตของการวิจัย

การพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

##### 4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาเอกสารและวรรณกรรม อันประกอบไปด้วย ทฤษฎีทางการจัดการ ลักษณะและการจัดการของธุรกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงใต้ที่สอดคล้องกับหลักแนวคิดธุรกิจชุมชน ที่ประกอบด้วย การพึ่งพาตนเอง การรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างเครือข่ายผลิตสินค้าที่เน้นการบริโภคภายในชุมชน การจัดจำหน่ายสินค้ากับภายนอกชุมชน การจัดการกับทุน และทรัพยากรต่างๆที่มี รวมถึงสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในชุมชน ศึกษาลักษณะของแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่ธุรกิจชุมชนต้องเรียนรู้พึ่งพาภูมิปัญญาชาวบ้าน และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอยู่มาผสมผสานกับการพาณิชย์ยุคใหม่เพื่อสร้างระบบการจัดการเชิงธุรกิจ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ที่มีความใหม่และเป็นเอกลักษณ์

##### 4.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก

ในขั้นตอนการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยอาศัยข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ผ่านการอบรมเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์และการจัดการธุรกิจชุมชน และ 2) กลุ่มอาจารย์รุ่นใหม่ที่มีความรู้ด้านการจัดการ ด้านการตลาด และด้านการจัดการธุรกิจชุมชน และด้านการปกครองท้องถิ่น

ในขั้นตอนการใช้เทคนิควิจัยอนาคต ผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้เชี่ยวชาญ โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ ประธานกลุ่มธุรกิจชุมชน เจ้าของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเจ้าของผลิตภัณฑ์ 2) กลุ่มนักวิชาการ ได้แก่ อาจารย์หรือผู้เชี่ยวชาญทางวิชาการด้านการจัดการ สังคมศาสตร์ การพัฒนาชุมชน และด้านการจัดทำเกณฑ์ประเมิน 3) กลุ่มผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ทั้งอดีตและปัจจุบัน ที่มีประสบการณ์ทำงานและอยู่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชน

##### 4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มธุรกิจชุมชน ได้แก่ จังหวัดในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ จัดแบ่งตามคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร เพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยมุ่งเน้นการศึกษากลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้เนื่องจากประกอบไป

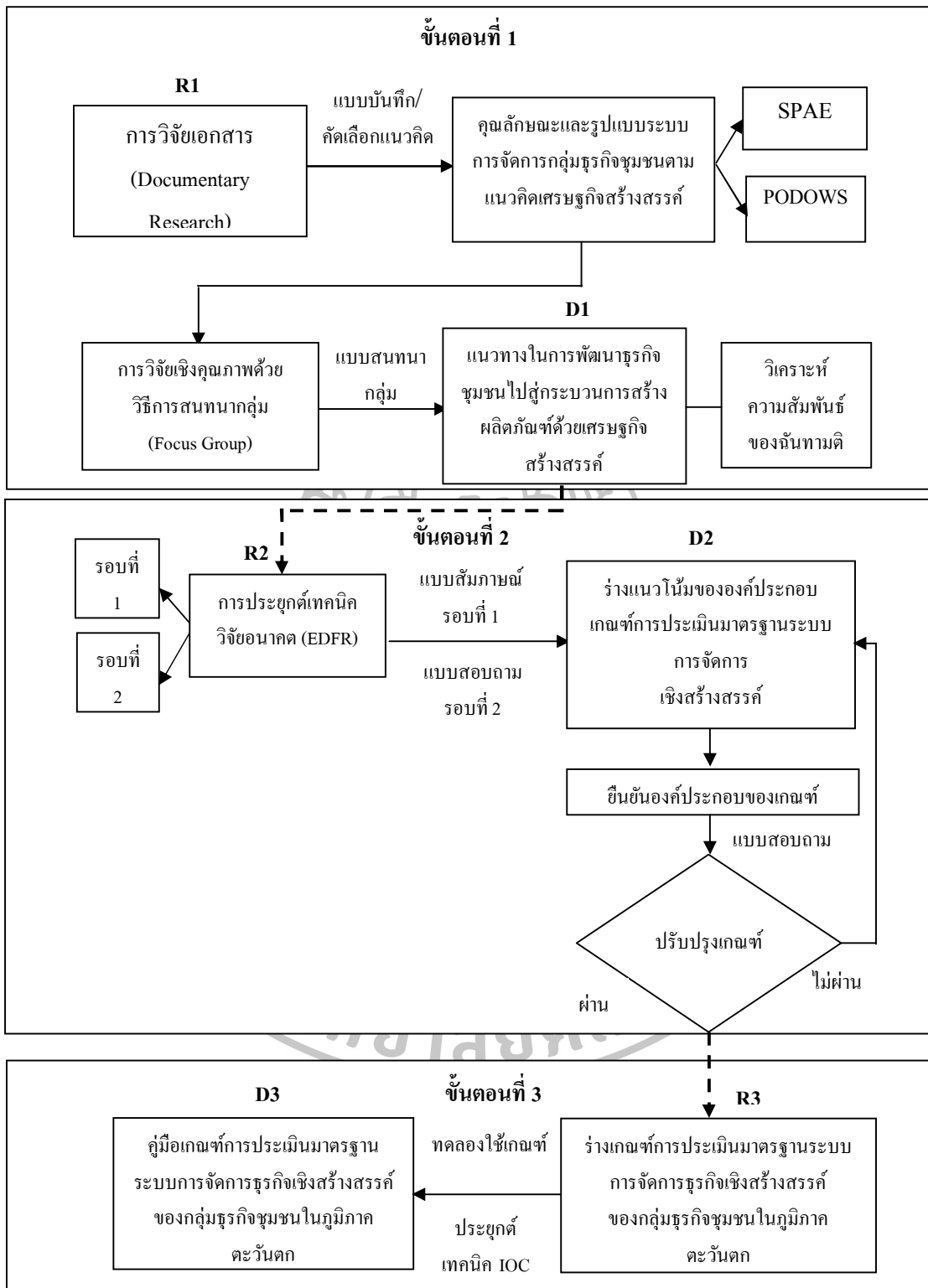
ด้วยจังหวัดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจในด้านต่างๆ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านเกษตรกรรม ด้านการท่องเที่ยว และด้านอุตสาหกรรม

#### 4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยนี้ รวมทั้งสิ้น 12 เดือน โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงเดือนที่ 1-6 เป็นการศึกษาเอกสาร และเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่มเพื่อศึกษาแนวคิดและความหมายที่ชัดเจนของความสำเร็จในบริบทของกลุ่มธุรกิจชุมชน และช่วงเดือนที่ 7-12 เป็นการพัฒนาและวัดประสิทธิภาพเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการที่เป็นธุรกิจชุมชน

### 5. กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย มีรูปแบบวิธีการตามแนวทางของระเบียบวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ทำให้กรอบแนวคิดของงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลักโดยเริ่มจากการทำวิจัยเอกสารและการสนทนากลุ่มเพื่อกำหนดขอบเขตในการศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มธุรกิจชุมชน ทฤษฎีและแนวคิดด้านรูปแบบการจัดการเชิงระบบแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งที่มีความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดการสังเคราะห์และพัฒนาเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชนไปสู่กระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์และจัดการด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในขั้นตอนที่ 2 เป็นการศึกษาแนวโน้มขององค์ประกอบในการจัดทำเกณฑ์ประเมินด้วยเทคนิควิจัยอนาคตและนำองค์ประกอบไปยืนยันกับผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และขั้นตอนสุดท้ายคือการนำเกณฑ์ไปทดลองประเมินกับกลุ่มธุรกิจชุมชนและนำไปปรับปรุงพัฒนา จัดเป็นคู่มือเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ทั้งนี้กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัยทั้งหมดแสดงดังในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 6. นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

6.1 การพัฒนา หมายถึง การสร้าง เปลี่ยนแปลงองค์ประกอบต่างๆที่มีความสัมพันธ์กันผ่านลำดับขั้นตอนต่างๆที่ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจน ทำให้สามารถขยายขอบเขตมากขึ้น ปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือเหมาะสมขึ้นจนเป็นที่น่าพอใจ ในที่นี้หมายถึง การพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย

6.2 เกณฑ์ประเมินมาตรฐาน หมายถึง เครื่องมือที่ประกอบไปด้วยข้อบ่งชี้ที่เป็นรูปธรรมเกี่ยวกับระดับสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นหรือค่าที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งช่วยบ่งชี้ถึงบทบาทหน้าที่รวมทั้งปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานขององค์ประกอบต่างๆ ณ ช่วงเวลาที่ต้องการวัดหรือตรวจสอบนั้น ในที่นี้หมายถึง เกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์

6.3 ระบบการจัดการ หมายถึง กระบวนการภายใต้ระเบียบแบบแผนในการใช้ประโยชน์จากทุนภายในที่กลุ่มธุรกิจชุมชนมีอยู่ รวมถึงการดำเนินการกับปัจจัยภายนอก ได้แก่ ลูกค้า พ่อค้าคนกลาง หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่กลุ่มธุรกิจชุมชนได้วางแผนเอาไว้

6.4 การวัดระดับ หมายถึง การจัดลำดับ วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยของตัวแปรต่างๆที่อยู่ในขอบเขตเดียวกัน สามารถแบ่งตัวแปรออกเป็นกลุ่มต่างๆ จัดลำดับก่อนหลังของตัวแปร และมีช่วงระยะห่างของการวัดที่เท่ากัน เป็นตามมาตรานันตรภาคชั้น (Interval Scale) ในที่นี้หมายถึง การวัดระดับการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย

6.5 การจัดการเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง รูปแบบวิธีการจัดการสำหรับธุรกิจชุมชนที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินงานทั้ง เกี่ยวข้องกับหลัก 3 ประการได้แก่ วิธีการการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ภายใน และมีการดำเนินการสู่ภายนอกให้เกิดคุณค่า เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ที่เติบโตขึ้นและสร้างผลตอบแทนแก่กลุ่มธุรกิจชุมชนและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งนี้ การจัดการเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบทั้งหมด 9 ด้านได้แก่ กระบวนการ ผลิต การส่งมอบ ผลิตภัณฑ์และการสื่อสาร ผลลัพธ์ ภูมิปัญญา เครือข่ายความร่วมมือ ความต่อเนื่อง รายได้ และปริมาณการขาย

6.6 กลุ่มธุรกิจชุมชน หมายถึง ผู้ประกอบการระดับชุมชนที่เป็นเจ้าของกิจการและผลิตภัณฑ์ มีความสามารถในการจัดการกับทุนหรือทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน โดยใช้กระบวนการความรู้หรือประสบการณ์ที่ทำให้เกิดการดำเนินงานในลักษณะระบบธุรกิจ มีเป้าหมายในการแสวงหาผลกำไรและสร้างผลตอบแทนแก่สมาชิกหรือชุมชนเป็นหลัก ในที่นี้หมายถึง กลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทสินค้าสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

6.7 สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ประเภทของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการที่อยู่ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรหรือมีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบ สามารถนำมาใช้ประโยชน์และอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพภายในหรือภายนอกร่างกาย แต่ไม่สามารถนำไปรับประทานเพื่อเป็นอาหารได้

6.8 ภูมิภาคตะวันตก หมายถึง ภูมิภาคย่อยทางตะวันตกของประเทศที่ใช้การจัดแบ่งของคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้แก่ จังหวัดนครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร เพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รวมทั้งสิ้น 8 จังหวัด

6.9 ประธานกลุ่มธุรกิจชุมชน หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้ก่อตั้ง หรือได้รับตำแหน่งเป็นประธานของกลุ่มสมาชิกธุรกิจชุมชน ในที่นี้หมายถึง ประธานกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในพื้นที่ภาคตะวันตกของประเทศไทยที่ได้รับการประเมินมาตรฐานการจัดการเชิงสร้างสรรค์

6.10 สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน หมายถึง ประชาชนทั้งจากภายในหรือจากภายนอกชุมชนที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชน ในที่นี้หมายถึง สมาชิกในกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในพื้นที่ภาคตะวันตกของประเทศไทยที่ได้รับการประเมินมาตรฐานการจัดการเชิงสร้างสรรค์

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

7.1 ทำให้ได้เกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน กล่าวคือผลจากการประเมินช่วยระบุปัญหาข้อผิดพลาดจากการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่ช่วยกำหนดทิศทางให้กลุ่มธุรกิจชุมชนมีระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์และมีมาตรฐาน

7.2 ทำให้ทราบถึงรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ซึ่งกลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถยึดถือไปเป็นแบบอย่างเชิงนโยบายในการดำเนินงานได้

7.3 ทำให้ได้คู่มือเกณฑ์การประเมินมาตรฐานการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยนำเสนอให้กับคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเพื่อนำไปเผยแพร่ อีกทั้งยังเชื่อมโยงกับศูนย์ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันตก ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรให้เกิดการใช้ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชนในการประเมินจุดเด่นหรือข้อบกพร่องของการจัดการรวมทั้งเสนอแนะแนวทางพัฒนาด้วยการจัดการเชิงสร้างสรรค์

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน ผู้วิจัยได้ทำวิจัยเอกสารเพื่อค้นหาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆที่มีความเกี่ยวข้องอยู่ในกรอบแนวคิดของงานวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ
  - 1.1 ความหมายของการจัดการ
  - 1.2 บทบาทหน้าที่ของการจัดการ
  - 1.3 ทฤษฎีด้านการจัดการที่เกี่ยวข้อง
2. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนและธุรกิจชุมชน
  - 2.1 ความหมายและลักษณะของวิสาหกิจชุมชน
  - 2.2 ความหมายและลักษณะของธุรกิจชุมชน
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์
  - 3.1 แนวคิดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์
  - 3.2 กระบวนการเกิดความคิดสร้างสรรค์
  - 3.3 รูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์
4. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันตก
  - 4.1 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี
  - 4.2 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเพชรบุรี
  - 4.3 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
  - 4.4 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี
  - 4.5 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร
  - 4.6 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม
  - 4.7 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครปฐม
  - 4.8 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี

5. สมุนไพรแปรรูปในประเทศไทย
  - 5.1 ความหมายและความสำคัญของพืชสมุนไพร
  - 5.2 ความสำคัญของสมุนไพรในด้านเศรษฐกิจ
  - 5.3 ประโยชน์ของพืชสมุนไพร
  - 5.4 การจำแนกประเภทพืชสมุนไพร
  - 5.5 การแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพร
  - 5.6 วัตถุประสงค์ของการแปรรูปสมุนไพร
  - 5.7 การจัดกลุ่มสมุนไพรแปรรูป
6. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำเกณฑ์มาตรฐาน
  - 6.1 ความหมายของเกณฑ์
  - 6.2 ประเภทของเกณฑ์
  - 6.3 ความหมายของมาตรฐาน
  - 6.4 หลักการเบื้องต้นของมาตรฐาน
  - 6.5 ความมุ่งหมายของการกำหนดมาตรฐาน
  - 6.6 ขอบเขตของการกำหนดมาตรฐาน
  - 6.7 ข้อกำหนดของการมาตรฐาน
  - 6.8 ประโยชน์ของมาตรฐาน
  - 6.9 ทฤษฎีเกณฑ์การประเมิน
7. แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR
  - 7.1 ข้อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่าง EDFR กับ Delphi
  - 7.2 ข้อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่าง EDFR กับ EFR
8. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยั่งยืน
  - 8.1 แนวคิดพื้นฐาน
  - 8.2 ขั้นตอนในการวิเคราะห์ประกอบเชิงยั่งยืน
  - 8.3 การนำการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยั่งยืนไปใช้
9. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 1. แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ

### 1.1 ความหมายของการจัดการ

ตามหลักทางวิชาการนั้น คำว่า การจัดการ (Management) กับคำว่า การบริหาร (Administration) มีความหมายที่ใกล้เคียงกันและมักจะมีการนำมาใช้คำแทนกันอยู่บ่อยครั้ง ทั้งนี้ คำว่า การบริหาร (Administration) จะมีความหมายในเชิงศาสตร์ วิทยาการความรู้ และนิยมใช้กับการบริหารในภาครัฐ เช่น การบริหารราชการ รัฐประศาสนศาสตร์ ขณะที่คำว่า การจัดการ (Management) มีความหมายในเชิงรูปธรรมหรือเชิงการกระทำ นิยมใช้ในศาสตร์ทางด้านการบริหารธุรกิจ โดยเน้นเรื่องการนำนโยบายที่ผู้บริหารระดับสูง หรือหัวหน้าผู้ประกอบการได้กำหนดขึ้นมาเพื่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติ (Implementation) ให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในที่สุด (วิเชียร วิทยอุดม, 2553)

การจัดการนั้นเป็นกระบวนการจัดระเบียบการใช้ทรัพยากรทั้งหมดที่มีอยู่ในองค์กร โดยใช้ระบบการจัดการที่เหมาะสม ใช้ระเบียบปฏิบัติงานที่มีทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งเอาไว้ โดยการให้คำนิยามหรือความหมายของการจัดการมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับแนวคิดของนักวิชาการแต่ละท่าน แต่เนื้อหาและใจความสำคัญจะมุ่งไปในทิศทางเดียวกัน โดยใจความสำคัญแล้ว การจัดการหมายถึง ศิลปะของกระบวนการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์โดยอาศัยปัจจัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น คน เงิน อุปกรณ์ต่างๆ ในการจัดการ และใช้ทรัพยากรเหล่านี้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ (Drucker, 2006) ดังนั้นการจัดการต้องเริ่มต้นจากการวางแผนและตั้งวัตถุประสงค์ไว้ล่วงหน้า เพื่อให้เกิดการดำเนินการ ไปตามกรอบแนวทางและบรรลุเป้าหมาย โดยระหว่างนั้นมีการพึ่งพาทรัพยากรหรือปัจจัยที่จำเป็นในกระบวนการจัดการ (สมคิด บางโม, 2553)

การจัดการเป็นงานที่มีความสำคัญอย่างมากในองค์กร เนื่องจากระบบการจัดการนับได้ว่าเป็นกลไกหลักของการดำเนินงานตามแผนการที่องค์กรได้กำหนดไว้ นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรทั้งหมด โดยมีการระบุถึงทรัพยากรที่ใช้สำหรับการดำเนินกิจกรรมที่ได้กำหนดไว้ ความสำคัญของการจัดการสามารถช่วยให้ผู้จัดการสามารถลดจุดอ่อนของการจัดการและช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายให้ต่ำลงและทำให้เกิดผลผลิตในองค์กรได้เพิ่มมากขึ้น นับได้ว่าบุคคลที่มีตำแหน่งผู้จัดการเป็นผู้มีอิทธิพลอย่างมากในทุกช่วงระยะขององค์กรยุคสมัยใหม่ อาทิเช่น ผู้จัดการโรงงานที่ดำเนินงานด้านการผลิตเพื่อผลิตอาหารให้คนได้บริโภค ผู้จัดการขายก็มีหน้าที่ในการจัดการพนักงานขายเพื่อทำตลาดให้สินค้า ส่วนผู้จัดการฝ่ายบุคคลก็จัดหาพนักงานที่มีความสามารถตรงกับความต้องการขององค์กร เป็นต้น สรุปได้ว่าหน้า



ความรับผิดชอบสำคัญที่ผู้จัดการต้องดำเนินการให้บรรลุทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผล ได้แก่ (Lussier, 2006)

1. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) หมายถึง บุคคล พนักงาน ปฏิบัติงานในองค์กร โดยผู้จัดการต้องทำให้แผนงานลุล่วงไปได้โดยใช้บุคคลเหล่านี้ นับได้ว่าทรัพยากรบุคคลเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุดสำหรับผู้จัดการองค์กร

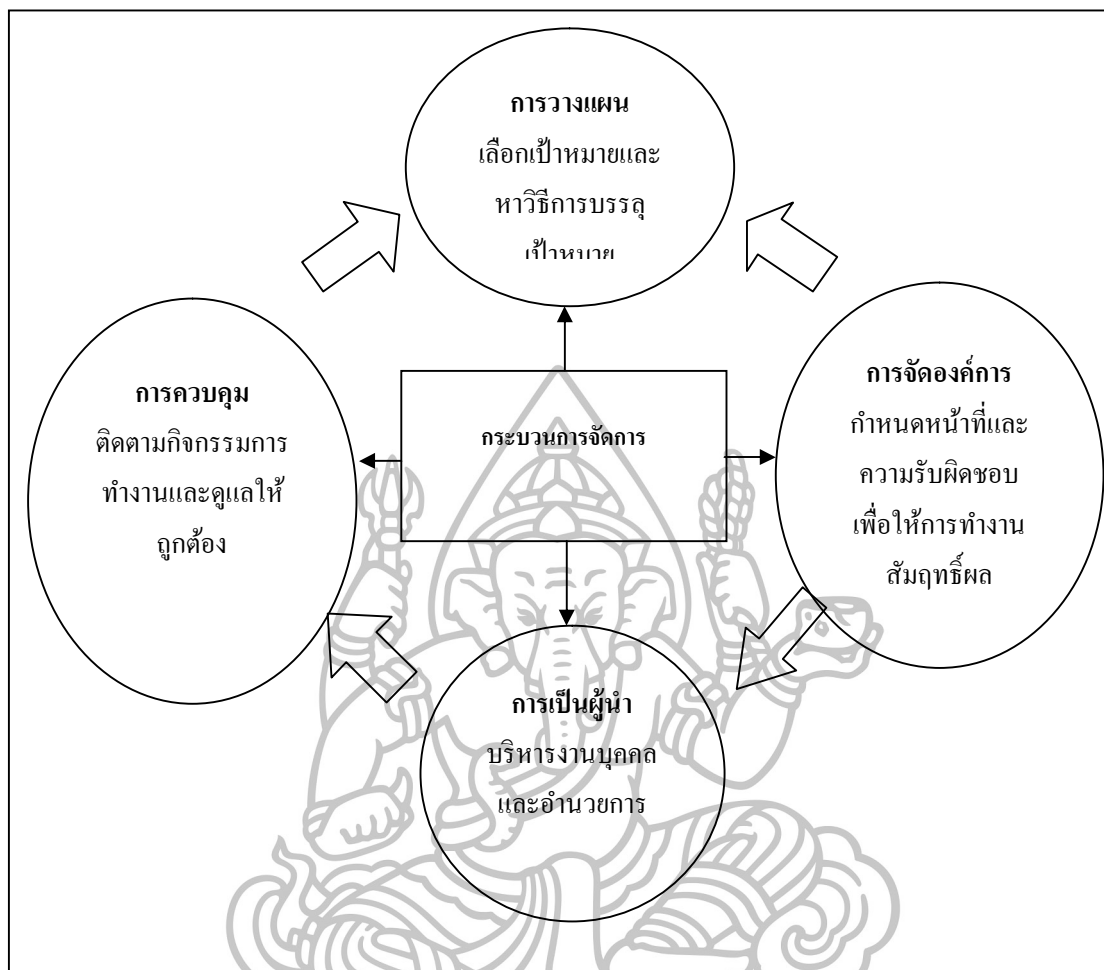
2. ทรัพยากรด้านการเงิน (Financial Resources) ผู้จัดการในองค์กรส่วนมากนั้นมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อที่จะกำหนดว่าในการดำเนินแผนงานต่างๆของแต่ละแผนกนั้นควรจะใช้เงินเป็นจำนวนเท่าใดภายใต้กรอบระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ งบประมาณสามารถบ่งบอกถึงทรัพยากรทางการเงินที่มีอยู่ทั้งหมดรวมทั้งความสามารถในการลงทุนขององค์กร

3. ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) หมายถึง วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆที่ใช้ระหว่างกระบวนการทำงาน ในการบรรลุเป้าหมายนั้นจะต้องมีการพึ่งพาทรัพยากรทางกายภาพที่ก่อให้เกิดทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งผู้จัดการจำเป็นต้องตรวจสอบอุปกรณ์เครื่องมือในการทำงานให้เหมาะสมเพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่าสิ่งของที่จำเป็นเหล่านั้นพร้อมใช้งานได้ ถ้าหากทรัพยากรด้านนี้สูญหายหรือไม่สามารถใช้งานได้ถูกต้องอาจทำให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจและการดำเนินงานระยะยาว

4. ทรัพยากรสารสนเทศ (Informational Resources) เทคโนโลยีสารสนเทศนั้นเป็นสิ่งจำเป็นในการจัดการ สารสนเทศมีความจำเป็นต่อองค์กรมากขึ้นเนื่องจากสภาพแวดล้อมการแข่งขันทางธุรกิจในโลกยุคปัจจุบัน จึงต้องใช้ประโยชน์จากสารสนเทศเพื่อก่อให้เกิดการดำเนินงานทางธุรกิจที่รวดเร็วและเหนือคู่แข่งรายอื่นๆ

## 1.2 บทบาทหน้าที่ของการจัดการ

สำหรับบทบาทหน้าที่ของการจัดการนั้นได้ก่อให้เกิดกิจกรรมต่างๆทางการจัดการ ซึ่งประกอบไปด้วยแง่มุมต่างๆของหน้าที่การจัดการที่สามารถนำไปกำหนดเป็นกฎเกณฑ์ขององค์กรให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายในลักษณะที่มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพโดยผ่านขั้นตอนการวางแผน การจัดองค์กร การบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวก และการควบคุมทรัพยากรในองค์กรดังที่แสดงในรูปภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 3 บทบาทหน้าที่ของระบบการจัดการ 4 ขั้นตอน

ที่มา: Jhon R. Schermerhorn, Management (New York: John Wiley and Sons, 2005), 19.

จากรูปภาพ 3 มีองค์ประกอบที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ต่างๆของกระบวนการจัดการที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน เริ่มจากการวางแผน (Planning) เพื่อกำหนดจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร มีการพัฒนากลยุทธ์ การใช้งบประมาณเพื่อจัดสรรทรัพยากร และการวางนโยบายวางแผนขั้นตอนการดำเนินงาน ขั้นตอนต่อมาคือการจัดองค์การ (Organizing) เกี่ยวข้องกับการเตรียมงาน การวางโครงสร้างขององค์กร การสร้างหน้าที่ความรับผิดชอบและสัมพันธ์ภาพกับตำแหน่งหน้าที่ ขั้นตอนของการเป็นผู้นำ (Leading) เกี่ยวข้องกับการบริหารงานบุคคล (Staffing) ที่จะคัดเลือกคนซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานนั้นๆพร้อมด้วยการอบรมงานและสร้างแรงบันดาลใจก่อนเริ่มปฏิบัติจริงเพื่อช่วยพัฒนาให้มีความรู้ ความเคยชินและมุ่งมั่นกับงาน และการอำนาจการ (Directing) เป็นการใช้อิทธิพลและการให้รางวัลเพื่อสร้างแรงจูงใจให้

พนักงานในการทำงานตามหน้าที่ รวมถึงการมอบหมายงาน การประสานงานกันระหว่างพนักงาน และการบริหารจัดการความขัดแย้ง ขั้นตอนสุดท้ายคือการควบคุม (Controlling) เป็นการพัฒนา มาตรฐานการปฏิบัติงาน การจัดระบบการรายงานเพื่อติดตามผลการทำงานของพนักงานในองค์กร รวมถึงพิจารณาผลจากกิจกรรมต่างๆที่พนักงานแต่ละคน ได้รับมอบหมายว่า ได้บรรลุเป้าหมาย หรือไม่ นอกจากนี้ยังต้องแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามความจำเป็น

เป็นที่ยอมรับว่าความผิดพลาดจากการดำเนินงานภายในองค์กรนั้นไม่สามารถ หลีกเลี่ยงได้ สิ่งที่สำคัญที่การจัดการในยุคใหม่ต้องเผชิญอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นั่นก็คือเกี่ยวข้องกับ งานอยู่ 3 อย่าง ได้แก่ การบริหารงานและองค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ การจัดการจึงมีบทบาทหน้าที่มากกว่าการแก้ปัญหาทางด้านพฤติกรรม การบริหารจัดการยังต้องสามารถเข้าไปแก้ปัญหาทางเทคนิค ตลอดจนวางแผนด้านสายงานผลิตในอนาคต และสิ่งที่กล่าวมานี้ก็คือหน้าที่สำคัญของการจัดการแบบสมัยใหม่ที่ผู้จัดการจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในทักษะเกี่ยวกับเรื่องทั้ง 3 ด้านนี้ อย่าง ถ่องแท้เพื่อจะได้จัดเตรียมความพร้อม และเรียนรู้นำไปปฏิบัติให้เกิดทั้งประสิทธิผลและประสิทธิภาพได้ หน้าที่ทั้ง 3 ด้านมีรูปแบบ ลักษณะดังต่อไปนี้ (วิเชียร วิทยุคคม, 2553: 12)

1. หน้าที่การบริหารงานและองค์กร ในส่วนนี้ผู้จัดการต้องเรียนรู้และเข้าใจเรื่อง การวางแผน การจัดองค์กร กระบวนการบริหารงานในองค์กร และเข้าใจถึงกิจกรรมต่างๆใน องค์กรว่ามีโครงสร้างและมีการปฏิบัติงานอย่างไร มีความสัมพันธ์กันอย่างไร และมีการตรวจสอบ การควบคุมการดำเนินงานว่าเป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้หรือไม่
2. หน้าที่การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ตัวผู้จัดการต้องมีทักษะในการเรียนรู้ถึง กระบวนการสรรหาบุคคลที่ดีเพื่อดึงดูดคนที่มีความรู้ความสามารถตรงกับสายงานได้เข้ามาทำงาน ในองค์กร นอกจากนี้ควรมีการสร้างแรงจูงใจและรักษาพนักงานเก่าให้ทำงานเพื่อองค์กรในระยะ ยาวจนกระทั่งเกษียณอายุงาน ตลอดจนจัดการอบรมพัฒนาบุคลากรที่มีภาวะผู้นำสูงให้มีโอกาสได้ เข้ามาทำหน้าที่บริหารงานและพัฒนาองค์กรให้มีความเจริญก้าวหน้า
3. หน้าที่การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ ในประเด็นนี้ผู้จัดการต้องเรียนรู้ เพิ่มเติมเกี่ยวกับกระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการวางแผนควบคุม ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการปฏิบัติการไปตามเป้าหมายที่องค์กรได้วางเอาไว้

บทบาทหน้าที่ภายในระบบการจัดการถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการดำเนิน ธุรกิจ ที่ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจชุมชนจะต้องคำนึงถึงทั้งในเรื่องแผนบริหารงาน การจัดโครงสร้าง องค์กร การเป็นผู้นำที่มีความสามารถบริหารทรัพยากรภายในต่างๆได้ ทั้งทรัพยากรมนุษย์

ทรัพยากรทุน และทรัพยากรที่เป็นวัตถุดิบ รวมถึงควบคุมติดตามผลที่เกิดขึ้น เพื่อให้เกิดข้อมูลย้อนกลับและนำไปปรับปรุงพัฒนาแผนการดำเนินงานครั้งต่อไป

### 1.3 ทฤษฎีด้านการจัดการที่เกี่ยวข้อง

#### ทฤษฎีการจัดการองค์การสมัยใหม่

ในการจัดการยุคสมัยใหม่นั้นมีมุมมองแนวคิดที่หลากหลายครอบคลุมการจัดการองค์การในด้านต่างๆ ซึ่งแนวคิดสมัยใหม่เหล่านี้จะเป็นการบูรณาการมาจากแนวคิดการจัดการแบบดั้งเดิมและแนวความคิดการจัดการเชิงพฤติกรรมศาสตร์ เมื่อพิจารณาถึงภาพรวมขององค์การทั้งหมด มีนักทฤษฎีองค์การสมัยปัจจุบันหลายท่านมีความเห็นตรงกันว่าลักษณะที่สำคัญขององค์การสมัยปัจจุบันตามแนวคิดทฤษฎีควรเป็นไปดังนี้ (สมคิด บางโม, 2553: 39)

1. องค์การนั้นถือเป็นระบบหนึ่งประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐาน 5 ส่วน คือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิต ข้อมูลย้อนกลับ และสภาพแวดล้อม สำหรับองค์การธุรกิจสมัยใหม่นั้นจัดเป็นองค์การระบบเปิด (Open System)
2. สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ในแง่ของโครงสร้างขององค์การหรือกระบวนการความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในองค์การสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาเพื่อประสิทธิภาพขององค์การ
3. มีหลายระดับและหลายด้าน กล่าวคือ เมื่อพิจารณาองค์การทุกระดับ ธุรกิจหนึ่งๆอาจมีการพิจารณาทั้งในด้านจุลภาคและมหภาค ในด้านมหภาคองค์การถือเป็นส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่งในระบบอุตสาหกรรมของประเทศ แต่ในแง่ของจุลภาคจะพิจารณาส่วนย่อยๆภายในองค์การ
4. ใช้แรงจูงใจหลายด้านเพื่อให้นักพยายามทำงานให้บรรลุเป้าหมาย มีความเชื่อว่าสมาชิกขององค์การคาดหวังที่จะตอบสนองวัตถุประสงค์บางอย่างโดยใช้องค์การเป็นทางผ่าน
5. การบริหารองค์การไม่มีความแน่นอนว่าจะต้องสำเร็จเสมอไป เพราะอาจมีปัจจัยแทรกซ้อนต่างๆจำนวนมากและสถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ไม่สามารถควบคุมได้
6. ทฤษฎีองค์การสมัยปัจจุบันถือเป็นทฤษฎีผสม คือการนำแนวคิดของทฤษฎีในสาขาวิชาต่างๆหลากหลายสาขาเข้ามาผสมผสานกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านจิตวิทยา สังคมวิทยา เศรษฐศาสตร์ พฤติกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ฯลฯ
7. มีลักษณะเป็นการพรรณนา (Descriptive) คือเป็นการอธิบายคุณลักษณะขององค์การและการบริหาร ไม่ได้กำหนดสิ่งต่างๆไว้แน่นอนแต่จะเปิดโอกาสให้เล็งวัตถุประสงค์และวิธีการต่างๆตามความเหมาะสม

8. เหตุการณ์หนึ่งๆที่เกิดขึ้นในองค์กรจะมีสาเหตุมาจากปัจจัยต่างๆหลายปัจจัย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นอาจจะย้อนกลับไปกระทบปัจจัยที่เป็นเหตุ และอาจทำให้เปลี่ยนแปลงปัจจัยที่เป็นสาเหตุนั้นได้ด้วย

9. องค์กรเป็นระบบที่ปรับตัวได้ ซึ่งถือว่ามีความสำคัญที่สุด หากองค์กรต้องการคงอยู่ได้ในสภาพแวดล้อมใดๆ อาจต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

จากรูปแบบที่ได้กล่าวมาเห็นได้ว่าทฤษฎีองค์กรสมัยปัจจุบันมุ่งเน้นระบบทางการจัดการและผลผลิตที่มีคุณค่าขององค์กรเป็นหลัก เนื่องจากระบบและผลผลิตเป็นสิ่งที่ทำให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีองค์กรสมัยดั้งเดิมนั้นมักเน้นที่โครงสร้างภายในเป็นสำคัญ นอกจากนี้การจัดการสมัยใหม่ยังมีคุณลักษณะสำคัญที่มุ่งเน้นถึงการจัดการตามวัตถุประสงค์เป็นสำคัญเพื่อให้เกิดการบรรลุเป้าหมาย มีความพยายามในการสร้างแรงบันดาลใจเพื่อกระตุ้นการทำงานของพนักงาน รวมทั้งส่งเสริมให้มีการปรับตัวไปตามสภาพแวดล้อมภายนอกหรือเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการทำงานอยู่เสมอเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานภายใต้สภาวะปัจจัยแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา สิ่งเหล่านี้ถือเป็นคุณสมบัติที่ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจชุมชนควรพิจารณาถึงและนำไปปฏิบัติ เนื่องจากการอยู่รอดของธุรกิจขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างทั้งภายในและภายนอก การหาวิธีการปรับตัวและมีความยืดหยุ่นในการจัดการตามสภาวะการณ์ต่างๆ โดยมีเป้าหมายและมีการสร้างแรงบันดาลใจจะสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการเหล่านั้นสามารถเอาชนะอุปสรรคต่างๆหรือบรรลุเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ได้

#### การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM)

เป็นวิธีการที่นิยมนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการองค์กร เน้นให้ความสำคัญในเรื่องการจัดการคุณภาพอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นเป้าหมายหลักที่ต้องกระทำเพื่อติดตามเป้าหมายวิเคราะห์ผลผลิตและผลลัพธ์จากการดำเนินงาน วิธีการเพิ่มผลผลิต ตลอดจนการจัดการเก็บข้อมูลและนำความรู้ไปประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเกณฑ์พื้นฐานของวิธีการนี้คือ การทำความเข้าใจว่าพนักงานทั้งหมดและหน่วยธุรกิจขององค์กรทั้งหมดนั้นควรมีการทำงานอย่างสอดคล้องกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก เนื่องจากความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นองค์กรต้องมีความพยายามอย่างหนักเพื่อปรับปรุงระบบและคุณภาพในกระบวนการของตนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการฝึกทักษะการทำงานให้แก่พนักงานเป็นประจำ การจัดการคุณภาพโดยรวมจึงเป็นการจัดการแบบมีข้อผูกพันทั้งองค์กรในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพสินค้าและสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, 2549)

นอกจากนี้ในมุมมองการจัดการคุณภาพโดยรวมยังประกอบด้วยองค์ความรู้ด้านเทคนิคและด้านตัวของมนุษย์ และต้องให้อำนาจแก่คน (Empowerment) เพื่อการตัดสินใจที่จำเป็นตามสถานการณ์และต้องนำเอาความรู้ที่ได้มาใช้ตามอำนาจหน้าที่ที่มีความรับผิดชอบอยู่ เพื่อการบริหารจัดการกับความซับซ้อนและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีด้านการผลิตและการบริการ มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละกิจกรรมของงาน พร้อมทั้งให้ความรับผิดชอบในงานเพิ่มขึ้น มีการสร้างทีมงาน (Teamwork) และการพัฒนาความเชื่อมั่น เพิ่มแรงจูงใจ สภาพแวดล้อมและความสามารถในการทำงาน มีผลทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นได้อย่างมาก ตลอดจนมีการสร้างความร่วมมือในการปฏิบัติงานเพื่อการแก้ไขปัญหาอุปสรรคในองค์กร (Schermerhorn, 2005: 93)

จากคุณลักษณะของการบริหารจัดการคุณภาพ โดยรวมจะเห็นได้ว่าการมุ่งเน้นการควบคุมผลผลิตและเป้าหมายที่เป็นมาตรฐานการทำงานภายใน นอกจากนี้ยังพิจารณาลูกค้าเป็นหลัก (Customer oriented) และการมีส่วนร่วมของลูกค้าให้อำนาจในการคิดค้นและปรับปรุงคุณภาพภายในทุกกิจกรรมขององค์กร อีกทั้งยังเสนอให้มีการจัดการปรับปรุงทีมงานและระบบอย่างต่อเนื่องในด้านคุณภาพและการให้บริการลูกค้าและยกระดับการพัฒนาทักษะในด้านต่างๆให้สูงขึ้น โดยแนวทางในการจัดการคุณภาพโดยรวมในเชิงปฏิบัติควรพิจารณาถึงประเด็นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การยึดมั่นในเป้าหมาย คือมีการปรับปรุงแก้ไขการผลิตและการบริการกับการเข้าสู่การแข่งขันและความสามารถที่จะคงอยู่ในธุรกิจนั้นๆ ได้ มีการจัดให้มีการเตรียมงานไว้ล่วงหน้าเพื่อความพร้อม ประการต่อมาคือควรเปิดรับปรัชญาแบบใหม่มาใช้ เนื่องจากอยู่ในระบบเศรษฐกิจใหม่ ต้องมีการจัดการเพื่อกระตุ้นให้มีความทำทหายในการทำงาน เรียนรู้ถึงความรับผิดชอบและมีการสร้างผู้นำเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ประการต่อมาคือต้องสร้างความเป็นอิสระในการตรวจสอบเพื่อให้สามารถบรรลุถึงคุณภาพได้และควบคุมคุณภาพในการผลิตตั้งแต่ขั้นตอนแรก ในขณะเดียวกันเมื่อการทำงานเสร็จสิ้นควรให้รางวัลแก่พนักงาน สร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวเพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี และความไว้วางใจระหว่างกัน สิ่งที่ขาดไม่ได้ประการต่อมาคือปรับปรุงการผลิตและการบริการเพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพ เพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้อาจจัดตั้งสถาบันหรือระบบพี่เลี้ยงเพื่อฝึกฝนและพัฒนาพนักงานให้มีศักยภาพที่ดีขึ้น

ในแง่มุมมองของผู้ที่เป็นหัวหน้า ต้องมีความมุ่งมั่นเอาใจใส่ดูแลให้บุคลากร เครื่องจักร เครื่องมือที่จะทำให้การทำงานดีขึ้น อีกทั้งการจัดการควบคุมดูแลยังมีความจำเป็นต่อฝ่ายผลิต พยายามสร้างบรรยากาศที่ลดความกังวล ความหวาดกลัวให้น้อยที่สุด เพื่อให้เกิดการทำงานที่มั่นใจและมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งเฝ้าระวังในการกำจัดอุปสรรคระหว่างแผนก โดยต้องทำงานเป็นทีมและมีการสื่อสารข้ามแผนงาน ควรรู้ล่วงหน้าถึงปัญหาในการผลิตและวิธีการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการ มีการให้คำแนะนำและเป้าหมายการทำงาน การชี้แจงข้อบกพร่อง

มีผลทำให้การผลิตนั้นลดระดับลง การให้คำแนะนำที่ดีจะเป็นการสร้างมนุษยสัมพันธ์ และมีผลต่อกำลังแรงงานในการทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อคุณภาพและปริมาณผลผลิต หากเกิดอุปสรรคใดๆ ขึ้นมานั้นจะเป็นหน้าที่ของผู้จัดการที่ต้องกำจัดอุปสรรคเพื่อให้เวลาในการปฏิบัติงานมีความเหมาะสมและสร้างทักษะความชำนาญและกระตุ้นให้สมาชิกในองค์การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังต้องลดอุปสรรคด้านการจัดการ และด้านวิศวกรรมเพื่อความเหมาะสมและจัดหาผู้เชี่ยวชาญเสริมในงานด้านต่างๆ มีความพยายามพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างการทำงานที่เข้มแข็งและกระตุ้นให้สมาชิกในองค์การทำงานให้บรรลุตามกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้น โดยปรับวิธีการปฏิบัติตามการทำงานของพนักงาน (วิเชียร วิทย์อุดม, 2554)

#### การจัดการตามสถานการณ์ (Contingency Management)

แนวทางการศึกษาการจัดการตามสถานการณ์นี้มุ่งเน้นที่การกำหนดเลือกแนวทางการจัดการที่ดีที่สุดสำหรับองค์การในสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลาหนึ่ง สมมติฐานที่สำคัญของแนวคิดนี้คือองค์การแต่ละที่นั้นมีธรรมชาติที่แตกต่างกันในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นองค์ประกอบหรือสภาพแวดล้อม หรือสถานการณ์ปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ในช่วงเวลานั้นๆ ทฤษฎีการจัดการองค์การนี้จึงเป็นเรื่องของการทำให้องค์การแต่ละแห่งสามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด โดยการปรับรูปแบบของการจัดองค์การภายในของแต่ละแห่งให้เหมาะสมซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การ

แนวทางดังกล่าวนี้ได้ปฏิเสธหลักการบริหารจัดการของสำนักคิดแบบดั้งเดิมอย่างสิ้นเชิง กลายเป็นทฤษฎีสากลที่สามารถใช้ได้ในทุกสถานการณ์ โดยพยายามมุ่งค้นหารูปแบบการจัดการเพื่อการตัดสินใจ (Decision Making) ที่มีความสามารถในการยืดหยุ่น (Flexibility) และมีการปรับตัวได้สูง (Adaptable) ของแต่ละองค์การ ซึ่งจากทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันย่อมต้องการความสัมพันธ์ภายในที่แตกต่างกันด้วย จะไม่มีแนวทางเลือกที่ดีที่สุดแนวทางเดียวเหมือนกันหมด แต่จะเป็นแนวทางการจัดการหรือแนวทางแก้ไขปัญหาที่ดีที่สุด และสอดคล้องกับลักษณะต่างๆ ของสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมที่องค์การกำลังประสบอยู่ ทั้งนี้สภาพแวดล้อมองค์การที่ส่งผลกระทบต่อระบบการจัดการภายในมีอยู่ 2 ประเภท ได้แก่ สภาพแวดล้อมที่มีเสถียรภาพ (stable) คือมีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย และแบบที่เป็นนวัตกรรม (innovative) คือมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก นอกจากนี้ภายในระบบการจัดการยังแบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ รูปแบบเครื่องจักรกล (mechanistic) ซึ่งสอดคล้องกับระบบการบริหารแบบราชการดั้งเดิม และแบบสิ่งมีชีวิต (organic) ที่ไม่ใช่ระบบบริหารราชการและสอดคล้องกับทฤษฎีด้านพฤติกรรม ทำให้สรุปได้ว่าภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีเสถียรภาพ ระบบการจัดการแบบเครื่องจักรกลจะสามารถทำงานได้ดี

ในขณะที่สภาพแวดล้อมที่เป็นแบบนวัตกรรม ระบบการจัดการแบบสิ่งมีชีวิตจะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Lussier, 2006: 41)

การจัดการตามสถานการณ์ถือเป็นทักษะที่สำคัญประการหนึ่งที่กลุ่มธุรกิจชุมชนควรมีอย่างยิ่ง เนื่องจากการประกอบธุรกิจนั้น ถึงแม้ว่าเป็นระดับชุมชนก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น รวมถึงกับบุคคลที่เป็นตัวกลางทางการค้า และปัจจัยแวดล้อมภายนอกอีกมากมายซึ่งเป็นที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นการจัดการที่มีความยืดหยุ่นไปตามสถานการณ์ต่างๆ การใช้ประสบการณ์หรือความคิดสร้างสรรค์ในการหาวิธีการปรับตัวเพื่อให้เกิดแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดนั้นช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถอยู่รอดในธุรกิจและมีแนวโน้มการพัฒนาการจัดการที่มีความสร้างสรรค์และมีมาตรฐานที่สูงขึ้นได้

ทฤษฎีองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

สำหรับคุณลักษณะหลักขององค์การแห่งการเรียนรู้สามารถกำหนดเป็นพื้นฐานที่สำคัญ 2 ประการที่สามารถนำมาปรับใช้ในองค์การ ดังต่อไปนี้ (วิเชียร วิทยอุดม, 2554)

ประการแรกคือ การสำรวจ (Exploitation) เกี่ยวข้องกับการดำเนินการแสวงหาของสมาชิกในองค์การ เนื่องจากการทดลองรูปแบบใหม่ๆ ของกิจกรรมและกระบวนการต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจนั้นต้องมีความสัมพันธ์กับการหาหนทางใหม่ๆ ในการจัดการสิ่งแวดล้อมในทางธุรกิจ หรือการสร้างสรรค์โครงสร้างองค์การใหม่ๆ เพื่อการจัดการหาทรัพยากรขององค์การ เช่น โครงสร้างแบบทีมงาน (Teamwork) ที่ผสมผสานมาจากหลายๆ หน่วยงาน

ส่วนประการที่สองคือ การหาประโยชน์ (Exploration) เกี่ยวข้องกับตัวพนักงานที่จะต้องเรียนรู้ถึงแนวทางเพื่อจะทำในสิ่งที่ดีขึ้น ปรับปรุงกิจกรรมและกระบวนการทำงานขององค์การที่มีอยู่ให้ดีขึ้น เพิ่มประสิทธิผลการเรียนรู้ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแสวงหาประโยชน์ และต้องมีการนำมาใช้ร่วมกับการจัดการแบบคุณภาพโดยรวม เพื่อจะได้สร้างความต่อเนื่องในการปรับปรุงระเบียบแบบแผนให้มีประสิทธิผลมากขึ้น โดยสร้างกิจกรรมซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะในแต่ละงาน การหาประโยชน์นี้จะมีกระบวนการเรียนรู้ที่ลึกกว่าการสำรวจ

จากวิธีการสร้างสรรค์องค์การ โดยวิธีการเรียนรู้ นั้น ประเด็นหนึ่งที่ต้องปฏิบัติอยู่เสมอคือ การให้พนักงานตอบสนองอย่างรวดเร็วที่สุดในการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว โดยการเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานในทุกๆ ระดับขององค์การ เพื่อให้มีโอกาสสร้างกิจกรรมและการทดลองแนวทางการใหม่ๆ ที่อาจช่วยเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพให้องค์การได้ โดยการสร้างสรรค์องค์การแห่งการเรียนรู้สามารถกระทำได้ด้วยแนวทางหลายประการ กล่าวคือต้องมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยทีมงานและองค์การเตรียมตัวรับมือกับการแข่งขัน ผู้จัดการต้องทดลอง



ดำเนินการระบบการเรียนรู้ที่มีคุณค่าและก่อให้เกิดทั้งคุณภาพและปริมาณการเรียนรู้ที่แลกเปลี่ยนเชื่อมโยงกันมากขึ้น สร้างให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กรเรื่องของผลตอบแทนต้องทำให้มีความเสมอค่ากัน และจัดให้มีการพูดคุยกันระหว่างพนักงานกับผู้จัดการระดับสูง ผู้จัดการที่มีทักษะจะสามารถตรวจสอบความสามารถในการเรียนรู้ของพนักงานแต่ละคนในกลุ่ม และมีการสร้างและส่งเสริมการเรียนรู้ให้นำไปใช้งานได้และก่อให้เกิดประโยชน์จริง นอกจากนี้ควรส่งเสริมการตัดสินใจของพนักงานและจัดให้มีการมอบอำนาจให้แก่พนักงาน รวมทั้งส่งเสริมการจัดการทำงานแบบเป็นทีม ในด้านของพนักงานควรมีการแลกเปลี่ยนมุมมองความคิดเห็นระหว่างกัน โดยความคิดเห็นนั้นอาจมาจากการทำความเข้าใจภายในองค์กร เพื่อให้ได้ทราบถึงคุณค่าที่ผู้จัดการและผู้นำองค์กรร่วมกันคิดค้นสร้างสรรค์ ผีกรอบรม ทำให้เกิดเป็นแรงบันดาลใจ เป็นภาระผูกพันกับพนักงานที่ได้รับมอบหมายอำนาจให้ปฏิบัติงาน อีกทั้งต้องให้ความสำคัญเรื่องระบบขององค์กรทั้งหมด การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารสารสนเทศ กระบวนการทำงาน เป้าหมายของการปฏิบัติงาน การฝึกอบรม การพัฒนาทักษะทั้งเฉพาะตัวบุคคลและการทำงานเป็นทีม รวมทั้งระบบผลตอบแทนล้วนเป็นสิ่งที่ต้องสร้างให้เกิดขึ้นในองค์กร

ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยการฝึกอบรมนั้นนับได้ว่าเป็นกระบวนการเรียนรู้หนึ่งที่จะต้องมีการวางแผนและสื่อสารเพื่อให้บุคลากรเกิดความรู้ที่สามารถนำไปติดต่อ ยอด นำไปถ่ายทอดต่อโดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์ และสามารถปฏิบัติไปตามแนวทางที่กำหนดไว้ได้ การฝึกอบรมจึงมีประโยชน์อย่างมากสำหรับสมาชิกที่ไม่รู้งาน หรือเป็นการเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่างๆที่อาจเกิดขึ้น โดยมุ่งเน้นการทำงานเป็นทีมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล และผลในที่สุดคือเกิดการพัฒนามาตรฐานการทำงานจากการเรียนรู้เหล่านั้น (นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์, 2550)

สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชนนั้น การเรียนรู้และจัดการองค์ความรู้เป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดคุณค่าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างผลประกอบการในทางธุรกิจได้ กลุ่มธุรกิจชุมชนจึงควรพิจารณาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ และควรแสวงหาองค์ความรู้สมัยใหม่เพิ่มเติมจากภายนอกเพื่อให้เกิดการผสมผสานระหว่างความรู้ดั้งเดิมและความรู้สมัยใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การผลิต หรือต่อกิจกรรมอื่นๆ ในกลุ่มธุรกิจชุมชน ต้องมีการรวบรวม จัดเก็บอย่างเป็นกิจจะลักษณะ และสามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์ได้ทันทั่วถึง

ทฤษฎีวงจรคุณภาพ (PDCA)

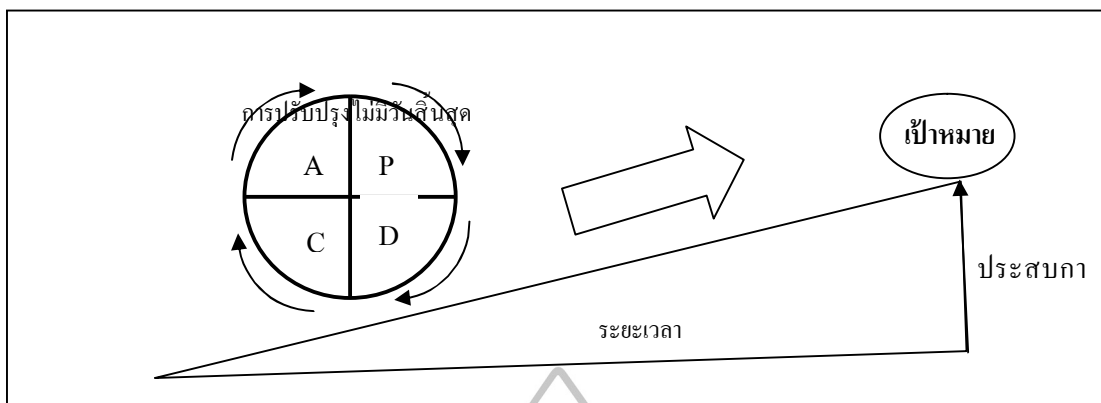
การบริหารงานด้วยวงจรคุณภาพ (PDCA) จัดเป็นกระบวนการสากลที่เป็นที่รู้จักกันดี ถือเป็นเครื่องมือการบริหารจัดการที่หลากหลายบนพื้นฐานเดียวกัน การจัดการอย่างมีคุณภาพ

เป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผลผลิตและบริการที่มีคุณภาพขึ้น โดยหลักการที่เรียกว่า วงจรคุณภาพ(PDCA)หรือวงจรเดมมิ่ง ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ การวางแผน (Plan) คือ เริ่มจากกำหนดสาเหตุของปัญหา จากนั้นจึงวางแผนเพื่อสร้างข้อกำหนดในการปรับปรุงให้ดีขึ้น การปฏิบัติตามแผน การตรวจสอบ และการปรับปรุงแก้ไข การปฏิบัติตามแผน (Do) คือการลงมือทำตามแผนที่ตั้งข้อกำหนดไว้หรือทดลองปฏิบัติเป็นการนำร่องในส่วนย่อย การตรวจสอบ (Check) คือ ตรวจสอบเพื่อทราบว่าการปฏิบัติงานนั้น ได้บรรลุผลตามแผนหรือไม่ หากมีสิ่งใดที่ทำผิดพลาดหรือได้เรียนรู้อะไรมาแล้วบ้าง และการปรับปรุงแก้ไข (Act) คือยอมรับการเปลี่ยนแปลง หากบรรลุผลเป็นที่น่าพอใจหรือหากผลการปฏิบัติไม่เป็นไปตามแผน ให้ทำซ้ำวงจร โดยใช้การเรียนรู้จากการกระทำในวงจรที่ได้ปฏิบัติไปแล้ว (Deming, W. E., 1981)

ทั้งนี้ การควบคุมและการปรับปรุงสามารถอธิบายว่าเป็น การวางแผน การกระทำ การตรวจสอบ และกระทำการตรวจแก้ไขซ้ำ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการทำงาน เมื่อวงจรคุณภาพหมุนวนจนครบรอบจะทำให้เกิดการปรับปรุงและระดับของผลลัพธ์ที่สูงขึ้น งานส่วนใหญ่จะกระทำซ้ำในสิ่งที่เคยทำมาก่อน ถึงแม้ว่างานนั้นจะดูเหมือนว่าเป็นงานใหม่ทั้งหมดก็ยังคงมีส่วนประกอบหลายส่วนที่เหมือนหรือคล้ายกับสิ่งที่เคยทำมาก่อน ส่วนมากแล้วการปรับปรุงคุณภาพจึงเป็นการพิจารณาวิธีการของงานที่กระทำซ้ำอย่างระมัดระวังและเป็นระบบ ตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้ ตลอดจนมีการแก้ไขความไร้ประสิทธิภาพที่ค้นพบ (Kume, 1996: 57-64)

การประยุกต์ใช้แนวคิดบริหารวงจรคุณภาพในองค์กรนั้นผู้บริหารระดับสูงที่ต้องมีบทบาทหลากหลายด้าน และปัจจัยแห่งความสำเร็จในการจัดการคุณภาพต้องอาศัยหลักการดังที่กล่าวข้างต้นนั้น โดยขั้นตอนแรกเป็นการวางแผน (Plan) โดยใช้ข้อมูลที่มีอยู่หรืออาจเก็บรวบรวมขึ้นมาใหม่ นอกนั้นอาจทดสอบเพื่อเป็นการนำร่องก่อนก็ได้ ถัดมาคือดำเนินการลงมือทำ (Do) โดยยึดเอาแบบแผนที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งสามารถทำในขอบข่ายเล็ก ๆ เพื่อทดลองดูให้แน่ใจ หลังจากที่ได้ดำเนินการ เกิดผลเป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงมีการตรวจสอบ (Check) หรือสังเกตสิ่งที่เกิดขึ้นว่ามีการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใดและเป็นไปในทางใด สิ่งสำคัญประการสุดท้ายคือต้องมีการแก้ไข (Act) หรือลงมือแก้ไข (corrective action) กล่าวคือ หลังจากที่ได้ศึกษาผลลัพธ์ดูแล้ว อาจไม่เป็นไปตามที่ต้องการหรือมีปัญหาที่ต้องแก้ไข ก็ต้องดำเนินการแก้ไขตามที่จำเป็น หลังจากนั้นสรุปเป็นบทเรียนและพยากรณ์เพื่อเป็นพื้นฐานในการคิดหาวิธีการใหม่ต่อไป (Steven A. Melnyk, 1996)

จะเห็นได้ว่าทฤษฎีวงจรคุณภาพทั้ง 4 ด้านเป็นการสร้างระบบระเบียบทางการจัดการที่หมุนเวียนต่อเนื่อง ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อระบบการจัดการธุรกิจ และส่งผลเชิงบวกต่อการดำเนินการทั้งระดับสูงและระดับล่างที่จะต้องเชื่อมโยงสอดคล้องกันทั้งหมดอย่างไม่มีความสิ้นสุด เพื่อให้ไปถึงเป้าหมาย ทั้งนี้รูปแบบดังกล่าวสามารถแสดงดังรูปภาพที่ 2-2

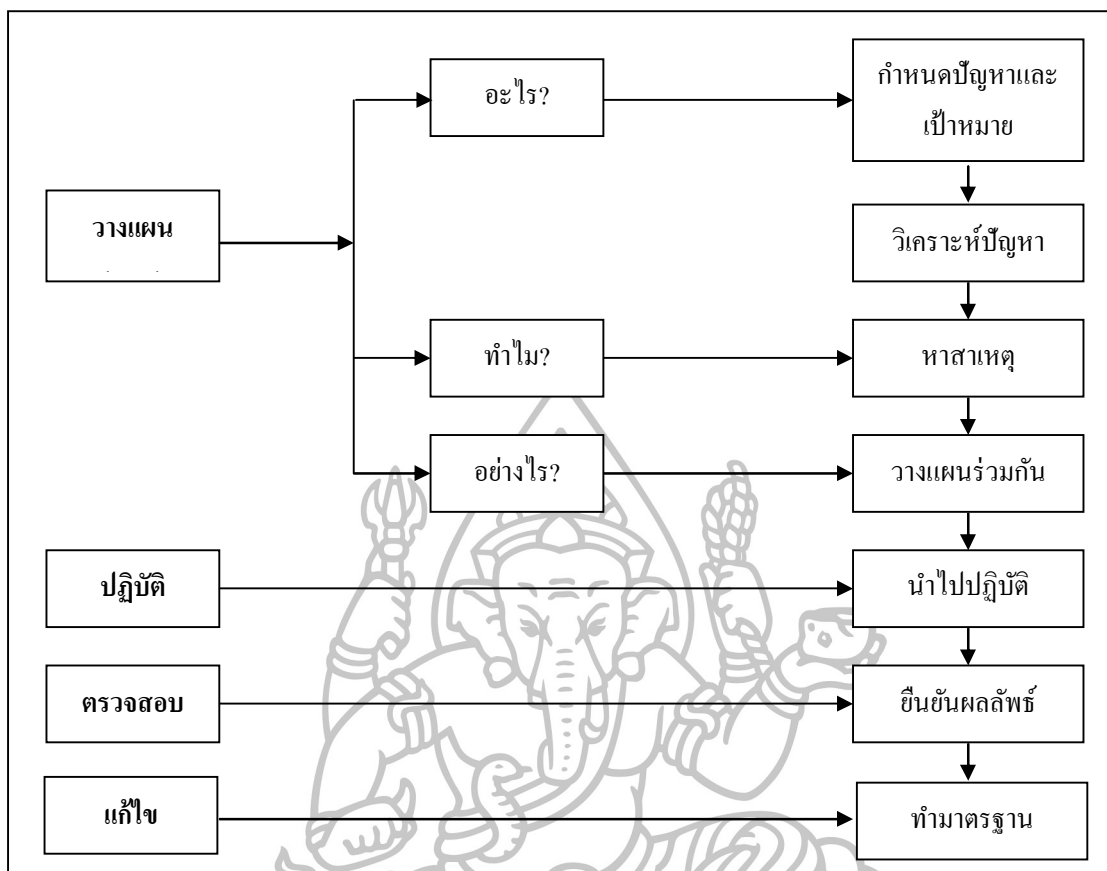


ภาพที่ 4 วงล้อเดมมิ่งในระบบวงจรคุณภาพ (PDCA)

การดำเนินการตามระบบเพื่อให้ไปถึงเป้าหมายจำเป็นต้องทำตามวงจรคุณภาพอย่างซ้ำไปต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดระบบวงจรที่หมุนเวียนอยู่ตลอด เมื่อดำเนินการผ่านระยะเวลาไปมีผลทำให้เกิดประสพการณ์ เกิดความชำนาญและมีทักษะในการแก้ไขปัญหาหรือเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการวงจรคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ถึงกระนั้นต้องทำความเข้าใจว่าการจัดการคุณภาพไม่ใช่สิ่งที่ผู้บริหารจะกระทำสำเร็จแต่เพียงผู้เดียว การจัดการคุณภาพจะประสพความสำเร็จได้ต้องเป็นการปฏิบัติทั้งองค์กร เพราะการจัดการคุณภาพเป็นปรัชญาสำหรับบุคคลทุกระดับในองค์กร ฉะนั้นแล้ว จุดหมายที่แท้ของวงจรคุณภาพกิจกรรมพื้นฐานในการบริหารคุณภาพนั้นมิใช่เพียงแค่การปรับแก้ผลลัพธ์ที่เขียนบนออกไปจากเกณฑ์มาตรฐานให้กลับเข้ามาอยู่ในระบบเกณฑ์ที่ต้องการเท่านั้น แต่เพื่อก่อให้เกิดการปรับปรุงในแต่ละรอบของวงจรคุณภาพอย่างต่อเนื่องเป็นระบบและมีการวางแผนที่มีวนได้สูงขึ้นเรื่อยๆ (สมศักดิ์ สิ้นธุระเวชญ์, 2542: 188-190)

การดำเนินการภายในระบบวงจรคุณภาพที่นำไปสู่ผลสำเร็จตามเป้าหมายจำเป็นต้องมีรายละเอียดในการคิดวิเคราะห์วางแผนอย่างครอบคลุมในแต่ละขั้นตอนของวงจรและตั้งคำถามเพื่อหาคำตอบในทุกกระบวนการ เริ่มต้นจากการวางแผนที่เกี่ยวข้องกับการตั้งคำถามเพื่อศึกษาปัญหาและสาเหตุของปัญหาเพื่อให้เกิดแนวทางปฏิบัติร่วม จากนั้นนำแนวทางดังกล่าวไปลงมือกระทำ จากนั้นกิจกรรมขั้นตอนถัดมาคือต้องตรวจสอบและวิเคราะห์เพื่อยืนยันว่าผลลัพธ์ที่ได้มีความสอดคล้องกับเป้าหมาย หากยังมีจุดบกพร่องต้องเร่งแก้ไขเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์มากที่สุด และนำผลลัพธ์นี้ไปสร้างเป็นเกณฑ์มาตรฐานการดำเนินการในครั้งต่อไป รูปแบบทั้งหมดสามารถแสดงดังรูปภาพที่ 2-3



ภาพที่ 5 กระบวนการวิเคราะห์ห่วงจรคุณภาพ

จากประเด็นที่กล่าวมานั้น ถือได้ว่าทฤษฎีวงจรคุณภาพมีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาการบริหารจัดการภายในธุรกิจ กล่าวคือ เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการจัดการของกลุ่มธุรกิจชุมชน เนื่องจากความรู้ความชำนาญจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยประสบการณ์ การฝึกฝน การลงมือทดลองดูอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งเกิดการเรียนรู้ มีการปรับตัวและคิดปรับปรุงแก้ไขวิธีการวางแผนที่มีความรอบคอบและคำนึงถึงปัจจัยทุกด้านที่เกี่ยวข้อง การลงมือปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ แม่นยำมากขึ้น การตรวจสอบถึงผลลัพธ์ที่ได้ หรือหากผลลัพธ์ไม่ได้เป็นไปตามที่คาดหมายไว้ ก็จะมีการทบทวนแผนเดิม และปรับเปลี่ยนให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น หากกลุ่มธุรกิจชุมชนยึดหลักการบริหารโดยอาศัยวงจรคุณภาพก็จะมีส่วนช่วยให้เกิดแนวโน้มนำมาสู่มาตรฐานการจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการแก้ไขปัญหาต่างๆที่ดีขึ้นและมีความต่อเนื่องจนเกิดเป็นระบบธุรกิจชุมชนที่มีความยั่งยืนได้

แนวความคิดด้านการจัดการมีความอย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์กรธุรกิจ เนื่องจากแนวทางการจัดการมีอิทธิพลต่อทุกๆ ส่วนใน โครงสร้างขององค์กร สำหรับวิสาหกิจชุมชนซึ่งประกอบ

ไปด้วยหัวหน้าผู้ประกอบการ มีหน้าที่ต้องดูแลควบคุมสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่เป็นลูกจ้างซึ่งถือเป็นทรัพยากรบุคคลเพื่อให้ปฏิบัติงานตามแผนงานที่ได้มอบหมาย ต้องมีการจัดการกับทุนงบประมาณต่างๆที่มีอย่างจำกัด ทั้งยังมีการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ สิ่งของต่างๆที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงาน และต้องมีการบริหารจัดการองค์ความรู้ที่ได้จากการแสวงหาและภูมิปัญญาดั้งเดิมในชุมชนให้เกิดเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของธุรกิจ นอกจากนี้ ทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ได้แก่ ทฤษฎีการจัดการองค์การสมัยใหม่ การจัดการคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) การจัดการตามสถานการณ์ (Contingency Management) ทฤษฎีองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) หรือแม้แต่วงจรคุณภาพ (PDCA) ล้วนเป็นทฤษฎีที่วิสาหกิจชุมชนสามารถเลือกนำไปประยุกต์ใช้กับการประกอบการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างต่อเนื่อง

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนและธุรกิจชุมชน

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนที่สามารถแบ่งออกเป็นประเด็นต่างๆได้ดังต่อไปนี้

### 2.1 ความหมายและลักษณะของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน คือการประกอบการขนาดย่อม โดยคนในชุมชน เพื่อการจัดการ "ทุน" ของชุมชนทั้งที่เป็นเงิน ทรัพยากรธรรมชาติ ความรู้ ภูมิปัญญา อย่างสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองการพึ่งตนเองและความพอเพียงของครอบครัว โดยเป็นองค์กรสาธารณประโยชน์ที่ไม่มุ่งหวังผลกำไร แต่จะมุ่งหวังถึงความอยู่รอดของสมาชิกในชุมชนวิสาหกิจชุมชนแบ่งได้เป็นสองประเภทใหญ่ ๆ คือ (อิราวัฒน์ ชมระกา, 2554)

1. วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน คือ การผลิต การแปรรูป การดำเนินการต่างๆ เพื่อกินเพื่อใช้ในครอบครัวในชุมชนเพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐาน

2. วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า คือ การดำเนินการอย่างเป็นระบบและด้วยรูปแบบที่ทันสมัย ใช้ทุนและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองชุมชน เครือข่าย และตลาดในวงกว้างชุมชนมีทั้งทุนที่เป็นเงินทุนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ดิน น้ำ ป่า ทุนที่เป็นผลผลิตทุนความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะต่างๆ ประเพณี วัฒนธรรม ทุนทางสังคมหรือความเป็นพี่เป็นน้อง ความไว้วางใจกันของชุมชน เครือข่าย ความสัมพันธ์ของสมาชิกของชุมชน

ทั้งนี้ องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนที่สำคัญหลายประการ กล่าวคือ (อิราวัฒน์ ชมระกา, 2554) ชุมชนนั้นเป็นเจ้าของการประกอบการและถือเป็นผู้ดำเนินการจัดการประกอบการทั้งหมด ผลผลิตที่เกิดขึ้นมาจากระบวนการผลิตจากทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน การริเริ่มสร้างสรรค์ต่างๆหรือการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเดิมที่มีอยู่ถือว่าเป็นนวัตกรรมของชุมชนโดยที่

ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมสามารถผสมผสานกับภูมิปัญญาสากลเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสมาชิกวิชาชีพ ชุมชนอย่างเป็นระบบและสมาชิกต้องยึดถือกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจเพื่อให้เกิดประสบการณ์ และความรู้เชิงวิชาการในการพัฒนาการจัดการ

## 2.2 ความหมายและลักษณะของธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนอันประกอบด้วย กิจกรรมทางการผลิต กิจกรรมทางการขายผลผลิต กิจกรรมการซื้อ และการบริโภคของชุมชน จากความหมายของธุรกิจชุมชนข้างต้นจะเห็นได้ว่าชุมชนซึ่งเป็นรากฐานของชนบทไทยจะเข้มแข็งได้นั้น ชุมชนจะต้องสามารถดำเนินการและอยู่รอดได้ด้วยของชุมชนเองเป็นหลัก โดยอาศัยความร่วมมือหรือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อสนับสนุนการพัฒนาของกลุ่มธุรกิจของชุมชนที่จัดตั้งขึ้นให้มีความเจริญเติบโต ซึ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนที่อยู่ในภาคชนบทให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นดังนั้นขั้นตอนการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่จะนำไปสู่การประสบความสำเร็จได้นั้นควรมีขั้นตอนที่สำคัญดังต่อไปนี้ (อิรวาวัฒน์ ชมระกา, 2554)

### 1. ค้นหาความต้องการของตลาด

ธุรกิจชุมชนจะต้องทราบถึง ความต้องการสินค้าและบริการของตลาด ความได้เปรียบทางด้านการผลิตหรือการแข่งขันเพราะชุมชนแต่ละพื้นที่ที่มีความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรที่แตกต่างกัน นั่นคือชุมชนควรตระหนักว่าจะนำทรัพยากรของชุมชนที่มีอยู่มาผลิตสินค้าอะไร ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์ ปัญหาดังกล่าวนี้จะเรียกว่าปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ว่า ผลิตอะไร (What)

### 2. เลือกวิธีการผลิตที่เหมาะสม

ธุรกิจชุมชนต้องทราบว่าผู้ที่จะลงมือผลิตมีใครบ้าง และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตมีใครบ้าง จึงควรให้ผู้ที่มีความสามารถนี้เป็นผู้ลงมือผลิต ให้คำแนะนำในการผลิต ให้มีการระดมสมองของคนเหล่านี้ และยังสามารถพึ่งพาผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น หน่วยงานราชการ สถาบันวิชาการนอกจากนี้ในการผลิตที่เหมาะสมของธุรกิจจะต้องคำนึงถึงปัจจัยการผลิต อันประกอบด้วยที่ดิน (Land) แรงงาน (Labor) ทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน (Capital) และผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์ ปัญหานี้จะเรียกว่าปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ว่าผลิตอย่างไร (How)

### 3. กลุ่มเป้าหมาย

ธุรกิจชุมชนจะต้องทราบว่าควรขายสินค้าให้กับใคร และลูกค้าจะซื้อสินค้าของเราได้อย่างไร ซึ่งลูกค้าอาจแบ่งเป็น ลูกค้าท้องถิ่น และลูกค้านอกท้องถิ่น ซึ่งขึ้นอยู่กับตัวสินค้าและ

ความต้องการสินค้าจะเป็นตัวกำหนดว่า ลูกค้าเป็นใคร เช่น กรณีผ้าทอเกาะยอ ลูกค้าเป็นคนนอกท้องถิ่น กรณีปื้มน้ำมัน ลูกค้าจะเป็นคนในท้องถิ่น สำหรับกรเข้าถึงลูกค้านั้น สามารถแบ่งลูกค้าออกเป็นอีก 2 ประเภท ประกอบด้วย ลูกค้าปลีก คือ ลูกค้ารายย่อยที่ซื้อสินค้าเพื่อนำไปบริโภคเอง และลูกค้าส่ง คือ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าในปริมาณมากเพื่อนำไปขายต่อ ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์ปัญหานี้จะเรียกว่าปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ว่า ผลิตเพื่อใคร (For whom)

#### 4. กำหนดรูปแบบที่เหมาะสม

รูปแบบที่เหมาะสมของธุรกิจชุมชน แบ่งเป็น (อิราวัฒน์ ชมระกา, 2554)

4.1 กลุ่มที่ไม่เป็นทางการ (Informal Group) คือ ไม่มีการจดทะเบียนตามกรอบกฎหมายใด ๆ มีความเป็นอิสระในการดำเนินงาน แต่ไม่สามารถทำนิติกรรมในนามของกลุ่มได้ ข้อเสียของการตั้งกลุ่มแบบนี้คือ ไม่สามารถระดมเงินทุนได้ และข้อดีคือ การบริหารงานภายในกลุ่มมีความคล่องตัวเนื่องจากสมาชิกจะบริหารงานภายในกลุ่ม

4.2 กลุ่มที่เป็นทางการ (Formal Group) คือ กลุ่มที่มีการจดทะเบียนตามกฎหมายไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของสหกรณ์หรือบริษัทจำกัด ข้อเสียของการจัดตั้งกลุ่มคือการบริหารงานมีความซับซ้อนมากขึ้นและมีความล่าช้า สำหรับข้อดีคือ การระดมทุนสามารถทำได้รวดเร็ว

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชนกับธุรกิจชุมชนมีความหมายใกล้เคียงกัน โดยจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าวิสาหกิจชุมชนใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นการประกอบการของชุมชนที่ไม่ได้มุ่งเน้นกำไรเป็นหลัก แต่เป็นการมุ่งส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้สามารถอยู่รอดด้วยตนเองได้ ขณะที่ธุรกิจชุมชน เป็นกลุ่มสมาชิกที่เกิดจากการประกอบการภายในชุมชนและมีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคคลภายนอกชุมชน โดยมุ่งเน้นผลกำไรจากการประกอบการเพื่อสร้างให้เกิดการขยายตัวและพัฒนาในเชิงธุรกิจ

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการเชิงสร้างสรรค์

#### 3.1 แนวคิดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดมนุษย์โดยการใช้จินตนาการเพื่อให้เกิดการพัฒนา ถือเป็นวิธีการสร้างผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาสินทรัพย์ที่เป็นตัวเงิน (Capital Assets) เป็นเรื่องรอง แต่มุ่งเน้นใช้สินทรัพย์ทางความคิด (Intellectual Assets) เป็นเรื่องหลัก เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการผสมผสานระหว่างคำสองคำ ได้แก่ เศรษฐกิจ (Economy) ที่หมายถึง ระบบการผลิต แลกเปลี่ยน บริโภคสินค้าและบริการ เป็นเรื่องของ การบริหารจัดการสนองความต้องการของคนในสังคมภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด และ

ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) คือศักยภาพในการสร้างสิ่งแปลกใหม่หลากหลายไปจากเดิม และเป็นความสามารถของคนในการนำแนวคิดที่มีอยู่มาผสมผสานกันเพื่อให้เกิดรูปแบบใหม่ ความคิดอาจมาจากโดยคนคนหนึ่งหรือมากกว่า ที่สามารถประดิษฐ์คิดค้นสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และเป็นต้นแบบที่ไม่เคยมีมาก่อนหรือเรียกว่า นวัตกรรม และมีความหมายสำคัญ ความคิดสร้างสรรค์จึงต้องอาศัยของพรสวรรค์ ทักษะ และประสบการณ์เพื่อให้เกิดการกลั่นกรองออกมาได้ เมื่อมาประยุกต์ใช้กับเศรษฐกิจแล้วทำให้เกิดการถ่ายทอดความคิดสู่ผลิตภัณฑ์หรือแผนการดำเนินงาน เปลี่ยนจากนามธรรมไปสู่สิ่งที่ใช้งานได้จริง ทำให้เกิดผลจากการเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่า ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative product) และการดำเนินงานสร้างสรรค์ (Creative operation) ทำให้เกิดความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะและก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ (Howkins, 2013) เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นแนวคิดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ (ศักดิ์ชัย เกียรติดิโนจันทร์, 2553: 23)

อย่างไรก็ตามสิ่งที่เป็นเป้าหมายสูงสุดของเศรษฐกิจทุกประเภทก็คือความโดดเด่นที่ไม่สามารถเลียนแบบได้ และหากสามารถรักษาความแตกต่างและเป็นสินค้าที่ทดแทนไม่ได้นี้ได้ยาวนานมากเพียงใด ก็ยิ่งสร้างความเจริญก้าวหน้ารุ่งเรืองเหนือคู่แข่งให้กับองค์กรได้มากเพียงนั้น เพราะต้นทุนหลักของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นมาจากความคิด จึงต้องคิดให้ต่างและเด่นจากคนอื่น โดยยังคงเอกลักษณ์และความเป็นตัวของตัวเองเอาไว้ (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC), เข้าถึงเมื่อ 6 เมษายน 2558)

### 3.2 กระบวนการเกิดความคิดสร้างสรรค์

ภายในทุกบุคคลนั้นความคิดสร้างสรรค์ย่อมเกิดจากองค์ประกอบ 3 ประการที่ทำงานร่วมกัน อันได้แก่ ความเชี่ยวชาญ (Expertise) ในที่นี้คือความรู้ในด้านเทคนิค ขั้นตอนการปฏิบัติ และภูมิปัญญาที่มีอยู่ดั้งเดิม ต่อมาคือทักษะการคิดสร้างสรรค์ (Creative-thinking Skills) เป็น การกำหนดความยืดหยุ่นและจินตนาการของคนในการแก้ปัญหา และแรงจูงใจ ซึ่งหมายถึงแรงปรารถนาภายในที่จะมุ่งแก้ไขปัญหามีอยู่ นำไปสู่การแก้ไขที่สร้างสรรค์มากกว่าแรงจูงใจจากภายนอก โดยที่ผู้จัดการนั้นสามารถมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบทั้ง 3 ตัวนี้ได้ อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบ 2 ประการแรกนั้นเป็นสิ่งที่ยากจะมีอิทธิพล และใช้เวลามากกว่าแรงจูงใจ

ในการเกิดความคิดสร้างสรรค์จำเป็นต้องมีกระบวนการทางความคิด ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน เป็นส่วนผสมระหว่างความฝันกับการวิเคราะห์ การหยั่งรู้ที่เกิดขึ้นในใจ เรียกว่า RIDER ประกอบไปด้วยขั้นตอนการทบทวนเพื่อดูว่ามีอะไรที่น่าสนใจ การบ่มเพาะ ความฝัน ความตื่นตัวจากการปล่อยให้ความคิดต้องลอย และการตรวจสอบความเป็นไปได้จริงในสิ่งที่คิด จาก



ขั้นตอนที่กล่าวมานี้สามารถอธิบายในอีกมุมมองว่า การสร้างสรรค์ก็คือการหาสมดุลในการเปิดและปิดทางความคิด หาดูที่เหมาะสมระหว่างการขันให้แน่นและคลายให้หลวม รวมทั้งการเร่งและการผ่อนผันให้ช้าลง นักสร้างสรรค์ที่มีทักษะจะรู้ว่าเมื่อไรควรก้าวต่อไป และควรใช้เวลาในแต่ละลำดับขั้นนานเท่าใด (Howkins, 2013)

จากที่กล่าวมาจุดเริ่มต้นของการเกิดความคิดสร้างสรรค์ในการจัดการได้นั้นจะต้องมีแรงบันดาลใจ มีความทะเยอทะยานที่จะมุ่งหน้าไปยังเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ ด้วยการสรรหาวิธีการต่างๆ ที่ผ่านการคิดวิเคราะห์ นำไปสู่แนวทางการแก้ไขปัญหา ก่อให้เกิดประสบการณ์ในแง่มุมต่างๆ เมื่อผ่านสถานการณ์หลากหลายรูปแบบก็จะทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจได้ว่ารูปแบบปัญหานั้นๆ จะต้องใช้วิธีการใดจึงจะเป็นทางออกที่ดีที่สุด เกิดเป็นความเชี่ยวชาญที่ช่วยให้งานราบรื่น รวมทั้งมีเทคนิคการดำเนินงานจากความรู้ที่ได้สั่งสมมา

### 3.3 รูปแบบการจัดการสร้างสรรค์

ในการบริหารจัดการการสร้างสรรค์ต้องเริ่มต้นจากการเข้าใจเศรษฐศาสตร์แห่งการสร้างสรรค์ก่อนเพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมสองระบบที่สอดคล้องกัน โดยระบบแรกนั้นอยู่บนพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ เครื่องมือ รูปแบบ และวิธีการต่างๆ ที่จับต้องได้ และมีคุณสมบัติคล้ายกับวัตถุทางกายภาพทั่วไป ส่วนอีกระบบหนึ่งนั้นอยู่บนพื้นฐานของทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งจับต้องไม่ได้และมีคุณสมบัติที่แปลกแตกต่างออกไป โดยความเป็นจริงแล้ว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าทางสร้างสรรค์ที่ถึงแม้จะไม่สามารถจับต้องได้นั้น ผู้บริหารก็สามารถจัดการควบคุมให้เกิดความสร้างสรรค์ขึ้นภายในองค์กรได้ ถึงแม้จะไม่ทราบล่วงหน้าว่าการดำเนินการให้เกิดความสร้างสรรค์นี้จะเช่นไร เกิดขึ้นเมื่อไหร่ และเกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมใดบ้าง ทั้งคน สิ่งของ หรือทรัพยากรที่มีอยู่ภายใน แต่ผู้บริหารสามารถสร้างเงื่อนไขหรือบรรยากาศที่จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นได้ผ่านนโยบายต่างๆ เช่น การสร้างแรงจูงใจ การให้รางวัล การจัดสรรทรัพยากรที่ก่อให้เกิดคุณค่าต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแผนงานเหล่านี้ก่อให้เกิดการสร้างความคิดสร้างสรรค์ที่มีแนวโน้มในเชิงพัฒนาทั้งสิ้น (สมบัติ กุสุมาวดี, 2558: 55)

เมื่อความคิดที่จับต้องไม่ได้ถูกนำมาประยุกต์และใส่ลงในผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ ก็จะกลายเป็นสิ่งที่เป็นที่ต้องการมีสถานะการแข่งขันทันที ทำให้ลิขสิทธิ์และสิทธิบัตรนั้นมีขึ้นมาเพื่อจำกัดการเข้าถึง ทั้งการจำกัดสิทธิ์หรือการเปิดให้สามารถเข้าถึงได้โดยเสียค่าใช้จ่าย เพื่อให้คนที่เป็นเจ้าของได้รับผลประโยชน์และทำให้คนอื่นที่ไม่ได้เป็นเจ้าของไม่ได้ผลประโยชน์นั้นๆ

คุณลักษณะทางเศรษฐศาสตร์อีกอย่างหนึ่งของความคิด คือ การทำซ้ำหรือลอกแบบทางความคิดนั้นมีต้นทุนต่ำมากจนแทบมองข้ามประเด็นนี้ไปได้เลย ความรู้ ทักษะ

ความสามารถ และส่วนประกอบทางปัญญาที่จำเป็นทั้งหมดล้วนมีความจำเป็นสำหรับขั้นตอนการคิด วิจัย และพัฒนา เมื่อเสร็จสิ้นและได้รับการผลิตขึ้นแล้ว การทำซ้ำหรือลอกแบบก็แทบจะไม่มีต้นทุนทางความคิดเพิ่มเติมเลย ทำให้เศรษฐศาสตร์แบบสร้างสรรค์มีความต่างจากเศรษฐศาสตร์แบบดั้งเดิมตรงเรื่องของบทบาทปัจเจกบุคคล ทั้งปัจเจกบุคคลและบริษัทต่างใช้ทรัพยากรทางความคิดที่มีไม่จำกัด โดยถือสิทธิทางปัญญาที่อาจคงอยู่ในช่วงสั้นๆ และไม่อยู่บนฐานการแข่งขันทางด้านราคา เป็นการใช้ศักยภาพของบุคคลในการใช้ความคิดเหล่านั้นมาสร้างผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจใหม่ๆ

ในการจัดการความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่าและประสบความสำเร็จในภาคธุรกิจได้นั้น จำเป็นต้องพิจารณาประเด็นต่างๆหลายประการ เริ่มจากการการสร้างตัวตนขึ้นมา โดยคิดค้นกลุ่มความคิดส่วนบุคคลที่เป็นเอกลักษณ์และสร้างขึ้นมาและบริหารจัดการ สร้างแรงกระตุ้นในการพัฒนาต่อยอด เรียนรู้สิ่งใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง ไม่มีวันหยุดเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ ฝึกการคิดนอกกรอบและมองหาสินทรัพย์ทางความคิดและพรสวรรค์ที่ชัดเจนของตนซึ่งจะกลายเป็นเอกลักษณ์ที่มีความแตกต่างไม่เหมือนใคร ต้องให้ความสำคัญกับความคิดเหนือกว่า ข้อมูล ต้องมีการสร้างและขยายจินตนาการสร้างสรรค์ของตนเอง พิจารณาถึงส่วนได้ส่วนเสียของทุนทางปัญญาที่มี ทำความเข้าใจในเรื่องสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า และกฎหมายสินทรัพย์ทางปัญญาอื่นๆที่คุ้มครองความคิด เพราะผู้ประกอบการธุรกิจเศรษฐศาสตร์มักกังวลว่าจะสูญเสียความสามารถในการคิดสร้างสรรค์มากกว่าการเสียค่าใช้จ่ายของธุรกิจ สิ่งหนึ่งที่สำคัญคือต้องเสาะแสวงหาด้วยตนเอง เพราะในการคิดสิ่งใหม่ๆขึ้นมานั้นจะต้องเลือกเส้นทางและวิธีการเดินเอง เพื่อให้สามารถคิดและเปลี่ยนวิธีการแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ซึ่งกันและกันโดยมุ่งหาทางออกเพื่อแก้ไขปัญหาหรือการพัฒนาที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม อีกทั้งยังต้องเรียนรู้อย่างต่อเนื่องไม่สิ้นสุด ต้องรู้จักประยุกต์องค์ความรู้เก่าที่มีอยู่กับองค์ความรู้สมัยใหม่เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ และสร้างสรรค์คิดค้นสิ่งใหม่อยู่เสมอ (Howkins, 2013)

การจัดการแบบสร้างสรรค์จึงเป็นกระบวนการที่ช่วยฝึกทักษะของการสังเกต การสงสัย และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ผู้ประกอบการควรผสมผสานการสร้างจินตนาการหรือความเป็นไปได้ให้เข้ากับความเป็นจริงและลงมือทำอย่างมุ่งมั่นเพื่อสร้างอนาคตทางธุรกิจ นอกจากนี้การดำเนินการขององค์การภายใต้แนวคิดสร้างสรรค์นี้จำเป็นต้องมีทักษะที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นทักษะเชิงวิเคราะห์ (Analytical skills) เพื่อให้เกิดการแก้ปัญหภายใต้รูปแบบและสถานการณ์ต่างๆอย่างมีแบบแผน รวมถึงต้องมีทักษะความฉลาดทางสังคม (Social intelligence) เช่น ความรู้สึกไวต่อการเปลี่ยนแปลงต่อสถานการณ์ และทักษะความสามารถในการสร้างแรงจูงใจให้แก่สมาชิก หรือโน้มน้าวใจคนรอบข้าง ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้าง

กระบวนการทำงานเป็นทีมและเกิดประสบการณ์ที่ช่วยให้เอาตัวรอดในโลกของธุรกิจได้ (สมบัติ กุสุมาวดี, 2558: 6)

อย่างไรก็ตาม การจัดการที่มีความสร้างสรรค์ควรมีความเห็นอกเห็นใจผู้ร่วมงานด้วย ถึงแม้ว่าจะเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่เกี่ยวกับความสำเร็จของการจัดการโดยตรง แต่การมีเมตตาและช่วยเหลือผู้อื่นมีผลทำให้เป็นที่ยอมรับนับถือและได้รับการชักชวนให้เข้าไปอยู่ในเครือข่ายกลายเป็นโอกาสในการแสวงหาความรู้ใหม่ในตัว ที่สำคัญคือต้องมีความทะเยอทะยาน กล้าที่จะตัดสินใจมุ่งธุรกิจไปข้างหน้า และมีความสุขกับสิ่งที่ได้ทำไป

ความสำเร็จของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทำให้เกิดการรณรงค์และสนับสนุนด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในหลายประเทศ เช่น อังกฤษ เกาหลีใต้ นิวซีแลนด์ อินเดีย และจีน เป็นสัญญาณบ่งชี้ให้เห็นถึงการต่อสู้ทางเศรษฐกิจที่ดุเดือดเข้มข้นในอนาคตอันใกล้ โดยเฉพาะในหลายพื้นที่ที่มีคู่แข่งจำนวนมาก ก็ย่อมทำให้ผลประโยชน์ที่แต่ละประเทศได้รับมีขนาดลดลง และเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ไม่ให้ถูกจกฉวยแย่งชิงจากคู่แข่ง ก็ยังต้องเพิ่มงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สุดท้ายแล้วผลตอบแทนทางการเงินที่แต่ละประเทศได้ตั้งเป้าหมายความคาดหวังเอาไว้ในระดับสูงก็อาจต้องล้มเลิกไป (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC), เข้าถึงเมื่อ 6 เมษายน 2558)

ดังนั้น กลยุทธ์ที่ดีที่สุดของความก้าวหน้าในการจัดการเชิงสร้างสรรค์ ก็คือ การค้นหาความโดดเด่นที่ไม่สามารถเลียนแบบได้ เพื่อนำมาพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าสร้างสรรค์ (Creative Product) ที่นอกจากสร้างรายได้มหาศาลเพราะไร้คู่แข่งแล้ว ยังมีเรื่องต้นทุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ต่ำกว่าปรกติอีกด้วย เนื่องจากเป็นสินค้าที่คนไทยมีความถนัดเชี่ยวชาญเป็นพื้นฐานเดิม

#### 4. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันตก

##### 4.1 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชน จังหวัดราชบุรี

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดราชบุรี ปัจจุบันกลุ่มอาชีพกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรกลุ่มยุวเกษตรกรกลุ่มผู้ผลิตในชุมชนจดทะเบียนตามพรบ.ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจำนวน 398 แห่งสมาชิก 6,712 รายเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน 1 แห่งสมาชิก 14 รายการก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เกิดจากการส่งเสริมของหน่วยงานรองลงมาเกิดจากการแก้ไขปัญหา ร่วมกันของสมาชิกมีส่วนน้อยที่เกิดจากกระบวนการจัดทำแผนแม่บทชุมชนแหล่งที่มาของเงินทุนในการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนทุนที่เป็นเงินสดส่วนใหญ่มาจากการระดมหุ้นของสมาชิก และใช้ทุนทางปัญญาของชุมชนในการประกอบอาชีพในช่วงที่ผ่านมาวิสาหกิจชุมชนได้รับการยกเลิกเพิกถอนทะเบียน 7 แห่งเนื่องจากไม่ประสงค์ดำเนินการต่อและสมาชิกไม่ร่วมดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรสำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี, 2554)

การผลิตสินค้า/บริการพบว่ากลุ่มอาชีพที่จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนมีการผลิตสินค้าหลากหลายชนิดทั้งสินค้าแปรรูปผลผลิตเกษตรสินค้าหัตถกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นผสานกับเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยสินค้าบางชนิดมีข้อจำกัดในด้านคุณภาพปริมาณการผลิตขณะที่สินค้าอีกจำนวนมากที่ผ่านการรับรองผลิตภัณฑ์จนได้รับ อย., มพช. และผลผลิตเกษตรได้รับ GAP และ Q อย่างไรก็ตามสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆยังต้องได้รับการสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดการค้นหากฎิปัญญาท้องถิ่นวิจัยพัฒนาคุณภาพพัฒนากระบวนการผลิตลดต้นทุนการผลิตพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณภาพได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ตามหลักการผลิตที่ถูกต้องต่อไป

การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจำนวนวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการประเมินศักยภาพ 380 แห่งคิดเป็นร้อยละ 95.72 ของการอนุมัติจดทะเบียนจากการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรีมีวิสาหกิจชุมชนที่จัดอยู่ในระดับดี 129 แห่งคิดเป็นร้อยละ 33.95 (เทียบกับที่ประเมินศักยภาพแล้ว) ระดับปานกลาง 152 แห่งคิดเป็นร้อยละ 40.00 (เทียบกับที่ประเมินศักยภาพแล้ว) ระดับปรับปรุง 99 แห่งคิดเป็นร้อยละ 26.05 (เทียบกับที่ประเมินศักยภาพแล้ว)

ผลการประเมินศักยภาพโดยรวมประเด็นการประเมินกระบวนการทำงานของวิสาหกิจชุมชนพบว่าวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่สามารถกำหนดทิศทางและเป้าหมายการดำเนินงาน การกำหนดบทบาทหน้าที่ขององค์กรกำหนดระเบียบข้อบังคับการบันทึกรายการบัญชีการจัดการทุนการแบ่งปันผลประโยชน์และการทบทวนผลการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนได้ในระดับปานกลางสำหรับความรับผิดชอบต่อชุมชนวิสาหกิจชุมชนดำเนินการอย่างมีคุณธรรมจริยธรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมการจัดสรรรายได้เป็นสวัสดิการต่อชุมชนทำได้ในระดับปานกลางด้านการวางแผนการดำเนินงานการวางแผนแบบมีส่วนร่วมการกำหนดเป้าหมายรวมทั้งการถ่ายทอดแผนเพื่อนำไปปฏิบัติวิสาหกิจชุมชนทำได้ระดับปานกลางด้านการบริหารการตลาดรวมทั้งการจัดการข้อมูลข่าวสารพบว่าส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนทำได้ในระดับดีมีการแสวงหาความรู้ใหม่ต่อขอดีภูมิปัญญาท้องถิ่นส่วนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกเครือข่ายและบุคคลภายนอกทำได้ในระดับปานกลางประเด็นการบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านการกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกการพัฒนาผู้นำการสร้างขวัญกำลังใจและแรงจูงใจส่วนใหญ่ทำได้ระดับปานกลางประเด็นการจัดการสินค้าและบริการด้านการบริหารให้เกิดความเชื่อมโยงกิจกรรมการควบคุมระบบงานเพื่อป้องกันความผิดพลาดในระบบงานการปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่องส่วนใหญ่ทำได้ในระดับปานกลาง

การประเมินผลลัพธ์การดำเนินงานด้านลดรายจ่ายเพิ่มรายได้และคุณภาพชีวิตพบว่าประสิทธิผลตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลางด้านคุณภาพสินค้าและ

บริการความปลอดภัยการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการพบว่าอยู่ในระดับปานกลางด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและการเพิ่มศักยภาพความสามารถของสมาชิกพบว่าได้รับความสำเร็จระดับปานกลางแต่สมาชิกส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับดี ทั้งนี้จากการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดราชบุรีจนปัจจุบันมีวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนจำนวนทั้งสิ้น 398 แห่ง สมาชิก 6,712 คน เครือข่ายสมาชิก 14 คนและจำนวนวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบการจริงจำแนกเป็นรายอำเภอ ดังนี้ (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี, 2554)

ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดราชบุรี อย่างไรก็ตาม ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในด้านการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจากการประชุมคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดที่ประชุม ได้มีการเสนอปัญหาอุปสรรคด้านการดำเนิน โดยมีใจความสำคัญที่เกี่ยวข้องหลายประเด็น ทั้งเรื่องการยกเลิกทะเบียนวิสาหกิจชุมชนจากการขาดกำลังคนสนับสนุนในการดำเนินงาน ขาดความรู้เกี่ยวกับระบบภาษี การที่วิสาหกิจชุมชนยึดติดกับระบบงานเดิมทำให้ไม่เกิดการปรับตัวหรือขยายขอบเขตการทำงาน อีกทั้งการประสานงานร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้เข้าสู่ระบบธุรกิจชุมชนยังในระดับต่ำ นอกจากนี้ยังต้องปรับปรุงระเบียบหลักเกณฑ์การบริหารจัดการงบประมาณของหน่วยงานเพื่อให้เกิดความเป็นอิสระทางการจัดการ รวมทั้งปัญหาด้านความไม่ทั่วถึงของงบประมาณและหน่วยงานสนับสนุน (สำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี, กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร 2554)

จากการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านมาพบว่าข้อกำหนดแผนแม่บทการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจะช่วยสนับสนุนให้เกิดการจัดสรรงบประมาณให้ดำเนินการได้ในระดับหนึ่งและการใช้งบประมาณดังกล่าวเพื่อทำงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนต้องอยู่ภายใต้ระเบียบหลักเกณฑ์การเงินของราชการซึ่งเป็นเหตุให้การดำเนินงานไม่คล่องตัวรวมถึงอาจทำให้การใช้งบประมาณไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์เป้าหมายที่ตั้งไว้จะนั้นควรสนับสนุนให้เกิดองค์กรวิสาหกิจชุมชนมีความอิสระในการบริหารจัดการงบประมาณ โดยมีเจ้าหน้าที่รัฐช่วยเป็นที่ปรึกษา

การส่งเสริมด้านการตลาดสินค้าวิสาหกิจชุมชนยังไม่เป็นนโยบายที่ชัดเจนและยังยื่นอย่างเป็นทางการควรกำหนดการสนับสนุนด้านตลาดที่เป็นรูปธรรมแก่วิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจนทั้งด้านบุคคลากรงบประมาณสถานที่ผลตอบแทนอย่างเป็นระบบ

การวิเคราะห์ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดราชบุรี

จากยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดและนโยบายส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนการเมื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกันแล้วพบว่ามีประเด็นต่างๆที่มีความสอดคล้องกัน กล่าวคือเรื่องพัฒนาสินค้าเกษตรปลอดภัยเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและผลผลิตเชิงสร้างสรรค์ โดยมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาสินค้าเกษตร เพื่อให้เกิดการรับรองมาตรฐานที่สูงขึ้นให้กับสินค้าและ

บริการที่สำคัญของจังหวัด ทั้งนี้ได้มุ่งเน้นกลุ่มสินค้าที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดคุณค่าและสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งในภาคการผลิตและเศรษฐกิจของจังหวัด สำหรับกลยุทธ์ดำเนินการเพื่อพัฒนาสินค้าทางการเกษตรนั้น เกี่ยวข้องกับการยกระดับทักษะเพื่อการผลิตที่ได้มาตรฐานคุณภาพเพื่อให้เกิดการยอมรับ มีส่งเสริมการตลาดต้นทุนและพัฒนาพลังงานทดแทน รวมทั้งส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับปัจจุบัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาและขยายตลาดให้มีขอบเขตที่เพิ่มมากขึ้นและรองรับกับปริมาณการผลิต อีกทั้งยังพัฒนาการบริการและการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงขึ้น

คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญต่อการทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดราชบุรีเพื่อใช้เป็นแผนแม่บทการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนปี พ.ศ. 2554 ถึงปี พ.ศ. 2557 (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี, 2554) โดยสาระสำคัญเกี่ยวข้องกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาโดยการคิดออกนอกกรอบ และมีแผนงานมุ่งส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งและสามารถเป็นที่พึ่งพิงของสมาชิก นอกจากนี้ภายในแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนยังประกอบไปด้วยพันธกิจในการประชาสัมพันธ์งานวิสาหกิจชุมชนทุกรูปแบบอย่างทั่วถึงโดยใช้สื่อกลางแบบผสมผสานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึง มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดให้มีขีดความสามารถในการบริหารจัดการการดำเนินธุรกิจให้พึ่งพาตนเองได้และช่วยเหลือซึ่งกันและกันมากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดสำหรับวิสาหกิจชุมชนและหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจและการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆภายใต้กรอบของกฎหมายที่ถูกต้อง อีกทั้งยังมีเป้าหมายในการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็ง และพัฒนาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่เพื่อให้เกิดการจัดการและการประกอบการแบบบูรณาการ

จากวิสัยทัศน์ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดราชบุรี ทำให้เกิดวัตถุประสงค์เชิงปฏิบัติในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี ได้แก่การรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลความเคลื่อนไหวในการประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนภายในจังหวัด หาวิธีดำเนินการเพื่อสร้างความเข้าใจและบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดและหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงร่วมมือพัฒนาระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนให้เป็นศูนย์เรียนรู้ต้นแบบตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงและการพึ่งพาตนเอง เมื่อวิสาหกิจชุมชนมีระดับมาตรฐานที่สูงขึ้น จึงจะเกิดการสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนภายในจังหวัดและสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนรายอื่นๆโดยสนับสนุนให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่องในระยะยาว นอกจากนี้สิ่งที่สำคัญคือการพัฒนาประธาน หรือหัวหน้าวิสาหกิจชุมชนให้เป็นผู้ที่น่าที่ดี มีทักษะและความรู้

เชิงวิชาการด้านการจัดการ สามารถนำเอาภูมิปัญญาความรู้เดิมมาประยุกต์กับความรู้ใหม่และถ่ายทอดไปยังสมาชิกรายอื่นได้

เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังกล่าว เป้าหมายเชิงปฏิบัติของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดราชบุรีจึงมุ่งเน้นไปที่ การสนับสนุนกลไกการทำงานเสริมสร้างความเข้มแข็งให้วิสาหกิจชุมชนภายในจังหวัดให้เกิดประสิทธิผล ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในวงกว้างด้วยการจัดประชาสัมพันธ์ทางสื่อที่หลากหลายแบบบูรณาการเพื่อให้เกิดการรับรู้อย่างทั่วถึง มีการพัฒนาศูนย์เรียนรู้ต้นแบบอย่างน้อยอำเภอละ 1 แห่งและมีโครงการต่อเนื่องให้มีศูนย์เรียนรู้ต้นแบบเพิ่มขึ้น และพัฒนาผู้นำวิสาหกิจชุมชนศูนย์เรียนรู้ต้นแบบและพื้นที่ขยายผลอย่างต่อเนื่อง และมีความยั่งยืนเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเกิดความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้ตามแนวทางที่ถูกต้องของวิสาหกิจชุมชน

ทั้งนี้ จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาจังหวัดและแนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชน พบว่า ในแผนพัฒนาจังหวัดกำหนดเป้าประสงค์สินค้าเกษตรแปรรูปได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัยเพิ่มขึ้นสนับสนุนกลุ่มสินค้าที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ได้รับการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจมากขึ้น

สำหรับกลยุทธ์ดำเนินงานกำหนดให้พัฒนาทักษะเพื่อการผลิตที่ได้มาตรฐานคุณภาพส่งเสริมการตลาดและพัฒนาพลังงานทดแทนส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์พัฒนาและขยายตลาดพัฒนาการบริการและการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในส่วนแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนได้กำหนดยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ซึ่งรวมถึงกิจกรรมการจัดงานจัดตลาดสินค้าวิสาหกิจชุมชนจัดทำวิสาหกิจชุมชนต้นแบบซึ่งในระดับกรมส่งเสริมการเกษตรก็คือแหล่งเรียนรู้วิสาหกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนและจังหวัด กำหนดให้การตลาดนำการผลิตผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนและบริการวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากชุมชนที่ตลาดต้องการสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาและขยายการตลาด

การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนนั้นมีข้อจำกัดและโอกาสของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการเข้าถึงและได้รับการส่งเสริม สนับสนุนจากหน่วยงานภาคี สามารถกล่าวเป็นประเด็นดังต่อไปนี้ (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี, 2554)

1. หน่วยงานภาคีส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนใช้ข้อมูลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเป็นแนวทางพิจารณาให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ก่อนสนับสนุนกิจการจึงพบว่าส่งตรงตามต้องการของวิสาหกิจชุมชนที่ร่วมกิจกรรม/โครงการ

2. สำหรับความครอบคลุมทั้งปริมาณกิจกรรมและประเภทความต้องการของวิสาหกิจชุมชนนั้นพบว่ายังไม่ครอบคลุมทั่วถึงเนื่องจากวิสาหกิจชุมชนมีจำนวนมากมีความต้องการสนับสนุนที่หลากหลายโดยเฉพาะยังคงต้องการสนับสนุนปัจจัยวัสดุจากหน่วยงานภาครัฐ

3. ข้อจำกัดและโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ที่จัดอยู่ในระดับคิละปานกลางไม่ต้องการเงินกู้แต่ต้องการสนับสนุนเป็นเงินให้เปล่าจากรัฐโดยการเข้าร่วมทำกิจกรรมที่หน่วยงานจัดงบประมาณให้ส่วนวิสาหกิจชุมชนในระดับปรับปรุงในเขตส่งเสริมของบางหน่วยงานจะต้องการเงินกู้โดยไม่สอดคล้องกับความต้องการในการใช้เงินเป็นเหตุให้ติดภาระหนี้สินเพิ่มมากขึ้น

4. สำหรับการสนับสนุนด้านการตลาดของหน่วยงานภาคีส่วนใหญ่มีข้อจำกัดสำหรับวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้ายังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานและในวิสาหกิจชุมชนที่ไม่คุ้นเคยกับการตลาดจะไม่กล้าเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของหน่วยงานมักเรียกร้องให้ช่วยค่าใช้จ่ายในการออกจำหน่ายในกลุ่มดังกล่าวควรสนับสนุนให้มีความสามารถจำหน่ายในตลาดท้องถิ่นเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานจึงสนับสนุนสู่ตลาดภายนอกต่อไป (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี, 2554)

จากข้อมูลข้างต้นของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรีพบว่าการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนจำนวนทั้งสิ้น 398 แห่ง สมาชิก 6,712 คน เครือข่ายสมาชิก 14 คนและจำนวนวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบการจริงจำแนกเป็นรายอำเภอ ผลิตสินค้า แปรรูปผลผลิตทางการเกษตร สินค้าหัตถกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งมีสินค้าจำนวนมากมายที่ได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์ ได้รับเครื่องหมายของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และมีการดำเนินงานโดยการสนับสนุนงบประมาณจากยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัดจัดกระบวนการเรียนรู้ในวิสาหกิจชุมชน 150 แห่งสนับสนุนปัจจัยการผลิตตามแผนความต้องการของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนนั้นมีศักยภาพมีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้า เพื่อเป็นสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการที่จะต่อขอมาตรฐานของการจัดการของวิสาหกิจชุมชน ด้วยการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานการจัดการผู้ประกอบการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย

#### 4.2 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเพชรบุรี

จังหวัดเพชรบุรีถือเป็นหนึ่งในพื้นที่ทางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคตะวันตก เนื่องจากเป็นพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างภาคตะวันตก ภาคกลางและภาคใต้ การจดทะเบียนจังหวัดเพชรบุรีมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนแล้วทั้งสิ้น 232 รายและยังมีสมาชิกจำนวน 3,634 ราย ที่ไม่มีการจดทะเบียนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรสำนักงานเกษตร



จังหวัดเพชรบุรี, 2554) ทั้งนี้ในจังหวัดเพชรบุรีมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ขึ้นทะเบียนและมีการผลิตสินค้าประเภทต่างๆ จำแนกได้ทั้งหมด 15 ประเภท โดยที่ประเภทการผลิตสินค้าที่มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนมากที่สุด ได้แก่ การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร จำนวน 61 ราย ส่วนประเภทการผลิตสินค้าที่มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนน้อยที่สุด ได้แก่ ประเภทเครื่องประดับ อัญมณี และเครื่องปั้น มีจำนวนประเภทละ 1 ราย ขณะที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทสมุนไพรมีจำนวนทั้งสิ้น 11 ราย (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2558) ทั้งนี้ จากการสำรวจข้อมูลจำแนกตามอำเภอ มีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนมากที่สุดคืออำเภอชะอำ มีจำนวน 37 ราย รองลงมาคืออำเภอเมืองเพชรบุรี 35 ราย อำเภอแก่งกระจาน 33 ราย อำเภอท่ายาง 30 รายอำเภอหนองหญ้าปล้อง 30 ราย อำเภอบ้านแหลม 23 ราย อำเภอบ้านลาด 22 ราย และอำเภอเขาย้อย 22 ราย อย่างไรก็ตามในการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนมีวิสาหกิจชุมชนที่ประเมินศักยภาพแล้ว 232 รายคิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้จดทะเบียนแล้ว จำแนกเป็นระดับดี 77 รายคิดเป็นร้อยละ 33.19 ระดับปานกลาง 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.26 และระดับปรับปรุง 50 รายคิดเป็นร้อยละ 21.55 ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียน (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2558)

#### ยุทธศาสตร์วิสาหกิจชุมชนจังหวัดเพชรบุรี

สำหรับวิสัยทัศน์ต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดเพชรบุรี คือ การสร้างชุมชนที่เข้มแข็งด้วยระบบเศรษฐกิจชุมชนที่พึ่งตนเองโดยกระบวนการวิสาหกิจชุมชน ขณะที่พันธกิจสำหรับการสร้างวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการบริหารจัดการทุนของชุมชน มีการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน รับรองสถานภาพวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งประสานความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนเพื่อให้เกิดการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างมีเอกภาพ

จากวิสัยทัศน์ดังกล่าวเห็นได้ว่าความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนซึ่งกำหนดโดยคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนระดับประเทศ มี 3 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2558)

1. การเรียนรู้การวิจัยและพัฒนา มุ่งเน้นการสร้างกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมภายในชุมชนโดยการเรียนรู้นั้นสามารถเชื่อมโยงกับการปฏิบัติ นอกจากนี้ยังสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อเป็นประโยชน์เชิงวิชาการต่อการพัฒนาชุมชน และการวิจัยพัฒนาเกี่ยวกับระบบบริหารจัดการชุมชนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการจัดการของวิสาหกิจชุมชนที่มาตรฐานมากขึ้น

2. การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง โดยพิจารณาถึงแนวทางการบริหารจัดการทุนภายในชุมชน การบริหารจัดการการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน การสนับสนุนวิธีการเพิ่มรายได้และควบคุมรายจ่าย และการพัฒนาระบบสวัสดิการค่าตอบแทนให้แก่ชุมชน

3. การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน กระทำโดยให้การรับรองสถานภาพวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เสริมสร้างและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งพร้อมทั้งมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย สนับสนุนการเรียนรู้แลกเปลี่ยนระหว่างวิสาหกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมซึ่งกันและกัน โดยการ ใช้เครือข่ายข้อมูลสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนเข้ามารองรับ นอกจากนี้ยังสนับสนุนแนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชน เชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างสภากอ อัน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และภาคชุมชน

ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดเพชรบุรี

เมื่อพิจารณาถึงปัญหาวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดเพชรบุรีส่วนใหญ่คือการขาดความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนทั้งในด้านการบริหารจัดการกลุ่มด้านการผลิตและการตลาด สำหรับข้อเสนอแนะการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดเพชรบุรีให้ไปสู่ความเข้มแข็งและยั่งยืน จำเป็นต้องเน้นในเรื่องสร้างความเข้าใจให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนรู้จักบทบาทองค์กรวิสาหกิจชุมชนการสร้างความกระตือรือร้นที่เหมาะสมการเพิ่มรายได้ให้แก่สมาชิกการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิตที่มีประสิทธิภาพมีคุณภาพและด้านการตลาดเพื่อให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้นรวมทั้งทำให้สมาชิกมีความพอใจเห็นความสำคัญของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของตนเองโดยมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นทั้งในส่วนของการดำเนินกิจกรรมการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนและการระดมทุน

สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี ในฐานะเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดได้กำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดเพชรบุรีดังนี้

1. การคัดกรองวิสาหกิจชุมชนที่มาจากทะเบียนและที่มาต่อทะเบียนในเบื้องต้นนายทะเบียนหรือเจ้าหน้าที่ผู้ดำเนินการ สนับสนุนส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนหลักการและแนวทางในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองและความเข้มแข็งของชุมชนทั้งก่อนการจดทะเบียนและต่อทะเบียนเอกสารประกอบการจดทะเบียนและต่อทะเบียนประกอบด้วย 1) ชื่อวิสาหกิจชุมชนพร้อมที่ตั้ง 2) ชื่อและที่อยู่ของผู้มีอำนาจแทนพร้อมสำเนาบัตรประจำตัวประชาชน 3) รายชื่อและที่อยู่พร้อมสำเนาบัตร

ประจำตัวประชาชนของสมาชิก 4) กิจการที่วิสาหกิจชุมชนมีความประสงค์จะดำเนินการ 5) หนังสือให้ความยินยอมของสมาชิกซึ่งมีจำนวนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของสมาชิกทั้งหมดหรือสำเนามติที่ประชุมซึ่งมอบหมายให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดมาจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนแทน 6) ระเบียบหรือข้อบังคับของวิสาหกิจชุมชน และ 7) แผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรสำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี, 2554)

ทั้งนี้ ขั้นตอนการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนสามารถกระทำได้โดยการมาจดทะเบียนและจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการโดยชุมชนแท้จริง จากนั้นจึงค้นหาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนและได้รับอนุมัติแล้วโดยการดำเนินการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนด้วยคณะทำงานที่ประกอบด้วยหน่วยงานภาคีในพื้นที่เพื่อจะได้รับทราบศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนแต่ละวิสาหกิจชุมชนส่งผลให้หน่วยงานภาควางแผนในการให้การสนับสนุนต่อไปขั้นตอนต่อมาคือการจัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนโดยใช้ข้อมูลจากการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนแล้วนำเข้าสู่กระบวนการเรียนรู้ ระดมความคิดเห็นของสมาชิกในการจัดเวทีชุมชนควรมีหน่วยงานภาคีเข้าร่วมด้วยทุกครั้ง เมื่อดำเนินการเสร็จแล้วจะทำให้ได้แผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ได้จากการมีส่วนร่วมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนและหน่วยงานภาคีและเกิดจากความต้องการของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอย่างแท้จริง จากนั้นจึงเป็นขั้นตอนสนับสนุนแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนโดยเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่นำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเสนอให้คณะอนุกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอำเภอให้การสนับสนุนทั้งนี้คณะอนุกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอำเภอก็คือหน่วยงานภาคีในพื้นที่ที่ร่วมประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนด้วยกันทำให้ทราบข้อมูลและรู้จักวิสาหกิจชุมชนเป็นอย่างดีจึงสามารถจัดสรรงบประมาณที่เหมาะสมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนได้ทั้งนี้การสนับสนุนแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ คณะอนุกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอำเภอต้องมีนายอำเภอเป็นประธานในการประชุมเพื่อที่จะมอบหมายให้หน่วยงานภาคีในพื้นที่ร่วมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนได้ ทำให้หน่วยงานภาคีร่วมให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนเนื่องจากได้ร่วมกันค้นหาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนและรู้จักวิสาหกิจชุมชนเป็นอย่างดีและในการประชุมคณะอนุกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอำเภอโดยมีนายอำเภอเป็นประธานหน่วยงานภาคีก็จะมีแผนในการให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนตามความต้องการของวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ สุดท้ายคือการรายงานผลให้หน่วยงานภาครายงานผลการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนในการประชุมคณะอนุกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอำเภอเพื่อให้ที่ประชุมได้รับทราบผลการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงานภาคีเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์สุดท้ายวิสาหกิจชุมชนที่แท้จริงได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาศักยภาพทั้งด้านความรู้ด้านการผลิตด้านการตลาดจนสมาชิกมีรายได้ต่อเนื่องนำไปสู่การพึ่งพาตนเองได้ต่อไป

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดต้องประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้ (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรสำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี, 2554)

ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสอดคล้องนโยบายส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด โอกาสและอุปสรรคในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของจังหวัด มีการกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเกษตรกลุ่มองค์กรเกษตรกร สถาบันเกษตรกรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตร อาหารปลอดภัยประกอบด้วย 7 กลยุทธ์คือ 1.1) ส่งเสริมการผลิตควบคุมคุณภาพสินค้าเกษตร เป้าหมายและอาหารปลอดภัย 1.2) สนับสนุนการเพิ่มปริมาณและมูลค่าสินค้าเกษตรอาหารและอุตสาหกรรมแปรรูปที่ปลอดภัยและได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาด 1.3) จัดหาและพัฒนาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรให้ครอบคลุมพื้นที่เกษตร 1.4) ส่งเสริมและขยายผลการดำเนินงานตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้ครอบคลุมพื้นที่ทุกอำเภอ 1.5) พัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของเกษตรกรผู้ประกอบการและผู้ใช้แรงงาน 1.6) ส่งเสริมการตลาดการประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปทั้งในและต่างประเทศและ 1.7) พัฒนาและสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายผู้ผลิตด้านเกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูปและประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 เป็นสังคมเข้มแข็ง บนฐานความรู้คู่คุณธรรมประกอบด้วย 5 กลยุทธ์คือ 4.1) สร้างเสริมความเข้มแข็งของครอบครัว และชุมชนและพัฒนาเครือข่ายชุมชน 4.2) สร้างเสริมจิตสำนึกและค่านิยมที่ดีงามแก่เด็กและเยาวชน 4.3) ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP และ SMEs 4.4) สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ และยกระดับคุณภาพการศึกษาทั้งในและนอกระบบรวมทั้งการศึกษาตามอัธยาศัยและ 4.5) พัฒนาสังคมบนพื้นฐานความรู้คู่คุณธรรมเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต

จากยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดดังกล่าวเป็น โอกาสในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดเพชรบุรีโดยสำนักงานเกษตรจังหวัดได้ดำเนินการของประมาณในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน โครงการเพิ่มประสิทธิภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ถูกสุขลักษณะตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดี (มาตรฐาน GMP, GAP, อย., มพช.) เป็นเงิน 4,612,700 บาทจากงบพัฒนาจังหวัดปี 2552 และโครงการการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเป็นเงิน 333,100 บาท จากงบพัฒนาจังหวัดปี 2556 เพื่อส่งเสริมและพัฒนากระบวนการเรียนรู้แก่แกนนำและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้สามารถกำหนดแนวทางจัดทำแผนการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนและเกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบความสอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจะเห็นว่ามีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์วิสาหกิจชุมชนประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การเรียนรู้การวิจัยและพัฒนายุทธวิธี 1.1.3) ส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนในประเด็นที่เกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน 1.2.1) ส่งเสริมการพัฒนาผู้นำชุมชนเป็นนักวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองยุทธวิธี 2.1.3) ให้มีการประกอบการวิสาหกิจชุมชนบนพื้นฐานทรัพยากรและผลผลิตของชุมชนอย่างยั่งยืน 2.2.3) ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน 2.2.4) ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายตลาดของวิสาหกิจชุมชนและประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนยุทธวิธี 3.2.3) ให้มีการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในระดับตำบลและระหว่างตำบลในพื้นที่ที่มีประเด็นและความสนใจร่วมกัน 3.3.2) ให้มีการส่งเสริมการเรียนรู้ในการประกอบวิสาหกิจชุมชนทุกระดับทุกประเภทโดยให้การฝึกอบรมทางวิชาการในประเด็นเฉพาะต่างๆ 3.7.1) ให้มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเรื่องวิสาหกิจชุมชนทางสื่อมวลชนต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจให้สาธารณชนทั่วไป

2. การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน มีความสอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจชุมชน การครอบคลุมจำนวนและประเภทกิจการวิสาหกิจชุมชนของจังหวัด ข้อจำกัดและโอกาสของวิสาหกิจชุมชนในการเข้าถึงและได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาคี

2.1 การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดเพชรบุรีมีความสอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจชุมชนเนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้จัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มเพื่อหาความต้องการของกลุ่มและนำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนนั้นเสนอขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

2.2 การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดเพชรบุรีไม่ครอบคลุมจำนวนและประเภทกิจการวิสาหกิจชุมชนเนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบางกลุ่มยังขาดความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนขาดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานกลุ่มทำให้กลุ่มไม่พัฒนาและไม่มีความพร้อมในการขอรับการส่งเสริมและสนับสนุน

2.3 การส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาคีของจังหวัดเพชรบุรียังมีข้อจำกัดสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขั้นพื้นฐานที่ยังไม่มีความพร้อมในการดำเนินงานกลุ่มเนื่องจากการขอรับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จะขอรับการส่งเสริมสนับสนุนจะต้องมีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ที่หน่วยงานนั้นๆ กำหนดแต่เป็นโอกาสให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการดำเนินงานที่จะเข้าถึงและได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาคีเนื่องจากกลุ่มจะมีความพร้อมและมีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์และ

มีความน่าเชื่อถือมากกว่าเช่นการกู้เงินจากสถาบันการเงินการขอรับงบประมาณสนับสนุนซึ่งบางหน่วยงานจะต้องมีคนรับรองว่ากลุ่มจะดำเนินการได้และงบประมาณจะไม่สูญหายเป็นต้น

3. จากการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านมาส่งผลต่อเศรษฐกิจของชุมชนอย่างไร และก่อให้เกิดรายได้จากการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนในภาพรวมของจังหวัดโดยประมาณ การเท่าไร ในปี 2554 สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรีมีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน 232 กลุ่มมีสมาชิก 3,634 คนแต่มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบการจริง 182 กลุ่มมีสมาชิก 2,999 คนรายได้จากการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนที่มีการประกอบการจริง ประมาณ 67 ล้านบาทโดยเฉลี่ยสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจะมีรายได้จากการดำเนินกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชนประมาณ 22,340 บาท ต่อคน ต่อปี

4. การวิเคราะห์สถานการณ์การประกอบการของวิสาหกิจชุมชนและแนวโน้มทิศทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของจังหวัด

การประกอบการของวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดเพชรบุรีแบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนระดับดี 77 กลุ่มคิดเป็นร้อยละ 100 ที่มีการดำเนินกิจการที่มีรายได้ที่มั่นคงยั่งยืน และมีแนวโน้มการพัฒนากิจการสู่ตลาดสากลมากขึ้น กลุ่มต่อมาคือวิสาหกิจชุมชนระดับปานกลาง 105 กลุ่มคิดเป็นร้อยละ 100 ที่มีการดำเนินกิจการอย่างต่อเนื่องสินค้าที่ผลิตส่วนใหญ่จะผลิตเพื่อจำหน่ายในชุมชนผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องมีการพัฒนาให้มีคุณภาพและสวยงามขึ้น ภาครัฐโดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญและเข้ามาส่งเสริมสนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนที่อยู่ระดับปานกลางสามารถพัฒนาไปสู่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนระดับดีต่อไป และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนระดับปรับปรุง 50 กลุ่มคิดเป็นร้อยละ 100 มีการประกอบการไม่ตลอดทั้งปีโดยผลิตตามการสั่งซื้อของผู้บริโภคกลุ่มขาดการบริหารจัดการกลุ่มการผลิตและการตลาดหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 49 กลุ่มให้มีความก้าวหน้าพัฒนาตนเองให้ขึ้นอยู่ระดับปานกลางโดยส่งเสริมให้ความรู้จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและชี้ช่องทางแนะนำเสนอแผนเพื่อจะได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรสำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี, 2554)

แนวทางพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเพชรบุรี

สำหรับวิสาหกิจชุมชนระดับดี 77 กลุ่มจังหวัดมีแนวทางพัฒนาด้านการตลาดโดยให้วิสาหกิจชุมชนมีการเชื่อมโยงตลาดทั้งภายในและภายนอกชุมชนและสู่ตลาดสากล ขณะที่วิสาหกิจชุมชนระดับปานกลาง 107 กลุ่มหน่วยงานภาครัฐทั้งภาครัฐและเอกชนส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาให้มีความเข้มแข็งทั้งด้านการบริหารจัดการกลุ่มด้านการผลิตและการตลาดให้มีความเข้มแข็งมีรายได้ที่มั่นคงและยั่งยืนและส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายกับวิสาหกิจชุมชนระดับ

ดีเป็นการส่งเสริมให้มีการเรียนรู้และช่วยเหลือซึ่งกันและกันเพื่อก้าวสู่วิสาหกิจชุมชนระดับดีต่อไป อย่างไรก็ตาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนระดับปรับปรุง 49 กลุ่มการดำเนินงานยังไม่เข้มแข็งการบริหารจัดการกลุ่มไม่ชัดเจนขาดกฎระเบียบที่ชัดเจนการมีส่วนร่วมของสมาชิกมีน้อยขาดความรู้สึกรับผิดชอบเป็นเจ้าของฉะนั้นหน่วยงานภาคีทั้งภาครัฐและเอกชนจำเป็นที่จะต้องให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนด้านการบริหารจัดการการผลิตและการตลาดจัดทัศนศึกษาดูงานและส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายกับวิสาหกิจชุมชนระดับดีและระดับปานกลางเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

ทั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า จากข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเพชรบุรีในปี พ.ศ. 2554 มีวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนแล้ว 232 วิสาหกิจชุมชนสมาชิก 3,634 รายไม่มีการจดทะเบียนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอำเภอที่มีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนมากที่สุดคืออำเภอชะอำ 37 วิสาหกิจชุมชนรองลงมาคืออำเภอเมืองเพชรบุรี 35 วิสาหกิจชุมชนอำเภอแก่งกระจาน 33 วิสาหกิจชุมชนอำเภอท่ายาง 30 วิสาหกิจชุมชนอำเภอหนองหญ้าปล้อง 30 วิสาหกิจชุมชนอำเภอบ้านแหลม 23 วิสาหกิจชุมชนอำเภอบ้านลาด 22 วิสาหกิจชุมชนและอำเภอเขาย้อย 22 วิสาหกิจชุมชน มีการจำแนกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการผลิตสินค้าอยู่ 15 กลุ่ม เช่น การผลิตสินค้าการผลิตพืช, การผลิตประมง, เครื่องประดับอัญมณี, เครื่องจักรสาน เป็นต้น และกลุ่มการให้บริการอยู่ 4 กลุ่ม เช่น ร้านค้าชุมชน, ออมทรัพย์, สุขภาพ เป็นต้น โดยการดำเนินงานจะมียุทธศาสตร์การดำเนินงานซึ่งจะกำหนดโดยคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนระดับประเทศและมีสำนักงานเกษตรจังหวัดดำเนินการของงบประมาณเพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าให้ประสิทธิภาพปลอดภัยและได้รับมาตรฐานซึ่งสามารถเป็นการส่งเสริมการตลาดในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สินค้าได้ทั้งในและต่างประเทศซึ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความเข้มแข็งในด้านการตลาดและด้านผลิตทำให้ วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและมั่นคงมากยิ่งขึ้น จากข้อมูลข้างต้นที่เกี่ยวกับแผนงาน ยุทธศาสตร์ เป้าหมายการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดราชบุรีจึงทำให้เกิดข้อมูลสนับสนุนที่เป็นประโยชน์ในการยืนยัน และสร้างองค์ประกอบเกี่ยวกับระบบการจัดการสำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชน

#### 4.3 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เมืองประจวบคีรีขันธ์ เดิมชื่อ เมืองนารัง เมื่อเสียกรุงศรีอยุธยาแก่พม่า ครั้งที่ 2 เมืองนารัง ได้ถูกทิ้งร้างจนถึงรัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ จึงได้สร้างเมืองใหม่ที่คลองบางนางรม แล้วย้ายที่ตั้งของเมืองไปตั้งที่เมืองกุย ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 ได้เปลี่ยนชื่อเมืองกุย เป็นเมืองประจวบคีรีขันธ์ แต่ตัวศาลาที่ว่าการเมืองยังคงตั้งอยู่ที่อำเภอกุยบุรี ในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้รวมเมืองปราณบุรี เมืองประจวบ และเมืองกำเนิดคนพคุณเข้าเป็นเมืองเดียว พระราชทานนามเมืองว่า

เมืองปราณบุรี ตั้งที่ว่าการอยู่ที่อำเภอหลัก ส่วนเมืองปราณบุรีเดิมให้คงเรียกว่าเมืองปราณ มีฐานะเป็นอำเภอ ในสมัยรัชกาลที่ 6 ทรงเห็นว่าชาวบ้านยังคงเรียก เมืองปราณสับสนกับชื่อ เมืองปราณบุรี ซึ่งทางราชการย้ายมาตั้งที่เมืองเกาะหลัก จึงทรงโปรดเกล้าให้เปลี่ยนชื่อเมืองปราณบุรีเป็นเมืองประจวบคีรีขันธ์จนถึงปัจจุบัน

ตารางที่ 1 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ปัญหา/อุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
1. วิสาหกิจชุมชนที่มาจากทะเบียน ขาดความรู้ความเข้าใจในแนวทางและขั้นตอนการดำเนินงาน	1. ก่อนที่วิสาหกิจชุมชนจะมาจดทะเบียน ควรมีการให้ความรู้โดยชี้แจงทำความเข้าใจให้สมาชิกทราบ จากเจ้าหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานภาคีที่รับผิดชอบ
2. เมื่อมาจดทะเบียนแล้วไม่ได้ทำกิจการตามวัตถุประสงค์ ขาดการประสานภายในกลุ่มและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	2. หน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้องควรหมั่นตรวจเยี่ยมวิสาหกิจชุมชน ชี้แนะให้คำปรึกษาจากเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้

จากตารางที่ 1 นี้ ทำให้เห็นถึงปัญหาเบื้องต้นในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กล่าวคือ เนื่องวิสาหกิจชุมชนที่มาจากทะเบียนส่วนมากเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในชนบท ยังขาดความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นในแนวทางการดำเนินงานและขาดการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐท้องถิ่น อีกทั้งเมื่อได้จดทะเบียนแล้วกลับไม่ได้ดำเนินกิจการตามแนวทางที่ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ เนื่องจากไม่มีการติดตามจากเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเข้าไปอำนวยความสะดวก เช่น การให้ความรู้และแนวทางดำเนินการที่ถูกต้องแก่วิสาหกิจชุมชนที่มาจดทะเบียนและต้องเฝ้าติดตาม ตรวจสอบผลการดำเนินการเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้อง



ตารางที่ 2 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะในด้านเจ้าหน้าที่และระบบทำงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

ปัญหา/อุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
1. การประสานของหน่วยงานภาคีในระดับพื้นที่ยังมีน้อยทำให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนไม่ดีเท่าที่ควร	1. นายทะเบียนควรประสานนายอำเภอและทำความเข้าใจในแต่ละอำเภอ เพื่อให้ส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน
2. ในการต่อทะเบียน มีปัญหากับผู้ปฏิบัติ เช่น ตามพระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชนระบุว่าวิสาหกิจชุมชนต้องต่อทะเบียนทุกปี หากไม่มาต่อทะเบียน 2 ปีติดต่อกัน ให้นายทะเบียนทำเรื่องยกเลิก	2. จากกรณีที่เป็นปัญหาควรเสนอแก้ไขพระราชบัญญัติโดยให้วิสาหกิจชุมชนต่อทะเบียนทุกปี หากไม่มาต่อทะเบียนแม้แต่ปีเดียวต้องทำเรื่องยกเลิก
3. มาตรการทางภาษีไม่มีความชัดเจนระหว่างสรรพากรกับกรมส่งเสริมการเกษตร	3. ควรทำความเข้าใจกันระหว่างสรรพากรและกรมส่งเสริมการเกษตร ควรมีนายทะเบียนเข้าร่วมรับทราบด้วย

จากข้อมูลในตารางที่ 1-2 แสดงให้เห็นถึงปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับด้านเจ้าหน้าที่และระบบการทำงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่าเกิดปัญหาหลักคือเรื่องการออกระเบียบข้อบังคับและการทำความเข้าใจระหว่างหน่วยงานและวิสาหกิจชุมชน ดังนั้นหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้องจึงควรเพิ่มประสิทธิภาพในการประสานงาน สร้างระเบียบข้อปฏิบัติที่ชัดเจนรัดกุม และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานต่างๆ

สรุปการวิเคราะห์ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่ามีประเด็นข้อมูลที่น่าสนใจดังต่อไปนี้ (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรสำนักงานเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2554)

1. จากการเปรียบเทียบความสอดคล้องนโยบายส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เห็นได้ว่านโยบายส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์นั้นมีความสอดคล้องและดำเนินการขับเคลื่อนอย่างสัมพันธ์กัน คือมุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับมาตรฐาน สนับสนุนการใช้ภูมิปัญญาความรู้ให้เกิดประโยชน์ และสร้างการบริหารจัดการที่

ก่อให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกัน ทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง และทำให้คุณภาพชีวิตของสมาชิกดีขึ้น และมีความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตต่อไป

2. การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน มีความสอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจชุมชนเป็นส่วนใหญ่ในจังหวัด แต่บางวิสาหกิจชุมชนต้องปรับปรุงตนเองให้มีความเข้มแข็งหรืออยู่ในระดับปานกลางเท่านั้นจึงจะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคี ตามมติของคณะกรรมการจังหวัด “ทุกองค์กร/หน่วยงาน ต้องสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนและอยู่ในระดับดีหรือปานกลางเท่านั้น”

3. จากการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านมา ส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชนเป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา จนถึงขณะนี้ มีหน่วยงาน/องค์กรให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน ไม่ต่ำกว่า 10 แห่ง ในวงเงินสนับสนุน 25,616,901 บาท

4. จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การประกอบอาชีพของวิสาหกิจชุมชน มีแนวโน้มในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความเจริญก้าวหน้า มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้ และขยายตัวในวงกว้างต่อไปในอนาคตอย่างแน่นอน แต่ทั้งนี้ต้องผ่านความเห็นชอบจากผู้บังคับบัญชาในจังหวัดเป็นอันดับแรก และการมีความพร้อมของวิสาหกิจชุมชนรองรับมา

จากข้อมูลข้างต้นของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถสรุปได้ดังนี้ว่า วิสาหกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ยังประสบปัญหาอุปสรรคขาดความรู้ความเข้าใจในแนวทางและขั้นตอนการดำเนินงานมีการมาจดทะเบียนแล้วไม่ได้ทำกิจการตามประวัติอุปสงค์ ขาดการประสานภายในกลุ่มและหน่วยเกี่ยวข้อง ซึ่งเจ้าหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานภาคีที่รับผิดชอบควรให้ความรู้โดยชี้แจงทำความเข้าใจให้คำชี้แจงและมีการหมั่นตรวจเยี่ยมและให้คำชี้แนะแก่วิสาหกิจชุมชนเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้าใจในการดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบายยุทธศาสตร์ ในการเรียนรู้และพัฒนาให้มีระบบและมีเอกภาพทำให้คุณภาพชีวิตของสมาชิกดีขึ้น และมีความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตต่อไป

#### 4.4 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี

จังหวัดกาญจนบุรีเป็นเมืองเก่าแก่ ที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนาน ในอดีตเคยเป็นเมืองหน้าด่านการทำศึกสงครามกับสหภาพพม่า สภาพภูมิประเทศเต็มไปด้วยภูเขา ป่าไม้ขนาดใหญ่พื้นที่ใหญ่เป็นลำดับที่ 3 ของประเทศเนื้อที่ 19,483 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 12,176,968 ไร่ เป็นพื้นที่ป่าไม้ประมาณ 7.4 ล้านไร่ เป็นพื้นที่ถือครองทางการเกษตร 2.5 ล้านไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับสหภาพพม่าระยะทางประมาณ 370 กิโลเมตร ประกอบด้วยช่องทางเข้าออก

ประมาณ 43 ช่องทาง จังหวัดกาญจนบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศตะวันตก ระยะทาง 129 กิโลเมตร ตามเส้นทางสายนครปฐม-บ้านโป่ง-กาญจนบุรี

จังหวัดกาญจนบุรีมีพื้นที่ทำการเกษตรที่มีความอุดมสมบูรณ์ และมีภูมิอากาศหลากหลายจึงมีความหลากหลายทางชีวภาพ มีพื้นที่ทำการเกษตรรวมทั้งหมด 3,024,548 ไร่ สามารถปลูกพืชได้หลากหลายชนิดทั้งข้าวพืชไร่ ไม้ผล ไม้ยืนต้น ไม้ดอกไม้ประดับ พืชผัก และอื่น ๆ ผลผลิตที่สำคัญของจังหวัดกาญจนบุรี คือ พืชไร่ ได้แก่ อ้อย ซึ่งมีโรงงานผลิตในพื้นที่ 7 โรง ได้ปริมาณผลผลิตมากที่สุดของประเทศ มันสำปะหลัง มีกำลังการผลิตมากเป็นอันดับ 7 ของประเทศ และมีชื่อเสียงในเรื่องมันแปง ข้าวโพดหวาน ข้าวโพดฝักอ่อน สับปะรด หน่อไม้ฝรั่ง และพืชที่มีการเพิ่มพื้นที่ปลูก คือ ยางพารา และปาล์มน้ำมัน จากผลผลิตที่สำคัญเหล่านี้ จึงเป็นที่มาของวิสัยทัศน์จังหวัดกาญจนบุรี ในเรื่องอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นจุดเด่นของจังหวัดกาญจนบุรี

จากวิสัยทัศน์ของจังหวัดว่า “เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แหล่งผลิตสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม ประตูการค้าชายแดน และมุ่งพัฒนาสู่คุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน” ประกอบด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ จำนวน 8 ข้อ คำนึงหนักมุ่งเน้นประเด็นส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ วิสาหกิจชุมชนที่เป็นการบริการท่องเที่ยวชมกิจการ มีอยู่จำนวน 13 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 1.45 ของวิสาหกิจชุมชนทั้งหมดจากข้อมูลการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามประเภทของกิจการ 5 ลำดับแรก ได้แก่ การผลิตพืช จำนวน 390 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 43.38 แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถาบันเกษตรกรจังหวัดกาญจนบุรี

จังหวัดกาญจนบุรี มีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำนวน 118 กลุ่ม กลุ่มยุวเกษตรกรจำนวน 61 กลุ่ม กลุ่มส่งเสริมอาชีพจำนวน 52 กลุ่ม กลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้ได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนจำแนกเป็นวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำนวน 34 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 28.81 ของจำนวนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทั้งจังหวัด ขณะที่กลุ่มยุวเกษตรกรที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนจำนวนศูนย์กลุ่ม คิดเป็นร้อยละศูนย์ของจำนวนกลุ่มยุวเกษตรกรทั้งจังหวัด และกลุ่มส่งเสริมอาชีพที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนจำนวน 52 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของจำนวนกลุ่มส่งเสริมอาชีพทั้งจังหวัด

ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมของจังหวัดกาญจนบุรี

วิสาหกิจชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี มีจำนวน 899 แห่ง จำแนกตามประเภทกิจการตามกลุ่มการผลิตสินค้าและกลุ่มการให้บริการ ได้แก่ ด้านการผลิตพืช จำนวน 390 แห่ง ด้านการผลิต ปศุสัตว์ จำนวน 167 แห่ง ด้านการผลิตประมง จำนวน 25 แห่ง ด้านการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ จำนวน 105 แห่ง ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอและเสื้อผ้า จำนวน 37 แห่ง ด้านเครื่องจักรสาน จำนวน 10

แห่ง ด้านดอกไม้ประดิษฐ์ จำนวน 17 แห่ง ด้านเครื่องจักรกล จำนวนศูนย์แห่ง ด้านของชำร่วย/ของ  
ที่ระลึก จำนวน 11 แห่ง ด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำนวน 19 แห่ง ด้านเครื่องดื่ม จำนวน 22 แห่ง  
ด้านเครื่องประดับ/อัญมณี จำนวน 10 แห่ง ด้านเครื่องมือ/เฟอร์นิเจอร์ จำนวน 19 แห่ง ด้านเครื่อง  
หนัง จำนวน 3 แห่ง ด้านการผลิตปัจจัยการผลิต จำนวน 81 แห่ง ด้านเครื่องปั้น จำนวน 5 แห่ง ด้าน  
สิ่งประดิษฐ์จากโลหะ จำนวน 3 แห่ง ด้านการผลิตสินค้าอื่น ๆ จำนวน 70 แห่ง ด้านร้านค้าชุมชน  
จำนวน 20 แห่ง ด้านกลุ่มออมทรัพย์ชุมชน จำนวน 30 แห่ง ด้านท่องเที่ยว จำนวน 7 แห่ง ด้าน  
สุขภาพ จำนวน 11 แห่ง ด้านซ่อมเครื่องจักรกล จำนวน 2 แห่ง และด้านบริการอื่นๆ จำนวน 36 แห่ง  
(กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรสำนักงานเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี, 2554)

ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของจังหวัด  
กาญจนบุรี

จากการสำรวจพบว่า ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญและมีผลต่อการส่งเสริมวิสาหกิจ  
ชุมชนของจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ ด้านข้อกฎหมาย ตามพระราชบัญญัติที่กำหนดให้ส่วนราชการ  
ต้องให้การส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนแต่ไม่กำหนดความรับผิดชอบของหน่วยงานต่อกิจการ  
ของวิสาหกิจชุมชน จึงส่งผลให้เกิดปัญหาไม่มีเจ้าภาพหลักในการดูแลวิสาหกิจชุมชนต่างๆ  
นอกจากนี้พระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชนนั้นยังไม่มีกฎหมายลูกเพื่อกำหนดขอบเขตระหว่าง  
วิสาหกิจชุมชนกับธุรกิจเอกชน หรือ SME วิสาหกิจชุมชนจึงกว้างทั้งประเภทและขนาดของกิจการ  
 อีกทั้งโครงสร้างคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และระบบการสรรหากรรมการผู้แทน  
วิสาหกิจชุมชนสร้างความยุ่งยากในการทำงาน เนื่องจากผู้ว่าราชการจังหวัดมีภารกิจมาก การให้  
ความสำคัญของกระทรวงมหาดไทยน้อยมากจึงมักจะมอบหมายบุคคลอื่นดำเนินการแทน สำหรับ  
งบประมาณสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนทั้งงบดำเนินงานและการสนับสนุนนั้น พบว่ากลุ่มวิสาหกิจ  
ชุมชนมีงบประมาณน้อยมาก เมื่อเปรียบเทียบกับโครงการ OTOP หรือโครงการอื่น ๆ ของกรม  
ส่งเสริมการเกษตร จึงควรจะนำแนวคิดของสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรมมาเป็น  
ต้นแบบ และจัดหาแหล่งเงินปลอดดอกเบี้ยหรือดอกเบี้ยอัตราต่ำ

นอกจากนี้ ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในด้านเจ้าหน้าที่และระบบทำงาน  
ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พบว่ายังต้องมีการปรับปรุงพัฒนาในด้านต่างๆอันได้แก่ การปรับปรุงการ  
ใช้งานระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมประมวลผล กระบวนการบันทึก  
การยกเลิก เพิกถอน การประเมินศักยภาพ และการแยกประเภทกิจการ ให้สามารถใช้งานได้จริง  
อย่างมีประสิทธิภาพทั้งระบบ ประการต่อมาคือ ควรกำหนดหน่วยงานเจ้าภาพหลักเพื่อให้เกิดความ  
ชัดเจนในการสนับสนุนการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน อีกทั้ง หน่วยงานควรส่งเสริมกิจกรรมของ  
วิสาหกิจชุมชนโดยการจัดงานออกบูธตามเทศกาลต่างๆทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ เพื่อ

ประชาสัมพันธ์กิจการของวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ ควรกำหนดให้วิสาหกิจชุมชนเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรระดับอำเภอ (เกษตรตำบล) อย่างเป็นทางการ เนื่องจากเจ้าหน้าที่มักเข้าใจว่าเป็นภารกิจของผู้รับผิดชอบงานสถาบันเกษตรกรของสำนักงานเกษตรอำเภอ

#### สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี

1. การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสอดคล้องนโยบายส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด โอกาสและอุปสรรคในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน มุ่งส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ และบริการแก่คนในชุมชน โดยให้ภาครัฐเป็นกลไกในการขับเคลื่อน และยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี กำหนดวิสัยทัศน์จังหวัดไว้ว่า “เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แหล่งผลิตสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมประดุกการค้าชายแดน และมุ่งพัฒนาสู่คุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน” มีประเด็นยุทธศาสตร์ 3 ประเด็น ได้แก่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การพัฒนาประสิทธิภาพระบบการผลิตสินค้าเกษตร เกษตรอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมที่ปลอดภัย และส่งเสริมเศรษฐกิจการค้าในแถบชายแดนที่สำคัญ

จากประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรีและนโยบายส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นการสร้างโอกาสแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพ และเป็นช่องทางการสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าแก่นักท่องเที่ยวได้ สำหรับอุปสรรคต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน คือ วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นการผลิตพืช-ปศุสัตว์ การปรับตัวเพื่อบริการการท่องเที่ยวจึงค่อนข้างยาก และเป็นสินค้าวัตถุดิบ ปริมาณมาก เช่น ข้าวเปลือก อ้อยโรงงาน มันสำปะหลัง หรือ โค กระบือ เป็นต้น

2. การส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนมีความสอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจชุมชน การครอบคลุมจำนวนและประเภทกิจการของจังหวัด

เนื่องจากระบบงบประมาณของราชการจะจัดสรรพร้อมกับโครงการดำเนินงานของหน่วยงาน ทำให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนจะมีทั้งที่ตรงกับความต้องการ และไม่ตรงกับความต้องการของวิสาหกิจชุมชน ในส่วนขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น การสนับสนุนจะตรงประเด็นตอบสนองต่อความต้องการของวิสาหกิจชุมชนได้มากกว่าส่วนราชการอื่น ๆ ตลอดจนครอบคลุมเฉพาะพื้นที่ความรับผิดชอบของ อปท.นั้น ๆ ข้อจำกัดและโอกาสในการเข้าถึงและได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคี จะเกิดขึ้นต่อเมื่อวิสาหกิจชุมชนนั้น ๆ มีความใกล้ชิดกับหน่วยงาน และเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ หรือผู้มีอำนาจตัดสินใจ

3. จากการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของชุมชนอย่างไร และก่อให้เกิดรายได้จากการประกอบกิจการของวิสาหกิจชุมชนในภาพรวมของจังหวัด โดยประมาณการเท่าไร

จากข้อมูลระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี มีจำนวน 899 ราย จำแนกตามประเภทกิจการได้ดังนี้ กลุ่มการผลิตพืช 390 แห่ง กลุ่มผลิตปศุสัตว์ 167 แห่ง กลุ่มการผลิตประมง 25 แห่ง กลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ 105 แห่ง กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอและเสื้อผ้า 37 แห่ง กลุ่มเครื่องจักรสาน 10 แห่ง กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์ 17 แห่ง กลุ่มของชำร่วย/ของที่ระลึก 11 แห่ง กลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพร 19 แห่ง เครื่องดื่ม 22 แห่ง เครื่องประดับและอัญมณี 10 แห่ง เครื่องไม้เฟอร์นิเจอร์ 19 แห่ง กลุ่มเครื่องหนัง 3 แห่ง กลุ่มการผลิตปัจจัยการผลิต 81 แห่ง กลุ่มเครื่องปั้น 5 แห่ง กลุ่มผลิตสินค้าอื่น ๆ 30 แห่ง และกลุ่มบริการต่าง ๆ 106 แห่ง จากข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดกาญจนบุรีในภาคเกษตรกรรมมีรายได้ 11,924 ล้านบาท จากเกษตรกรของจังหวัดจำนวน 498,000 คน ในสัดส่วนสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจำนวน 12,736 คน จึง น่าจะสร้างรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชนไม่น้อยกว่า 306 ล้านบาทต่อปี

การวิเคราะห์สถานการณ์การประกอบการของวิสาหกิจชุมชนและแนวโน้มทิศทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี

สถานการณ์การประกอบการของวิสาหกิจชุมชน สำหรับกลุ่มการผลิตสินค้า การเกษตรการบริหารงานกลุ่มต้องขาดเงิน เข้มแข็ง เพื่อการรวมตัวเป็นกลุ่มจริงจัง หรือพัฒนาสู่การเป็นสหกรณ์การเกษตรต่อไป กลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์จะต้องใช้ทรัพยากรจากการท้องถิ่น และเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าจำเป็นสำหรับครัวเรือน จึงจะมีคู่แข่งที่มีอนาคตได้ หากเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย หรือของชำร่วย การตลาดขึ้นกับสถานะเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญ

แนวโน้มทิศทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี วิสาหกิจชุมชนที่มีผู้นำและคณะกรรมการที่มีความรู้ความสามารถทั้งในประเภทกิจการ กลุ่มการผลิต และกลุ่มบริการ จะได้รับการพัฒนาเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ สร้างรายได้ให้กับชุมชนได้ โดยเฉพาะกลุ่มผลิตพืช ปศุสัตว์ และประมงที่มีตลาดส่งออกหรือมีโรงงานอุตสาหกรรมรองรับผลผลิตจะมีศักยภาพเพิ่มขึ้น เพราะหน่วยงานราชการให้การยอมรับและให้การสนับสนุน ซึ่งหากมีการตั้งกองทุนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่เป็นแหล่งทุน และบ่มเพาะธุรกิจจะเพิ่มขีดความสามารถให้วิสาหกิจชุมชนมากยิ่งขึ้น

จากข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกาญจนบุรีสามารถสรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี มีกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำนวน 118 กลุ่ม กลุ่มยุวเกษตรกรจำนวน 61 กลุ่ม กลุ่มส่งเสริมอาชีพจำนวน 52 กลุ่ม กลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้ได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนจำแนกเป็น

วิสาหกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำนวน 34 กลุ่ม นอกจากนี้ยังจำแนกออกเป็นผลิตสินค้า และการให้บริการ โดยด้านการผลิตสินค้าแบ่งออกเป็น 18 ประเภทเช่น ด้านผลิตพืช,ผลิตปศุสัตว์, การแปรรูปผลิตภัณฑ์ เป็นต้น และด้านการให้บริการสินค้าแบ่งออกเป็น 6 ประเภทเช่น ด้านท่องเที่ยว,ด้านสุขภาพ,บริการอื่นๆ เป็นต้น แต่ยังประสบปัญหาและอุปสรรคในเรื่องของระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน โปรแกรมการประมวลผล การบันทึก การยกเลิกเพิกถอน การประเมินศักยภาพ และการแยกประเภทกิจการควรที่จะต้องปรับปรุงให้ใช้งานได้ การจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ควรกำหนดหน่วยงานเจ้าภาพหลักลงใน ทวช.02 เพื่อให้ได้ความชัดเจนในการสนับสนุน กลุ่มนั้นๆ นอกจากนี้ควรมีการจัดงาน วิสาหกิจชุมชนในเทศกาลต่างๆ ในระดับประเทศบ้าง เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์กิจการของวิสาหกิจชุมชน เป็นการส่งเสริมและพัฒนา สร้างโอกาสแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พัฒนาประสิทธิภาพของระบบการผลิตสินค้าเกษตรเพื่อเป็นช่องทางสร้างรายได้ให้แก่วิสาหกิจชุมชนให้มีความยั่งยืน

#### 4.5 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร

ในจังหวัดสมุทรสาครนั้นพบว่าวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในขั้นก้าวหน้า คือสามารถพึ่งพาตนเองได้ มองหาลูกค้ากลุ่มใหม่ ทันต่อข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆ โดดเด่นด้านเทคโนโลยี มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ มีความสามารถในการลงทุน และชำระหนี้ได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งได้รับมาตรฐาน OTOP โดยการดำเนินกิจกรรมโดยอาศัยแรงงานภายในกลุ่มและชุมชนเป็นหลัก และมีความเชื่อมโยงกับ วิสาหกิจชุมชนอื่นๆ โดยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการปฏิบัติกิจกรรมหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่วนวิสาหกิจชุมชนขั้นพื้นฐานนั้น มีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง แต่มีอุปสรรคบางปัจจัยที่ไม่อาจดำเนินกิจกรรมให้พัฒนาขึ้นได้ เช่น การขาดแคลนแรงงาน เงินทุน หรือขาดภาวะผู้นำ เป็นต้น อย่างไรก็ตามข้อมูลวิสาหกิจชุมชนแบ่งเป็นรายอำเภอมีดังต่อไปนี้ (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร, 2554)

##### อำเภอเมืองสมุทรสาคร

การทำวิสาหกิจชุมชนของอำเภอเมืองฯ ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการผลผลิตส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 70 มาจากกระบวนการในชุมชน ในบางวิสาหกิจเป็นงานที่ต้องใช้ฝีมือ มีการคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน ใช้ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาสากลเช่น เบญจรงค์ โองจำแลง กังหันลม ฯลฯ พึ่งพาแรงงานตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็นเป้าหมาย ทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ และเรียนรู้ร่วมกัน ถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น สินค้าส่วนใหญ่ที่ผลิตจากวิสาหกิจชุมชน ขายในตลาดชุมชนและจังหวัดเป็นหลัก ประมาณร้อยละ 70 โดยในชุมชนประมาณร้อยละ 30 และในจังหวัดร้อยละ 40 บางส่วนของสินค้าขายในจังหวัด

ใกล้เคียงหรือในการจัดงานต่างๆ เช่นงานที่เมืองทองธานี ซึ่งเป็นตลาดในประเทศ ประมาณร้อยละ 25 และส่งขายตลาดต่างประเทศผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต และช่องทางอื่นๆ ประมาณร้อยละ 5 ตามลำดับ

#### อำเภอกระทุ่มแบน

วิสาหกิจชุมชนภายในอำเภอกระทุ่มแบน แรกเริ่มนั้นส่วนใหญ่ชาวบ้านได้ผลิตผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ใช้เองในครัวเรือนเพื่อเป็นการช่วยลดต้นทุนของครัวเรือน อีกทั้งยังได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และได้แจกจ่ายให้เพื่อนบ้านได้ใช้ ซึ่งผู้ที่นำไปใช้เกิดความประทับใจในคุณภาพและสามารถช่วยประหยัดรายจ่ายในครัวเรือนได้จริง จึงได้มีการรวมตัวกันของผู้ที่มีแนวความคิดที่คล้ายคลึงกัน คือต้องการผลิตปัจจัยต่าง ๆ ขึ้นมาใช้เองและพัฒนาสู่การรวมกลุ่มภายในชุมชน นอกจากนั้นยังมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบางกลุ่มที่นำผลพลอยได้ที่เหลือจากการประกอบอาชีพมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยใช้แรงงานจากคนในครัวเรือน และชุมชน เช่น กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าและผ้าปูที่นอนจากเศษผ้า

วิสาหกิจชุมชนภายในอำเภอกระทุ่มแบนส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจชุมชนในขั้นพื้นฐาน และมีวิสาหกิจชุมชนขั้นก้าวหน้าไม่มากนัก ได้แก่ กลุ่มเบญจรงค์ ขนมหาล ขนมเป็ยะ และไข่เค็ม ซึ่งผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งได้รับมาตรฐาน OTOP การดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน โดยอาศัยแรงงานภายในกลุ่มและชุมชนเป็นหลัก และมีความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ โดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการปฏิบัติกิจกรรมหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่วนความเชื่อมโยงด้านอื่นๆ กับวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ เช่น การแลกเปลี่ยนวัตถุดิบและสินค้าระหว่างกลุ่ม การซื้อการสินค้าระหว่างกัน ค่อนข้างน้อย

#### อำเภอบ้านแพ้ว

วิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการในอำเภอบ้านแพ้วส่วนใหญ่พบว่า เป็นการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นผสานกับองค์ความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอด และมีความสอดคล้องกับวัตถุดิบที่มีอยู่มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเองและสมาชิก เช่น การผลิตน้ำว่านหางจระเข้และน้ำสมุนไพรในพื้นที่ การทำกะบะมะพร้าวสำหรับเพาะเลี้ยงกล้วยไม้ เป็นต้น สำหรับองค์ความรู้ที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการเพิ่มเติมได้แก่องค์ความรู้ด้านการประดิษฐ์ต่างๆ สูตรการแปรรูปกล้วยและขนมใหม่ๆ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ การจัดการด้านการตลาดและคุณภาพของสินค้า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ผ่านการรับรองมาตรฐานแล้ว คิดเป็นร้อยละ 83.3 เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำสมุนไพรน้ำพริก การเลี้ยงกุ้ง เบเกอร์รี่ และกะบะมะพร้าวสำหรับเพาะเลี้ยงกล้วยไม้ เป็นต้น และบางส่วนยังไม่ได้มีการรับรองมาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 16.7 สินค้าที่ผ่านการคัดสรรเป็นสินค้า OTOP พบว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้ระดับ 5 ดาว ประกอบด้วย ดอกไม้



ประดิษฐ์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้ 4 ดาว ได้แก่ น้ำพริก และน้ำवानหางจรเข้และน้ำสมุนไพรร กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ได้ 3 ดาว ได้แก่ การแปรรูปสมุนไพรรต่างๆ กลุ่มที่ได้รับการคัดสรรในระดับ 3 - 5 ดาว นั้น มุ่งเน้นการรักษามาตรฐาน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจ ตลอดจนการรักษาความสะอาดของผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำพริก น้ำวานหางจรเข้และน้ำสมุนไพรรต่างๆ และเน้นการสร้างเรื่องราวความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน ร้อยละ 40 เป็นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ระหว่างชุมชน และอีกร้อยละ 60 เป็นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนเป็นหลัก

สำหรับด้านการบริหารการเงิน วิสาหกิจชุมชนอำเภอบ้านแพ้วร้อยละ 80 มีลักษณะการระดมหุ้นของสมาชิกภายในกลุ่ม ซึ่งจะมีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายของกลุ่ม ตลอดจนมีการจัดสรรเงินปันผลคืนให้กับสมาชิกกลุ่ม และอีกร้อยละ 20 มีลักษณะการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินต่างๆ เช่น ธ.ก.ส. และกองทุนหมู่บ้าน ซึ่งจะไม่มีการจัดสรรเงินปันผลคืนให้กับสมาชิก เนื่องจากการบริหารงานเป็นลักษณะการจ้างงาน สำหรับความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคือ แหล่งทุนกู้ยืมที่มีดอกเบี้ยต่ำ ประมาณ 1-3% เพื่อให้กลุ่มสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

วิสาหกิจชุมชนอำเภอบ้านแพ้ว เน้นการใช้แรงงานคนในพื้นที่เป็นหลักในการจัดเตรียมวัตถุดิบต่างๆ เช่น การหั่นกล้วย การปลอกเปลือกวานหางจรเข้การผสมน้ำยาเอนกประสงค์ต่างๆ ทำให้เกิดความล่าช้า ไม่สามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้ ด้วยเหตุนี้จึงมีความต้องการการสนับสนุนด้านอุปกรณ์/เครื่องมือต่างๆ เช่น เครื่องบรรจุน้ำใส่ขวด เครื่องสไลด์/หั่นเครื่องกวมนผสมน้ำยาเอนกประสงค์ ตู้อบแห้ง เครื่องย่อยเศษวัสดุ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินการที่ดีขึ้น

ในการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเป็นรายอำเภอ เริ่มจากอำเภอเมืองสมุทรสาคร ตามข้อมูลการประเมินศักยภาพ ณ วันที่ 1 สิงหาคม 2554 แล้วนั้นมี 30 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 100 เปอร์เซนต์ (ของจำนวนที่จดทะเบียน) โดยแยกเป็นระดับดี 13 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 43.33 (ของจำนวนที่ประเมิน) ระดับปานกลาง 12 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 40.00 (ของจำนวนที่ประเมิน) ระดับปรับปรุง 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.67 (ของจำนวนที่ประเมิน)

อำเภอกระทุ่มแบน ประเมินศักยภาพแล้ว 31 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 52.78 เปอร์เซนต์ (ของจำนวนที่จดทะเบียน) โดยแยกเป็นระดับดี 12 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 38.71 (ของจำนวนที่ประเมิน) ระดับปานกลาง 9 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 29.03 (ของจำนวนที่ประเมิน) ระดับปรับปรุง 10 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 32.26 (ของจำนวนที่ประเมิน)

อำเภอบ้านแพ้ว ประเมินศักยภาพแล้ว 63 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 98.44 เปอร์เซ็นต์ ของจำนวนที่จดทะเบียน โดยแยกเป็นระดับดี 29 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 46.03 ของจำนวนที่ประเมิน ระดับปานกลาง 21 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของจำนวนที่ประเมิน ระดับปรับปรุง 13 แห่ง คิดเป็น ร้อยละ 20.64 ของจำนวนที่ประเมิน

ข้อมูลโดยรวมของจังหวัดสมุทรสาคร ประเมินศักยภาพแล้ว 124 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 94.66 เปอร์เซ็นต์ ของจำนวนที่จดทะเบียน โดยแยกเป็นระดับดี 54 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 43.55 ของจำนวนที่ประเมิน ระดับปานกลาง 42 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 33.87 ของจำนวนที่ประเมิน ระดับปรับปรุง 28 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 22.58 ของจำนวนที่ประเมิน

อย่างไรก็ตาม ปัญหา อุปสรรค ในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานส่งเสริม วิสาหกิจชุมชนนั้น พบว่าด้านการบริหารจัดการ หน่วยงานภาคียังไม่ค่อยให้ความสำคัญมากเท่าที่ควรในการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน ในด้านงบประมาณยังขาดงบประมาณสนับสนุน วิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง และปัญหาด้านการตลาด วิสาหกิจชุมชนยังขาดความรู้ ทักษะ ประสิทธิภาพ ด้านการตลาด สถานที่และช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

จากปัญหาที่เกิดขึ้น ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางแก้ไขคือให้ส่วนกลาง ประสานงานหน่วยงานภาคี ระดับกระทรวง กรม เพื่อทำความเข้าใจและบูรณาการส่งเสริม สนับสนุน วิสาหกิจชุมชนเป็นอันดับแรก อีกทั้งคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ควรขอ สนับสนุนงบประมาณจากรัฐบาลส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนทุกจังหวัด โดยตั้งเป้าหมายการ พัฒนาวิสาหกิจชุมชนแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพจังหวัดละ 5 – 10 แห่ง นอกจากนี้ ส่วนกลางของหน่วยงานภาคีควรตั้งงบประมาณส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง และควรเน้นการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม ทางสื่อมวลชนทุกรูปแบบ เช่นทางวิทยุโทรทัศน์ การ จัดงานแสดงสินค้าระดับประเทศ เพื่อให้ประชาชนทั่วไปรู้จักวิสาหกิจชุมชน และสร้างตราสินค้า หรือสัญลักษณ์ ที่เป็นจุดขาย จำง่าย น่าเชื่อถือ อย่างเช่น OTOP พร้อมส่งเสริมสนับสนุนด้าน การตลาดให้มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ปัญหา อุปสรรค ในด้านเจ้าหน้าที่ และระบบทำงานส่งเสริม วิสาหกิจชุมชน พบว่ายังขาดความชัดเจนเรื่องระเบียบ ขั้นตอนปฏิบัติ และข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานมีการโยกย้ายบ่อย ไม่ได้รับการอบรมให้ความรู้เข้าใจขั้นตอน หรือไม่ ศึกษาทำตามขั้นตอน ปัญหาประการต่อมาคือระบบสารสนเทศไม่สมบูรณ์ โดยข้อมูลบางส่วนยัง นำเสนอไม่สมบูรณ์ การเรียกดูรายงานยังไม่ตอบสนองความต้องการเท่าที่ควร โปรแกรมที่ใช้ยังไม่ มีประสิทธิภาพเพียงพอ นอกจากนี้การถ่ายทอดและเพิ่มศักยภาพเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ มีการอบรม

ชี้แจงเฉพาะหัวหน้ากลุ่มงานและนายทะเบียน ไม่มีนโยบายการพัฒนาความรู้ ให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติทั้งระดับจังหวัดและอำเภอ อย่างต่อเนื่อง

#### 4.6 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม

จังหวัดสมุทรสงคราม มีวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการอนุมัติให้จดทะเบียนแล้ว จำนวน 165 วิสาหกิจชุมชนจำนวนสมาชิก 3,025 ราย อำเภอที่มีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนมากที่สุด ได้แก่ อำเภอเมืองสมุทรสงคราม จำนวน 67 แห่ง รองลงมา คือ อำเภอบางคนที จำนวน 57 แห่ง อำเภออัมพวา จำนวน 41 แห่ง ทั้งนี้มีวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านการประเมินศักยภาพแล้ว จำนวน 161 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 98.17 ของวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนแล้ว จำแนกเป็นอำเภอเมือง จำนวน 65 แห่ง อำเภออัมพวา จำนวน 40 แห่งอำเภอบางคนที จำนวน 56 แห่ง

ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม

ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นกรอบการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาคราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน และหน่วยงานภาคีต่างๆ มาร่วมกันดำเนินงานพัฒนา

ด้านการพัฒนาคน วิสาหกิจชุมชน ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ให้รู้จักการบริหารจัดการกลุ่มทุน ตลอดจนทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น นำมาใช้ประโยชน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รู้จักการดูแลรักษาทรัพยากรที่นำมาใช้ในการผลิตหมุนเวียน พัฒนาไปสู่การเป็นต้นแบบให้คนในชุมชนได้มาเรียนรู้และนำไปปรับใช้ในครอบครัว ชุมชน

ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ เน้นการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ของคนในชุมชนและนอกชุมชน ตามศักยภาพของกลุ่ม โดยอาศัยทรัพยากรในท้องถิ่น มาบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์

ด้านการพัฒนาการตลาดสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชน มีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนา จัดหาตลาด ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์ ได้มาตรฐานขยายโอกาสทางการค้าโดยอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานภาคีต่าง ๆ ทั้งภาคราชการและภาคเอกชน สร้างเครือข่ายทางการตลาดให้กับวิสาหกิจชุมชนทั้งในชุมชน และนอกชุมชน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

ด้านการพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชน เข้าสู่ระบบมาตรฐานต่าง ๆ เช่น การขอรับรองมาตรฐาน ออย. มพช. GMP เป็นต้น เพื่อขยายช่องทางการตลาด ตลอดจนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ พัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสินค้าต่าง ๆ ที่จะเข้ามาแข่งขันกับกลุ่ม

ด้านการประชาสัมพันธ์วิสาหกิจชุมชน จะต้องมีการสร้างความเข้าใจในเรื่องวิสาหกิจชุมชนให้กับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ถึงแนวทางการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน มีความเป็นมาอย่างไร เป็นวิสาหกิจชุมชนแล้วเกิดผลดีอย่างไร ทำไมจึงเป็นวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน สินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการของวิสาหกิจชุมชนให้คนในชุมชน นอกชุมชนได้ทราบข่าวสารจะได้มาเรียนรู้นำไปพัฒนาทำให้ชุมชนเข้มแข็ง เป็นการส่งเสริมการตลาดอีกช่องทางหนึ่ง

ด้านการพัฒนาความร่วมมือหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน จะต้องมีการเสริมสร้างความเข้าใจวิสาหกิจชุมชนให้กับภาคราชการ เอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน เพื่อจะดำเนินการส่งเสริม/สนับสนุนไปในทิศทางเดียวกันจะเป็นการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ก้าวหน้าสูงขึ้นนำไปสู่การพึ่งพาตนเองได้

ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นผู้ประกอบการ ขยายโอกาสให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการผลิตการดำเนินกิจกรรม ได้พัฒนาจากผู้ผลิตมาเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน นำไปสู่การสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเข้าสู่แหล่งทุน ขยายโอกาสให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เข้าถึงแหล่งทุน โดยความร่วมมือของธนาคารของรัฐ ธนาคารพาณิชย์ และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ด้านการทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน จะต้องสร้างความเข้าใจถึงประโยชน์ของการจัดแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชน แนวทางการจัดทำแผนเพื่อที่จะได้ทราบจุดอ่อนจุดแข็งปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไข จะได้มีทิศทางการพัฒนากลุ่ม ซึ่งจะนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนด สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

ด้านการรักษาสภาพแวดล้อมในการผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการของวิสาหกิจชุมชน สร้างความรู้ ความเข้าใจในการรักษาทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการของวิสาหกิจชุมชนตลอดจนการนำวัสดุที่เหลือจากการผลิตมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และต้องหาแนวทางบำบัด กำจัดสิ่งที่เหลือจากขั้นตอนการผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ ก่อนปล่อยลงสู่สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

ด้านการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนปฏิบัติตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 โดยการสร้างจิตสำนึกในการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อจะได้ปฏิบัติได้ถูกต้องตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติต่อไป

#### 4.7 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครปฐม

วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครปฐมที่มีการจดทะเบียน ณ วันที่ 1 สิงหาคม 2554 นั้นมีจำนวน 206 วิสาหกิจชุมชน สมาชิก 3,328 ราย และมีการจดทะเบียนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 เครือข่าย สมาชิก 67 คน อำเภอที่มีการจดทะเบียน มากที่สุด คือ อำเภอบางเลน จำนวน 54 วิสาหกิจชุมชน รองลงมาคือ อำเภอเมืองนครปฐม จำนวน 31 วิสาหกิจชุมชน 1 เครือข่าย อำเภอ นครชัยศรี จำนวน 29 วิสาหกิจชุมชน อำเภอกำแพงแสน จำนวน 27 วิสาหกิจชุมชน อำเภอพุทธ มณฑล จำนวน 26 วิสาหกิจชุมชน อำเภอสามพราน จำนวน 20 วิสาหกิจชุมชน 1 เครือข่าย และ อำเภอดอนตูม จำนวน 17 วิสาหกิจชุมชน สำหรับการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน มีวิสาหกิจ ชุมชนได้รับการประเมินศักยภาพแล้วทั้งหมด จำนวน 206 แห่ง คิดเป็น 100% โดยผลการประเมิน ศักยภาพดังกล่าวพบว่า เป็นวิสาหกิจชุมชนระดับดีจำนวน 66 แห่ง คิดเป็น 33% ระดับปานกลาง 111 แห่ง คิดเป็น 54% และระดับปรับปรุง จำนวน 26 แห่ง คิดเป็น 13% (อุไรวรรณ ทองบัวศิริไล, 2554)

จากข้อมูลรายชื่อวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครปฐมพบว่าอำเภอบางเลนเป็นพื้นที่ที่มี จำนวนวิสาหกิจชุมชนมากที่สุดและมีความหลากหลายด้านประเภทผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย จึงเป็น พื้นที่สำคัญในการสำรวจรูปแบบการจัดการของกลุ่มธุรกิจชุมชน

อย่างไรก็ตามการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเกิดปัญหาและอุปสรรคที่ สามารถสังเกตได้ คือ วิสาหกิจชุมชนที่ยื่นจดทะเบียนในจังหวัดนครปฐม กว่าร้อยละ 60 เป็นเพียง วิสาหกิจชุมชนระดับพื้นฐาน ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้มีการเรียนรู้ในการประกอบอาชีพร่วมกันและไม่ได้ มีผลประโยชน์เชิงธุรกิจ บางแห่งที่มีการประกอบการ ก็เป็นกิจการขนาดเล็กๆ มีการทำกิจกรรมเป็น ครั้งคราว ไม่สามารถพัฒนากิจการโดยพึ่งพาตนเองได้ ยังต้องการขอรับงบประมาณการสนับสนุน การดำเนินงานกลุ่ม เป็นทุนหมุนเวียนให้แก่กลุ่ม หรือขอรับงบประมาณสนับสนุนการพัฒนา การให้ ความร่วมมือของสมาชิกในการดำเนินการถือเป็นข้อจำกัดในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของจังหวัด นครปฐมที่สำคัญประการหนึ่ง กล่าวคือ ในระยะแรกเริ่มของวิสาหกิจชุมชนส่วนมากสมาชิกให้ ความร่วมมือดี แต่เมื่อดำเนินกิจการไประยะหนึ่ง เห็นว่า ไม่ได้รับประโยชน์มากนัก จึงไม่ได้เข้า ร่วมกิจกรรม ทำให้การดำเนินกิจการตกอยู่ในการดูแลของประธานกลุ่มเท่านั้น ทำให้การพัฒนา กลุ่มไม่ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนส่วนมากไม่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการ เช่น จัดให้มีการประชุมและบันทึกการประชุมเป็นระยะๆ ไม่มีการจัดทำบัญชีกลุ่ม โดยเห็น ว่าเป็นเรื่องยุ่งยาก และไม่พร้อม หรือหากมีการดำเนินการ ประธานจะเป็นผู้ดำเนินการคนเดียว (อุไรวรรณ ทองบัวศิริไล, 2554)

จากปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ได้กล่าวมาเห็นได้ว่าเกือบทั้งหมดมาจากปัจจัยภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ไม่ได้มีการจัดตั้งขึ้นมาเพื่อแสวงหาผลกำไรเป็นหลัก ไม่ได้มีความตั้งใจมุ่งมั่นในการดำเนินการในลักษณะของระบบธุรกิจ ทำให้ไม่สามารถเลี้ยงตัวเองได้ และขาดแหล่งเงินทุนในการพัฒนา อีกทั้งสมาชิกในกลุ่มไม่ได้ให้ความร่วมมือในระยะยาวเนื่องจากขาดแรงจูงใจ การฝึกอบรม และผลตอบแทนที่เหมาะสม เนื่องจากปัญหาเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกันหมด ดังนั้นแนวทางที่เหมาะสมคือทำให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับรูปแบบการวางแผน การบริหารจัดการ และการดำเนินการที่เหมาะสม และผู้ประกอบการควรเสริมสร้างแรงจูงใจให้แก่สมาชิกมองเห็นถึงผลประโยชน์และผลักดันให้เกิดวิธีการดำเนินการที่มีศักยภาพมากขึ้น โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ด้วยเหตุนี้การนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์จึงสามารถมีส่วนช่วยชี้แนะแนวทางที่ถูกต้องให้แก่วิสาหกิจชุมชนเหล่านี้ได้

#### 4.8 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี

การจดทะเบียน จังหวัดสุพรรณบุรีมีวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนแล้ว 651 ราย สมาชิกทั้งหมด 10,063 ราย เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนจำนวน 2 เครือข่าย สมาชิกจำนวน 65 ราย การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน จำนวนวิสาหกิจชุมชนที่ประเมินศักยภาพ 608 วิสาหกิจชุมชน ผลการประเมินศักยภาพอยู่ในระดับดี 227 ปานกลาง 201 และปรับปรุง 130 การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน จากหน่วยงานภาคีวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาคีตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 168 วิสาหกิจชุมชน จากหน่วยงานภาคี 12 หน่วยงาน โดยการสนับสนุนแบ่งเป็นด้านความรู้ ด้านการตลาด ด้านเงินลงทุนและด้านปัจจัย

#### ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ที่ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับนี้เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างกลุ่มสมาชิก สร้างมาตรฐานและความสามารถในการจัดการ ส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้และช่วยพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งพร้อมสำหรับการก้าวไปสู่การแข่งขันระดับประเทศหรือระหว่างประเทศ ทั้งนี้สิ่งที่สำคัญคือการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในระดับที่สูงขึ้นไป โดยในมาตรา 24 กำหนดให้กรมส่งเสริมการเกษตรทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้สำนักงานเกษตรจังหวัดทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 เป็นแผนพัฒนาประเทศที่มีจุดมุ่งหมายในการแก้ปัญหาความยากจนและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ของประเทศ เพื่อให้เกิดการพัฒนา

ที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทย ภายใต้แนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เน้นการสร้าง ความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานการพัฒนาที่สำคัญของประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน ด้วยการบูรณาการกระบวนการผลิตบนฐานศักยภาพ และความเข้มแข็งของชุมชนอย่างสมดุล เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชน รวมทั้ง พัฒนาระบบการบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชน ควบคู่ไปกับการสร้างผู้ประกอบการใหม่ด้วยการพัฒนา ความรู้ด้านการจัดการ การตลาด องค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น พัฒนา มาตรฐานสินค้า การสร้างตราสินค้า การจัดการเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา และการพัฒนาทักษะใน การประกอบอาชีพของกลุ่มต่างๆ ให้สอดคล้องกับความหลากหลายของชุมชน เพื่อลดความเสี่ยง ทางเศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ซึ่งประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 การ เรียนรู้ วิจัย และพัฒนา มีเป้าประสงค์เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนและทุกภาคส่วนเกิดการเรียนรู้เพื่อ พัฒนาวิสาหกิจชุมชน ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง เป้าประสงค์เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีระบบการบริหารจัดการทุนทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน รวมทั้งมีระบบการจัดสวัสดิการแก่สมาชิกและสาธารณะประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม และ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน มี เป้าประสงค์เพื่อให้วิสาหกิจ

ชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนได้รับการส่งเสริม สนับสนุนอย่างเป็นระบบและมีเอกภาพ

จากข้อมูลด้านวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดในภาคตะวันตก พบว่าเป็นพื้นที่ที่มีความ เหมาะสมในการศึกษาเนื่องมาจากวิสาหกิจชุมชนส่วนมากมีศักยภาพที่สามารถพัฒนาได้เพื่อ ยกกระดับมาตรฐานการจัดการของวิสาหกิจชุมชนให้สูงขึ้น โดยมีปัจจัยสนับสนุนทั้งความ หลากหลายของผลิตภัณฑ์ชุมชน ความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ซึ่งเอื้ออำนวยต่อการผลิตภาคเกษตร ความพยายามให้การสร้างความร่วมมือในลักษณะเครือข่ายระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ แนวโน้มการส่งเสริมให้ความร่วมมือจากภาครัฐผ่านนโยบายโครงการต่างๆ จึงทำให้เกิดการ พิจารณาเพื่อนำไปประกอบการจัดทำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์

## 5. สมุนไพรแปรรูปในประเทศไทย

### 5.1 ความหมายและความสำคัญของพืชสมุนไพร

สมุนไพรความหมายตามสารานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตสถานหมายถึง ยาที่ได้ จากพืชสัตว์หรือแร่ซึ่งยังไม่ได้ผสมปรุงหรือเปลี่ยนแปลง เช่นพืชก็ยังเป็นส่วนของรากลำต้นใบ ดอกผล ฯลฯ ซึ่งยังไม่ได้ผ่านขั้นตอนการแปรรูปใดๆ แต่ในทางการค้าสมุนไพรมักจะถูกคิดแปลงใน

รูปต่างๆเช่นถูกหั่นให้เป็นชิ้นเล็กลงบดเป็นผงละเอียดหรืออัดเป็นแท่ง อย่างไรก็ตาม เมื่อกกล่าวถึงสมุนไพรมักเฉพาะเจาะจงไปยังพืชที่นำมาใช้เป็นยารักษาโรคและใช้ในการส่งเสริมสุขภาพร่างกายเท่านั้นเนื่องจากอาจเป็นเพราะมีการนำสัตว์หรือแร่มาใช้เป็นยาในปริมาณน้อยหรือสามารถใช้ได้ในโรคหรืออาการบางอย่างเท่านั้น

พืชสมุนไพรเป็นผลผลิตจากธรรมชาติที่มนุษย์รู้จักนำมาใช้เป็นประโยชน์เพื่อการรักษาโรครักษาไข้เจ็บตั้งแต่โบราณกาลแล้วเช่นในเอเชียก็มีหลักฐานแสดงว่ามนุษย์รู้จักใช้พืชสมุนไพรมากกว่า 6,000 ปีแต่หลังจากที่ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์มีการพัฒนาเจริญก้าวหน้ามากขึ้นมีการสังเคราะห์และผลิตยาจากสารเคมีในรูปที่ใช้ประโยชน์ได้ง่ายสะดวกสบายในการใช้มากกว่าสมุนไพรทำให้ความนิยมใช้ยาสมุนไพรลดลงมาเป็นอันมากเป็นเหตุให้ความรู้วิชาการด้านสมุนไพรขาดการพัฒนาไม่เจริญก้าวหน้าเท่าที่ควรในปัจจุบันทั่วโลกได้ยอมรับแล้วว่าผลที่ได้จากการสกัดสมุนไพรให้คุณประโยชน์ดีกว่ายาที่ได้จากการสังเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ประกอบกับในประเทศไทยเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์มีพืชต่างๆที่ใช้เป็นสมุนไพรได้อย่างมากมายนับหมื่นชนิดยังขาดก็แต่เพียงการค้นคว้าวิจัยในทางที่เป็นวิทยาศาสตร์มากขึ้นเท่านั้นความตื่นตัวที่จะพัฒนาความรู้ด้านพืชสมุนไพรจึงเริ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่งมีการเริ่มต้นนโยบายสาธารณสุขขั้นมูลฐานอย่างเป็นทางการของประเทศไทยในปีพ.ศ. 2522 โดยเพิ่มโครงการสาธารณสุขขั้นมูลฐานเข้าในแผนพัฒนาการสาธารณสุขตามแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) ต่อเนื่องจนถึงแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) โดยมีกลวิธีการพัฒนาสมุนไพรและการแพทย์แผนไทยในงานสาธารณสุขมูลฐาน คือ การสนับสนุนและพัฒนาวิชาการและเทคโนโลยีพื้นบ้านอันได้แก่การแพทย์แผนไทยเภสัชกรรมแผนไทยการนวดไทยสมุนไพรและเทคโนโลยีพื้นบ้านเพื่อใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาสุขภาพของชุมชน นอกจากนี้ยังสนับสนุนและส่งเสริมการดูแลสุขภาพของตนเองโดยใช้สมุนไพรการแพทย์พื้นบ้านการนวดไทยในระดับบุคคลครอบครัวและชุมชนให้เป็นไปอย่างถูกต้องเป็นระบบสามารถปรับประสานการดูแลสุขภาพแผนปัจจุบันได้อาจกล่าวได้ว่าสมุนไพรสำหรับสาธารณสุขมูลฐานคือสมุนไพรที่ใช้ในการส่งเสริมสุขภาพและการรักษาโรค/อาการเจ็บป่วยเบื้องต้นเพื่อให้ประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น (สุภาพร บางใบ, 2556)

จากข้างต้นสามารถสรุปความหมายของพืชสมุนไพร กล่าวคือเป็นยาที่ได้จากพืชเป็นหลัก ซึ่งยังไม่ได้ผ่านขั้นตอนการแปรรูปใดๆที่สามารถนำมาใช้ปรุงหรือประกอบเป็นยารักษาโรคต่างๆ โดยพืชสมุนไพรเป็นผลผลิตจากธรรมชาติที่รู้จักจะนำมาใช้เป็นประโยชน์เพื่อการรักษาโรครักษาไข้เจ็บ มาตั้งแต่โบราณกาลแล้ว ต่อมาเมื่อความรู้ด้านวิทยาศาสตร์มีการพัฒนาก้าวหน้าทำให้มีการสังเคราะห์ผลิตยาจากสารเคมีในรูปที่ใช้ประโยชน์ได้ง่ายสะดวก กว่าพืชสมุนไพร จึงทำให้



ความนิยมในการใช้ยาสมุนไพรลดลง ความรู้วิชาการด้านสมุนไพรยังไม่มีการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามในปัจจุบันทั่วโลกได้ยอมรับแล้วว่าผลที่ได้จากการสกัดสมุนไพรให้คุณประโยชน์ดีกว่ายาที่ได้จากการสังเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ประกอบกับ ประเทศไทยซึ่งเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์มีพืชต่างๆมากมาย ซึ่งในภายหลังในปีพ.ศ. 2522 ประเทศไทยมีความตื่นตัวที่จะพัฒนาความรู้ด้านพืชสมุนไพร หน่วยงานภาครัฐได้เริ่มต้นนโยบายสาธารณสุขขั้นมูลฐานอย่างเป็นทางการโดยเพิ่มโครงการสาธารณสุขขั้นมูลฐานเข้าในแผนพัฒนาการสาธารณสุขตามแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 จนถึงฉบับที่ 7 ที่คอยพัฒนาช่วยสนับสนุนเรื่องของสมุนไพรในด้านต่างๆ

## 5.2 ความสำคัญของสมุนไพรในด้านเศรษฐกิจ

ในปัจจุบันพืชสมุนไพรจัดเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่ต่างประเทศกำลังหาทางลงทุนและคัดเลือกสมุนไพรไทยไปสกัดหาตัวยาเพื่อรักษาโรคบางโรคและมีหลายประเทศที่นำสมุนไพรไทยไปปลูกและค้าขายแข่งกับประเทศไทยสมุนไพรหลายชนิดที่เราส่งออกเป็นรูปของวัตถุดิบคือกระวานขมิ้นชันเร็วเปล้าน้อยและมะขามเปียกเป็นต้นซึ่งสมุนไพรเหล่านี้ตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการอีกมากและในปัจจุบันกรมวิชาการเกษตรกรมส่งเสริมการเกษตรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ให้ความสนใจในการศึกษาเพิ่มขึ้นและมีโครงการวิจัยบรรจุไว้ในแผนพัฒนาระบบการผลิตการตลาดและการสร้างงานในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) เพื่อหาความเป็นไปได้ในการพัฒนาคุณภาพและแหล่งปลูกสมุนไพรเพื่อส่งออกโดยกำหนดชนิดของสมุนไพรที่มีศักยภาพ 13 ชนิดคือมะขามแขกกานพลูเทียนเกล็ดหอยคองคิงเร็วกระวานชะเอมเทศขมิ้นจันทร์เทศใบพลูพริกไทยคิปลีและน้ำผึ้ง (สุภาพร บางใบ, 2556)

จากข้างต้นสามารถสรุปความสำคัญของสมุนไพรได้ว่า ปัจจุบันพืชสมุนไพรเป็นพืชทางเศรษฐกิจ ซึ่งองค์การในต่างประเทศได้หาทางลงทุนและคัดเลือกสมุนไพรไปสกัดเป็นตัวยารักษาโรค และดำเนินการค้าขายแข่งกับประเทศไทย ทำให้กรมวิชาการเกษตรกรมส่งเสริมการเกษตรส่งเสริมการเกษตรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์มองเห็นถึงปัญหาและให้ความสำคัญเรื่องการศึกษาและพัฒนาคุณภาพสมุนไพรเพื่อศักยภาพในการส่งออก

## 5.3 ประโยชน์ของพืชสมุนไพร

พืชสมุนไพรที่พบหาได้ในประเทศไทยนั้น นอกจากมีความหลากหลายแล้วยังมีคุณประโยชน์นานัปการ สมุนไพรบางตัวสามารถรักษาโรคบางชนิดได้โดยไม่ต้องใช้ยาแผนปัจจุบันซึ่งบางชนิดอาจมีราคาแพงและต้องเสียค่าใช้จ่ายมากอีกทั้งอาจหาซื้อได้ยากในท้องถิ่นนั้นให้ผลการรักษาได้ดีใกล้เคียงกับยาแผนปัจจุบันและให้ความปลอดภัยแก่ผู้ใช้มากกว่าแผนปัจจุบัน

สมุนไพรหลายชนิดสามารถหาซื้อได้ง่ายในท้องถิ่น ใช้เป็นอาหารและปลูกเป็นพืชผักสวนครัวได้ และมีราคาถูก เช่น ใบกะเพรา โหระพา จิง ข่า คำลิ่ง ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแผนปัจจุบันที่ต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศเป็นการลดการขาดดุลทางการค้า สรรพคุณของสมุนไพรใช้เป็นยาบำรุงรักษาให้ร่างกายมีสุขภาพแข็งแรง

นอกจากคุณสมบัติทางยาแล้ว สมุนไพรยังช่วยถนอมอาหาร ปูรงแต่งกลิ่นสีรสของอาหาร เช่น ลูกจันทร์ สมุนไพรบางชนิดมีความสวยงามจึงสามารถนำไปปลูกเป็นไม้ประดับอาคารสถานที่ต่างๆ ให้สวยงาม เช่น การปลูกกุณฑล เห็ดเทศ สมุนไพรยังใช้ปลูกเป็นเครื่องสำอางเพื่อเสริมความงาม เช่น ว่านหางจระเข้ ปรนระคำ ดีควาย และสามารถนำไปผสมใช้เป็นยาฆ่าแมลงในสวนผักหรือผลไม้ได้ เช่น สะเดา ตะไคร้หอม ยาสูบ ด้วยประโยชน์ที่มีมากทำให้สมุนไพรเป็นที่ต้องการของต่างประเทศ สามารถส่งออกทำรายได้กลับเข้าประเทศ เช่น กระจวาน ขมิ้น ชันเร็ว

ทั้งนี้ สมุนไพรถือเป็นพืชที่มีคุณค่า ควรแก่การอนุรักษ์มรดกไทยให้ประชาชนในแต่ละท้องถิ่นรู้จักช่วยตนเองในการนำพืชสมุนไพรในท้องถิ่นของตนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามแบบแผนโบราณ เป็นการส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นในการนำพืชมาใช้ประโยชน์และเกิดความใกล้ชิดกับธรรมชาติมากขึ้น

เห็นได้ว่า พืชสมุนไพรนั้นมีประโยชน์อยู่หลายด้านเช่น สามารถ รักษาโรคบางชนิดได้ บำรุงสุขภาพร่างกาย ในด้านการประกอบอาหาร ก็คือใช้ในการถนอมอาหาร ตกแต่งสีของอาหาร เป็นต้น ประโยชน์ในการเกษตร เช่น การใช้เป็นยาฆ่าแมลงแทนสารเคมี นอกจากนี้จากมีประโยชน์ด้านของความงาม เช่นการใช้ว่านหางจระเข้ มาให้ความชุ่มชื้นแก่ผิว ที่สำคัญพืชสมุนไพรเป็นสิ่งที่หาง่าย ปลอดภัย และมีราคาถูก เหมาะกับกระแสยุคปัจจุบันที่คนส่วนใหญ่หันมาสนใจรักษาสุขภาพให้แข็งแรง นอกเหนือจากการออกกำลังกายแล้วยังมีการนำสมุนไพรมาเป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์ต่างๆ แทนสารเคมีมากขึ้นเนื่องจากมีความปลอดภัยต่อร่างกาย

#### 5.4 การจำแนกประเภทพืชสมุนไพร

กรมส่งเสริมการเกษตร (2551) ได้จำแนกประเภทของพืชสมุนไพรเป็น 2 วิธีใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้

1. จำแนกตามลักษณะการใช้ประโยชน์คือน้ำมันหอมระเหยยารับประทานยาสำหรับใช้ภายนอกผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอางผลิตภัณฑ์ป้องกันกำจัดศัตรูพืชและผลิตภัณฑ์สมุนไพรในการเลี้ยงสัตว์
2. จำแนกตามลักษณะภายนอกของพืชได้แก่ไม้ยืนต้น ไม้พุ่ม ไม้ล้มลุก ไม้เลื้อยหรือไม้เถา การผลิตพืชสมุนไพรปัจจุบันสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตรกรมส่งเสริมการเกษตรได้กำหนดแนวทางการส่งเสริมการผลิตวัตถุดิบสมุนไพรและแนวทางการส่งเสริมการปลูก

สมุนไพรไว้หลายแนวทางแตกต่างกันในรายละเอียดในแต่ละพื้นที่แต่โดยหลักแล้วควรดำเนินการ ดังนี้การ รวบรวมข้อมูลทางกายภาพจัดทำปฏิทินการปลูกทดสอบการปลูกขยายพันธุ์ส่งเสริมการ ปลูกในแปลงเกษตรกรคัดเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมกับชนิดพืชคัดเลือกเกษตรกรเข้าร่วมโครงการให้ ความรู้แก่เกษตรกรด้านการผลิตและการตลาดจัดทำระบบควบคุมคุณภาพและจัดทำกลไกทาง การตลาดรองรับผลผลิต

จากข้างต้นการจำแนกประเภทสมุนไพร สามารถสรุปได้ดังนี้ การจำแนกประเภท ของพืชสมุนไพร แบ่งเป็น 2 วิธีใหญ่ๆ คือ 1. จำแนกตามลักษณะการใช้ประโยชน์ 2. จำแนกตาม ลักษณะภายนอกของพืช

### 5.5 การแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพร

การแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพรคือการเปลี่ยนแปลงสถานะของสมุนไพรให้ แตกต่างไปจากเดิมเพื่อประโยชน์ในการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้นสมุนไพรมีหลายชนิดและมี สรรพคุณทางยาที่แตกต่างกันดังนั้นการศึกษารูปร่าง สกิล และชื่อสมุนไพรจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มี ความสำคัญเพื่อให้การแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีคุณภาพดีตลอดจนการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้มี คุณภาพใกล้เคียงผลิตภัณฑ์เดิมมากที่สุดเนื่องจากผลิตภัณฑ์บางประเภทไม่สามารถคงสภาพอยู่ได้ นานการแปรรูปจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้นเพื่อให้เกิดผลดีต่อการแปรรูปคงไว้ซึ่งคุณค่าและ สรรพคุณที่ดีของพืชสมุนไพร (ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอท่าใหม่, 2556)

### 5.6 วัตถุประสงค์ของการแปรรูปสมุนไพร

1. เพื่อรักษาคุณภาพและประโยชน์ของสมุนไพร โดยปกติแล้วคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความผูกพันกับเวลากว่าคือคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะลดลงเรื่อยๆเมื่อเวลาเพิ่ม มากขึ้นการแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้อยู่ในรูปที่เหมาะสมจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นคงสภาพอยู่ได้ นาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ผลิตที่อยู่ห่างไกลจากผู้บริโภคการแปรรูปเพื่อการเก็บรักษาจึงมี ความสำคัญมากขึ้น

2. เพื่อเปลี่ยนลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมในเชิงการค้าหรือการนำไปใช้ ประโยชน์ในด้านอื่นๆเช่นพลาควาหญ้าหมอน้อยมีกลิ่นและรสชาติที่รับประทานได้ยากดังนั้นก่อน นำมาบริโภคจำเป็นต้องมีการแปรรูปให้เป็นผงแห้งเสียก่อนพร้อมใส่ในแคปซูลหรือทำเป็นเม็ด เพื่อให้ง่ายต่อการรับประทาน

3. เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นเช่นการนำดอกไม้ที่มีกลิ่นหอมมาสกัด เป็นน้ำหอมน้ำผึ้งนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางโดยผสมน้ำผึ้งร่วมกับน้ำสมุนไพรและยา สมุนไพรในรูปแบบต่างๆเป็นต้น

จากข้างต้นสามารถสรุปวัตถุประสงค์ของการแปรรูปสมุนไพรได้ดังนี้ คือเพื่อรักษาคุณภาพและประโยชน์ของสมุนไพรให้อยู่ในรูปที่เหมาะสมจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นคงสภาพอยู่ได้นานเป็นการเพิ่มมูลค่าในของผลิตภัณฑ์สินค้าเพื่อความเหมาะสมในด้านเชิงการค้าและประโยชน์อื่นๆ

### 5.7 การจัดกลุ่มสมุนไพรแปรรูป

5.7.1 สมุนไพรล้างพิษ ได้แก่ รางจืด ย่านาง หมอหน้อย พลูควาว เป็นต้น

5.7.2 สมุนไพรที่ให้ความชุ่มชื้นแก่เส้นผม ผิวหนัง ลดและป้องกันรอยเหี่ยวย่น ได้แก่ น้ำมันงา น้ำมันมะพร้าว น้ำมันดอกทานตะวัน น้ำมันรำข้าว ว่านหางจระเข้ บัวบก น้ำผึ้ง ข้าวกล้อง ขมิ้นชัน ว่านนางคำ กล้วย แครอท แตงกวา บอระเพ็ด เกสรทั้ง 5 (มะลิ, พิกุล, บุนนาค, สารภี, บัวหลวง) เป็นต้น

5.7.3 สมุนไพรที่ฤทธิ์ฆ่าเชื้อแบคทีเรีย ช่วยสมานแผลให้หายเร็ว ลดรอยแผลเป็น ลดรอยด่างดำ ได้แก่ มังคุด ทับทิมว่านหางจระเข้ บัวบก ขมิ้น จันทน์แดง หม่อน พญาบาท สารส้ม ทองพันชั่ง น้ำปูนใส นมผึ้ง เกสรผึ้ง พลูควาว เป็นต้น

5.7.4 สมุนไพรที่ใช้ทาความสะอาดผิว ชะล้างความมัน เร่งการผลัดเซลล์ ได้แก่ มะขาม มะเจือเทศ ส้มป่อย มะขามป้อม กระจับปี่ เกล็ด ลิ่นทะเล ว่านสากเหล็ก ไพล มะคำดีควาย ขี้นอน สับปะรด เป็นต้น

5.7.5 สมุนไพรที่ลดการอักเสบ และ ลดอาการแพ้และระคายเคือง และ โรคผิวหนัง ได้แก่ ขมิ้น ฟ้าทะลายโจร บัวบก กานพลู พญาบาท จันทน์แดง เท้ายายม่อม เมล็ดดอกบานเย็น ทองพันชั่ง ย่านางแดง รางจืด ตำลึง ดินสอพอง เหงือกปลาหมอ เสลดพังพอน ลำมะงา ผักบู่ พลู ผักบู่ทะเล ชุมเห็ดเทศ ชุมเห็ดไทย บอระเพ็ด เป็นต้น

5.7.6 สมุนไพรที่มีกลิ่นหอมช่วยแต่งกลิ่น และมีสรรพคุณทางยา ได้แก่ การบูร พิมเสน ขมิ้นชัน ว่านนางคำ ไพล วรรณิการ์ แก้ว สิวาดิ ปิ๊ป โหมก กระดังงา กุหลาบ ว่านสาวหลง กานพลู จำปี แผลหอม มะกรูด จิง ข่า ตะไคร้ มะนาว ส้มเขียวหวาน ฝรั่ง เป็นต้น

5.7.7 สมุนไพรที่ให้สีสันทสวยงามใช้แต่งแต้มอาหาร และเครื่องสำอาง ได้แก่ ขมิ้น ใบเตยอัญชัน แครอท ผักปลั่ง ครั่ง ผางเสน วรรณิการ์ เป็นต้น

จากข้างต้นสามารถสรุปการจัดกลุ่มสมุนไพรแปรรูปได้ดังนี้ สมุนไพรแปรรูปสามารถแบ่งออกเป็น 7 กลุ่มได้แก่ 1. สมุนไพรล้างพิษ 2. สมุนไพรที่ให้ความชุ่มชื้นแก่เส้นผม ผิวหนัง ลดและป้องกันรอยเหี่ยวย่น 3. สมุนไพรที่ฤทธิ์ฆ่าเชื้อแบคทีเรีย ช่วยสมานแผลให้หายเร็ว ลดรอยแผลเป็น ลดรอยด่างดำ 4. สมุนไพรที่ใช้ทาความสะอาดผิว ชะล้างความมัน เร่งการผลัดเซลล์ 5. สมุนไพรที่ลดการอักเสบ และ ลดอาการแพ้และระคายเคือง และ โรคผิวหนัง 6. สมุนไพรที่มีกลิ่น

หอมช่วยแต่งกลิ่น และมีสรรพคุณทางยาและ 7. สมุนไพรที่ให้สี สันสวยงามใช้แต่งแต้มอาหาร และเครื่องสำอาง โดยสมุนไพรทั้ง 7 กลุ่มจัดอยู่ในประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และเป็นข้อมูลสำหรับศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบการขายผลิตภัณฑ์ประเภทดังกล่าวนี้

## 6. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำเกณฑ์มาตรฐาน

### 6.1 ความหมายของเกณฑ์

เกณฑ์ หมายถึง ระดับหรือมาตรฐานที่ถือว่าเป็นความสำเร็จของการดำเนินงานหรือผลการดำเนินงาน เกณฑ์เป็นตัวตัดสินคุณภาพของการปฏิบัติหรือผลที่ได้รับ เกณฑ์อาจได้มาจากมาตรฐานวิชาชีพ มาตรฐานการกระทำ หรือระดับความคาดหวังที่พึงประสงค์ของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องต่างๆ เช่น มาตรฐานที่กำหนดโดยผู้เชี่ยวชาญ ความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ ค่านิยมของสังคม เป็นต้น (พนารัตน์ สุภาคาร, 2548)

### 6.2 ประเภทของเกณฑ์

6.2.1 เกณฑ์สัมพัทธ์ (Relative Criteron) เป็นเกณฑ์ที่พัฒนามาจากประสบการณ์ในการเปรียบเทียบผลระหว่างโครงการ หรือเปรียบเทียบผลที่เคยทำมาแล้วหรือเปรียบเทียบกับปกติวิสัย (norm) ของการจัดโครงการโดยทั่วไป

6.2.2 เกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criteron) เป็นเกณฑ์ที่พัฒนามาจากหลักเหตุผลเกี่ยวกับมาตรฐานของสิ่งนั้น หรือความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับหรือคุณภาพของสิ่งนั้นอันเป็นที่ยอมรับของผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ (พนารัตน์ สุภาคาร, 2548)

### 6.3 ความหมายของมาตรฐาน

องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization for Standard : ISO) ได้นิยามคำว่า การทำมาตรฐาน (Standardization) หมายถึง กิจกรรมในการวางข้อกำหนดเกี่ยวเนื่องกับปัญหาสำคัญที่อยู่หรือที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้เป็นหลักเกณฑ์ที่มีใช้กันทั่วไปจนเป็นปกติวิสัย โดยมุ่งให้บรรลุถึงความสำเร็จสูงสุดตามข้อกำหนดที่วางไว้ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดการปรับปรุงความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ กรรมวิธี และการบริการตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้คำนิยาม “มาตรฐาน” หมายถึง สิ่ง que ถือเอาเป็นเกณฑ์ที่รองรับกันทั่วไป เช่น เวลามาตรฐานกรีนิช สิ่ง que ถือเอาเป็นเกณฑ์สำหรับเทียบกำหนดทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ เช่น มาตรฐานอุตสาหกรรม หนังสือนี้ยังไม่เข้ามาตรฐาน

สรุปได้ว่า มาตรฐาน (Standard) หมายถึง เอกสารที่จัดทำขึ้นจากการเห็นพ้องต้องกัน และได้รับความเห็นชอบจากองค์กรอันเป็นที่ยอมรับทั่วไป เอกสารดังกล่าววางกฎระเบียบแนวทาง

ปฏิบัติหรือลักษณะเฉพาะกิจกรรมหรือผลที่เกิดขึ้นของกิจกรรมนั้น ๆ เพื่อให้เป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้กันทั่วไปจนเป็นปกติวิสัย โดยมุ่งให้บรรลุถึงความสำเร็จสูงสุดตามข้อตกลงที่วางไว้

#### 6.4 หลักการเบื้องต้นของมาตรฐาน

หลักการเบื้องต้นของมาตรฐาน มีดังต่อไปนี้ (สำนักมาตรฐานการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2547)

1. การมาตรฐานเป็นความพยายามทำสิ่งต่าง ๆ ให้ง่ายขึ้น อันเป็นผลมาจากการพยายามอย่างมีเหตุผลของสังคม การพยายามที่จะลดแบบและขนาดของสิ่งต่าง ๆ และมุ่งที่จะป้องกันความยุ่งยากซับซ้อนที่ไม่จำเป็นในอนาคตอีกด้วย
2. การจะได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรมีพื้นฐานมาจากการประชุมตกลงกันของกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและต้องมีการลงมติเป็นเอกฉันท์
3. ควรมีการสนับสนุนให้มีการนำมาตรฐานที่จัดทำขึ้นมาใช้อย่างกว้างขวาง โดยการเสียดผลประโยชน์ส่วนตนเพื่อส่วนรวม
4. การกำหนดมาตรฐานแต่ละประเภทควรมีการพิจารณามาตรฐานนั้นอย่างรอบคอบและรอบด้านและทำซ้ำหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้เกิดความแม่นยำ ความถูกต้องของมาตรฐาน
5. มาตรฐานควรมีการปรับปรุงแก้ไขในระยะเวลาที่สมควร ขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมเฉพาะตัว โดยทั่วไปควรมีการตรวจสอบทุก 5 ปี และปรับปรุงแก้ไขภายใน 10 ปี
6. การกำหนดมาตรฐานระดับชาติ จะต้องมีกฎหมายบังคับและในการนำมาตรฐานไปใช้ จะต้องพิจารณาถึงธรรมชาติของการมาตรฐาน กฎหมาย และเงื่อนไขต่าง ๆ ของบุคคลในสังคม

#### 6.5 ความมุ่งหมายของการกำหนดมาตรฐาน (Aims of Standardization)

สำนักมาตรฐานการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2547) ได้กำหนดความมุ่งหมายของการกำหนดมาตรฐานที่สำคัญไว้ดังนี้

ความมุ่งหมายของการกำหนดมาตรฐานในแต่ละระดับ จะมีความมุ่งหมายที่แตกต่างกันออกไป แต่โดยทั่ว ๆ ไปแล้วสามารถรวบรวมความมุ่งหมายที่สำคัญเข้าด้วยกันได้ 3 จุดมุ่งหมาย คือ

1. เพื่อให้เกิดความประหยัดในทางเศรษฐกิจ (Overall Economy) หมายถึง การประหยัดกำลังคน วัสดุ และเครื่องจักร อำนาจและพลังงาน และยังหมายถึงการประหยัดของผู้ผลิตและผู้บริโภคอีกด้วย

2. เพื่อคุ้มครองผลประโยชน์ของผู้บริโภค (Protection of Consumer's Interests) หมายถึง การให้ความคุ้มครองคุณภาพของสินค้าและบริการ

3. เพื่อคุ้มครองความปลอดภัยของชีวิตและสุขภาพ (Safety and Protection of Health and Life) จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการใช้สินค้าหรือวัสดุโดยทั่ว ๆ ไป หรือเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับกรรมวิธีการผลิต เช่น มาตรฐานในการกำหนดความไม่บริสุทธิ์ในการบริโภค มาตรฐานในการเก็บรักษาวัตถุดิบมันตภาพรังสี

ปัจจุบันการกำหนดมาตรฐานได้พัฒนามากขึ้น โดยในช่วงแรก ๆ จะเป็นการกำหนดมาตรฐานในการพัฒนาการผลิตด้านเศรษฐกิจ เพื่อคุ้มครองคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมถึงการสร้างหลักประกันให้ผู้บริโภคมีความคุ้มค่า คุ้มครองประโยชน์ต่อสินค้าและบริการ ต่อมามีการพัฒนามาตรฐานมาสู่ด้านสังคมเพื่อเป็นการส่งเสริม พัฒนาให้เกิดการมีคุณภาพชีวิตที่ดี การสร้างความมั่นคงของมนุษย์ในระยะยาว

#### 6.6 ขอบเขตของการกำหนดมาตรฐาน (Field of Standardization)

สำนักมาตรฐานการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2547) ได้กล่าวถึงขอบเขตของการกำหนดมาตรฐานซึ่งครอบคลุมถึงระดับ (Level) สาขา (Subject) และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆ (Aspect) ปัจจุบันมาตรฐานที่ใช้ได้รับผลกระทบจากกระแสของโลกไร้พรมแดน มาตรฐานจึงมีขอบเขตที่กว้างขวาง มีลักษณะที่เป็นสากลมากขึ้น ดังต่อไปนี้

6.6.1 มาตรฐานระหว่างประเทศ (International Standards) เป็นมาตรฐานที่ได้จากข้อตกลงร่วมกันของประเทศสมาชิกต่าง ๆ ที่มีความสนใจร่วมกัน เช่น มาตรฐานระหว่างประเทศขององค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization – ISO)

6.6.2 มาตรฐานระดับภูมิภาค (Regional Standards) เป็นมาตรฐานที่เกิดขึ้นจากการประชุมปรึกษาหารือระหว่างประเทศในภูมิภาคเดียวกัน แล้วกำหนดข้อตกลงร่วมกัน ส่วนมากจะเป็นการปรับมาตรฐานระดับประเทศในภูมิภาคเดียวกัน ให้มีสาระสำคัญสอดคล้องกัน

6.6.3 มาตรฐานระดับประเทศ (Nation Standards) เป็นมาตรฐานที่ได้จากการประชุมหารือ เพื่อหาข้อตกลงร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่ายในชาติ โดยมีหน่วยงานมาตรฐานของชาตินั้น ๆ เป็นศูนย์กลาง ซึ่งหน่วยงานมาตรฐานของชาตินี้ อาจเป็นหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนก็ได้

6.6.4 มาตรฐานระดับสมาคม (Association Standards) เป็นมาตรฐานที่กำหนดขึ้นจากกลุ่มบริษัท หรือกลุ่มบุคคลที่อยู่ในวงการค้าเดียวกัน หรือเกิดจากข้อตกลงของกลุ่มบริษัท หรือ

โรงงานที่มีกิจกรรมของอุตสาหกรรมเป็นอย่างเดียวกัน หรือมีการผลิตของชนิดเดียวกัน เช่น กลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ สวมคมอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า ฯลฯ

6.6.5 มาตรฐานระดับบริษัท (Company Standards) เป็นมาตรฐานที่เกิดขึ้นจากการกำหนดขึ้น โดยการตกลงร่วมกันของแผนกบริษัท เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบการผลิต การซื้อขาย ฯลฯ

6.6.6 มาตรฐานระดับบุคคล (Individual Standards) เป็นมาตรฐานที่กำหนดขึ้นโดยที่ความต้องการให้แต่ละบุคคล รวมถึงการกำหนดโดยแต่ละหน่วยงานเพื่อให้เป็นไปตามความประสงค์ของแต่ละคนหรือแต่ละหน่วยงาน เช่น ข้อกำหนดการทำเฟอร์นิเจอร์แต่ละชิ้น การออกแบบบ้านแต่ละหลัง เชื้อนแต่ละแห่ง การสร้างสะพาน ฯลฯ

#### 6.7 ข้อกำหนดของมาตรฐาน (Standardization Aspect)

ข้อกำหนดในมาตรฐาน หมายถึง รายละเอียดภายใต้ข้อกำหนดแต่ละข้อในมาตรฐานเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตัวอย่างเช่น มาตรฐานของการพัฒนาการจัดการของผู้ประกอบการ โดยมีองค์ประกอบที่ต้องพิจารณา ได้แก่ ความหมายของคำต่าง ๆ ที่ใช้มาตรฐาน (บทนิยาม) ข้อกำหนดเกี่ยวกับขนาด รูปร่าง ชั้นคุณภาพ หรือ Parameter ที่ออกแบบเพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้ให้มากที่สุด และจะต้องทำให้เกิดความประหยัดมากที่สุดด้วย รายละเอียดการทำหรือโครงสร้าง คุณลักษณะที่ต้องการด้านคุณภาพ ส่วนประกอบหรือสมรรถนะของมาตรฐานเป็นเครื่องมือไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาเด็กและเยาวชน อันจะนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ยังมีวิธีการชักตัวอย่างเพื่อนำไปตรวจสอบเพื่อหาหรือติดตามผลว่ามาตรฐานนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดในแต่ละรายการหรือไม่ โดยการตรวจสอบจากตัวอย่างหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง วิธีการทดสอบหรือวิเคราะห์เพื่อประเมินคุณลักษณะขององค์ประกอบหลายด้านที่ใช้ตัวใดตัวหนึ่งตามรายการทดสอบหรือวิเคราะห์ วิธีการกำหนดชั้นคุณภาพและการให้คำจำกัดความของแต่ละชั้นคุณภาพ เช่น วิธีการดำเนินงาน ผลประกอบการ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ รวมทั้งข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการออกแบบ การส่งเสริม การเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาศักยภาพให้สูงขึ้น

#### 6.8 ประโยชน์ของมาตรฐาน (Benefits of Standardization)

ประโยชน์ของการสร้างมาตรฐานที่เห็นได้ในการพัฒนาการจัดการคือ เพื่อสร้างให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้ดำเนินการ เป็นแนวทางในการปรับปรุงความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ กรรมวิธีการผลิต และการบริหารตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ นอกจากนี้การสร้างมาตรฐานยังทำเพื่อป้องกันไม่ให้มีอุปสรรคในทางการค้าและเกิดความยุติธรรม ช่วยส่งเสริมให้เกิดความเป็นธรรมในการซื้อขาย ในการแข่งขันทางการค้า เพราะข้อกำหนดมาตรฐานจะทำให้สินค้า

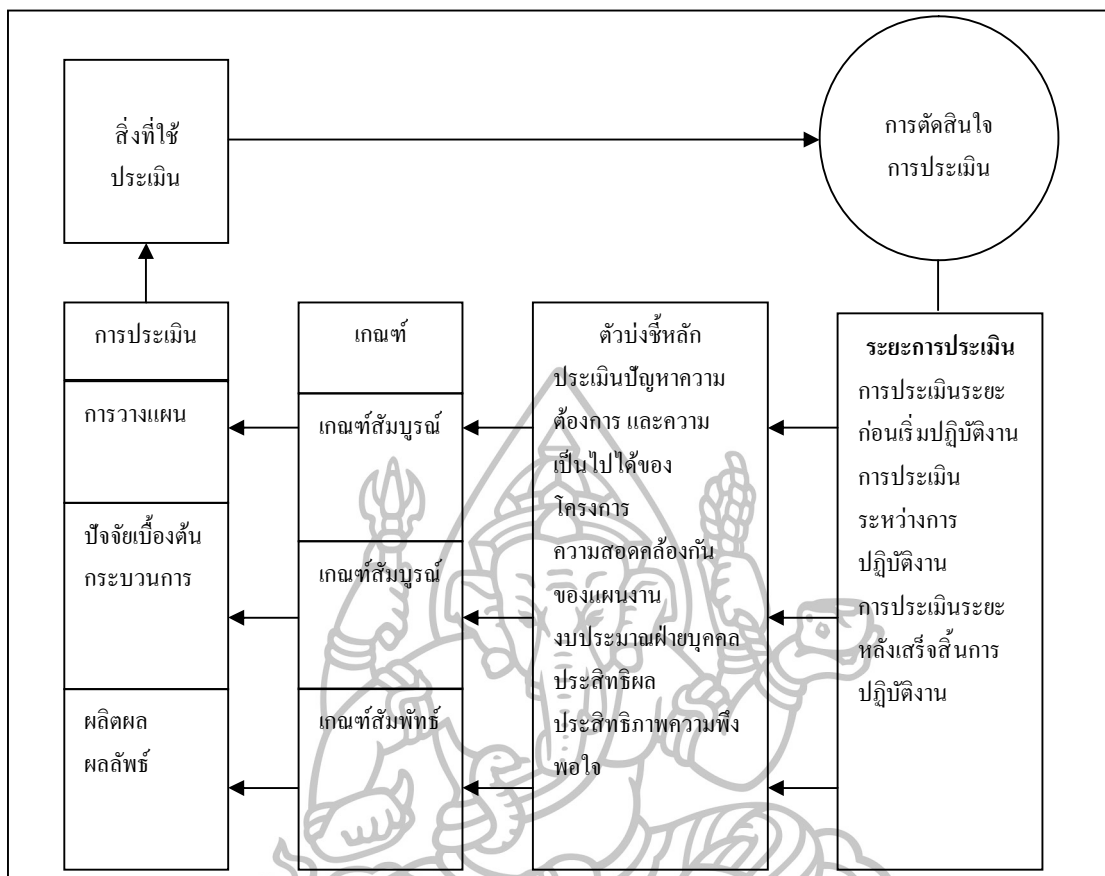


และบริการมีคุณภาพแน่นอน และเป็นการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกันในทางเทคโนโลยี การพัฒนาบริการให้มีคุณภาพตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

#### 6.9 ทฤษฎีเกณฑ์การประเมิน

การตัดสินคุณค่าภายนอกด้านใดด้านหนึ่ง หรือหลายด้านของสิ่งที่มีมุ่งประเมิน ไม่ว่าจะเกี่ยวกับการประเมินบริบท ปัจจัยเบื้องต้น กระบวนการ หรือผลที่ได้สามารถทำได้โดยการอ้างอิงจากสิ่งที่สังเกตได้ตามตัวบ่งชี้ เพื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่เหมาะสม โดยนักประเมินสามารถเลือกใช้เกณฑ์มาตรฐานของสิ่งนั้น(เกณฑ์สัมบูรณ์) หรือเกณฑ์จากการ 11 เรียบเทียบกับโครงการเดิมที่ ทำมาแล้ว หรือโครงการอื่นๆที่ใกล้เคียงกัน(เกณฑ์สัมพัทธ์) ในการเลือกใช้เกณฑ์อย่างเหมาะสม สำหรับใช้ตัดสินให้ครอบคลุมคุณค่าด้านที่ต้องการประเมิน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนา คุณค่าของสิ่งนั้น นักประเมินจะต้องพิจารณาถึงความสำคัญของบริบท และจุดเน้นของการประเมิน ในช่วงระยะเวลาที่ประเมินนั้น (พนารัตน์ สุภาคาร, 2548)

ในการประเมินก่อนเริ่มปฏิบัติงาน (Pre-Implementation Evaluation) เพื่อ วางแผนโครงการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เกี่ยวข้อง และการประเมินระหว่างการ ปฏิบัติงาน (Implementation Evaluation) เพื่อกำกับติดตามการนำโครงการไปปฏิบัติ เป็นการ ประเมินที่มีลักษณะเฉพาะ โครงการ จึงควรเลือกใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ สำหรับตัดสินคุณค่าตามมาตรฐาน การปฏิบัติของโครงการที่สนองต่อความต้องการของผู้เกี่ยวข้อง ความเป็นไปได้ การปฏิบัติตามแผน นผลการบริหารทรัพยากรภายใต้บริบทนั้น แต่ถ้าเป็นการประเมินหลังเสร็จสิ้นการปฏิบัติงาน(Post Implementation Evaluation) เพื่อสรุปผลของโครงการ เป็นการประเมินที่ผูกพันกับการตัดสินใจเชิงสรุปเปรียบเกี่ยวกับการเลือกทางเลือกกระดบ โครงการ จึงควรเลือกใช้เกณฑ์สัมพัทธ์สำหรับตัดสินคุณค่าของโครงการ ด้วยการเปรียบเทียบกับปกติวิสัยของประสิทธิผลและ/หรือประสิทธิภาพของโครงการเดิม หรือโครงการอื่นที่มีธรรมชาติคล้ายคลึงกัน



ภาพที่ 6 โมเดลการกำหนดเกณฑ์การประเมิน  
 พนารัตน์ สุภาคาร, (“การพัฒนาเกณฑ์ประเมินการมีส่วนร่วมของสถานศึกษาและชุมชนในการจัดการศึกษา ของสถานศึกษาระดับประถมศึกษา จังหวัดอุบลราชธานี”) ปรินญาณิพนธ์การศึกษา มหาวิทยาลัย สาขาการวิจัยและสถิติทางการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ, 2548).

จากภาพที่แสดงนี้ ในการประเมินระยะก่อนเริ่มปฏิบัติงาน (Pre-Implementation Evaluation) ซึ่งเป็นช่วงของการพัฒนาโครงการ เพื่อประโยชน์สำหรับการวางแผนโครงการ ควรเริ่มต้นด้วยการประเมินบริบท (Context evaluation) เพื่อเตรียมโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการเตรียมเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของโครงการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เกี่ยวข้อง ตัวบ่งชี้ความเหมาะสมของการเตรียมโครงการที่สำคัญ ได้แก่ การประเมินปัญหาความต้องการที่ต้องการแก้ไข (Needs Assessment) และความเป็นไปได้ของโครงการ (Feasibility) การเตรียมโครงการที่เหมาะสมจึงขึ้นอยู่กับคุณลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายและบริบททางสังคม นักประเมินจึงควร

ใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ ตามความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย และความเป็นไปได้ของโครงการในบริบทของสังคมนั้น การประเมินระหว่างการปฏิบัติงาน (Implementation Evaluation) ซึ่งเป็นช่วงของการนำโครงการไปปฏิบัติเพื่อประโยชน์สำหรับการติดตามการปฏิบัติงาน (Monitoring) โดยทั่วไป ควรคำนึงถึงปัจจัยเบื้องต้น (Input) กระบวนการ (Process) และ/หรือผลปฏิบัติงานระยะสั้นที่เกิดขึ้น ตัวบ่งชี้ถึงความเหมาะสมของการปฏิบัติงาน สามารถพิจารณาได้จากความสอดคล้องระหว่างการปฏิบัติงานกับแผนการปฏิบัติ ประสิทธิภาพของการบริหารบุคลากรและงบประมาณของโครงการ ในประเมินจึงควรใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ตัดสินคุณค่าของการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นเกณฑ์ตามแผนการเฉพาะ ของโครงการนั้นที่กำหนดไว้

การประเมินระยะหลังเสร็จสิ้นการปฏิบัติงาน (Post- Implementation Evaluation) ซึ่งเป็นช่วงเสร็จสิ้นโครงการแล้วเพื่อสรุปผลของโครงการ (Summating) อันเป็นผลโดยตรงจากโครงการและผลลัพธ์ (Outcome) อันเป็นผลต่อเนื้อภายนอก ซึ่งอาจเป็นผลพลอยได้และ เป็นผลกระทบระยะยาว ตัวบ่งชี้ผลสำเร็จที่สำคัญ ได้แก่ ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพเพื่อการตัดสินใจ การตัดสินใจสรุปของโครงการ นักประเมินจึงควรใช้เกณฑ์สัมพัทธ์ เพื่อเปรียบเทียบมาตรฐานของโครงการกับโครงการเดิม หรือโครงการที่คล้ายคลึงกัน

## 7. แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR

เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) นี้ (จุมพล พูลภัทรชีวิน, 2548) เป็นการผสมผสานระหว่างเทคนิคการวิจัยแบบ EFR (Ethnographic Futures Research) และเดลฟาย (Delphi) เข้าด้วยกัน โดยมีความเชื่อพื้นฐานของอนาคตนิยม (Futurism) จุดมุ่งหมายของการวิจัยอนาคต (Futures Research) เทคนิคเดลฟาย และ EFR จุดมุ่งหมายหลักมีใช้อยู่ที่การทำนายที่ถูกต้องแต่อยู่ที่การสำรวจและศึกษาแนวโน้มที่เป็นไปได้หรือน่าจะเป็นเรื่องที่ศึกษาให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ทั้งที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ เพื่อที่จะหาทางทำให้แนวโน้มที่พึงประสงค์นั้นเกิดขึ้นและป้องกัน หรือขจัดแนวโน้มที่ไม่พึงประสงค์ให้หมดไป หรือหาทางที่จะเผชิญกับแนวโน้มที่ไม่พึงประสงค์นั้นอย่างมีประสิทธิภาพ ถ้าหากว่ามันจะเกิดขึ้นจริงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากการวิจัยอนาคตจะมีประโยชน์โดยตรงต่อการวางแผน การกำหนดนโยบายการตัดสินใจ ตลอดไปจนถึงการกำหนดยุทธวิธี (Strategies) และกลวิธี (Tactics) ที่จะนำไปสู่การสร้างอนาคตที่พึงประสงค์ และการป้องกันหรือขจัดอนาคตที่ไม่พึงประสงค์เทคนิคการวิจัยแบบเดลฟาย (The Delphi Technique) เดลฟายเป็นเทคนิคการทำนายที่พัฒนาขึ้น โดย Helmer, Dalkey และ Rescher ในปัจจุบันเดลฟายเป็นเทคนิคการทำนายที่ได้รับความนิยม

นิยมอย่างมากในเกือบทุกวงการไม่ว่าด้านธุรกิจ การเมือง การทหาร เศรษฐกิจ การสาธารณสุข การศึกษา และด้านอื่น ๆ

เดลฟายยังถือเป็นเทคนิคการสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ช่วยให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนได้รับข่าวสารและแลกเปลี่ยนความเชี่ยวชาญระหว่างกัน โดยไม่มีการเผชิญหน้ากันโดยตรง เช่นเดียวกับการระดมสมองหรือการประชุมกลุ่มแบบอื่นๆ เป็นการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญอย่างเป็นระบบ โดยการขอให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนคาดการณ์ว่าแนวโน้มหรือเหตุการณ์แต่ละอย่างจะเกิดขึ้นเมื่อใด หรือคาดการณ์ว่าภายในเวลาที่กำหนด เช่น อีก 10 ปี ข้างหน้าจะมีเหตุการณ์หรือแนวโน้มใดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชนที่จะเกิดขึ้นบ้าง หลังจากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์แล้วป้อนผลการวิเคราะห์กลับไปให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนพิจารณาคำตอบเดิมของตนเองเทียบกับของกลุ่ม แล้วคาดการณ์หรือตอบตามรูปแบบที่ผู้วิจัยกำหนดอีกครั้งหนึ่ง ผู้วิจัยก็จะนำคำตอบไปวิเคราะห์ใหม่แล้วอาจป้อนข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์กลับไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาอีกครั้งจนกว่าจะได้คำตอบที่เป็นฉันทามติ (Consensus) ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จุดมุ่งหมายของการทำซ้ำดังกล่าวก็เพื่อที่จะกรองความเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญนั่นเอง

ทั้งนี้อาจสรุปขั้นตอนหลักของเทคนิคการวิจัยแบบเดลฟายได้ เริ่มจากกำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Panel Experts) ผู้วิจัยจะต้องหาวิธีและคัดเลือกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ที่มีความรู้ความสามารถและความชำนาญในเรื่องที่จะศึกษา โดยปกติจะมีประมาณตั้งแต่สิบกว่าคนขึ้นไปอาจถึงร้อย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายการวิจัย ความซับซ้อนของเรื่องที่จะศึกษา เวลา และงบประมาณ กำหนดประเด็นแนวโน้มและสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัย โดยทั่วไปมักจะอยู่ในรูปของแบบสอบถามหรือการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ทำเดลฟายรอบที่หนึ่ง โดยการส่งแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญหรือสัมภาษณ์ หรือการประชุมทางไกล รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในรอบที่หนึ่ง ทำเดลฟายรอบที่สอง โดยรอบนี้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านจะได้รับข้อมูลป้อนกลับเชิงสถิติ (Statistical Feedbacks) ที่เป็นของกลุ่มโดยส่วนรวม เช่น ค่าร้อยละ ค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ของกลุ่ม ผวนควด้วยคำตอบเดิมของตนเองแล้วขอให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนพิจารณาตอบใหม่ ทำเดลฟายรอบที่สาม รอบที่สี่ สรุป และอภิปรายผลโดยการเสนอแนวโน้มที่มีฉันทามติตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้แล้วอภิปรายเสนอแนะจากผลการวิจัย

เทคนิคการวิจัยแบบ EFR (Ethnographic Futures Research) พัฒนามาจากระเบียบวิธีวิจัยทางมานุษยวิทยาที่เรียกว่า การวิจัยชาติพันธุ์วรรณนา (Ethnographic Research หรือ Ethnography) EFR โดยพยายามดึงเอาอนาคตภาพและค่านิยมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มประชากรที่ศึกษาโดยการสัมภาษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะกล่าวคือ เป็นการสัมภาษณ์แบบเปิดและไม่ชี้แนะ (Non-directive, open-ended) โดย

ผู้วิจัยอาจมีหัวข้อหรือประเด็นที่เตรียมไว้ประกอบเพื่อกันลิ่ม แต่จะไม่มีลักษณะของการถามแบบ ขึ้นนำ หลักการสัมภาษณ์แบบ EFR นี้ถือว่าผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ควบคุมการสัมภาษณ์และมีอิสระในการให้สัมภาษณ์อย่างเต็มที่ลักษณะของสัมภาษณ์แบบ EFR ที่เด่นและแตกต่างไปจากการสัมภาษณ์แบบอื่น คือ จะมีการแบ่งช่วงการสัมภาษณ์ออกเป็นช่วง ๆ โดยอาจจะแบ่งตามหัวข้อที่สัมภาษณ์ หรือตามช่วงเวลาที่เหมาะสม เช่น ทุก ๆ ประมาณ 10 นาที ผู้สัมภาษณ์จะสรุปการสัมภาษณ์จากบันทึกที่จดไว้หรือจากเทปบันทึกเสียงให้ผู้สัมภาษณ์ฟัง และขอให้ผู้ให้สัมภาษณ์ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและแก้ไขคำสัมภาษณ์ได้ กระบวนการเช่นนี้เรียกว่าเทคนิคการสรุปสะสม (Cumulative Summarization Technique) โดยจะทำเช่นนี้จนจบการสัมภาษณ์เพื่อที่จะช่วยให้ผู้วิจัยมีความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้นว่า ข้อมูลที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ คือมีทั้งความตรง (Validity) และความเที่ยง (Reliability) ของข้อมูลเพิ่มขึ้น (Textor, 1979)

โดยปกติการสัมภาษณ์แบบ EFR นี้จะประกอบด้วยอนาคตภาพที่เป็นทางเลือก (Alternative) 3 ภาพและเรียงลำดับกันไป คือ อนาคตภาพทางดี (Optimistic-Realistic Scenario) อนาคตภาพทางร้าย (Pessimistic-Realistic Scenario) และอนาคตภาพที่น่าจะเป็นไปได้มากที่สุด (Most-Probable Scenario) อนาคตภาพทั้ง 3 ภาพนี้ จะประกอบไปด้วยแนวโน้มในอนาคตที่ผู้ให้สัมภาษณ์คาดว่าจะมีโอกาสเกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงมีการใช้คำว่า Realistic กำกับไว้ทั้งในอนาคตภาพทางดีและอนาคตภาพทางร้าย เมื่อสัมภาษณ์ครบทั้ง 3 ภาพตามขั้นตอนเสร็จแล้ว ผู้สัมภาษณ์อาจจะสรุปการสัมภาษณ์ให้ผู้ให้สัมภาษณ์ฟังทั้งหมดอีกครั้งหนึ่ง และขอให้ผู้สัมภาษณ์ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแก้ไข และหรือเพิ่มเติมคำสัมภาษณ์อีก หรืออาจจะนำผลการสัมภาษณ์ที่จดบันทึกไว้หรืออัดเทปไว้กลับไปเรียบเรียงใหม่ แล้วส่งผลการสัมภาษณ์ที่เรียบเรียงแล้ว (Protocol) ไปให้ผู้ให้สัมภาษณ์อ่าน และตรวจแก้ไขเป็นการส่วนตัวก็ได้ หลังจากนั้นจึงนำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อจะหาจันทามติระหว่างกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ แล้วนำแนวโน้มที่มี จันทามติมาเขียนเป็นอนาคตภาพ ซึ่งเป็นผลการวิจัย

เทคนิคการวิจัยแบบ EDFR เป็นเทคนิคการวิจัยอนาคตที่ตอบสนองจุดมุ่งหมาย และความเชื่อพื้นฐานของการวิจัยอนาคตมากที่สุดวิธีหนึ่งในปัจจุบัน เป็นเทคนิคการวิจัยที่รวมเอา จุดเด่นหรือข้อดีของเทคนิค EFR และ Delphi เข้าด้วยกันการรวมข้อดีทั้งสองเทคนิคช่วยแก้จุดอ่อนของแต่ละเทคนิคได้เป็นอย่างดีโดยหลักการแล้วเทคนิค EDFR เป็นการผสมผสานระหว่างเทคนิค EFR กับ Delphi เข้าด้วยกันขั้นตอนต่างๆ ของ EDFR ก็คล้ายๆ กับ Delphi เพียงแต่ได้มีการปรับปรุงวิธีให้มีความยืดหยุ่น และเหมาะสมมากขึ้น โดยในรอบแรกของการวิจัยจะใช้การสัมภาษณ์แบบ EFR หลังจากการสัมภาษณ์ในรอบแรก ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์แล้วสร้างเป็นเครื่องมือ ซึ่งมักจะมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแล้วส่งไปให้ผู้เชี่ยวชาญตอบตามรูปแบบของ

เคลฟาย เพื่อที่จะกรองความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาฉันทามติ ซึ่งมักจะทำประมาณ 2-3 รอบ หลังจากนั้นจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวโน้มที่มีความเป็นไปได้มาก และมีความสอดคล้องทางความคิดเห็นระหว่างกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อสรุปเขียนเป็นอนาคตภาพ

สรุปขั้นตอนหลักของการวิจัยแบบ EDFR เริ่มจากการกำหนดและเตรียมตัวกลุ่มผู้เชี่ยวชาญขั้นนี้ นับว่าสำคัญและจำเป็นมาก การที่ได้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เชี่ยวชาญจริงๆ จะทำให้ผลการวิจัยน่าเชื่อถือมากขึ้น ส่วนการเตรียมตัวกลุ่มผู้เชี่ยวชาญก็มีความจำเป็น เพราะผู้เชี่ยวชาญอาจมองไม่เห็นความสำคัญของการวิจัยลักษณะนี้ หรืออาจไม่มีเวลาให้ผู้วิจัยได้เต็มที่ ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องติดต่อกับผู้เชี่ยวชาญเป็นการส่วนตัว อธิบายถึงจุดหมาย ขั้นตอนต่างๆ ของการวิจัย เวลาที่ต้องใช้โดยประมาณ และประโยชน์ของการวิจัย ย้ำถึงความจำเป็นและความสำคัญของการใช้ผู้เชี่ยวชาญ แล้วจึงขอความร่วมมือ ถ้าไม่ได้รับความร่วมมือก็จำเป็นต้องไปหาผู้เชี่ยวชาญท่านต่อไป ถ้าได้รับความร่วมมือก็ขอวันและเวลาสำหรับสัมภาษณ์ การเตรียมผู้เชี่ยวชาญดังกล่าว นอกจากจะทำให้มั่นใจได้ว่าจะได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีแล้ว ยังเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญได้มีเวลาเตรียมตัว เตรียมข้อมูล จัดระบบข้อมูลและความคิดล่วงหน้า ช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น สัมภาษณ์ (EDFR รอบที่หนึ่ง) การสัมภาษณ์ที่ลักษณะและขั้นตอนคล้ายกับ EFR แต่ EDFR มีความยืดหยุ่นมากกว่า กล่าวคือ ผู้วิจัยสามารถที่จะเลือกรูปแบบการสัมภาษณ์ที่จะสนองตอบต่อจุดมุ่งหมาย เวลา งบประมาณ และสถานการณ์ของการวิจัยได้ คือ อาจยึดตามรูปแบบของ EFR โดยเริ่มจาก Optimistic-Realistic (OR) Pessimistic-Realistic (P-R) และ Most Probable (M-P) ตามลำดับ หรืออาจจะเลือกสัมภาษณ์เฉพาะแนวโน้มที่ผู้เชี่ยวชาญคาดว่าจะเป็นไปได้ และน่าจะเป็น โดยไม่คำนึงถึงว่าแนวโน้มเหล่านั้นจะเป็นไปในทางดีหรือร้าย เพราะในการทำ EDFR รอบที่สองและสาม ถ้าหากผู้วิจัยสนใจจะแยกศึกษาอนาคตภาพทั้ง 3 ภาพแบบ EFR ผู้วิจัยสามารถทำได้โดยการออกแบบสอบถามที่จะช่วยให้ได้อนาคตภาพทั้ง 3 ภาพอย่างเป็นระบบได้ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อสร้างเป็นเครื่องมือสำหรับทำเคลฟาย (ดวงนภา มกรานุกฤษ, 2554)

#### 7.1 ข้อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่าง EDFR กับ Delphi

ประการแรก EDFR ต่างจาก Delphi ตรงที่ ในรอบแรกของการวิจัยนั้น EDFR ใช้การสัมภาษณ์แบบ EFR ซึ่งโดยวิธีการนี้จะช่วยให้ผู้วิจัยได้แนวโน้มที่มีความเป็นไปได้มากที่สุด และทุกแนวโน้มจะนำไปศึกษาต่อในรอบที่สองและสาม การทำเช่นนี้เป็นการเคารพความเชี่ยวชาญของผู้เชี่ยวชาญอย่างแท้จริง

ประการที่สอง การวิจัยแบบเคลฟายตามรูปแบบเดิมขึ้น มักจะเริ่มด้วยแบบสอบถามหรือแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองในการเก็บข้อมูลรอบที่หนึ่ง

วิธีการนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นการดูถูก (Underestimate) ความเชี่ยวชาญของผู้เชี่ยวชาญ เพราะไปจำกัดข้อมูลที่ควรจะได้จากผู้เชี่ยวชาญ โดยการกำหนดกรอบความคิดของผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัย ตัวอย่างเช่น ถ้าผู้วิจัยสนใจจะศึกษาแนวโน้มของเศรษฐกิจไทยใน 10 ปีหน้า ผู้วิจัยอาจจะสร้างแบบสอบถามที่ครอบคลุมแนวโน้มเฉพาะที่ผู้วิจัยคิดว่าสอดคล้องและสำคัญ การทำเช่นนี้ ผู้วิจัยอาจจะละเลยแนวโน้มหรือประเด็นที่สำคัญอื่น ๆ ที่ผู้วิจัยคาดไม่ถึงหรือไม่รู้ไปอย่างน่าเสียดาย ถึงแม้ว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจะเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดก็ตาม ผู้เชี่ยวชาญก็อาจจะไม่ตอบเพราะขี้เกียจเขียนหรือเพราะถูกชักนำให้คิดเฉพาะเรื่องที่ถูกถามในแบบสอบถาม ทำให้ลืมประเด็นที่น่าสนใจไปได้ แต่ถ้าหากมีการสัมภาษณ์ในรอบแรก ผู้วิจัยก็จะได้แนวโน้มและประเด็นที่สอดคล้องมากที่สุด ซึ่งตอบสนองจุดมุ่งหมายของการวิจัยอนาคตได้ดีกว่า และยิ่งไปกว่านั้น แนวโน้มทุกแนวโน้มยังได้รับการพิจารณาจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญอีกใน EDFR รอบที่สอง และสาม เทคนิค EDFR จึงน่าจะเป็นวิธีวิจัยที่ได้แนวโน้มอย่างครอบคลุม เป็นระบบและน่าเชื่อถือมากกว่า เกลฟาย

## 7.2 ข้อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่าง EDFR กับ EFR

ประการแรก EDFR ต่างจาก EFR ที่ระเบียบวิธีวิจัย กล่าวคือ EFR ใช้การสัมภาษณ์รอบเดียว ส่วน EDFR ใช้การสัมภาษณ์รอบแรกแล้วตามด้วยเคลฟายในรอบที่สอง สาม ฯลฯ วิธีการของ EDFR จึงมีระบบของการได้มาของข้อมูลที่เป็นที่น่าเชื่อถือได้มากกว่า

ประการที่สอง ผลสรุปของการวิจัยแบบ EFR คือ อนาคตภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เพียงรอบเดียว โดยเลือกเอาแนวโน้มที่มีฉันทามติระหว่างผู้ให้สัมภาษณ์ จุดอ่อนของวิธีนี้คือการขาดระบบที่น่าเชื่อถือในการพิจารณาแนวโน้มที่มีฉันทามติ และโดยระเบียบวิธีเองอาจทำให้แนวโน้มที่สำคัญต้องหลุดไปเพราะเป็นไปได้ที่ว่ามีผู้เชี่ยวชาญเพียงคนเดียวที่พูดถึงแนวโน้มเหล่านั้น ผู้เชี่ยวชาญคนอื่น ตลอดจนผู้วิจัยก็อาจลืม นึกไม่ถึงหรือ ไม่รู้ จึงไม่ได้พูดถึงแนวโน้มเหล่านั้น แนวโน้มเหล่านั้นจึงหลุดออกไปจากผลการวิจัยเพราะไม่มีฉันทามติ ส่วนการวิจัยแบบ EDFR จะมีแนวโน้มที่ได้จากการสัมภาษณ์ในรอบแรกป้อนกลับไปให้ผู้เชี่ยวชาญทุกคนพิจารณาอีกในการทำเคลฟาย ทำให้ทุกแนวโน้มได้รับการพิจารณาอย่างเป็นระบบเท่าเทียมกัน ผลสรุปที่ได้จากการวิจัยแบบ EDFR จึงเป็นระบบและได้แนวความครอบคลุมและน่าเชื่อถือมากกว่า EFR การประยุกต์ EDFR ถึงแม้ว่า EDFR จะเป็นเทคนิคการวิจัยที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อการวิจัยอนาคตก็ตามแต่เทคนิคการวิจัยแบบ EDFR รวมไปถึง Delphi และ EFR ก็สามารถนำไปใช้วิจัย ในทำนองเดียวกับการวิจัยรูปแบบอื่น ๆ ที่มีอยู่ได้ เช่น การวิจัยเพื่อสำรวจความคิดเห็น สำรวจปัญหา วิจัยเพื่อหารูปแบบ เพื่อกำหนดคน โยบาย เพื่อกำหนดมาตรฐาน เพื่อหาวิธีแก้ปัญหา และเพื่อการตัดสินใจ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน ได้มีการนำเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบต่าง ๆ ไปใช้ในวงการและ

องค์การต่างๆ มากมายทั้งเพื่อการวางแผนในอนาคต วิเคราะห์และแก้ปัญหาในปัจจุบัน ตลอดจนการวิเคราะห์หาค่าดีเพราะเทคนิคการวิจัยอนาคตโดยเฉพาะเดลฟาย และ EDFR นั้นช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่เป็นระบบและน่าเชื่อถือมากขึ้น

จากข้อมูลทั้งหมดเห็นได้ว่าความแตกต่างระหว่าง EDFR กับ EFR อยู่ที่ระเบียบวิธีวิจัยกล่าวคือ EFR ใช้การสัมภาษณ์รอบเดียว ส่วน EDFR ใช้การสัมภาษณ์รอบแรกแล้วตามด้วยเดลฟายในรอบที่สองหรือสาม ซึ่งเทคนิคแบบ EDFR จะให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และเป็นระเบียบวิธีมีความเหมาะสมในการประยุกต์ใช้เก็บข้อมูลกับผู้เชี่ยวชาญและผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย ซึ่งในการวิจัยนี้กำหนดเป็นผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน เพื่อหาฉันทามติเกี่ยวกับแนวโน้มขององค์ประกอบที่สำคัญในการจัดทำเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์

## 8. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

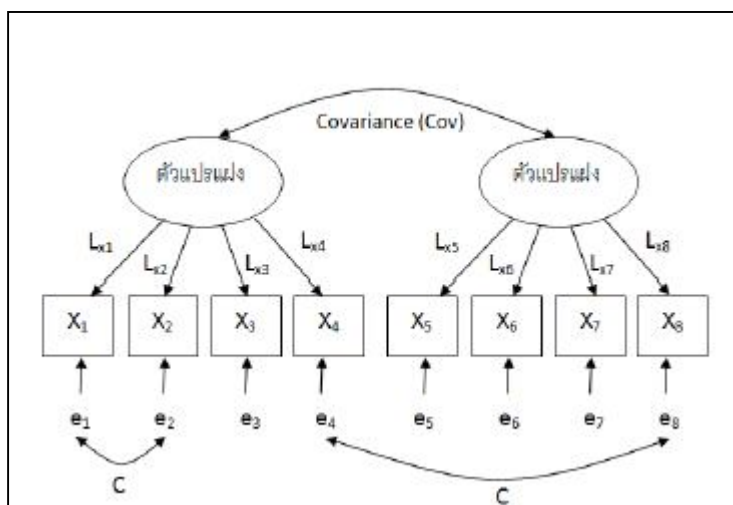
ในปัจจุบันการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันได้รับความนิยมมากขึ้นและเข้ามาแทนที่การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ทั้งนี้เพราะการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น มีรูปแบบการวิเคราะห์ที่หลากหลายส่งผลให้ผลการวิเคราะห์ที่ได้ไม่สอดคล้องกัน บ่อยครั้งที่พบว่าองค์ประกอบที่ได้แปลความหมายค่อนข้างยากเพราะองค์ประกอบประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ที่มีเนื้อหาไม่ค่อยสอดคล้องกัน เนื่องจากการพิจารณาว่าองค์ประกอบใดควรประกอบด้วยตัวแปรสังเกต (Observed Variable) ได้ตัวใดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจนั้น เป็นการจัดกลุ่มตามค่าทางสถิติมากกว่าเนื้อหาทฤษฎี นอกจากนี้ข้อตกลงเบื้องต้นบางประการของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจยังค่อนข้างเข้มงวดและไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง เช่น ตัวแปรที่สังเกตได้ทุกตัวเป็นผลมาจากองค์ประกอบร่วมทุกตัว หรือความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสามารถแก้ปัญหของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้เกือบหมด (เสรี ชัดแจ้ง, 2547) (Steven, 2009: 345)

### 8.1 แนวคิดพื้นฐาน

#### โมเดลการวัด

โมเดลการวัดเป็นสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับตัวแปรแฝงที่นักวิจัยสร้างจากทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรม โมเดลการวัดสามารถสร้างได้หลายแบบ แต่วิธีการหนึ่งที่ยืดต่อความเข้าใจ คือ การแสดงเป็นภาพความสัมพันธ์ (Path Diagram) ตัวอย่างเช่นภาพที่ 2





ภาพที่ 7 แสดงแผนภาพความสัมพันธ์ตามโมเดลทฤษฎีการวัด  
 ที่มา: R.E.Schumacker and R.G. (2010). **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling**  
 (New York: Routledge, 2010), 55-178.

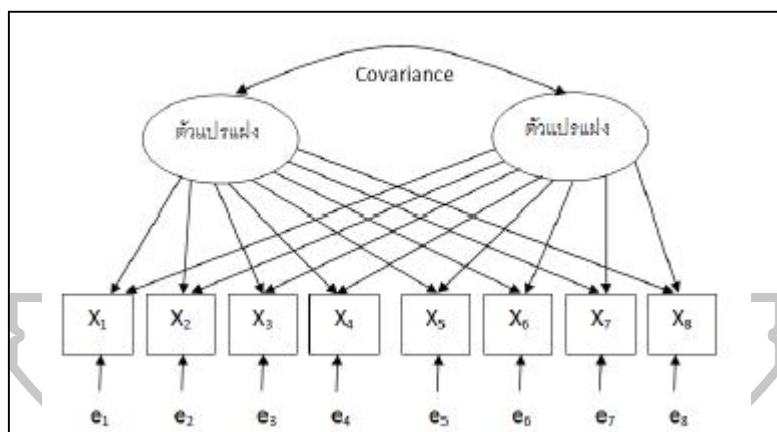
จากรูปภาพที่ 7 แสดงถึงโมเดลการวัดประกอบด้วยตัวแปรแฝง (Latent Variable) ในแผนภาพแสดงโดยรูปวงกลม ตัวแปรแฝงเป็นตัวแปรที่ไม่สามารถวัดได้โดยตรง จึงต้องอาศัยการวัดผ่านตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) หรือบางครั้งถูกเรียกว่าตัวบ่งชี้ (Indicators) ซึ่งก็คือข้อคำถามแต่ละข้อในแบบทดสอบ ในแผนภาพมักนำเสนอในรูปของสี่เหลี่ยม ดังเช่น X1 ถึง X8 ในภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงถูกแสดงด้วยรูปลูกศรชี้จากตัวแปรแฝงไปยังตัวแปรสังเกตได้ ค่าของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้เรียกว่า ค่านำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) เช่นเดียวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับค่าสหสัมพันธ์ มีค่าตั้งแต่ -1 ถึง +1 ซึ่งในภาพแสดงด้วยตัว L จาก LX1 ถึง LX8 ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงด้วยกันจะถูกแสดงไว้ด้วยเส้นโค้งที่มีหัวลูกศรทั้ง 2 ข้าง ซึ่งเรียกได้ว่า ความแปรปรวนร่วม (Covariance) นอกจากนี้ ที่ถูกแสดงด้วยสัญลักษณ์ e ก็คือความคลาดเคลื่อน (Error Term) หรืออาจเรียกว่าความคลาดเคลื่อนจากการวัด (Measurement Error) ความคลาดเคลื่อนแต่ละตัวอาจมีความสัมพันธ์กันได้ อาจเป็นในตัวแปรแฝงเดียวกัน (Within-Construct Error Covariance) และระหว่างตัวแปรแฝง (Between-Construct Error Covariance) ดังเช่นภาพที่ 1 ที่ตัว C หมายถึงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อน ความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนภายในตัวแปรแฝงได้แก่ความสัมพันธ์ระหว่าง e1 กับ e2 ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่าง e4 กับ e8

## 8.2 ขั้นตอนในการวิเคราะห์ประกอบเชิงยืนยัน

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันประกอบด้วยขั้นตอน 4 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดข้อมูลจำเพาะของข้อมูล การระบุความเป็นไปได้เพียงค่าเดียวของโมเดลการประมาณค่าพารามิเตอร์ และการประเมินความสอดคล้องของโมเดล

### 8.2.1 การกำหนดข้อมูลจำเพาะของโมเดล (Model Specification)

เป็นการกำหนดความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรต่างๆ ซึ่งเป็นการกำหนดโมเดลการวัดตามทฤษฎีที่ผู้วิจัยคาดการณ์ไว้ว่า ตัวแปรแฝงแต่ละตัวประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้หรือตัวชี้วัดตัวใดบ้าง ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวต้องถูกอธิบายด้วยตัวแปรแฝงเพียงตัวเดียว (Unidimensional Measures) หรือค่า Cross Loading มีค่าเท่ากับ 0 ต่างจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (ภาพที่ 3) ที่ตัวแปรสังเกตได้ถูกอธิบายด้วยตัวแปรแฝงทุกตัว การที่ตัวแปรสังเกตได้ 1 ตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงมากกว่า 1 ตัว แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างอาจขาดความตรงตามภาวะสันนิษฐาน (Construct Validity)



รูปภาพที่ 8 แสดงแผนภาพความสัมพันธ์ตามการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

ที่มา: R.E.Schumacker and R.G. (2010). **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling** (New York: Routledge, 2010), 55-178.

### 8.2.2 การระบุความเป็นไปได้เพียงค่าเดียวของโมเดล (Model Identification)

การประมาณค่าพารามิเตอร์จะทำได้ ก็ต่อเมื่อโมเดลที่สร้างสามารถระบุความเป็นไปได้ ของพารามิเตอร์เพียงค่าเดียว การระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของโมเดลอาศัยกฎของ  $t$  ก็คือ โมเดลที่ระบุได้พอดีต้องมีจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่าน้อยกว่าจำนวนสมาชิกในเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วม (Variance-Covariance Matrix) ของตัวแปรสังเกต

ได้ หรือสามารถคำนวณได้จากสูตร  $t \leq (p)(p+1)/2$  โดยค่า  $t$  คือ จำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่า  $p$  เป็นจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ของโมเดล หากพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่ามีจำนวนมากกว่าจำนวนสมาชิกในเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมของตัวแปรสังเกตได้ โมเดลที่สร้างจะไม่สามารถประมาณค่าพารามิเตอร์ได้ ซึ่งโมเดลชนิดนี้เรียกว่า โมเดลระบุไม่พอดี (Under Identified Model) หากจำนวนสมาชิกในเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมของตัวแปรสังเกตได้มีจำนวนเท่ากับจำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่า จะเรียกโมเดลนี้ว่า โมเดลที่ระบุพอดี (Just Identified Model) โมเดลชนิดนี้จะมีค่าองศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom) เท่ากับศูนย์ส่งผลให้ค่า  $\chi^2$  goodness of fit เท่ากับศูนย์เช่นกัน จึงไม่สามารถใช้ทดสอบทฤษฎีได้และหากจำนวนสมาชิกในเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมของตัวแปรสังเกตได้มีมากกว่าพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่า โมเดลชนิดนี้เรียกว่า โมเดลระบุเกินพอดี (Over Identified Model) ซึ่งมีข้อมูลเพียงพอที่จะไปคำนวณหาพารามิเตอร์ได้ ซึ่งเงื่อนไขที่กล่าวมาเรียกว่า Order Condition

นอกจาก Order Condition แล้ว อีก เงื่อนไขหนึ่งของการระบุความเป็นไปได้ได้เพียงค่าเดียว คือ Rank Condition ซึ่งโดยพื้นฐานเงื่อนไข ของ Rank Condition คือ ค่าพารามิเตอร์แต่ละค่า ต้องถูกประมาณจากความสัมพันธ์ที่เฉพาะเจาะจง (Unique Relationship) ซึ่งทำให้การละเมิดเงื่อนไข ของ Rank Condition เป็นไปค่อนข้างยากยกเว้น โมเดลที่ค่อนข้างซับซ้อนหรือมีปัญหา เช่น โมเดลแบบ Non-Recursive เพื่อป้องกันปัญหาจาก Rank Condition โดย Bollen เสนอให้ใช้ กฎสามตัวบ่งชี้ (Three Indicator Rule) คือ ตัวแปรแฝง 1 ตัว ควรประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้อย่างน้อย 3 ตัว อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติ เมื่อนักวิจัยการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน หรือ โมเดลสมการ โครงสร้างยังคงพบปัญหาในการระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของโมเดลอยู่ เนื่องจากสาเหตุที่สำคัญประการหนึ่งมาจากตัวแปรแฝง ทั้งนี้เป็นเพราะตัวแปรแฝงเป็นตัวแปรที่ไม่มี metric scale ซึ่งหมายถึงไม่มี range of value แนวทางการแก้ปัญหาดังกล่าวสามารถทำได้ 2 วิธี ได้แก่ วิธีแรกการกำหนดค่า factor loading ระหว่างตัวแปรแฝงแต่ละตัวกับตัวแปรสังเกตของตัวแปรแฝงนั้นตัวใดตัวหนึ่งให้เท่ากับ 1 ซึ่งภายหลังจากการวิเคราะห์ ค่าที่เราตั้งเอาไว้จะถูกคำนวณกับความคลาดเคลื่อนที่มีแล้วปรับเปลี่ยนเป็นตัวเลขที่แท้จริงซึ่งจะสามารถแปลผลได้เช่นเดียวกับตัวแปรอื่น ๆ และวิธีการต่อมาคือการกำหนดความแปรปรวนของตัวแปรแฝงเองให้เท่ากับ 1

### 8.2.3 การประมาณค่าพารามิเตอร์ (Parameter Estimation)

เป็นการนำข้อมูลจากตัวแปรสังเกตมาประมาณค่าพารามิเตอร์ เช่น ค่านำหนักองค์ประกอบ ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ ค่าเศษเหลือ ในการประมาณค่าพารามิเตอร์จะมีลักษณะเป็นการทวนซ้ำ (Iteration) โดยการประมาณค่า Population Covariance Matrix ( $\Sigma$ ) ให้มีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุดเมื่อนามาเทียบกับ Sample Covariance Matrix (S) ซึ่งได้จากข้อมูลเชิง

ประจักษ์จากกลุ่มตัวอย่าง วิธีการประมาณค่าพารามิเตอร์นั้น มีการประมาณค่าหลายแบบที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน เช่น Maximum likelihood (ML), Generalized least square (GLS), Weight Least Square (WLS) ซึ่งมีลักษณะเหมาะสมกับข้อมูลที่แตกต่างกันออกไป เช่น Maximum Likelihood และ GLS มีลักษณะคล้ายกันคือ เหมาะกับข้อมูลที่มีการแจกแจง Multi Normal Distribution และมีกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ ส่วนวิธีการ Weight Least Square (WLS) ต้องการกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ แต่เหมาะกับข้อมูลที่ไม่ได้แจกแจงเป็น Multi Normal Distribution (Schuumacker, 2010)

ในการประมาณค่าพารามิเตอร์นั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อการประมาณค่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่น้อยเกินไปจะส่งผลให้ค่าพารามิเตอร์ที่ประมาณได้ไม่มีความคงเส้นคงวา กลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์หองค์ประกอบที่เหมาะสมควรมีกกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 200 คน (Hair et al., 2010) ทั้งนี้ต้องพิจารณาขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้เหมาะสมกับขนาดของโมเดล (Tabachnick, 2001) ตัวอย่างเช่น กลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 200 คนขึ้นไปเหมาะสมกับโมเดลขนาดกลาง ว่ากลุ่มตัวอย่างควรมีจำนวน 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Schumacker, 2010) หากพบปัญหาการระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวหรือปัญหาจากตัวบ่งชี้บางตัว บางครั้งโปรแกรมสำเร็จรูปจะแจ้งว่าพบปัญหาและไม่สามารถคำนวณได้ แต่ในบางครั้งโปรแกรมอาจพยายามประมาณค่าพารามิเตอร์ออกมาได้โดยไม่แสดงข้อความเตือน ซึ่งนักวิจัยต้องมีความระมัดระวังและเข้าใจปัญหาในการประมาณ ค่าพารามิเตอร์ดังกล่าวที่เกิดขึ้น โดยอาจใช้การสังเกตจากความสมเหตุสมผลของค่าพารามิเตอร์ ที่ประมาณได้ เช่น ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรมีค่าสูงมากเกินไปใกล้ศูนย์หรือติดลบ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) ที่ได้มีค่าเกิน  $\pm 1$  ในการแก้ไข ปัญหาดังกล่าวอาจทำได้โดยตรวจสอบว่าโมเดล ที่สร้างมีการกำหนดความสัมพันธ์ต่าง ๆ ผิดพลาด หรือไม่ เช่น การไม่ได้สร้างความสัมพันธ์ระหว่าง ความคลาดเคลื่อนกับตัวแปรสังเกตได้ หรือการ ไม่ได้กำหนดค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงกับ ตัวแปรสังเกตได้เป็น 1 หรืออาจใช้การแก้ปัญหา ด้วยวิธีการอื่น เช่น กำหนด tau-equivalence หรือ การกำหนด (fix) ค่าความแปรปรวนระหว่างตัว แปรบางตัว เช่น ระหว่างความเคลื่อนกับตัวแปร สังเกตได้ หรือระหว่างตัวแปรแฝงด้วยกัน ซึ่งหากปัญหาการระบุความเป็นไปได้เพียงค่าเดียวไม่ได้ รับการแก้ไข ผลการทดสอบโมเดลที่ได้ก็จะไม่เป็นที่ยอมรับ

นอกจากปัญหาจากการระบุความเป็นไปได้เพียงค่าเดียวแล้ว การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิง ยืนยันอาจพบปัญหาการประมาณค่าเนื่องมาจากสาเหตุอื่น ๆ ได้อีกด้วย ซึ่งสังเกตได้จากค่าคะแนน มาตรฐานของน้ำหนักองค์ประกอบที่คำนวณ ได้มีค่าไม่อยู่ในช่วง  $\pm 1$  หรือค่า

ความคลาดเคลื่อนติดลบ ซึ่งอาจเกิด เนื่องจากโมเดลการวัดไม่เหมาะสมการที่ตัวชี้วัดมีสหสัมพันธ์ระหว่างกันสูงเกินไป หรือ การละเมิดข้อตกลงเบื้องต้นบางประการ

#### 8.2.4 การประเมินความสอดคล้องของโมเดล (Assessing Measurement Model Validity)

ในการประเมินความสอดคล้องกันของโมเดลผู้วิจัยต้องเริ่มต้นตรวจสอบว่าค่าพารามิเตอร์ที่ได้มีความสมเหตุสมผลหรือไม่ ดังที่กล่าวไปแล้วเพราะโมเดลที่มีความสอดคล้องดีอาจมีค่าพารามิเตอร์ที่ไม่เหมาะสม เมื่อตรวจสอบค่าพารามิเตอร์ที่ได้แล้วผู้วิจัยจึงมา ตรวจสอบค่าความสอดคล้องของโมเดล ในการ ตรวจสอบความสอดคล้องกันของโมเดลจะหาใน 2 ส่วนคือ การประเมินความสอดคล้องของทั้ง โมเดล (Over all Goodness of Fit) และความ สอดคล้องในรายตัวแปร (Path Estimation)

ความสอดคล้องของทั้งโมเดล (Over all Goodness of Fit) เป็นการตรวจสอบเพื่อยืนยันว่า โมเดลทฤษฎีการวัดที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในอดีตพิจารณาจากค่า ที่ได้ต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายถึงโมเดลพัฒนาขึ้นมาไม่มีความแตกต่างกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างไรก็ตามค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้รับผลกระทบจากขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใหญ่ หรือข้อมูลที่คลาดเคลื่อนไปจากสมมติฐานเบื้องต้น จึงควรพิจารณาจากค่าสถิติตัวอื่นๆ ด้วย

ดัชนีวัดความกลมกลืนตัวอื่นๆ มีมากมาย ดัชนีความสอดคล้องที่เป็นที่นิยม ได้แก่ Goodness of Fit Index (GFI), Comparative Fit Index (CFI), Adjusted goodness of fit index (AGFI), Standardized root mean square residual (SRMR), และ Root mean square error of approximation (RMSEA) โดย Schumacker และ Lomax (2010) ได้เสนอว่า GFI, AGFI และ CFI ที่มากกว่า .90-.95 คือ โมเดลทฤษฎีการวัดที่สร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ส่วน standardized RMR ถ้ามีค่าต่ำกว่า 0.05 แสดงว่าโมเดลที่ได้มีความสอดคล้องกับข้อมูลดี ส่วน RMSEA ที่ถ้ามีค่าต่ำกว่า 0.05-0.08 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี เนื่องจากเกณฑ์การพิจารณาความสอดคล้องของโมเดลมีจำนวนหลายตัว เสรี แซ่มซัด (2547) ได้เสนอแนะว่าให้เลือกพิจารณาดัชนีความสอดคล้องจากดัชนี GFI, AGFI, CFI, SRMR, และ RMSEA ส่วน Schumacker และ Lomax (2010) ได้เสนอให้พิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการวิจัย เช่น หากต้องการยืนยันโมเดลที่สร้างที่มีเพียงโมเดลเดียว ให้ใช้ดัชนีในกลุ่ม Absolute Measure เช่น GFI, AGFI, SRMR, RMSEA แต่ถ้าต้องการเปรียบเทียบความเหมาะสมระหว่างโมเดลต่างกันควรใช้กลุ่ม Incremental Measure เช่น CFI, NFI อย่างไรก็ตามแม้ผู้วิจัยจะพบว่าโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์มี

ความสอดคล้องกันแล้ว แต่สิ่งที่พึงตระหนักก็คืออาจมีโมเดลทางเลือกอื่นๆ ที่มีความสอดคล้องกัน อีกด้วย

ความสอดคล้องในรายตัวแปร (Path Estimation) เป็นการพิจารณา ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝง หรือที่เรียกว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) โดยทั่วไปค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ยอมรับได้คือ  $\pm 0.5$  ขึ้นไป (Hair et al., 2010) สิ่งที่ควรคำนึงถึงก็คือ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ได้ควรปราศจากจากปัญหาการระบุความเป็นไปได้ เพียงค่าเดียว เช่น ค่าที่ได้ไม่อยู่ในช่วง -1 ถึง +1 หรือทิศทางความสัมพันธ์ไม่เหมาะสมตามทฤษฎี เมื่อพบว่าโมเดลที่ได้ไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งอาจเนื่องมาจากการกำหนด ความสัมพันธ์ต่าง ๆ ไม่ถูกต้อง ข้อคำถามที่สร้างไม่เป็นตัวชี้วัดที่ดีขององค์ประกอบนั้น ๆ หรือ สภาพความเป็นจริงไม่สอดคล้องกับทฤษฎี ผู้วิจัยสามารถปรับโมเดลโดยพิจารณาจากทฤษฎีที่มา ของโมเดลการ โดยมีข้อมูลเช่น ความคลาดเคลื่อนในรูปคะแนนมาตรฐาน และดัชนีการปรับปรุง โมเดล เป็นตัวช่วยตัดสินใจ

ความคลาดเคลื่อนในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized residuals) เป็น ความคลาดเคลื่อนระหว่างค่าพารามิเตอร์ที่ประมาณได้กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งหากความ คลาดเคลื่อนมาตรฐานใดที่มีค่าเกินเหนือจากช่วง  $\pm 4$  เป็นสัญญาณเตือนว่าควรได้รับการแก้ไข

ดัชนีการปรับปรุงโมเดล (Modification Index) ค่าดัชนีที่มากกว่า 4.0 ควร ได้รับการปรับปรุง อย่างไรก็ตามการปรับปรุงโมเดลนั้นไม่ควรพิจารณาจากค่าดัชนีปรับปรุงโมเดล เพียงอย่างเดียว แต่ควรจะคำนึงถึงทฤษฎีที่มาของโมเดลการวัดด้วย ดัชนีการปรับปรุงโมเดลเป็น เพียงตัวช่วยให้นักวิจัยทบทวนและหาแนวทางในการปรับปรุง ตลอดจนสร้างโมเดลทางเลือก เท่านั้น หากพบว่ามีข้อคำถามหรือการปรับปรุงแก้ไขความสัมพันธ์ใน โมเดลปริมาณมากกว่า ร้อยละ 20 ควรจะนำโมเดลที่ได้ใหม่ไปทดสอบกับข้อมูลชุดใหม่ (Hair et al., 2010)

### 8.3 การนำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ไปใช้

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมีประโยชน์ในการนำมาใช้ในการพัฒนา เครื่องมือและแบบทดสอบทางจิตวิทยาได้หลายประการ ได้แก่

#### 1. การตรวจสอบความตรงตามภาวะเชิงสันนิษฐาน (Construct Validation)

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ได้มีความสำคัญในการพิจารณาถึงความตรงเชิงภาวะ สันนิษฐาน (Construct Validity) ของโมเดลการวัด ซึ่งประกอบด้วย ความตรงเชิงสอดคล้อง (Convergent Validity) และความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)

ความตรงเชิงสอดคล้อง เป็นข้อคำถามหรือตัวชี้วัดที่วัดในเรื่องเดียวกัน ควรจะ มีความแปรปรวนร่วมที่อธิบายโดยองค์ประกอบเดียวกันสูง ซึ่งพิจารณาได้จากค่าน้ำหนัก

องค์ประกอบมาตรฐานที่มีต่อตัวแปรแฝงเดียวกันที่สูงเกินกว่า .5 ขึ้นไป การนำค่าน้ำหนักความตรงเชิงสอดคล้อง คือ ข้อคำถามหรือตัวชี้วัดที่วัดในเรื่องเดียวกัน ควรจะมีความแปรปรวนร่วมที่อธิบายโดยองค์ประกอบเดียวกันสูง ซึ่งพิจารณาได้จากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานที่มีต่อตัวแปรแฝงเดียวกันที่สูงเกินกว่า .5 ขึ้นไป การนำค่าน้ำหนักองค์ประกอบมายกกำลังสอง (Variance extracted) จะแสดงถึงความแปรปรวนที่ตัวแปรสังเกตได้ถูกอธิบายโดยตัวแปรแฝง เมื่อนำ variance extracted ของตัวแปรสังเกตได้ภายในตัวแปรแฝงเดียวกันมาหาค่าเฉลี่ยจะได้ค่า Average Variance Extracted (AVE) ซึ่งถ้าค่า AVE ที่ได้มีค่ามากกว่า .5 แสดงให้เห็นว่ามีโมเดลการวัดมีความตรงเชิงสูงเข้าที่ดี

โดยค่า AVE ที่ต่ำกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบยกกำลังสองแสดงให้เห็นว่าแบบวัดมีความตรงเชิงจำแนกดี

## 2. การประมาณค่าความเที่ยง (Reliability estimation)

นอกจากความตรงแล้ว การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันยังสามารถหาความเที่ยงของแบบทดสอบที่สร้างได้ วิธีการหนึ่งที่ทำได้คือ ความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability: CR) ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับความเที่ยงแบบความสอดคล้องภายใน เช่น Cronbach's alpha หรือ คูเดอร์-ริชาร์ดสัน โดยหาได้จากสูตร ค่าความเที่ยงที่ได้ถ้าสูงกว่า .7 แสดงว่ามีความเที่ยงสูง ส่วนที่อยู่ระหว่าง .6 - .7 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ (Hair et al., 2010) โดยที่ L คือ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ส่วน e คือ ความคลาดเคลื่อน

## 9. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลสนับสนุน ทำให้เกิดโครงสร้างของข้อมูลที่สามารถนำไปสังเคราะห์องค์ประกอบในการจัดการด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน อย่างไรก็ตามได้มีงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบและวิธีการในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ชยานิชฐ์ บุญมา (2551) ได้นำเสนอกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน (OTOP) ในจังหวัดปทุมธานี และศึกษาความต้องการฝึกอบรมด้านการบริหารการตลาด ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลัก กลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน (OTOP) ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 180 คน โดยจากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างนั้นส่วนใหญ่ขายผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร มีจำนวนสมาชิกในกลุ่มตั้งแต่ 25 คนขึ้นไป มีสัดส่วนการจัดจำหน่ายสินค้าในประเทศแบบขายปลีก 100 เปอร์เซ็นต์ ลักษณะเงินทุนส่วนใหญ่เป็นของตนเองทั้งหมดไม่ได้กู้เงินจากแหล่งทุนอื่นๆ สำหรับขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนได้แก่ ด้านองค์กรและพนักงาน ด้านการตลาดและลูกค้า ด้านการผลิตและบริการ ด้านบัญชีและ

การเงิน ด้านปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน พบว่ากลุ่มตัวอย่างประเภทเครื่องดื่มน้ำมีขีดความสามารถในระดับปานกลาง มีความต้องการฝึกอบรมด้านการบริหารการตลาดในระดับมาก ส่วนประเภทอาหาร รวมถึงสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร มีขีดความสามารถในห้าด้านหลักดังกล่าวอยู่ในระดับน้อยหรือน้อยที่สุด และมีความต้องการฝึกอบรมด้านการบริหารการตลาดในระดับปานกลาง

ฉัฐพล นิมมานพัชรินทร์ (2552) ได้อภิปรายเกี่ยวกับสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมซึ่งรวมไปถึงวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการประกอบการนั้น ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย เนื่องจากความ วิตกกังวลเรื่อง การลงทุน ความเชื่อมั่น และความสามารถ ในการส่งออก นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านสถานการณ์ทางการเมือง เนื่องจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังคงวิตกกังวลเรื่องความขัดแย้งที่ยืดเยื้อและยาวนาน ที่จะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจไทย จนทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคหันกลับมาเก็บออมแทนการบริโภคที่น่าจะเป็นตามนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล โดยเฉพาะ SMEs ในพื้นที่ภาคกลาง ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค โดยคาดว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคภายในประเทศน่าจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประกอบการธุรกิจเนื่องจาก SMEs มีความวิตกกังวลว่าเหตุการณ์ทางการเมืองจะส่งผลกระทบต่อออมมากกว่าบริโภคตามปกติ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจโลก และปัจจัยด้านการแข่งขันภายในประเทศ เนื่องจากมีการประเมินว่าเหตุการณ์ภายในประเทศในปัจจุบันน่าจะส่งผลให้เกิดการชะลอการลงทุนด้านการตลาด ยังคงวิตกกังวลเรื่องการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากผู้ประกอบการรายใหญ่หรือผู้ที่มีศักยภาพ จนทำให้ตนเองไม่สามารถอยู่รอดได้

ศุภพร พิริยะการสกุล (2553) ได้นำเสนอการวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อศึกษากลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งผลตอบรับการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้รับผิดชอบด้านการสื่อสารองค์กร การตลาด และการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 3 องค์กร และส่วนที่สอง คือ ศึกษาจากแบบสอบถามกับผู้ที่เคยใช้บริการขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากทั้ง 3 องค์กร โดยผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่องค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ใช้งาน ได้แก่ กลยุทธ์การใช้สื่อผสมผสาน กลยุทธ์การใช้สื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์การร่วมมือกับพันธมิตร กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน กลยุทธ์ปากต่อปาก และกลยุทธ์การยึดความสนใจ ขณะที่กลวิธีการประชาสัมพันธ์ที่องค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ใช้งาน ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อใหม่ (เช่น ยูทูป เฟซบุ๊ก เป็นต้น) และสื่อกิจกรรม



ในการวิจัยเรื่องการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ของฉัฐ ชลเทพ (2554) ได้ศึกษาการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ที่เลือกสุ่มแบบเจาะจง ทั้งนี้ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์นั้นมาจากความชอบส่วนตัวของผู้ประกอบการเป็นหลัก มีการสั่งสมความรู้ความสามารถที่ถนัด และเห็นว่าการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้จะสามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้ และทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์โดดเด่น นอกจากนี้ผู้ประกอบการทั้งหมดมีความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นองค์ประกอบหลักของแต่ละธุรกิจ และใช้วัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ และเทคโนโลยีนวัตกรรมเป็นองค์ประกอบเสริมเพื่อผลิตสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าเพิ่มได้ และก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจในระยะยาว นอกจากนี้ในด้านผลลัพธ์ทางธุรกิจ พบว่าผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในยอดขายของสินค้า และสินค้าของธุรกิจมีเอกลักษณ์โดดเด่น และเป็นผู้เข้าสู่ตลาดเป็นรายแรก สำหรับปัญหาที่พบในการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือ การขาดแคลนคนงานซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญ และในอนาคตนั้นพบว่า ผู้ประกอบการแต่ละรายมีแนวโน้มสร้างสรรค์สินค้าใหม่ๆออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองให้ทันต่อความต้องการของตลาดภายนอก

การศึกษาเรื่องการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยของประภัสสร จันทรสถิตย์พร (2554) นั้น ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สื่อสาร โดยหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย รวมทั้งศึกษาและวิเคราะห์การสร้างสารที่ปรากฏในสื่อต่างๆที่หน่วยงานนั้นๆ เลือกใช้ และสร้างแบบจำลองการสร้างสารของหน่วยงานภาครัฐเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย หน่วยงานที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและเก็บข้อมูลเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับของสำนักงานบริหารจัดการองค์ความรู้ 3 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักอุทยานการเรียนรู้ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ และสถาบันพิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติ โดยวิเคราะห์บทสัมภาษณ์บุคคลในตำแหน่งผู้อำนวยการหรือผู้รับผิดชอบการกำหนดเนื้อหาสาระที่ปรากฏจากสื่อต่างๆที่หน่วยงานใช้ ผลการวิจัยนั้นพบว่าแต่ละหน่วยงานมีองค์ประกอบในการเล่าเรื่องได้แก่ ตัวละคร แก่นเรื่อง ผู้เล่าเรื่อง ฉาก เหตุการณ์ ผู้ฟัง ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล และความสัมพันธ์เชิงเวลา ซึ่งแตกต่างกันทุกองค์ประกอบตามบทบาทหน้าที่และพันธกิจของแต่ละหน่วยงาน ทำให้การเล่าเรื่องไม่มีเอกภาพและทิศทางที่ชัดเจนมากพอในการเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับเนื้อหาสาระในแต่ละสื่อ เมื่อพิจารณาจากแนวคิดเรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ ได้แก่ ทุน

ทางมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางโครงสร้าง พบว่าทุกหน่วยงานเน้นเนื้อหาเพียงด้านเดียวคือทุนทางมนุษย์ ส่วนเนื้อหาของสารในด้านทุนประเภทอื่นๆจะแตกต่างกันไปตามเอกลักษณ์เฉพาะของหน่วยงาน ขณะที่แบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยแนวคิดเรื่องเล่านั้นสร้างจากการบูรณาการหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนเข้าด้วยกันด้วยองค์ประกอบการเล่าเรื่องและเนื้อหาสารที่สะท้อนทุนสร้างสรรค์ 4 ประการที่เป็นเอกภาพ

พิทักษ์ ศิริวงศ์ และ ศตวรรษ ต้อติดวงศ์ (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรหุบกะพงในตำบลเขาใหญ่ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์ที่ผลิตโดยกลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง ตำบลเขาใหญ่ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี รวมทั้งนำเสนอถึงปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 25 คน ได้แก่ ผู้นำกลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง สมาชิกของสหกรณ์ กลุ่มผู้เข้ามาศึกษาดูงานและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์ จากผลการศึกษาพบว่าในการผลิตมีวัตถุประสงค์ที่เพียงพอต่อการผลิต และมีการพัฒนาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามสิ่งที่จำเป็นต่อสหกรณ์คือ การเพิ่มประสิทธิภาพด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายที่ทันสมัยกว่าคู่แข่ง การสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจก่อให้เกิดการขยายตัวของตลาดและเพิ่มโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์ในตลาดปัจจุบัน

จากข้อมูลของสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก (2554) มีการวิเคราะห์ถึงปัญหาอุปสรรคในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดพิษณุโลกไว้ กล่าวคือ 1. กรมส่งเสริมการเกษตรและหน่วยงานภาคีให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนน้อย ไม่จริงจัง และแนวทางการส่งเสริมไม่ชัดเจนและต่อเนื่องอีกทั้งยังไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่อการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน 2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบางกลุ่มได้เข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยงานภาคีหลายหน่วยงานและมีการใช้ชื่ออื่นในการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งที่เป็นกลุ่มเดียวกัน ทำให้เกิดการสับสนและเข้าใจผิดระหว่างหน่วยงานที่ทำให้การสนับสนุน 3. วิสาหกิจชุมชนยังไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้และยังต้องพึ่งพาปัจจัยการผลิต และเงินทุนจากภายนอก 4. หน่วยงานภาคีในระดับอำเภอถึงจังหวัด ยังทำงานแบบไม่บูรณาการและยังไม่เห็นความสำคัญเนื่องจากมีความเข้าใจว่าวิสาหกิจชุมชนเป็นงานของกรมส่งเสริมการเกษตร และ 5. วิสาหกิจชุมชนบางแห่งที่มาจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน ไม่ได้เกิดจากปัญหาหรือความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง แต่มาจด

ทะเบียนเพื่อรองรับการส่งเสริมสนับสนุนของหน่วยงานต่างๆ และเพื่อหวังกู้เงินในอัตราดอกเบี้ยต่ำ ซึ่งมีได้ประกอบกิจกรรมอย่างแท้จริงและต่อเนื่อง

จักรีรัตน์ แสงวารี และคณะ (2557) ได้ศึกษาการพัฒนาเกณฑ์คุณภาพสถานีวิจัยศึกษาดิจิทัลทางการศึกษาโดยใช้เทคนิคเดลฟาย โดยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจากนักวิชาการ นักสื่อสารมวลชน และนักวิชาชีพ จำนวน 25 คน เก็บรวบรวมข้อมูล 3 รอบวิเคราะห์ข้อมูลโดยการคำนวณหาค่ามัธยฐานและพิสัยระหว่างควอไทล์ คัดเลือกเกณฑ์คุณภาพสถานีวิจัยศึกษาดิจิทัลทางการศึกษา โดยพิจารณาจากค่ามัธยฐานตั้งแต่ระดับมากขึ้นไป (มากกว่า 3.50) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (น้อยกว่า 1.50) จากผลที่เกิดขึ้น เกณฑ์คุณภาพสถานีวิจัยศึกษาดิจิทัลทางการศึกษาที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน ประกอบด้วย เกณฑ์คุณภาพ 5 ด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดผังรายการ/ผลิตรายการ ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านผู้เปิดรับ และด้านการประเมินผล มีเกณฑ์คุณภาพรายชื่อ จำนวน 50 ข้อ เป็นเกณฑ์คุณภาพที่มีความจำเป็นอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 39 ข้อ และเกณฑ์คุณภาพที่มีความจำเป็นอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 11 ข้อ ซึ่งมีค่ามัธยฐานตั้งแต่ 3.92-4.87 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์มีค่าตั้งแต่ 0.62-1.17

จากการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน ของธีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์ (2557) เพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชนด้วยเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDR (Ethnographic Delphi Futures Research) และเปรียบเทียบผลการใช้เกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน ระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อประดับพื้นฐานกับระดับก้าวหน้าด้วยสถิติทดสอบแบบแมนวิทนียู (Mann-Whitney U test) ผู้วิจัยได้พัฒนาและสรุปเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพวิสาหกิจชุมชน มีทั้งหมด 6 มาตรฐาน 20 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ บริการพื้นฐาน ปัจจัยนำเข้าจำนวน กระบวนการผลิต การรักษาและยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ การส่งมอบผลิตภัณฑ์ และความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ผลการประเมินการจัดการคุณภาพวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อประดับก้าวหน้ามีคะแนนสูงกว่าระดับพื้นฐานโดยรวมทุกมาตรฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถจำแนกระดับการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน ในระดับพื้นฐานกับระดับก้าวหน้าสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ใช้จำแนกการคัดสรรผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปเข้าสู่ระดับ 1-5 ดาว ทำให้สรุปได้ว่าเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชนนั้นมีประสิทธิภาพอยู่ในเกณฑ์ดี

สิทธิเดช เหมือนสิน (2557) ได้พัฒนาพัฒนาเกณฑ์การประเมินพฤติกรรมด้านทักษะที่ไม่ใช่เทคนิคของนักบินไทย โดยมีการกำหนดวิธีวิจัยออกเป็นขั้นตอนที่ 1 คือการสร้างและพัฒนาเกณฑ์ กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่ 1) ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีหน้าที่ในการประเมินสมรรถนะของนักบินในสายการบินของประเทศไทยและจิตแพทย์ประจำกองเวชศาสตร์การบิน

จำนวน 13 คน ใช้เทคนิคเดลฟายในการเก็บข้อมูล และ 2) นักบินผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประเมิน จำนวน 359 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สำหรับขั้นตอนที่ 2 เป็นการทดลองใช้และ ประเมินเกณฑ์ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 1) นักบินผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประเมิน จำนวน 30 คน และ 2) นักบินผู้ทำหน้าที่ประเมินจำนวน 30 คน ผลการศึกษาพบว่าเกณฑ์การประเมินพฤติกรรม ด้านทักษะที่ไม่ใช่เทคนิคของนักบินไทยประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ แต่ละองค์ประกอบมี 4 ตัว บ่งชี้ รวมเป็น 20 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบเกณฑ์การประเมินพฤติกรรมด้านทักษะที่ไม่ใช่เทคนิคของ นักบินไทย ได้แก่ 1) การทำงานร่วมกัน 2) ภาวะผู้นำและทักษะการจัดการ 3) การตระหนักรู้ใน สถานการณ์ 4) การตัดสินใจและการแก้ปัญหา และ 5) การสื่อสาร

คมสัน พิลาสสมบัติ สุวารีย์ ศรีปุณณะ และ อติศักดิ์ สิงห์สีโว (2558) ได้นำเสนอผลการ พัฒนาเกณฑ์การจัดการสิ่งแวดล้อมชุมชนบ้านเอื้ออาทรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็น งานวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยผลสรุปที่ได้คือ เกณฑ์การจัดการ สิ่งแวดล้อมสำหรับชุมชนบ้านเอื้ออาทรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีองค์ประกอบ 8 ด้าน 51 ตัวบ่งชี้และเกณฑ์การจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับชุมชนบ้านเอื้ออาทรในพื้นที่ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือใช้ได้ดีมีความเหมาะสมตัวบ่งชี้ที่มีในเกณฑ์ครอบคลุมการจัดการสิ่งแวดล้อม ในทุกๆด้านสามารถแยกแยะและวัดระดับคุณภาพการจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับชุมชนบ้านเอื้อ อาทรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Zuhdi (2012) ได้วิเคราะห์ถึงอิทธิพลของภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีต่อการ เปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศด้วยการวิเคราะห์การแตกตัว (Decomposition Analysis) โดยมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อวิเคราะห์จากมุมมองที่สังเกตได้ถึงอิทธิพลของ ภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีผลต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศอินโดนีเซีย โดยช่วงของ กิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศในการศึกษานี้เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของ เศรษฐกิจระดับประเทศ สำหรับการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้มุ่งเน้นไปยังช่วงระหว่างปี 1990 ถึงปี 2005 และมีการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างของตารางปัจจัยนำเข้าและ ผลลัพธ์หรือที่เรียกว่าการวิเคราะห์การแตกตัว ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าภาคอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ได้มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศ อินโดนีเซียในช่วงตั้งแต่ปี 1990 จนกระทั่งปี 2005 อย่างเห็นได้ชัด ซึ่งปรากฏการณ์นี้ได้ชี้ให้เห็นถึง การเจริญเติบโตของภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญในช่วงเวลาดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีข้อสรุปอีกว่า รัฐบาลของประเทศอินโดนีเซียควรปรับปรุงนโยบายการส่งออกและนำเข้าเพื่อที่จะ เพิ่มความสามารถของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หรือผลผลิตโดยรวม อย่างไรก็ตาม ในการวิเคราะห์ และข้อค้นพบที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่าการเพิ่มการส่งออกนั้นมีความน่าสนใจกว่าการเพิ่มการ

นำเข้า ดังนั้นรัฐบาลจึงควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงนโยบายการส่งออกเป็นสำคัญมากกว่านโยบายการนำเข้า

Soltani, et al. (2003) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการจัดการคุณภาพโดยรวมจากเกณฑ์การประเมินสมรรถนะของทรัพยากรบุคคล เพื่อชี้ให้เห็นว่าระบบการประเมินสมรรถนะของทรัพยากรบุคคลโดยมุ่งเน้นคุณภาพนั้นเป็นอย่างไร โดยพิจารณาถึงองค์ประกอบสำคัญของเกณฑ์ในระบบการประเมินดังกล่าว ผู้วิจัยสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นองค์กรภายในประเทศที่อุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นการจัดการที่มุ่งเน้นคุณภาพโดยรวม จากการวิเคราะห์ห้เห็นพบว่าองค์ประกอบที่มีประสิทธิภาพในการประเมินประกอบด้วยความจำเป็นในการฝึกอบรม การสร้างแรงจูงใจแก่พนักงาน การปรับปรุงพัฒนาสมรรถนะในอนาคต และสมรรถนะในภาพรวมจากการดำเนินงานขององค์กร

Rickards (2006) ได้ศึกษาเรื่องผู้นำสร้างสรรค์ที่เป็นผลมาจากการจัดการนวัตกรรมและความสร้างสรรค์ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับภาวะความเป็นผู้นำที่ถือเป็นกระบวนการที่มีผลมาจากการเกิดนวัตกรรมกับความสร้างสรรค์ การศึกษาครั้งนี้ได้เผยให้เห็นประเด็นต่างๆที่มีความเกี่ยวเนื่องกัน โดยภาวะผู้นำนั้นมีบทบาทที่ทำให้เกิดความสร้างสรรค์ในเชิงลึกและความสามารถในการผลิตนวัตกรรม อย่างไรก็ตาม ภาวะการเป็นผู้นำถือเป็นปัจจัยที่มีอยู่ภายในตัวแบบของการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าทั้งภาวะผู้นำ ความสร้างสรรค์ และนวัตกรรมนั้นเป็นเหมือนระบบองค์ความรู้ที่สามารถผสมผสานเพื่อการพัฒนาแนวคิดและการปฏิบัติได้

จากการศึกษาบทบาทของนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของ LeBel, P. (2008) ที่แสดงให้เห็นว่านโยบายส่งเสริมการส่งออกในหลายประเทศได้ก่อให้เกิดรายได้ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) อย่างรวดเร็วจนเห็นได้ชัด และในขณะเดียวกัน การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจะเกิดความยั่งยืนได้จำเป็นต้องมีนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าควบคู่กันไป ผู้วิจัยได้ใช้ตัวชี้วัดของนวัตกรรมและทดสอบว่าขอบเขตใดที่นโยบายต่างๆมีส่วนช่วยเสริมสร้างหรือชะลอการแพร่กระจายตัวชี้วัดเหล่านั้น โดยการใช้ตัวแบบ Panel regression model และใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจาก 103 ประเทศที่มีสภาพทางภูมิศาสตร์แตกต่างกันตั้งแต่ช่วงปี 1980 ถึงปี 2005 ผลการศึกษาพบว่าหลักฐานเชิงประจักษ์ของบทบาทนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจนั้นเป็นไปในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่เพื่อความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ

Hotho (2011) ได้ศึกษาเรื่องธุรกิจขนาดย่อมในภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยศึกษาจากกรณีศึกษาของธุรกิจประเภทเกมส์คอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่มีการเจริญเติบโต

อย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมดิจิทัลเพื่อสำรวจการเปลี่ยนแปลงแนวทางปฏิบัติด้านการบริหารจัดการคน ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงคุณภาพในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากทัศนคติที่หลากหลายของสมาชิกภายในองค์กร โดยผลการศึกษาพบว่าทัศนคติจากผู้จัดการและผู้ปฏิบัติงานก่อนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์และจำเป็นต้องมีการฝึกหัดการบริหารจัดการคนเพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้เกิดความตึงเครียดในการทำงานภายในองค์กร จึงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารต้องเฝ้าระวังและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้มีความเหมาะสม

Chavez (2013) ได้นำเสนอบทความเกี่ยวกับการใช้แนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาทางธุรกิจในศตวรรษที่ 21 โดยในศตวรรษใหม่นี้เกิดปัญหาที่ต่างๆ ที่ท้าทายทั้งด้านสุขภาพ อาหาร น้ำ พลังงาน และด้านสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากภาวะโลกร้อน ปัญหาเหล่านี้ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจด้านต่างๆ และมีการเร่งรัดหาทางแก้ไขเฉพาะหน้าจากสังคมภายนอกและภาครัฐ ขณะที่องค์กรต่างๆ ได้มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพและปริมาณอาหารเพื่อรองรับประชากรโลกที่เพิ่มขึ้น โดยที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าว ทำให้มีการประยุกต์แนวคิดการจัดการเชิงสร้างสรรค์จากเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น เช่น การใช้เทคโนโลยีนาโน (Nanotechnologies) ในการช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างเหมาะสม หน่วยงานด้านการวิจัยทางการเกษตรของสหรัฐอเมริกาได้ค้นพบว่าสิ่งที่สำคัญไม่ใช่เพียงแค่การพัฒนาด้านเทคโนโลยีเพื่อแก้ไขปัญหาแต่เราต้องมีการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ในตลาดการพาณิชย์อีกด้วย ทั้งนี้ยังพบว่า การใช้ประโยชน์จากการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ความสามารถเพื่อพัฒนาและกระจายผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่จะช่วยสร้างแนวทางแก้ไขปัญหาดตลาดสินค้าให้ดีขึ้นได้อย่างสร้างสรรค์

Chen, et al. (2015) ศึกษาเรื่องการจัดการรูปแบบขององค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ความขัดแย้ง ความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยอธิบายว่ารูปแบบขององค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึงความแตกต่างของปัจเจกบุคคลในการรับรู้ การแสดงออก การแก้ปัญหา การตัดสินใจ และเกี่ยวข้องกับผู้อื่นในเรื่องกระบวนการสร้างสรรค์ ขณะที่รูปแบบการรับมือความขัดแย้งกล่าวถึงพฤติกรรมส่วนบุคคลในการตอบสนองต่อความขัดแย้งระหว่างบุคคล ทั้งนี้ การจัดการกับความขัดแย้งของผู้นำในองค์กรนั้นก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลึกต่อกลุ่ม ผู้วิจัยจึงสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบขององค์ความรู้ที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ รูปแบบการรับมือความขัดแย้ง และความสำเร็จในอาชีพด้วยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยใช้สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) ในการพิจารณาสมมติฐานจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ในประเทศไต้หวันจำนวน 251 ราย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ารูปแบบการจัดการองค์ความรู้ของผู้ประกอบการนั้นมีผลต่อความสำเร็จเชิงพาณิชย์และยังส่งผลต่อรูปแบบการรับมือความขัดแย้ง เมื่อพิจารณาจากทฤษฎีจิตวิทยาการรู้คิดและการจัดการความขัดแย้ง ยังพบว่าการศึกษานี้เผยให้เห็นถึง

การขาดความสัมพันธ์ของการใช้องค์ความรู้ในองค์การกับการจัดการความขัดแย้งในการประกอบธุรกิจ

Chumkate (2015) ได้ประเมินสภาพจริงและศึกษาแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทสมุนไพร ของผู้ประกอบการในภูมิภาคตะวันตกที่เป็นวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ประเภทสมุนไพร จำนวนทั้งสิ้น 22 ราย และผู้ที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับสินค้า OTOP ประเภทสมุนไพร จำนวน 100 ราย เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการแจกแบบสอบถาม โดยผลการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายนอก ด้านสภาพการแข่งขัน ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ผลิตปัจจัยการผลิต ด้านอำนาจการต่อรองของลูกค้า ด้านแรกกดันจากคู่แข่งหน้าใหม่ และด้านสินค้าทดแทน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านสภาพการแข่งขัน มีความสัมพันธ์กับ ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ผลิตปัจจัยการผลิตมากที่สุด และปัจจัยภายนอกด้านอำนาจการต่อรองของผู้ผลิตปัจจัยการผลิต และด้านอำนาจการต่อรองของลูกค้า พบว่า มีความสัมพันธ์กันในอันดับที่ 2 ในขณะที่ด้านสภาพการแข่งขัน มีความสัมพันธ์กับ ด้านอำนาจการต่อรองของลูกค้า อยู่ในลำดับที่ 3 ซึ่งให้เห็นว่าสภาพการแข่งขันที่รุนแรงของตลาด ส่งผลให้ลูกค้าและผู้ผลิตปัจจัยการผลิตมีอำนาจการต่อรองที่สูง วิสาหกิจชุมชนจึงควรร่วมมือกันในการตั้งราคาขาย เพื่อลดอำนาจการต่อรองของลูกค้า และร่วมมือกันในการต่อรองราคากับผู้ผลิตปัจจัยการผลิตให้สามารถซื้อปัจจัยการผลิตได้ในราคาที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อลดอำนาจการต่อรองของผู้ผลิตปัจจัยการผลิต

และจากการศึกษาศักยภาพทางการจัดการด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการร้านอาหารบริเวณแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยของ Chumkate, J. (2015) ที่มุ่งเน้นศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการร้านอาหาร จากข้อมูลเบื้องต้นพบว่าร้านอาหารมีการตรวจเครื่องหมายอาหารปลอดภัยจากกระทรวงสาธารณสุขในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอนถึงร้อยละ 75 และจากการประเมินด้วย CIPP Model ซึ่งให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีศักยภาพในการจัดการร้านอาหาร มีสภาพแวดล้อมสนับสนุน ปัจจัยนำเข้า และกระบวนการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลาง แต่ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการให้ความสำคัญโดยภาพรวมกับผลผลิตที่ได้ในระดับมาก นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการใช้แนวคิดเชิงสร้างสรรค์ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เป็นอย่างมากโดยประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าแบบสองทาง

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่ามีประเด็นสำคัญที่ล้วนมีความเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ ได้แก่ แนวคิดเรื่องความสร้างสรรค์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ อิทธิพลของอุตสาหกรรม

สร้างสรรค์ต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและการปรับตัวขององค์กร การจัดการคุณภาพโดยรวมขององค์กร การจัดการนวัตกรรมและความสร้างสรรค์ แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชน ความสำคัญของภาวะผู้นำในองค์กร การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ การจัดการองค์ความรู้ การประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร การศึกษาศักยภาพของผู้บริโภค โดยประเด็นที่กล่าวมานี้อยู่ในสาระสำคัญของงานวิจัยที่ได้นำเสนอ เป็นข้อมูลสนับสนุนที่ทำให้ผู้วิจัยได้พิจารณาถึงแนวคิดในการจัดการด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์และองค์ประกอบสำคัญของการจัดการเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกณฑ์การประเมิน ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำมาพิจารณาเปรียบเทียบและสร้างขั้นตอนในการพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน จึงสรุปได้ว่างานวิจัยข้างอ้างเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักของการวิจัย

ตารางที่ 3 สรุปแนวทางการศึกษาและใช้ประโยชน์จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นที่เกี่ยวกับเอกสาร แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการศึกษาและใช้ประโยชน์					
	สนับสนุน ปัญหาและ วัตถุประสงค์ ของการวิจัย	พัฒนา กรอบ แนวคิด ในการ วิจัย	การ ดำเนินการ วิจัย ขั้นตอนที่ 1	การ ดำเนินการ วิจัย ขั้นตอนที่ 2	การ ดำเนินการ วิจัย ขั้นตอนที่ 3	สนับสนุน การ อภิปราย ผลการวิจัย
1. แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ	✓	✓	✓	✓		✓
2. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน และธุรกิจชุมชน	✓	✓	✓			✓
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ เศรษฐกิจสร้างสรรค์	✓	✓	✓			✓
4. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันตก	✓					
5. สมุนไพรแปรรูปในประเทศไทย	✓		✓			
6. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำเกณฑ์มาตรฐาน		✓		✓	✓	✓
7. แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิคการวิจัย อนาคตแบบ EDFR		✓		✓		



ตารางที่ 3 สรุปแนวทางการศึกษาและใช้ประโยชน์จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ประเด็นที่เกี่ยวกับเอกสาร แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	แนวทางการศึกษาและใช้ประโยชน์					
	สนับสนุน ปัญหาและ วัตถุประสงค์ ของการวิจัย	พัฒนา กรอบ แนวคิด ในการ วิจัย	การ ดำเนินกา รวิจัย ขั้นตอนที่ 1	การ ดำเนินกา รวิจัย ขั้นตอนที่ 2	การ ดำเนินการ วิจัย ขั้นตอนที่ 3	สนับสนุน การ อภิปราย ผลการวิจัย
8. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงอินทรีย์		✓		✓		
9. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	✓					✓

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นถึงภาพรวมการใช้ประโยชน์ของแนวคิด ทฤษฎี ข้อมูลสนับสนุน และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเริ่มจากแนวคิดทฤษฎีด้านการจัดการที่ประกอบด้วย ทฤษฎีการจัดการเชิงระบบ ทฤษฎีการจัดการองค์การสมัยใหม่ แนวคิดการบริหารคุณภาพโดยรวม แนวคิดด้านการจัดการตามสถานการณ์ ทฤษฎีองค์การแห่งการเรียนรู้ และทฤษฎีวงจรคุณภาพ เพื่อให้เกิดแนวทางการจัดการสำหรับวิสาหกิจชุมชน จากนั้นจึงทบทวนแนวคิดวิสาหกิจชุมชนและ ธุรกิจชุมชน รวมถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดคุณลักษณะของ ความสร้างสรรค์ในการจัดการของกลุ่มธุรกิจชุมชน และสนับสนุนการนิยามศัพท์ปฏิบัติการให้กับ งานวิจัย นอกจากนี้ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันตก สมุนไพรแปรรูปในประเทศไทย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อมาเป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดปัญหาและวัตถุประสงค์งานวิจัย แนวคิดทฤษฎีด้านการจัดการ แนวคิดของกลุ่มธุรกิจชุมชน แนวคิดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมไปถึงแนวคิดด้านการจัดทำเกณฑ์มาตรฐาน เทคนิควิจัยอนาคต และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิง อินทรีย์ ยังนำมารวบรวมอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดกรอบแนวคิดของการวิจัย เนื่องจากในการ ดำเนินการวิจัยขั้นตอนที่ 1 เป็นการทบทวนเอกสารและการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยจึงต้องเชื่อมโยงทฤษฎี การจัดการ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดด้านกลุ่มธุรกิจชุมชน และข้อมูลด้านการแปรรูปสมุนไพร เพื่อนำไปเป็นประเด็นในการเก็บข้อมูล ขณะที่แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำเกณฑ์มาตรฐาน การทำ EDFA และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงอินทรีย์ จะนำมาใช้เป็นแนวทางสนับสนุนในการ ดำเนินการวิจัยขั้นตอนที่ 2 และ 3 สำหรับการอภิปรายผลการวิจัยนั้นจะนำแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมาสังเคราะห์ และเชื่อมโยงเพื่อก่อให้เกิดตัวแบบการจัดการเชิง สร้างสรรค์สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชนเพื่อให้เกิดเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ในการดำเนินการวิจัย โดยศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในภูมิภาคตะวันตก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนที่อยู่ในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย รวมถึงวัดประสิทธิภาพการใช้เกณฑ์ประเมินกับกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตก ผู้วิจัยเลือกใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน (Mix Method) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการสังเคราะห์แนวคิดและประยุกต์ระเบียบวิธีเชิงปริมาณในการยืนยันและทดลองใช้เครื่องมือดังกล่าว เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงแบ่งขั้นตอนดำเนินการวิจัยทั้งหมดออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดแนวคิดพื้นฐานขององค์ประกอบและแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชนไปสู่กระบวนการจัดการด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.1 การวิจัยเอกสาร

1.2 การสนทนากลุ่ม

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์

2.1 เทคนิควิจัยอนาคต (EDFR) รอบที่ 1

2.2 เทคนิควิจัยอนาคต (EDFR) รอบที่ 2

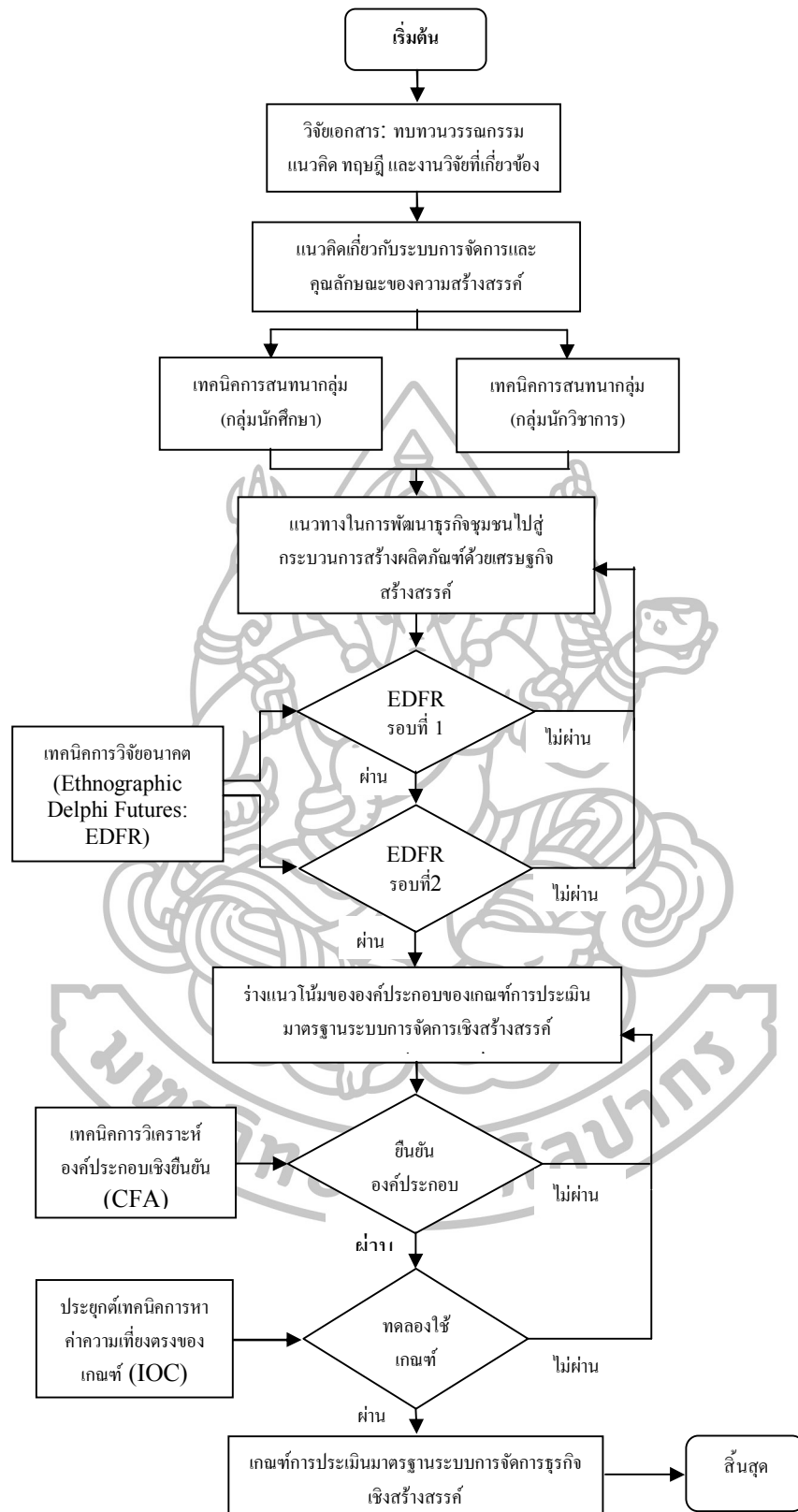
2.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA)

ขั้นตอนที่ 3 การทดลองใช้และพัฒนาคู่มือเกณฑ์การประเมิน

3.1 การทดลองใช้เกณฑ์การประเมิน

3.2 การพัฒนาคู่มือเกณฑ์การประเมิน

จากขั้นตอนการดำเนินการวิจัยทั้ง 3 ขั้นตอน ทำให้สามารถวิเคราะห์และออกแบบกระบวนการทั้งหมดโดยใช้แผนผังงาน (Flowchart) ดังแสดงในรูปภาพที่ 3-1



ภาพที่ 9 แผนผังขั้นตอน (Flowchart) ของการดำเนินการวิจัย

จากรูปภาพที่ 9 สามารถอธิบายได้ กล่าวคือ เริ่มจากการศึกษาแนวคิดการวิจัย ทบทวนวรรณกรรม และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาความต้องการและศักยภาพเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน ทำให้เกิดการสังเคราะห์แนวคิดด้านระบบการจัดการและคุณลักษณะของความสำเร็จ เมื่อได้แนวคิดมาแล้วจึงนำไปดำเนินการสนทนากลุ่ม แบ่งออกเป็นกลุ่มนักศึกษาและกลุ่มนักวิชาการ เพื่อสกัดให้ได้องค์ประกอบและแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชนไปสู่กระบวนการของความสำเร็จ หลังจากนั้นจึงนำองค์ประกอบไปเข้าสู่วิธีการวิจัยอนาคต

## ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดแนวคิดพื้นฐานขององค์ประกอบและแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชนไปสู่กระบวนการจัดการด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์

### 1.1 การวิจัยเอกสาร

#### ประเภทของเอกสาร

ขั้นตอนแรกของการวิจัยเริ่มจากการที่ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากเอกสารระดับปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ เอกสารที่เขียนขึ้นโดยบุคคลที่มีประสบการณ์ หรือเป็นประจักษ์พยานกับเหตุการณ์เรื่องราวต่างๆ และเอกสารระดับทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่เอกสารที่เขียนจากบุคคลที่ไม่ได้เป็นประจักษ์พยานกับเหตุการณ์เรื่องราวโดยตรง แต่ได้รับการถ่ายทอดหรืออ้างอิงจากเอกสารอื่นที่เป็นระดับปฐมภูมิ ทั้งนี้ เอกสารที่ผู้วิจัยนำมาใช้ศึกษาข้อมูลสนับสนุนเป็นเอกสารสาธารณะ (Public Document) คือที่มีการตีพิมพ์และเผยแพร่สู่สาธารณะโดยหน่วยงานภาครัฐ เช่น ข้อมูลแผนพัฒนาเศรษฐกิจจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ข้อมูลด้านวิสาหกิจชุมชนจากสำนักงานการเกษตร เป็นต้น

#### การคัดเลือกเอกสาร

ผู้วิจัยคัดเลือกเอกสารแต่ละชิ้นเพื่อพิจารณาความแท้จริงของข้อมูล โดยอ้างอิงจากผู้เขียนหรือหน่วยงานที่สร้างเอกสารว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่ อย่างไร รวมถึงพิจารณาว่าข้อมูลที่เขียนขึ้น ณ ช่วงเวลานั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลในบริบทอื่นๆ ในช่วงเวลานั้นหรือไม่ ผู้วิจัยยังตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร โดยเปรียบเทียบกับเอกสารอื่นๆ ที่มีข้อมูลประเภทเดียวกันเพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้องน่าเชื่อถือ (Creditability) พร้อมกันนี้ยังคัดเลือกความเป็นตัวแทนของเอกสาร (Representativeness) ว่าข้อมูลมีความหนักแน่นสามารถนำมาใช้แทนเอกสารประเภทเดียวกันได้หรือไม่

### การวิเคราะห์และสังเคราะห์เอกสาร

เมื่อคัดเลือกเอกสารแล้วจึงนำเอกสารมาศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิด ทฤษฎี ข้อมูลสนับสนุนและงานวิจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดคำอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นว่ามี สภาพความเป็นจริงตั้งแต่อดีตที่ผ่านมาและปัจจุบันเป็นอย่างไร หลังจากที่ได้เอกสารต่างๆที่ผู้วิจัย เห็นว่าอยู่ภายในขอบเขตของงานวิจัย ก็รวบรวมนำมาศึกษาเป้าหมายและสมมติฐานของเอกสาร คัด กรองคุณภาพของเนื้อหา วิเคราะห์ความเชื่อมโยงของข้อมูลจากเอกสารแหล่งต่างๆ

หลังจากการวิเคราะห์พบว่า มีแนวคิดทฤษฎีหลักที่อยู่ภายในกรอบงานวิจัย ประกอบด้วยทฤษฎีด้านการจัดการเชิงระบบ ทฤษฎีวงจรคุณภาพ ทฤษฎีการบริหารคุณภาพ โดยรวม ทฤษฎีด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้ และแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังมีข้อมูลสนับสนุนเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน ข้อมูลเกี่ยวกับพืชสมุนไพร ข้อมูล ด้านธุรกิจชุมชนในภาคตะวันตก และงานวิจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องภายในกรอบแนวคิดการวิจัย จาก การศึกษาเอกสารเหล่านี้ ผู้วิจัยสังเคราะห์ออกมาเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดการ และ คุณลักษณะของความสำเร็จในบริบทของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่สามารถนำไปพัฒนาเป็น องค์กรประกอบในการจัดทำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจชุมชน

### 1.2 การสนทนากลุ่ม

ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินการวิจัยขั้นตอนที่ 1 ของการวิจัย ผู้วิจัย เลือกประยุกต์ใช้เทคนิคการวิจัยแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อศึกษารวบรวมแนวคิด การให้ ความหมายและวิพากษ์เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฐานรากรวมถึงคุณลักษณะแห่งความ ความสำเร็จ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสนทนากลุ่มออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

- 1) กลุ่มนักศึกษาในสาขาการจัดการธุรกิจ และการตลาด ที่เคยผ่านการอบรมเรื่องผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น หรือการจัดการธุรกิจชุมชนจำนวน 12 คน และ
- 2) กลุ่มอาจารย์รุ่นใหม่จำนวน 5 คน ที่มี ประสบการณ์หรือความรู้ทางวิชาการด้านการจัดการ การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการ ธุรกิจชุมชน และการปกครองภาคท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนหรือให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวคิดที่ ได้มาจากการวิจัยเอกสาร จากนั้นจึงรวบรวมความเห็น ประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสกัดเป็น แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแนวทางการจัดการ สำหรับธุรกิจชุมชน ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดผู้ร่วมสนทนาแต่ละกลุ่มไม่เกิน 12 คน (วานิช มาลัย, 2548) เนื่องจากเป็นจำนวนตัวแทนที่อยู่ในเกณฑ์เหมาะสม หากเกินกว่านี้อาจเกิดปัญหายุ่งยากในการ ดำเนินงาน

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในขั้นตอนการสนทนากลุ่มทั้ง 2 กลุ่ม ผู้วิจัยใช้แนวคำถามปลายเปิด (Open ended question) และการนำเสนอประเด็นเฉพาะเจาะจงที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดการ การให้ความหมายเกี่ยวกับความสร้างสรรค์ ความเห็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความสร้างสรรค์ และแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน โดยผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินรายการ (Moderator) และจุดประเด็นภายในขอบเขตที่กำหนดเพื่อให้ผู้ร่วมสนทนาเกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือโต้แย้งกัน ผู้วิจัยใช้เครื่องบันทึกเสียงเพื่อบันทึกบทสนทนาทั้งหมดที่เกิดขึ้นโดยมีการแจ้งล่วงหน้า และใช้สมุด ปากกา ในการจดบันทึกความคิดเห็นประเด็นต่างๆจากผู้ให้ข้อมูลในการสนทนากลุ่ม เพื่อนำไปถอดบทสนทนา แยะแยะ จัดเรียงประเด็น และหาฉันทามติร่วมจากการสนทนากลุ่ม

## ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเกณฑ์การประเมิน

### 2.1 เทคนิควิจัยอนาคต (EDFR) รอบที่ 1

หลังจากที่ได้แนวความคิดด้านการจัดการธุรกิจชุมชนกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้ว ผู้วิจัยเลือกใช้เทคนิคการวิจัยอนาคต หรือ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) เพื่อหาฉันทามติของแนวโน้มในการจัดการเชิงสร้างสรรค์สำหรับธุรกิจชุมชน ที่จะนำไปพัฒนาเป็นองค์ประกอบในเกณฑ์การประเมินต่อไป โดยกำหนดผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณวุฒิความรู้หรือประสบการณ์เฉพาะทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการจัดการวิสาหกิจชุมชน ด้วยเทคนิคการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ผู้วิจัยพิจารณาคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญจากกลุ่มบุคคลจำนวน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ ประธานและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารที่มีประสบการณ์ดำเนินงานมาแล้วอย่างน้อย 3 ปี จำนวน 6 คน กลุ่มนักวิชาการ จำนวน 5 คน ได้แก่ อาจารย์ผู้มีความรู้ด้านการจัดการ สังคมศาสตร์ การพัฒนาชุมชน การจัดทำเกณฑ์ประเมิน และอุตสาหกรรมการผลิต ส่วนกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เคยดำรงตำแหน่งหรือกำลังดำรงตำแหน่งในหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มธุรกิจชุมชนจำนวน 6 คน รวมจำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งสิ้น 17 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าจำนวนผู้เชี่ยวชาญนั้นมีความเหมาะสมและสอดคล้องไปตามเกณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดของโทมัส ที แมคมิลแลน (Thomas T. Macmillan, 1971) ที่มีข้อเสนอว่าหากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีจำนวนตั้งแต่ 17 คนเป็นต้นไปเป็นระดับที่ให้ผลของอัตราการลดลงของค่าความคลาดเคลื่อน (Error) น้อยที่สุด และคงที่ที่ระดับ 0.02 ดังตาราง 3-1 ที่แสดงต่อไปนี้

ตารางที่ 4 แสดงการลดลงของค่าความคลาดเคลื่อน

จำนวนผู้เชี่ยวชาญ	ระดับความคลาดเคลื่อน	อัตราการลดลงของความคลาดเคลื่อน
1-5	1.20-0.70	0.5
5-9	0.70-0.58	0.12
9-13	0.58-0.54	0.04
กำหนด ขนาด 17 คน	13-17	0.54-0.50
	<b>17-21</b>	<b>0.50-0.48</b>
	21-25	0.48-0.46
	25-29	0.46-0.44

หลังจากที่กำหนดจำนวนผู้เชี่ยวชาญในการทำ EDFR แล้ว ผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure) เพื่อเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลวิจัยรอบที่หนึ่ง ใช้แนวคำถามปลายเปิดกับผู้เชี่ยวชาญและผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อให้อิสระในการให้ข้อมูลแนวโน้มต่างๆที่เป็นประโยชน์เพื่อหาภาพที่เป็นไปได้มากที่สุด โดยใช้หลักการตามรูปแบบของ EFR (Ethnographic Future Research) ได้แก่ ภาพอนาคตด้านบวก (Optimistic Realistic Scenario: O-R) ภาพอนาคตด้านลบ (Pessimistic Realistic Scenario: P-R) และภาพของแนวโน้มที่จะเป็นไปได้มากที่สุดในการจัดทำองค์ประกอบเพื่อใช้พัฒนาเป็นเกณฑ์การประเมินระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์สำหรับธุรกิจชุมชน (Most Probable Scenario: M-P) โดยในที่นี้ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ทั้งผู้เชี่ยวชาญและผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับแนวโน้มของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และศักยภาพการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในเชิงบวก จากนั้นจึงสัมภาษณ์แนวโน้มในแง่ลบเกี่ยวกับข้อจำกัด ปัญหาอุปสรรคของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายในประเทศ รวมถึงแนวทางที่เป็นไปได้มากที่สุดสำหรับการพัฒนาระบบจัดการธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่

สำหรับการดำเนินการทำ EDFR รอบที่ 1 ผู้วิจัยนัดหมายผู้เชี่ยวชาญเพื่อเข้าพบ แนะนำตัวเองและเรื่องที่ต้องการศึกษาวิจัย ดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตนเองตามประเด็นที่ได้ตั้งเอาไว้โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างด้วยคำถามปลายเปิดที่ได้เตรียมไว้ล่วงหน้าแต่สามารถยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ หลังจากการเก็บข้อมูลรอบที่ 1 ผู้วิจัยนำผลการสัมภาษณ์มาถอดเทปเพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์ รวบรวมและจัดหมวดหมู่ เปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้จัดบันทึกไว้ และจึงนำไปสร้างเป็นแบบสอบถามที่ใช้รูปแบบเดลฟาย (Delphi) ประยุกต์ตามแนวทางของเทคนิคการวิจัยอนาคต (EDFR)

## 2.2 เทคนิควิจัยอนาคต (EDFR) รอบที่ 2

หลังจากที่ได้เข้าสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 1 แล้ว ผู้วิจัยจึงรวบรวมความเห็นข้อเสนอแนะ นำไปสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้จากข้อมูลการสัมภาษณ์รอบที่หนึ่ง สำหรับการเก็บข้อมูลรอบที่ 2 เพื่อเป็นการตรวจสอบยืนยันการให้ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญ

สำหรับการทำEDFR รอบที่ 2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างจากการเก็บข้อมูลในรอบที่ 1 มาแนะนำให้แก่ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 17 คน โดยแนะนำหัวข้อเรื่องที่วิจัย วัตถุประสงค์ และกรอบการดำเนินงานวิจัยอีกครั้งเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้เชี่ยวชาญกับผู้วิจัย หลังจากนั้นประมาณ 1 สัปดาห์ ผู้วิจัยจึงมาเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนเพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile range: IR) และค่ามัธยฐาน (Median: Md)

## 2.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเพื่อตรวจสอบการวัดคุณสมบัติได้ตรงตามองค์ประกอบของระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เครื่องมือที่ใช้ในขั้นตอนย่อยนี้เป็นแบบสอบถามที่พัฒนามาจากร่างแนวโน้มขององค์ประกอบ เกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์จากการทำ EDFR ทั้ง 2 รอบ เพื่อวัดระดับความคิดเห็นและเป็นการยืนยันความเหมาะสมของคำถามที่ใช้วัดในแต่ละด้านและสามารถนำไปเป็นตัวแปรของแต่ละองค์ประกอบในเกณฑ์ประเมิน

สำหรับประชากรที่ใช้ศึกษาในขั้นตอนนี้ ได้กำหนดเป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในภูมิภาคตะวันตก โดยไม่จำกัดประสบการณ์ดำเนินงานและระดับที่ผลิตภัณฑ์ได้รับ ในขณะที่เดียวกันการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างนั้นใช้วิธีการตามแนวทางของ Hair (Hair et al., 2010) ที่มีข้อเสนอว่าควรพิจารณาจำนวนของพารามิเตอร์ที่ต้องการนำไปวิเคราะห์ควบคู่ไปกับการพิจารณาขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วย ดังนั้นถ้าพารามิเตอร์ที่ใช้ในการวัดมีจำนวนมากก็ต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากตามไปด้วย ซึ่งจำนวนตัวแทนที่เหมาะสมในการนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันนั้นจะต้องมีอัตราส่วนอย่างน้อย 10 ต่อ 1 พารามิเตอร์ จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) คือกำหนดประชากรในพื้นที่ภาคตะวันตกที่มีคุณลักษณะเหมือนกัน กล่าวคือเป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร และเลือกจังหวัดในพื้นที่ภาคตะวันตกถือเป็นตัวแทนของประชากร

ทั้งนี้ เมื่อได้ผลการวัดระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบในการจัดทำเกณฑ์แล้วจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยโปรแกรม LISREL เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบย่อย (Construct Validity) และพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนของโครงสร้างองค์ประกอบ เกณฑ์ในการวัดความกลมกลืนขององค์ประกอบทั้งหมดพิจารณาได้จาก เงื่อนไข ได้แก่ 1) ค่า Chi-Square เมื่อหารกับค่า Degree of freedom (df) ต้องไม่เกิน 2 2) ค่า p-



value ต้องไม่น้อยกว่า 0.05 3) ค่า CFI, GFI และ AGFI ต้องเข้าใกล้ 1 โดยไม่น้อยกว่า 0.95 4) ค่า RMSEA ต้องเข้าใกล้ ศูนย์ โดยมีค่าไม่เกิน 0.05 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557)

### ขั้นตอนที่ 3 การทดลองใช้และพัฒนาคู่มือเกณฑ์การประเมิน

#### 3.1 การทดลองใช้เกณฑ์การประเมิน

เมื่อยืนยันองค์ประกอบของเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ด้วย CFA อันดับหนึ่ง และอันดับที่สองแล้ว ในขั้นตอนนี้เป็นการนำเอาร่างเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าวมาดำเนินการทดลองใช้เพื่อวัดประสิทธิภาพและสรุปผลการพิจารณาเกณฑ์การประเมิน ผู้วิจัยประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบประเมินที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย และดัชนีประเมิน มีการให้คะแนนในแต่ละรายการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ ระดับประกอบด้วยค่า 1 หมายถึง มีหลักฐาน สามารถใช้ประเมินได้ ค่า 0 หมายถึง ดัชนีประเมินไม่ชัดเจน หรือผู้เชี่ยวชาญไม่แน่ใจ และค่า -1 หมายถึง ไม่มีหลักฐาน ไม่สามารถประเมินได้

เมื่อวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้วจึงนำเกณฑ์ประเมินไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ผลิตสินค้าประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยใช้วิธีการสุ่มเลือกแบบไม่เจาะจงจำนวน 3 ราย เพื่อนำผลไปสรุป และปรับปรุงเป็นคู่มือเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชน

#### 3.2 การพัฒนาคู่มือเกณฑ์การประเมิน

เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการวิจัย กล่าวคือเมื่อได้ผลจากการทดลองใช้เกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์แล้ว ผู้วิจัยจึงนำร่างเกณฑ์ประเมินมาพิจารณาผลขององค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย และดัชนีการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน และจากการทดลองใช้เกณฑ์ เพื่อปรับปรุงและสังเคราะห์เพิ่มเติม จากนั้นจึงร่างแบบประเมินและจัดทำคู่มือเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ขึ้นมาจำนวน 1 ชุด ดังที่ปรากฏในภาคผนวก ก เพื่อเป็นแนวทางและรายละเอียดเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ใช้ในการประเมินการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

## บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในภูมิภาคตะวันตกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปผลการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

### ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดแนวคิด

#### 1.1 การวิจัยเอกสาร (Documentary Research)

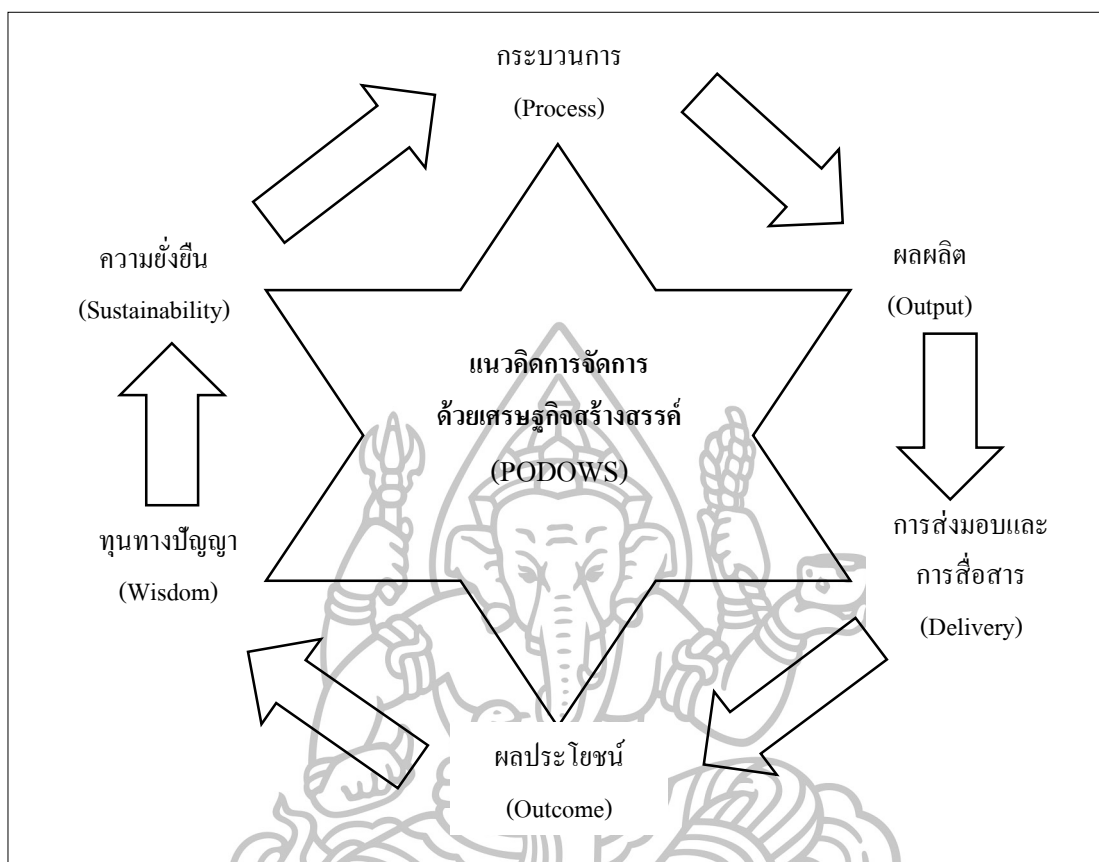
การดำเนินการวิจัยขั้นตอนนี้เป็นการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ด้วยเทคนิคการวิจัยเอกสาร เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎี ข้อมูลสนับสนุน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการร่างเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ทั้งนี้เป็นการวิจัยเอกสารในระดับทุติยภูมิ ทั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าเอกสารและศึกษาทฤษฎีที่มีความเชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดแนวทางที่ชัดเจนในการนำไปสร้างรูปแบบและระบบการจัดการธุรกิจชุมชน โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ในการศึกษาทฤษฎีด้านกระบวนการจัดการ พบว่ากระบวนการจัดการที่เริ่มจากการวางแผน (Planning) ที่ต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจน มีการกำหนด จัดสรรทรัพยากรต่างๆ เพื่อนำไปสู่การวางแผน ใบบายขั้นตอนการดำเนินงาน จากนั้นขั้นตอนต่อมาคือการจัดองค์การ (Organizing) เกี่ยวข้องกับการเตรียมงาน การวางโครงสร้างขององค์การ กำหนดตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้แก่สมาชิกระดับต่างๆซึ่งต้องมีความสัมพันธ์กับความสามารถบุคคล การมีผู้นำ (Leading) ที่มีหน้าที่ควบคุมและการบริหารงานบุคคล คัดเลือกสมาชิกที่มีความสามารถและมีความเหมาะสมกับตำแหน่งงาน อีกทั้งต้องฝึกอบรม กระตุ้นสมาชิกเพื่อเพิ่มขีดความสามารถก่อให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้น สุดท้ายคือต้องควบคุม (Controlling) เพื่อพัฒนามาตรฐานของระบบการทำงานของสมาชิก การติดตามผลการทำงานของพนักงานในองค์การ รวมถึงพิจารณาผลจากกิจกรรมต่างๆที่สมาชิกแต่ละคนได้รับมอบหมายว่าบรรลุเป้าหมายหรือไม่ นอกจากนี้อาจต้องแก้ไขข้อผิดพลาดเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามความจำเป็น จากการศึกษาทฤษฎีพบว่ามีความสัมพันธ์

กับทฤษฎีเชิงระบบ (ณัฐพันธ์ เจริญนันท์, 2551) เริ่มตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า (Input) เกี่ยวข้องกับการจัดสรรทรัพยากร การวางแผนงาน การกำหนดนโยบายและการมอบหมายงาน จากนั้นจึงเกิดกระบวนการ (Process) เพื่อดำเนินงานตามแผนพร้อมกับการดูแลควบคุม จนนำไปสู่ผลผลิตที่บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ข้างต้น

นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีอื่นที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ได้แก่ ทฤษฎีวงจรคุณภาพ (PDCA) เป็นการจัดการอย่างมีคุณภาพเป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผลผลิตที่มีคุณภาพภายใต้วงจร 4 ขั้นตอน คือ การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การตรวจสอบ และการปรับปรุงแก้ไข เมื่อกล่าวถึงการจัดการที่มีคุณภาพทำให้เกิดการเชื่อมโยงกับทฤษฎีการบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM) ที่มุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับการเฝ้าระวังควบคุม การจัดการคุณภาพอย่างต่อเนื่อง การวิเคราะห์ผลผลิตและผลการดำเนินงาน การคิดค้นวิธีการเพิ่มผลผลิต และบริหารจัดการความรู้เพื่อให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์ได้ทันที ทั้งนี้ในด้านบริหารจัดการความรู้ก็มีความสัมพันธ์กับทฤษฎีองค์การแห่งการเรียนรู้เช่นกันเนื่องจากเป็นกระบวนการสำรวจและจัดการความรู้ที่มีอยู่ภายในองค์กร มีการแสวงหาความรู้ใหม่เพื่อให้เกิดการผสมผสานกับความรู้เดิม มีการจัดเก็บความรู้ที่เป็นระบบและเอื้ออำนวยต่อการนำไปใช้เผยแพร่หรือนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ

เมื่อผู้วิจัยได้นำทฤษฎีด้านการจัดการ ทฤษฎีด้านระบบ ทฤษฎีวงจรคุณภาพ ทฤษฎีการจัดการคุณภาพโดยรวม และทฤษฎีองค์การแห่งการเรียนรู้ รวมถึงข้อมูลสนับสนุน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ เชื่อมโยงความสัมพันธ์และจัดหมวดหมู่ พบว่าในการกำหนดแนวคิดการจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชนด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นสามารถสังเคราะห์ออกมาได้ทั้งหมด 6 องค์ประกอบหลัก (PODOWS) ได้แก่ กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน (Process) ผลผลิตทันทีจากการดำเนินงาน (Output) การสื่อสารกับลูกค้าและส่งมอบผลิตภัณฑ์ (Delivery) ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน (Outcome) ทุนทางปัญญา (Wisdom) และความยั่งยืนของธุรกิจชุมชน (Sustainability) โดยสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 10



ภาพที่ 10 การจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชนด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (PODOWS)

จากรูปภาพที่ 10 ผู้วิจัยได้อธิบายความหมายของแต่ละองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน (Process)

สำหรับในด้านของกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาในด้านของการวางแผนการดำเนินงาน การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลหรือสมาชิกกลุ่ม การจัดหาและคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ในการดำเนินงาน ตลอดจนกระบวนการผลิต โดยผู้วิจัยมองว่าการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์นั้น จะต้องมีกระบวนการดำเนินงานตั้งแต่ต้นนั้น ที่มีประสิทธิภาพ

2. ผลผลิตจากการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน (Output)

ผลผลิตจากการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ผู้วิจัยพิจารณาในด้านของลักษณะและความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ การที่ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานการรับรองผลิตภัณฑ์

3. การส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย (Delivery)

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้มุ่งพิจารณาองค์ประกอบต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย และวิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

#### 4. ผลประโยชน์และคุณค่าที่เกิดขึ้นจากกระบวนการของธุรกิจชุมชน (Outcome)

สำหรับด้านของผลประโยชน์และคุณค่าที่เกิดขึ้นจากกระบวนการของธุรกิจชุมชน จะพิจารณาถึงประโยชน์ 2 ด้าน ได้แก่ ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน และประโยชน์ต่อชุมชน

#### 5. ทูตทางปัญญาของชุมชน (Wisdom)

เป็นการพิจารณาถึงกระบวนการจัดการภูมิปัญญาของธุรกิจชุมชนการสร้างกระบวนการจัดการความรู้ของชุมชน และการได้รับลิขสิทธิ์ทางปัญญา

#### 6. ความยั่งยืนหรือการพัฒนาสานต่อของธุรกิจชุมชน (Sustainability)

สำหรับปัจจัยนี้ เกี่ยวข้องกับการวางนโยบายดำเนินงานที่มีความต่อเนื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องรวมถึงความสัมพันธ์กับชุมชนที่มีความต่อเนื่อง อันจะก่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาสานต่อของธุรกิจชุมชน

จากข้อสรุปที่ได้จากการวิจัยเอกสารข้างต้นทำให้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคิดเกี่ยวกับระบบการจัดการของกลุ่มธุรกิจชุมชนด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง 6 องค์ประกอบ (PODOWS) ได้แก่ กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน (Process) ผลิตภัณฑ์จากการดำเนินงาน (Output) การสื่อสารกับลูกค้าและส่งมอบผลิตภัณฑ์ (Delivery) ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน (Outcome) ทูตทางปัญญา (Wisdom) และความยั่งยืนของธุรกิจชุมชน (Sustainability) ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้นำองค์ประกอบไปดำเนินการยืนยันด้วยการจัดสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักวิชาการรุ่นใหม่ที่มีความรู้ด้านการจัดการธุรกิจ การตลาด และการจัดการภาครัฐ และกลุ่มนักศึกษาที่เคยผ่านการอบรมเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเคยมีประสบการณ์ลงพื้นที่ทำวิจัยในกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยผลการดำเนินงานสามารถพิจารณาได้ในขั้นตอนที่ 2

### 1.2 การจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group)

หลังจากการวิจัยเอกสารที่ก่อให้เกิดแนวคิด PODOWS ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบดังกล่าวไปนำเสนอในการสนทนากลุ่มซึ่งการจัดสนทนากลุ่มนี้เป็นการจัดขึ้นเพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สอดคล้องกับความคิดสร้างสรรค์จากบุคคลจำนวนสองกลุ่มได้แก่ กลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เคยผ่านการอบรมเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์ การจัดการธุรกิจชุมชน และเคยมีประสบการณ์ในการลงพื้นที่ทำวิจัยกับกลุ่มธุรกิจชุมชน ขณะที่อีกกลุ่มเป็นอาจารย์รุ่นใหม่ที่มีความรู้ด้านการจัดการ การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการธุรกิจ

ชุมชน และการปกครองภาคท้องถิ่น เพื่อหาฉันทามติเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชน ไปสู่กระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์และการจัดการด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยผลการสนทนากลุ่มมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

#### กลุ่มนักศึกษา

สำหรับผลิตภัณฑ์จากชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) พบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่คนส่วนใหญ่มีความคุ้นเคย รู้จัก และเคยใช้มาก่อน ทั้งในประเภทที่เป็นของกิน ของใช้ ยารักษาโรค และเครื่องสำอาง และในส่วนของสมุนไพรทุกคนจะรู้จักและเคยใช้ผลิตภัณฑ์จำพวก ยา เช่น ยาต้ม ยาหม้อ ยาหอม ยารักษาโรค เครื่องสำอาง เช่น แป้ง สบู่ ครีม บำรุงผิวหน้าและผิวกาย ซึ่งมีส่วนผสมของสมุนไพรที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็น มะขาม มะหาด ขมิ้น ทานาคา เป็นต้น ด้านประสบการณ์ในการใช้ บางคนใช้ทุกอย่างที่เป็นสมุนไพร แต่จะเน้นไปในด้านความสวยความงาม บางคนก็พึงพอใจในผลจากการใช้ ในขณะที่บางคนก็ไม่พึงพอใจในบางส่วน เช่น น้ำมันมะพร้าวมีสรรพคุณที่สามารถใช้ได้กับทุกส่วนของร่างกายทั้งภายในและภายนอก ทุกคนรู้สึกว่าคุณค่ากับการบริโภค

ที่ได้ผลดีค่ะ อย่างสบู่ก็ใช้แล้วก็ขาวขึ้น แต่อย่างเพื่อนเราที่มีผิวเต็มหน้า พอใช้สมุนไพรพวกเปลือกมังคุดมะขาม พอไปหาแพทย์ผิวหนัง แพทย์บอกว่าเป็นโรคพวกที่แพ้เกี่ยวกับสมุนไพร แต่ก็ต้องขึ้นอยู่กับบุคคลด้วย เพราะผิวของแต่ละคนแตกต่างกัน หรือไม่ก็อาจจะขึ้นอยู่กับสารที่ผสมอยู่ก็ได้ (นักศึกษาคนที่ 1 นามสมมติ, 2558)

แต่อย่างเราตอนเกิดผิวไปหาหมอหลายๆทีก็ไม่หาย แต่พอเราใช้สมุนไพรผิวที่เป็นอยู่ก็ค่อยๆยุบและดีขึ้น อย่างครีมแต้มผิวเราก็ใช้เกือบจะทุกยี่ห้อแล้วก็ไม่เห็นผลแต่พอมาใช้สมุนไพรผิวก็ค่อยๆหายและดีขึ้น (นักศึกษาคนที่ 2 นามสมมติ, 2558)

หากพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์โอท็อปกับความสร้างสรรค์ ทุกคนต่างเห็นว่าผลิตภัณฑ์โอท็อปประเภทสมุนไพรเป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาและต่อยอดได้อย่างหลากหลาย เนื่องจากในปัจจุบันนั้นมีการคิดค้นให้มีผลิตภัณฑ์อย่างหลากหลายโดยอาศัยกระแสนิยมจากสังคมเป็นหลัก ความหลากหลายในด้านของการใช้งาน รวมถึงความแตกต่างที่สื่อให้เห็นถึงส่วนผสมของสมุนไพรอย่างชัดเจน แต่สิ่งสำคัญที่ผลิตภัณฑ์โอท็อปควรให้ความสำคัญ คือรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ พบว่าไม่มีความทันสมัย ทำให้ไม่สามารถเพิ่มราคาให้กับตัวสินค้าได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์จากชุมชนนั้นมีรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่น่าสนใจ เรียบง่ายเกินไป ไม่สะดุดตา ทำให้ภาพลักษณ์ของสินค้าไม่ดี คนก็จะไม่กล้าซื้อใช้ เนื่องจากคนสมัยใหม่จะให้ความสำคัญในเรื่องของภาพลักษณ์ภายนอกที่แสดงออกมาแล้วทำให้ตนดูดี ดูทันสมัย และที่สำคัญในสถานการณ์ปัจจุบันพบว่ามีการ

ลอกเลียนแบบสินค้าเยอะมาก ทำให้สินค้าขาดความเป็นเอกลักษณ์ ไม่มีการบอกเล่าถึงเรื่องราวหรือที่มาของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน บางคนซื้อใช้โดยไม่ได้นึกถึงว่าสินค้านั้นมาจากแหล่งใด กลับมองแค่ว่าเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนได้แค่นั้นก็พอแล้ว

มีนะ เพราะว่าเกี่ยวกับพวกผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ลองคิดกันดูว่าถ้ามีมะขามมาวางขายกับมีสับปะรดมาเป็นก้อนๆมาวางขาย คนจะเลือกซื้ออะไร คนก็จะเลือกซื้อสับปะรดมะขาม ทั้งๆที่มาจากที่เดียวกัน พอถ้ามีแบรนด์ขึ้นมา สมุนไพรก็จะดีตลาดขึ้นมา มีการขายกันเคลื่อนตลาด อย่างสับปะรดขาวก็มีโอท็อป แต่มันก็มีหลายยี่ห้อมาก แต่บางทีถ้าเป็นแค่สินค้าโอท็อปคนก็ไม่น่าเชื่อถือคนก็จะไม่นิยม แต่พอมาใส่แบรนด์ก็จะดูหรูขึ้น (นักศึกษาคนที่ 3 นามสมมติ, 2558)

จากข้างต้นที่ได้มีการกล่าวถึงในด้านของวัตถุประสงค์ที่ต้องมาจากฐานของวัฒนธรรมชุมชน ทั้งนี้ในด้านของการบริหารจัดการหรือกระบวนการในการดำเนินงานนั้นก็เช่นกันต้องมาจากคนในชุมชนที่ใช้องค์ความรู้ รวมถึงวิธีการในการจัดการของชุมชนเอง

ในขณะที่เมื่อพิจารณาถึงตลาดของสินค้าโอท็อปในปัจจุบันสามารถพบเห็นได้ตามงานเทศกาลจัดแสดงสินค้าโอท็อป หน้ร้านในบริเวณชุมชน สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม รวมถึงร้านขายยา สำหรับสินค้าบางอย่างก็สามารถหาซื้อได้ทุกที่ แต่บางอย่างซื้อได้เฉพาะแต่ในชุมชนที่ผลิต เมื่อได้ทดลองใช้สินค้าแล้วเกิดความประทับใจก็ยากที่จะหาซื้อ สำหรับสินค้าบางตัวก็มีอยู่ในทุกที่ที่จะมีจุดอ่อนตรงที่ทำให้ไม่รู้ที่มาของแหล่งกำเนิดที่แท้จริง ผู้คนจึงให้ความสนใจในด้านการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายอย่างสื่อออนไลน์ที่สามารถหาข้อมูลได้ด้วยตนเอง จากการประสบการณ์ใช้ของผู้อื่น การบอกต่อจากครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก ช่วยให้เกิดมั่นใจในสินค้าและทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักด้วยการสร้างการรับรู้ สร้างแรงกระตุ้น การสร้างการรับรู้ผ่านสื่อต่างๆ ไปถึงการเห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ หรืออาจจะโยงไปถึงตัวคุณค่าของตัวชุมชนเองด้วย

โอท็อปไทยแท้ส่วนใหญ่ก็จะมีแค่จากพิพิธภัณฑ์เป็นส่วนใหญ่ พวกสินค้าโอท็อปเพื่อนๆคิดว่าใครเป็นคนทำ ก็จะเป็นพวกชาวบ้าน แต่พอเป็นวัยรุ่นอย่างเราก็จะเป็นพวกมีความคิดสมัยใหม่ สมมุติจะว่ามีสับปะรดเดียวกันเป็นสับปะรดมะขาม คนแก่อือ 1 ก้อน พริตตี้ก็อือ 1 ก้อน เพื่อนๆคิดว่าคนส่วนใหญ่เลือกซื้อของใคร แต่ปัญหาตอนนี้ก็มีเรื่องรูปแบบของผลิตภัณฑ์ บางอันก็ทำแบบไม่น่าเชื่อถือจนไม่กล้าใช้ อย่างเช่นยาแถมสิ่วบางตัว ตัวรูปแบบผลิตภัณฑ์อาจจะดูเรียบๆเซ็กซี่ แต่พอเอามาใช้ก็ได้ผลที่ดีถ้าไม่มีคนดังมาช่วยโฆษณาเราก็จะไม่ว่าผลิตภัณฑ์ตัวนี้ดี แต่บางทีก็เกิดจากการบอกต่อนะ เพื่อนบอกว่าดีก็บอกต่อกันมาเรื่อยๆ แต่ผลิตภัณฑ์บางอย่างก็ไม่มีค่าน่าเชื่อถือนะ พอใช้ๆไปเกิดผลเสียก็ไม่มีใคร

ออกมารับผิดชอบ บางทีมันก็ไม่ได้ระบุ อย. มันเป็นแค่ฉบับสิทธิชมพชรรมคา (นักศึกษาคนที่ 4 นามสมมติ, 2558)

เนื่องจากภาพลักษณ์ของสินค้าโอท็อปในปัจจุบัน พบว่า ผลิตภัณฑ์โอท็อปขาดความน่าเชื่อถือ ผู้บริโภคไม่กล้าที่จะทดลอง เนื่องจากหากเกิดผลกระทบจากการใช้งาน กลัวว่าจะไม่มีคนรับผิดชอบ ซึ่งปัจจุบันสินค้าส่วนใหญ่เกิดจากการลอกเลียนแบบทำให้ไม่รู้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ตัวไหนเป็นของแท้หรือปลอม ต่างจากสินค้าแบรนด์เนมที่เนื่องจากมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ ผู้บริโภคจึงมีความมั่นใจที่จะเลือกใช้มากกว่าผลิตภัณฑ์ที่มาจากชุมชน บุคคลที่มีอิทธิพลไม่ว่าจะเป็นครอบครัว เพื่อน ก็มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ ซื้อเช่นกัน โดยที่ผลิตภัณฑ์โอท็อปสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ช่วยส่งเสริมให้คนในชุมชนมีอาชีพ และมีความรู้เพื่อนำไปพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ผู้บริโภคก็จะได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพด้วยราคาที่คุ้มค่าและปลอดภัยต่อการใช้งาน

นอกจากนี้ยังพบว่าสินค้าโอท็อปเป็นสิ่งที่พัฒนาได้ยาก เนื่องจากมีเงินทุนสนับสนุนน้อย ขาดความร่วมมือจากหน่วยงานท้องถิ่น ขาดการส่งเสริมที่ต่อเนื่อง ขาดผู้เชี่ยวชาญและเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้สินค้าไม่เป็นที่รู้จัก และปัญหาอีกอย่างหนึ่งคือในปัจจุบันมีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมากทำให้ผู้บริโภคไม่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์โอท็อปและไม่มั่นใจในผลกระทบหลังการใช้ เนื่องจากสินค้าพวกนี้ไม่ได้มาจากองค์กรธุรกิจ ถ้ามีปัญหาเกิดขึ้นอาจไม่สามารถเรียกร้องค่าเสียหายได้

กลุ่มอาจารย์

ในขณะที่เดียวกัน จากผลของการสนทนากลุ่มอาจารย์ พบว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้นจะต้องเป็นความคิดที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชน และต้องสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ด้วย มิใช่สร้างสรรค์จนไม่เหลือความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนหรือไม่หลงเหลือคุณค่าของผลิตภัณฑ์ อันทำให้ไม่เกิดประโยชน์ ได้มีผู้ร่วมสนทนากลุ่มให้ความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ดังนี้

สำหรับพีความคิดสร้างสรรค์ มันต้องถูกคิดและถูกออกแบบจากสิ่งทีคนๆหนึ่งคิดว่าไม่ถูกกรอบ หรือกติกาหรือบริบทของวัฒนธรรม สังคมหรือขนบธรรมเนียมประเพณีมา กำหนด แต่ความคิดสร้างสรรค์ตรงนั้น อยู่ภายใต้สิ่งทีมันสามารถ สร้างประโยชน์ให้กับชุมชนได้ด้วย ถึงแม้ว่ามันอาจจะไม่ได้อยู่ในเรื่องของค่านิยมชุมชนกำหนดด้วยแบบนี้ เช่น ผู้หญิงควรจะนุ่งผ้าซิ่นในชุมชนนี้ นะ หรือความคิดสร้างสรรค์บางคนอาจจะบอกว่าเราไปเอาผ้าซิ่นมาตัดกางเกงให้ผู้หญิงได้ไหม อันนี้มันอาจจะพอบอกได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์มัน อาจจะเป็นกางเกงที่ขาดๆก็ได้ คือความคิดสร้างสรรค์มันจะต้องเอื้อประโยชน์ให้กับชุมชนนั้นได้ด้วย ความคิดสร้างสรรค์มันไม่ได้สร้างสรรค์เกินกว่าที่เป็นที่ยอมรับในสังคม หรือ



ความคิดสร้างสรรค์ที่มันเกินกว่าขอบเขต ของสังคมหรือวัฒนธรรมมันจะยอมรับได้ (อาจารย์คนที่ 1 นามสมมติ, 2558)

ความคิดสร้างสรรค์มันคือการนำคุณค่าที่มันเป็นสิ่งที่จะต้องไม่ได้แสดงออกให้มันเป็นลักษณะที่มองเห็นได้จำเป็นต้องได้โดยการนำเสนอที่น่าสนใจ เช่น สมมติ package ต้องสะท้อนถึงคุณค่าถึงตัว product product มันมีคุณค่าอะไร ตัวคุณค่านั้นเป็นสิ่งที่มันไม่ได้ถูกนำออกมาให้เห็น เราต้องทำให้เห็นว่าตัว product นี้คุณค่ามันเป็นอย่าง package ก็เป็นสิ่งที่หนึ่งที่น่าตัวคุณค่าออกมา หรือว่าพีริเซนต์ออกมาในลักษณะจำเป็นต้องได้ โดยการนำเสนอที่น่าสนใจ ซึ่งการนำเสนอตรงนี้อาจจะเป็นการใช้ packaging ก็ได้หรือว่าใช้ตัวสื่อ โฆษณา ประชาสัมพันธ์อะไรก็ได้ที่มันน่าสนใจ คือคิดว่ามันคือความคิดสร้างสรรค์ (อาจารย์คนที่ 2 นามสมมติ, 2558)

หากพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีความสร้างสรรค์นั้น จากการสนทนากลุ่มได้ข้อเสนอแนะว่า ต้องมีการให้ความสำคัญใน 3 ด้าน ได้แก่ เศรษฐกิจ ชุมชน และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่ง 3 สิ่งนี้จะต้องควบคู่ไปด้วยกัน จากการนำภูมิปัญญา วัตถุดิบ หรือทุนที่มีอยู่ในชุมชน มาพัฒนาด้วยการนำความคิดใหม่ๆ ใส่เข้าไปทั้งในด้านของการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของคนในยุคปัจจุบันอันนำไปสู่การสร้างรายได้และสร้างเศรษฐกิจที่ดีให้กับชุมชน โดยได้มีอาจารย์ผู้ให้ทัศนะที่สอดคล้องกันดังนี้

มี Key words อยู่ 3 คำคือ 1.เศรษฐกิจ 2.ชุมชน 3.สร้างสรรค์ ในแง่ของ Key words 3 คำนี้ถ้ามองแล้วเนี่ยมันก็คือการดึงเอาวัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือสิ่งที่มันจำเป็นต้องได้ในชุมชนมาทำให้มันเป็นรูปธรรมและสามารถใส่ไอเดีย อะไรต่างๆ ให้มัน ทันยุคทันสมัย แล้วสามารถนำไปสู่การจัดการในเชิงของการตลาดได้แต่สิ่งสำคัญก็คืออยู่กับ base on กับ Result ของท้องถิ่นและชุมชนแล้วก็เกิดภายใต้บริบทของชุมชนที่ปราศจากนายทุนภายนอก จะเป็นพลังที่ชุมชนนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ขึ้นมา (อาจารย์คนที่ 3 นามสมมติ, 2558)

ในแง่ของinput มันก็จะต้องมากจากฐานของวัฒนธรรมชุมชน ในตัว Process ก็ต้องมากจากคนในชุมชนที่ใช้องค์ความรู้ รวมถึงวิธีการในการจัดการของชุมชนเอง และสุดท้าย output เกิดขึ้นมา outcome เกิดขึ้นมา output กับ outcome อาจจะมีในแง่ของ environment จากภายนอกเข้าไปเพิ่มเติมเป็นการเพิ่มเติมจากการสร้างผลิตภัณฑ์ ซึ่งหน้าที่ของนักวิชาการเข้าไปส่งเสริมแต่มันไม่ใช่ไปคิดแทนเขาไป พอไปคิดแทนมันไม่ใช่มาจากความคิดสร้างสรรค์ของคนในชุมชน (อาจารย์คนที่ 4 นามสมมติ, 2558)

มันก็อาศัยทุนทางสังคมของชุมชน เพราะถ้าอาศัยองค์ความรู้จากภายนอกอย่างเดียว แต่ไม่ได้เกิดพลังจากคนภายในชุมชนมันก็ไม่ใช้การสร้างสรรค์เศรษฐกิจจากชุมชน เป็นการสร้างสรรค์จากภายนอกที่ไปเอา result อย่างเดียว แต่ถ้าจะบอกว่าเอา result มาแปรรูปให้เกิดผลิตภัณฑ์มันต้องเกิดจากองค์ความรู้ของชุมชนเอง แล้วก็ทำให้มันเกิดผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสามารถไปแข่งในตลาดได้แล้วก็เป็นที่ยอมรับแต่การแข่งขันในตลาดเราจะต้องมีอะไรอีกมากมาย เช่นในเรื่องของมาตรฐานคุณภาพอย่าง packaging อาจจะสร้างสรรค์อย่างเดียวแต่มันขาดในเรื่องของการนำเสนอที่น่าสนใจมันก็ไม่สามารถเป็นผลิตภัณฑ์ที่ครองอยู่ใน Shelve ของตลาดได้ (อาจารย์คนที่ 5 นามสมมติ, 2558)

จากข้อสรุปที่ได้จากการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นด้วยกับองค์ประกอบทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน (Process) ผลิตภัณฑ์จากการดำเนินงาน (Output) การสื่อสารกับลูกค้าและส่งมอบผลิตภัณฑ์ (Delivery) ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน (Outcome) ทูทางปัญญา (Wisdom) และความยั่งยืนของธุรกิจชุมชน (Sustainability) ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น

นอกจากนี้ผู้ร่วมสนทนากลุ่มได้ให้ข้อเสนอแนะในด้านของการศึกษาการรับรู้จากผู้บริโภค จึงได้นำส่วนนี้ไปสังเคราะห์เป็นแนวคิดด้านการศึกษาศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด (SPAЕ) ประกอบด้วยการศึกษาจากแรงกระตุ้นในการซื้อ (Stimulus) การรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า (Perceived Quality) การรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ (Awareness) และการได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์ (Equity) ที่กลุ่มธุรกิจชุมชนจะต้องให้ความสำคัญเนื่องจากการสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภค โดยได้มีผู้ให้ทัศนะที่สอดคล้องกันดังนี้

คือเหมือนกับเราไปหยอดให้เค้าได้คิดต่อ ที่นั่นมันจะมีหลักในเรื่องของแนวคิดทางการตลาดในเรื่องการสร้างการรับรู้ ทฤษฎีการสร้างการรับรู้ว่าตามในเรื่องของการสร้างแรงกระตุ้น การสร้างการรับรู้ผ่านสื่อต่างๆ awareness royalty ไปถึง brand equity การเห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ หรืออาจจะโยงไปถึงตัวคุณค่าของตัวเองชุมชนเองด้วย มีบางคนแบรนด์นี้ประสบความสำเร็จ คนอาจจะซื้อไม่ได้แค่เพราะว่าผลิตภัณฑ์มันดี อาจจะซื้อเพราะว่าเกิดจากภาพลักษณ์ของชุมชนด้วย แต่การกระตุ้น ไปจนถึงการที่จะทำให้ลูกค้าเกิด royalty เกิด equity ได้มันควรจะต้องการจัดการอย่างไรบ้าง สำหรับสภาพจริงของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยที่เป็นอยู่ทุกวันนี้ควรจะแก้ปัญหาอะไร (อาจารย์คนที่ 4 นามสมมติ, 2558)

โดยจากการดำเนินการวิจัยใน 2 ขั้นตอนข้างต้นผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวโน้มหลักและแนวโน้มย่อยเพื่อนำไปพัฒนาเป็นแนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึกในขั้นตอนของการวิจัยโดยใช้เทคนิคการวิจัยอนาคต (EDFR) ในขั้นตอนที่ 3

## ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเกณฑ์การประเมิน

### 2.1 เทคนิคการวิจัยอนาคต (EDFR) รอบที่ 1

สรุปผลการสังเคราะห์ประเด็นสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้เชี่ยวชาญมีจำนวนทั้งสิ้น 17 คน จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ กลุ่มธุรกิจชุมชนหรือเจ้าของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ จำนวน 6 คน ดังรายชื่อต่อไปนี้

1. คุณดวงพร แพ้วรุ่งเรือง ประธานกลุ่มสตรีสมุนไพรดอนขุนห้วย จังหวัดเพชรบุรี

2. คุณณรงค์ ศรีเกรียงทอง รองประธานผู้จัดการบริษัทโมเดิร์นคาส อินเทอร์เน็ต เนชั่น แอนด์ คอสเมติกส์ จำกัด

3. คุณวิทยา มียอด ผู้ประกอบการเจ้าของผลิตภัณฑ์ในชุมชนต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียงบ้านสะแกราย จังหวัดนครปฐม

4. คุณอนงค์ จอมบุญ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพรในจังหวัดนครปฐม

5. คุณปิยะ ภูคำ เจ้าของผลิตภัณฑ์เครื่องหอม ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาไทย ปิยะชนก จังหวัดนครปฐม

6. คุณกมลนันท์ ศรีสวัสดิ์ ประธานกลุ่มผลิตภัณฑ์พืชสมุนไพรนันทกาอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

กลุ่มนักวิชาการ ได้แก่ อาจารย์หรือผู้เชี่ยวชาญทางวิชาการด้านการจัดการ สังคมศาสตร์ การพัฒนาชุมชน การจัดทำเกณฑ์ประเมิน และอุตสาหกรรมการผลิต จำนวน 5 คน

1. อาจารย์ พลชัย เพชรปลอด ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด การจัดการ และการพัฒนาชุมชน

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภากร ภิญ โยณัตร์จินดา ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการ

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริศร์ เทียนประเสริฐ ตำแหน่งผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยศิลปากร อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเคมีและสิ่งแวดล้อม

4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิริบุน จงวุฒิเวศย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาชุมชน

5. อาจารย์ ดร. ปรมศรี อารมณดี ผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมการผลิต

กลุ่มผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐทั้งอดีตและปัจจุบันที่มีประสบการณ์และเคยอยู่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชน จำนวน 6 คน ได้แก่

1. ดร.นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ อธิการบดีกรมการพัฒนาชุมชน และอดีตรัฐมนตรีว่าการ  
จังหวัดมุกดาหาร
2. คุณยุพา อินทราเวช ตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญด้านส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรม  
ส่งเสริมการเกษตร
3. คุณพรธิดา เทพประสิทธิ์ ตำแหน่งผู้อำนวยการศูนย์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏสวนดุสิต
4. นางสาวสริน หยองทอง ตำแหน่งนักพัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล  
คอนยายหอม จังหวัดนครปฐม
5. คุณอุคร หมั่นมณี ตำแหน่งผู้ใหญ่บ้านหมู่ 8 ตำบลสามพระยา อำเภอลำ  
จังหวัดเพชรบุรี
6. คุณภานุวัฒน์ สุทธิ ตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 7 ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง  
จังหวัดนครปฐม

จากการสัมภาษณ์ในรอบที่ 1 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนได้ให้ความคิดเห็นที่มี  
โอกาสนำไปพัฒนาเป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจ  
ชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ตามความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของ  
ผู้เชี่ยวชาญ ที่นำไปสู่การพัฒนาเป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์  
ของกลุ่มธุรกิจชุมชน จาก 9 องค์ประกอบ ได้แก่ กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน (Process)  
ผลิตภัณฑ์จากการดำเนินงาน (Output) การสื่อสารกับลูกค้าและส่งมอบผลิตภัณฑ์ (Delivery)  
ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน (Outcome) ทักษะปัญญา (Wisdom) และความยั่งยืนของ  
ธุรกิจชุมชน (Sustainability) ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมใน 3 องค์ประกอบ ได้แก่  
เครือข่ายความร่วมมือ (Network) รายได้ (Revenue) และปริมาณการขาย (Sales volume) โดย  
ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นว่าภารกิจชุมชนจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีเครือข่ายความ  
ร่วมมือ ทั้งจากคนในชุมชน คู่ค้า หรือหน่วยงานต่างๆ ที่จะเข้ามาช่วยในการสนับสนุนการ  
ดำเนินงาน และนอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงความเป็นความสร้างสรรค์นั้นจะต้องประกอบไปด้วย 3  
องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ความคุ้มค่า (Valuable) และผล  
ประกอบการ (Volume) ซึ่งใน 3 องค์ประกอบหลักนั้นเมื่อพิจารณาแล้วพบว่าใน 6 องค์ประกอบ  
ย่อยเบื้องต้นและองค์ประกอบด้านเครือข่ายความร่วมมือ (Network) มีบริบทที่สอดคล้องกับ  
องค์ประกอบหลักในด้านของการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) และความคุ้มค่า (Valuable)  
ในขณะที่องค์ประกอบหลักในด้านของผลประกอบการ (Volume) ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอองค์ประกอบ  
ย่อยในด้านของรายได้ (Revenue) และปริมาณการขาย (Sales volume) ดังนั้นจากผลการศึกษาจึง

สามารถสรุปเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยมี 3 องค์ประกอบหลัก 9 องค์ประกอบย่อย 21 ดัชนีการประเมิน และ 42 รายการประเมิน โดยผู้วิจัยนำเสนอเกณฑ์ตามลำดับ ดังนี้

### องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)

ในด้านขององค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม ผู้เชี่ยวชาญได้มีความคิดเห็นที่สอดคล้องตรงกันว่าองค์ประกอบดังกล่าว มี 3 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย กระบวนการ (Process) ผลผลิต (Output) และภูมิปัญญา (Wisdom) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### องค์ประกอบย่อย 1.1 กระบวนการ (Process)

ในส่วนนี้ผู้เชี่ยวชาญมุ่งให้ความสำคัญกับเป้าหมายการดำเนินงาน การกำหนดแผนธุรกิจชุมชน การวางโครงสร้างบริหาร การสรรหาสมาชิกกลุ่ม การพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่ม การกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบ ตลอดจนการควบคุมคุณภาพการผลิต ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความสำคัญในด้านของกระบวนการดำเนินงาน เนื่องจากเป็นพื้นฐานของความสำเร็จ โดยสามารถพิจารณาดัชนีการประเมินและรายการประเมินขององค์ประกอบย่อยกระบวนการได้ดังนี้

##### ดัชนีประเมิน 1.1.1 การวางแผน

ประกอบด้วย 3 รายการประเมิน

1. มีเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน
2. มีการกำหนดแผนธุรกิจชุมชน
3. มีการวางโครงสร้างบริหารจัดการ

##### ดัชนีประเมิน 1.1.2 การจัดการทรัพยากรบุคคล

ประกอบด้วย 3 รายการประเมิน

1. มีการสรรหาสมาชิกกลุ่ม
2. มีการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทั้งจากการจัดกิจกรรมอบรมภายในและการอบรมหรือศึกษาดูงานจากภายนอกอย่างต่อเนื่อง

3. มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกกลุ่มอย่างชัดเจน

##### ดัชนีประเมิน 1.1.3 การจัดหาและเลือกใช้วัตถุดิบ

ประกอบด้วย 4 รายการประเมิน

1. มีการกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบ
2. มีการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชนและไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม
3. มีการติดต่อผู้จัดหาวัตถุดิบจากภายนอกโดยมีมาตรฐานกำหนด

#### 4. มีการส่งเสริมให้สมาชิกเพาะปลูกวัตถุดิบ

##### ดัชนีประเมิน 1.1.4 การผลิต

##### ประกอบด้วย 4 รายการประเมิน

1. มีการควบคุมประสิทธิภาพของการผลิต
2. มีการควบคุมคุณภาพการผลิต
3. มีการควบคุมความปลอดภัยในการผลิต
4. มีการตรวจสอบและบำบัดของเสียจากการผลิต ก่อนปล่อยออกสู่ชุมชน

#### องค์ประกอบย่อย 1.2 ผลผลิต (Output)

ในส่วนนี้ผู้เชี่ยวชาญมุ่งให้ความสำคัญกับความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ในด้านของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด และการประเมินศักยภาพจากมุมมองผู้บริโภค ดังจะเห็นได้ว่าผู้เชี่ยวชาญให้กับผลผลิตที่มีศักยภาพสามารถแข่งขันในตลาดได้ โดยสามารถพิจารณาดัชนีการประเมินและรายการประเมินขององค์ประกอบย่อยผลผลิตได้ดังนี้

##### ดัชนีประเมิน 1.2.1 ลักษณะและความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์

##### ประกอบด้วย 2 รายการประเมิน

1. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป
2. มีการผสมผสานนวัตกรรมในตัวผลิตภัณฑ์

##### ดัชนีประเมิน 1.2.2 ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด

##### ประกอบด้วย 2 รายการประเมิน

1. มีการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด
2. มีการประเมินศักยภาพจากมุมมองผู้บริโภคด้วยหลัก “SPAE” ได้แก่ การศึกษาจากแรงกระตุ้น (Stimulus) การรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า (Perceived Quality) การรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ (Awareness) และการได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์ (Equity)

##### ดัชนีประเมิน 1.2.3 มาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์

##### ประกอบด้วย 3 รายการประเมิน

1. ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ
2. ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองความปลอดภัยในการใช้งาน

#### องค์ประกอบย่อย 1.3 ภูมิปัญญา (Wisdom)

ในส่วนนี้ผู้เชี่ยวชาญมุ่งให้ความสำคัญกับกระบวนการแสวงหาความรู้ การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเดิมกับความรู้สมัยใหม่ วิธีการจัดเก็บองค์ความรู้ การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ดังจะเห็นได้ว่าผู้เชี่ยวชาญให้กับการเก็บรักษาภูมิปัญญาและการสืบ

ทอดเพื่อใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาและไม่ให้เกิดการสูญหายของภูมิปัญญา โดยสามารถพิจารณา  
ดัชนีการประเมินและรายการประเมินขององค์ประกอบย่อยภูมิปัญญาได้ดังนี้

#### ดัชนีประเมิน 1.3.1 การสร้างกระบวนการจัดการความรู้

ประกอบด้วย 5 รายการประเมิน

1. มีกระบวนการแสวงหาความรู้
2. มีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเดิมกับความรู้สมัยใหม่
3. มีวิธีการจัดเก็บองค์ความรู้
4. มีการถ่ายทอดองค์ความรู้
5. มีการนำไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจชุมชน

#### ดัชนีประเมิน 1.3.2 ลิขสิทธิ์ทางปัญญา

ประกอบด้วย 2 รายการประเมิน

1. มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา
2. มีการใช้ประโยชน์จากการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อสร้างรายได้

#### องค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable)

ในด้านขององค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า ผู้เชี่ยวชาญได้มีความคิดเห็นที่สอดคล้อง  
ตรงกันว่าองค์ประกอบดังกล่าว มี 4 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย การส่งมอบและการสื่อสาร  
(Delivery) ผลลัพธ์ (Outcome) เครือข่ายความร่วมมือ (Network) และความยั่งยืน (Sustainability)  
โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### องค์ประกอบย่อย 2.1 การส่งมอบและการสื่อสาร (Delivery)

ในส่วนนี้ผู้เชี่ยวชาญมุ่งให้ความสำคัญกับการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายภายนอก  
ชุมชน มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์ หน้าร้านแสดงสินค้า และวิธีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น  
ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความสำคัญในด้านของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถ  
พิจารณาดัชนีการประเมินและรายการประเมินขององค์ประกอบย่อยการส่งมอบและการสื่อสาร ได้  
ดังนี้

#### ดัชนีประเมิน 2.1.1 การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย

ประกอบด้วย 3 รายการประเมิน

1. มีการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายภายนอกชุมชน
2. มีหน้าร้านแสดงสินค้า
3. มีการนำผลิตภัณฑ์ไปออกงานแสดงสินค้า

#### ดัชนีประเมิน 2.1.2 วิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

ประกอบด้วย 2 รายการประเมิน

1. มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์
2. มีวิธีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น

#### องค์ประกอบย่อย 2.2 ผลลัพธ์ (Outcome)

ในส่วนนี้ผู้เชี่ยวชาญมุ่งให้ความสำคัญกับการให้คำตอบแทนหรือสวัสดิการกับคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน การให้สวัสดิการคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน การให้ผลตอบแทนทางตรงและทางอ้อม หรือสวัสดิการแก่ชุมชน ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความสำคัญในด้านของการตอบแทนชุมชนโดยสามารถพิจารณาดัชนีการประเมินและรายการประเมินขององค์ประกอบย่อยผลลัพธ์ ได้ดังนี้

ดัชนีประเมิน 2.2.1 ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน

ประกอบด้วย 2 รายการประเมิน

1. มีการให้คำตอบแทนกับคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน
2. มีการให้สวัสดิการคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน

ดัชนีประเมิน 2.2.2 ประโยชน์ต่อชุมชน

ประกอบด้วย 2 รายการประเมิน

1. มีการให้ผลตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน
2. มีการให้สวัสดิการแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน

#### องค์ประกอบย่อย 2.3 เครือข่ายความร่วมมือ (Network)

ในส่วนนี้ผู้เชี่ยวชาญมุ่งให้ความสำคัญกับการสนับสนุนระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน การจัดจำหน่ายสินค้าโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง การขอความช่วยเหลือและความร่วมมือจากสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานวิจัยภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความสำคัญในด้านของการสร้างเครือข่าย และเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานของธุรกิจชุมชนมีความราบรื่น โดยสามารถพิจารณาดัชนีการประเมินและรายการประเมินขององค์ประกอบย่อยเครือข่ายความร่วมมือ ได้ดังนี้

ดัชนีประเมิน 2.3.1 ความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน

ประกอบด้วย 1 รายการประเมิน

1. มีการสนับสนุนระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน

ดัชนีประเมิน 2.3.2 ความร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า

ประกอบด้วย 1 รายการประเมิน

1. มีการจัดจำหน่ายสินค้าโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง



ดัชนีประเมิน 2.3.3 ความร่วมมือเชิงวิชาการกับหน่วยงานภายนอก  
ประกอบด้วย 1 รายการประเมิน

1. มีการขอความช่วยเหลือและความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา หรือ หน่วยงานวิจัย  
ภาครัฐและเอกชน

#### องค์ประกอบย่อย 2.4 ความยั่งยืน (Sustainability)

ในส่วนนี้ผู้เชี่ยวชาญมุ่งให้ความสำคัญกับการดำเนินการของธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง  
การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง การผลักดันมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไปสู่สากล และการสร้าง  
กิจกรรมหรือผลตอบแทนให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยชุมชนสามารถนำไปต่อยอดได้ ทั้งนี้  
ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน เนื่องจากจะทำให้ชุมชนสามารถอยู่โดยไม่ต้องขอความ  
ช่วยเหลือจากภาครัฐ โดยสามารถพิจารณาดัชนีการประเมินและรายการประเมินขององค์ประกอบ  
ย่อยความยั่งยืน ได้ดังนี้

ดัชนีประเมิน 2.4.1 การดำเนินการต่อเนื่อง

ประกอบด้วย 1 รายการประเมิน

1. มีการดำเนินการของธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

ดัชนีประเมิน 2.4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง

ประกอบด้วย 2 รายการประเมิน

1. มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

2. มีการผลักดันมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไปสู่สากล

ดัชนีประเมิน 2.4.3 ความสัมพันธ์กับชุมชนต่อเนื่อง

ประกอบด้วย 1 รายการประเมิน

1. มีการสร้างกิจกรรมหรือผลตอบแทนให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่องโดยชุมชนสามารถ  
นำไปต่อยอดได้

#### องค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume)

ในด้านขององค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญได้มีความคิดเห็นที่  
สอดคล้องตรงกันว่าองค์ประกอบดังกล่าว มี 2 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย รายได้ (Revenue) และ  
ปริมาณการขาย (Sales volume) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

##### องค์ประกอบย่อย 3.1 รายได้ (Revenue)

ในส่วนนี้ผู้เชี่ยวชาญมุ่งให้ความสำคัญกับการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับรายได้สุทธิจาก  
การขายสินค้า ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความสำคัญในด้านของการมีรายได้จากการทำธุรกิจชุมชนที่

ต่อเนื่อง เพราะจะทำให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินงาน โดยสามารถพิจารณาคำชี้แจงการประเมินและรายการประเมินขององค์ประกอบย่อยรายได้ ได้ดังนี้

#### ดัชนีประเมิน 3.1.1 ข้อมูลรายได้

ประกอบด้วย 1 รายการประเมิน

1. มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับรายได้สุทธิจากการขายสินค้า

#### องค์ประกอบย่อย 3.2 ปริมาณการขาย (Sales volume)

ส่วนนี้ผู้เชี่ยวชาญมุ่งให้ความสำคัญกับการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับปริมาณยอดขาย การทำรายการบัญชีเกี่ยวกับจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความสำคัญในด้านของการมียอดขายที่ต่อเนื่อง เพราะจะทำให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินงาน โดยสามารถพิจารณาคำชี้แจงการประเมินและรายการประเมินขององค์ประกอบย่อยปริมาณการขาย ได้ดังนี้

#### ดัชนีประเมิน 3.2.1 ข้อมูลด้านปริมาณการขาย

ประกอบด้วย 1 รายการประเมิน

1. มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้

### 2.2 เทคนิควิจัยอนาคต (EDFR) รอบที่ 2

ผลการวิจัยในส่วนนี้ เป็นการสรุปแนวโน้มองค์ประกอบจากผู้เชี่ยวชาญทุกคนที่ได้เข้าสัมภาษณ์ในรอบที่ 1 จากการตอบแบบสอบถามที่ได้สังเคราะห์มาจากการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นการยืนยันองค์ประกอบและรายการประเมิน ที่จะนำไปพัฒนาเป็นมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ผลการสรุปความเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มองค์ประกอบและรายการประเมิน ที่ได้มาจากการสังเคราะห์ประเด็นการสัมภาษณ์ในรอบที่ 1 และการสอบถามในรอบที่ 2 โดยนำองค์ประกอบและรายการประเมินมาสร้างเป็นแบบสอบถาม และนำกลับไปให้ผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถาม จากนั้นจึงดำเนินการคำนวณหาค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Intrequarter Range หรือ ค่า  $Q3 - Q1$ ) เป็นรายชื่อ เพื่อพิจารณาคัดเลือกรายการประเมินที่มีความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย โดยคัดเลือกจากแนวโน้มที่มีค่ามัธยฐานตั้งแต่ 3.5 ขึ้นไป และมีพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 1.5 ซึ่งจะได้องค์ประกอบและรายการประเมิน ดังนี้

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)		มัธยฐาน (Md)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Q3-Q1) $\leq 1.5$	ความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน
องค์ประกอบย่อย 1.1 กระบวนการ (Process)				
ดัชนีประเมิน 1.1.1 การวางแผน				
1	มีเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน	3.95	0.63	เหมาะสม
2	มีการกำหนดแผนธุรกิจชุมชน	3.81	0.67	เหมาะสม
3	มีการวางโครงสร้างบริหารจัดการ	3.93	0.67	เหมาะสม
ดัชนีประเมิน 1.1.2 การจัดการทรัพยากรบุคคล				
1	มีการสรรหาสมาชิกกลุ่ม	3.83	0.81	เหมาะสม
2	มีการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทั้งจากการจัดกิจกรรมอบรมภายในและการอบรมหรือศึกษาดูงานจากภายนอกอย่างต่อเนื่อง	3.96	0.75	เหมาะสม
3	มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกกลุ่มอย่างชัดเจน	3.95	0.81	เหมาะสม
ดัชนีประเมิน 1.1.3 การจัดหาและเลือกใช้วัตถุดิบ				
1	มีการกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบ	3.93	0.81	เหมาะสม
2	มีการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชนและไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม	3.86	0.67	เหมาะสม
3	มีการติดต่อผู้จัดหาวัตถุดิบจากภายนอกโดยมีมาตรฐานกำหนด	3.95	0.81	เหมาะสม

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์กรประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) (ต่อ)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)		มัธยฐาน (Md)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Q3-Q1) $\leq 1.5$	ความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน
4	มีการส่งเสริมให้สมาชิกเพาะปลูกวัตถุดิบ	3.93	0.75	เหมาะสม
ดัชนีประเมิน 1.1.4 การผลิต				
1	มีการควบคุมประสิทธิภาพของการผลิต	3.95	0.75	เหมาะสม
2	มีการควบคุมคุณภาพการผลิต	3.93	0.75	เหมาะสม
3	มีการควบคุมความปลอดภัยในการผลิต	3.85	0.81	เหมาะสม
4	มีการตรวจสอบและบำบัดของเสียจากการผลิต ก่อนปล่อยออกสู่ชุมชน	3.96	0.86	เหมาะสม
องค์กรประกอบย่อย 1.2 ผลผลิต (Output)				
ดัชนีประเมิน 1.2.1 ลักษณะและความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์				
1	มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป	3.98	0.67	เหมาะสม
2	มีการผสมผสานนวัตกรรมในตัวผลิตภัณฑ์	3.95	0.81	เหมาะสม
ดัชนีประเมิน 1.2.2 ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด				
1	มีการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	3.90	0.81	เหมาะสม

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) (ต่อ)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)		มัธยฐาน (Md)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Q3-Q1) $\leq 1.5$	ความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน
2	มีการประเมินศักยภาพจากมุมมองผู้บริโภคด้วยหลัก “SPAЕ” ได้แก่ การศึกษาจากแรงกระตุ้น (Stimulus) การรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า (Perceived Quality) การรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ (Awareness) และการได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์ (Equity)	3.93	0.75	เหมาะสม
ดัชนีประเมิน 1.2.3 มาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์				
1	ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ	3.98	0.78	เหมาะสม
2	ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองความปลอดภัยในการใช้งาน	3.96	0.85	เหมาะสม
องค์ประกอบย่อย 1.3 ภูมิปัญญา (Wisdom)				
ดัชนีประเมิน 1.3.1 การสร้างกระบวนการจัดการความรู้				
1	มีกระบวนการแสวงหาความรู้	3.95	0.71	เหมาะสม
2	มีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเดิมกับความรู้สมัยใหม่	3.96	0.67	เหมาะสม
3	มีวิธีการจัดเก็บองค์ความรู้	3.98	0.85	เหมาะสม
4	มีการถ่ายทอดองค์ความรู้	3.96	0.81	เหมาะสม
5	มีการนำไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจชุมชน	3.93	0.78	เหมาะสม

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) (ต่อ)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)		มัธยฐาน (Md)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Q3-Q1) $\leq 1.5$	ความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน
ดัชนีประเมิน 1.3.2 ลักษณะทางปัญญา				
1	มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา	3.97	0.71	เหมาะสม
2	มีการใช้ประโยชน์จากการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อสร้างรายได้	3.96	0.78	เหมาะสม

จากตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนมีโอกาสเป็นไปได้ สำหรับนำไปใช้ในการพัฒนาเป็นมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนได้จริงในทุกประเด็น โดยค่ามัธยฐาน (Md) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range)  $\leq 1.5$  ทุกประเด็น ถือว่ามีความเหมาะสม

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable)

ความคุ้มค่า (Valuable)		มัธยฐาน (Md)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Q3-Q1) $\leq 1.5$	ความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน
องค์ประกอบย่อย 2.1 การส่งมอบและการสื่อสาร (Delivery)				
ดัชนีประเมิน 2.1.1 การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย				
1	มีการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายภายนอกชุมชน	3.96	0.71	เหมาะสม
2	มีหน้าร้านแสดงสินค้า	3.98	0.67	เหมาะสม
3	มีการนำผลิตภัณฑ์ไปออกงานแสดงสินค้า	3.95	0.85	เหมาะสม
ดัชนีประเมิน 2.1.2 วิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์				
1	มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์	3.96	0.81	เหมาะสม
2	มีวิธีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น	3.97	0.85	เหมาะสม
องค์ประกอบย่อย 2.2 ผลลัพธ์ (Outcome)				
ดัชนีประเมิน 2.2.1 ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน				
1	มีการให้ค่าตอบแทนกับคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	3.96	0.75	เหมาะสม
2	มีการให้สวัสดิการคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	3.95	0.81	เหมาะสม
ดัชนีประเมิน 2.2.2 ประโยชน์ต่อชุมชน				
1	มีการให้ค่าตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	3.95	0.85	เหมาะสม

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) (ต่อ)

ความคุ้มค่า (Valuable)		มัธยฐาน (Md)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Q3-Q1) $\leq 1.5$	ความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน
2	มีการให้สวัสดิการแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	3.97	0.81	เหมาะสม
องค์ประกอบย่อย 2.3 เครือข่ายความร่วมมือ (Network)				
ดัชนีประเมิน 2.3.1 ความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน				
1	มีการสนับสนุนระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน	3.98	0.81	เหมาะสม
2	มีการใช้ระบบที่เดียวกับระบบธุรกิจชุมชน อื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และให้คำปรึกษาทางด้านการจัดการ	3.96	0.75	เหมาะสม
ดัชนีประเมิน 2.3.2 ความร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า				
1	มีการจัดจำหน่ายสินค้าโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง	3.94	0.75	เหมาะสม
2	มีวิธีการเข้าถึง สร้างสัมพันธ์ และติดต่อกับตัวกลางทางการค้า	3.96	0.67	เหมาะสม
ดัชนีประเมิน 2.3.3 ความร่วมมือเชิงวิชาการกับหน่วยงานภายนอก				
1	มีการขอความช่วยเหลือและความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา หรือ หน่วยงานวิจัยภาครัฐและเอกชน	3.96	0.75	เหมาะสม
2	มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาให้คำแนะนำช่วยเหลือ หรือให้ความร่วมมือในการพัฒนาการจัดการธุรกิจชุมชน	3.94	0.75	เหมาะสม



ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) (ต่อ)

ความคุ้มค่า (Valuable)		มัธยฐาน (Md)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Q3-Q1) $\leq 1.5$	ความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน
องค์ประกอบย่อย 2.4 ความยั่งยืน (Sustainability)				
ดัชนีประเมิน 2.4.1 การดำเนินการต่อเนื่อง				
1	มีการดำเนินการของธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง	3.97	0.67	เหมาะสม
2	มีการคิดวางแผนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง	3.94	0.67	เหมาะสม
ดัชนีประเมิน 2.4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง				
1	มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	3.95	0.78	เหมาะสม
2	มีการผลักดันมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไปสู่สากล	3.83	0.67	เหมาะสม
ดัชนีประเมิน 2.4.3 ความสัมพันธ์กับชุมชนต่อเนื่อง				
1	มีการสร้างกิจกรรมหรือผลตอบแทนให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่องโดยชุมชนสามารถนำไปต่อยอดได้	3.96	0.81	เหมาะสม
2	มีวิธีการทำให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญ และการเข้ามามีส่วนร่วมกับธุรกิจชุมชน	3.83	0.78	เหมาะสม

จากตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนมีโอกาสเป็นไปได้ สำหรับนำไปใช้ในการพัฒนาเป็นมาตรฐานระบบ

การจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนได้จริงในทุกประเด็น โดยค่ามัธยฐาน (Md) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range)  $\leq 1.5$  ทุกประเด็น ถือว่ามีความเหมาะสม

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume)

ความคุ้มค่า (Valuable)		มัธยฐาน (Md)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Q3-Q1) $\leq 1.5$	ความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน
องค์ประกอบย่อย 3.1 รายได้ (Revenue)				
ดัชนีประเมิน 3.1.1 ข้อมูลรายได้				
1	มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับรายได้สุทธิจากการขายสินค้า	3.97	0.71	เหมาะสม
2	มีการนำข้อมูลด้านบัญชีไปประยุกต์ใช้ในการบริหารเงินภายในธุรกิจชุมชน	3.85	0.78	เหมาะสม
3	มีการสรุปยอดรายได้เป็นรายปี	3.83	0.71	เหมาะสม
4	มีการนำผลประกอบการแต่ละปีมาพิจารณาประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเพิ่ม	3.93	0.78	เหมาะสม
ดัชนีประเมิน 3.2.1 ข้อมูลด้านปริมาณการขาย				
1	มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้	3.83	0.67	เหมาะสม
2	มีการนำข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการขายไปประยุกต์ใช้ในการผลิต	3.78	0.71	เหมาะสม

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume) (ต่อ)

ความคุ้มค่า (Valuable)		มัธยฐาน (Md)	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Q3-Q1) $\leq 1.5$	ความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน
3	มีการคาดการณ์ยอดขายไว้ล่วงหน้า	3.95	0.75	เหมาะสม
4	มีการเปรียบเทียบยอดขายของลูกค้าในทุกๆ ปี	3.93	0.83	เหมาะสม

จากตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume) ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าองค์ประกอบในเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนมีโอกาที่จะเป็นไปได้จริงในทุกประเด็น โดยค่ามัธยฐาน (Md) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range)  $\leq 1.5$  ทุกประเด็น จึงสามารถสรุปได้ว่าองค์ประกอบและรายการประเมินทุกตัวมีความเหมาะสม

### 2.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

จากขั้นตอนที่ 2.2 เมื่อได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามที่นำมาใช้ยืนยันความเหมาะสมขององค์ประกอบในการจัดทำเกณฑ์การประเมินแล้ว ผู้วิจัยจึงดำเนินการขั้นตอนที่ 3 โดยเริ่มจากการนำร่างแนวโน้มนៃขององค์ประกอบเกณฑ์การประเมินดังกล่าวมาสร้างเป็นแบบสอบถามและนำไปแบบสอบถามไปแจกให้แก่กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารจำนวน 560 ราย เพื่อนำผลจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) อันดับแรก (First order) และระดับที่สอง (Second order)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดและแปลความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติและตัวแปรต่างๆ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

Mean	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (arithmetic mean)
SD	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Chi-Square	หมายถึง	ค่าไค-สแควร์
Df	หมายถึง	ค่าองศาความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
RMSEA	หมายถึง	ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อน โดยประมาณ
CFI	หมายถึง	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ
GFI	หมายถึง	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน
AGFI	หมายถึง	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว
p-value	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็นทางสถิติ
ชื่อตัวแปรแฝง		อักษรย่อที่ใช้
การสร้างมูลค่าเพิ่ม		V1
กระบวนการ		PR
ผลผลิต		OP
ภูมิปัญญา		WD
ศักยภาพทางการขาย		V2
การส่งมอบและการถือ		DE
ผลิตภัณฑ์/ ผลประโยชน์		OC
ความร่วมมือ		NW
ความยั่งยืน		SU
ความคุ้มค่า		V3
รายได้		RE
ปริมาณการขาย		SA

ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 8 สถานภาพทั่วไปของแบบสอบถาม

เพศ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	259	45.33
หญิง	301	54.67
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 54.67 และเป็นเพศชาย จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 45.33

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
อายุ 41 – 45 ปี	94	17.11
อายุ 46 – 50 ปี	114	19.33
อายุ 51 – 55 ปี	197	37.56
อายุ 55 ปีขึ้นไป	145	26.00
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ส่วนใหญ่มีอายุ 51 – 55 ปี จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 37.56 รองลงมา เป็นอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 และอันดับสาม อายุ 46 – 50 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 19.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	210	41.78
มัธยมศึกษาตอนต้น	117	21.10
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	110	19.56
อนุปริญญา/ปวส.	83	13.56
ปริญญาตรี	40	4.00
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 41.78 รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 117 คนคิดเป็นร้อยละ 21.10 และอันดับสามระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 110 คนคิดเป็นร้อยละ 19.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
โสด	55	4.44
สมรส	445	90.00
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	60	5.56
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 11 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส จำนวน 445 คนคิดเป็นร้อยละ 90 รองลงมาคือหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56และอันดับสุดท้าย สถานภาพโสด จำนวน 55 คนคิดเป็นร้อยละ 4.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	57	9.12
15,001 – 20,000 บาท	129	25.11
20,001 – 25,000 บาท	157	31.33
25,001 – 30,000 บาท	103	19.33
30,001 – 35,000 บาท	47	6.89
35,001– 40,000 บาท	35	4.44
40,001บาทขึ้นไป	32	3.78
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 12 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 157คน คิดเป็นร้อยละ 31.33 รองลงมาคือ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 129 คนคิดเป็นร้อยละ 25.11 และอันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 103 คนคิดเป็นร้อยละ 19.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุในการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน

อายุในการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ปี	59	7.11
4-6 ปี	277	55.33
7-9 ปี	125	21.56
10 ปีขึ้นไป	99	16.00
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 13 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ส่วนใหญ่มีอายุในการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน 4-6 ปี จำนวน 277 คิดเป็นร้อยละ 55.33 รองลงมา 7-9 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 21.56 และอันดับที่สาม 10 ปีขึ้นไป จำนวน 99 คนคิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารที่ดำเนินการผลิตอยู่

ประเภทสินค้าสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ที่ดำเนินการผลิตอยู่	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์สบา	175	30.67
ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	217	40.00
ยาสมุนไพร	168	29.33
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 14 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ประเภทสินค้าที่เป็นสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ที่ดำเนินการผลิตอยู่ เป็นผลิตภัณฑ์เสริมความงาม จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์สบา จำนวน 175 คิดเป็นร้อยละ 30.67 และอันดับสุดท้ายเป็นยาสมุนไพร จำนวน 168 คนคิดเป็นร้อยละ 29.33 ตามลำดับ



ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าการขายสินค้าของธุรกิจ  
ชุมชนของท่านต่อปี

มูลค่าการขายสินค้าของธุรกิจชุมชนของท่านต่อปี	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	83	13.56
50,001 – 100,000 บาท	189	37.11
100,001 – 150,000 บาท	100	17.33
105,001 – 200,000 บาท	117	21.11
200,001 บาทขึ้นไป	71	10.89
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 15 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย มีมูลค่าการขาย  
สินค้าของธุรกิจชุมชนของท่านต่อปี ส่วนใหญ่ 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 189 คนคิดเป็นร้อยละ  
37.11 รองลงมา 105,001 – 200,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 21.11 อันดับสาม 100,001  
– 150,000 บาท จำนวน 100 คนคิดเป็นร้อยละ 17.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งออก

สินค้าของท่านมีการส่งออกหรือไม่	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
ส่งออก	169	25.33
ไม่ส่งออก	391	74.67
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 16 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ไม่มีการส่งออก  
จำนวน 391 คนคิดเป็นร้อยละ 74.67 และมีการส่งออก จำนวน 169 คนคิดเป็นร้อยละ 25.33

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการผลิตสินค้าในกลุ่มธุรกิจชุมชนของท่านเป็นแบบใดเพื่อให้เกิดเป็นธุรกิจที่มีความสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์หลักของการผลิตสินค้าในกลุ่มธุรกิจชุมชนของท่านเป็นแบบใดเพื่อให้เกิดเป็นธุรกิจที่มีความสร้างสรรค์	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทุนในชุมชน	143	23.56
เพื่อก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการดำเนินการ	121	18.89
เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ที่ดี	296	57.56
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 17 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักของการผลิตสินค้าในกลุ่มธุรกิจชุมชนของท่านเป็นแบบใดเพื่อให้เกิดเป็นธุรกิจที่มีความสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ที่ดี จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 57.56 รองลงมาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทุนในชุมชน จำนวน 143 คนคิดเป็นร้อยละ 23.56 และเพื่อก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการดำเนินการ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 18.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในวิสาหกิจชุมชน

จำนวนสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนของท่าน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 คน	115	21.33
10 - 20 คน	177	35.11
21 - 30 คน	105	19.33
31 - 40 คน	59	9.11
41 - 50 คน	56	8.44
51 คนขึ้นไป	48	6.67
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 18 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในวิสาหกิจชุมชน 10 - 20 คน จำนวน 177 คนคิดเป็นร้อยละ 35.11 รองลงมาคือ น้อยกว่า 10 คน จำนวน 115 คนคิดเป็นร้อยละ 21.33 และอันดับสาม 21 - 30 คน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 19.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพึ่งพิงแหล่งเงินทุน

ปัจจุบันการดำเนินงานในธุรกิจชุมชนของท่านได้พึ่งพิงแหล่งเงินทุนใดบ้าง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้พึ่งพิง เลี้ยงตนเองได้	199	36.22
พึ่งพิงจากสมาชิกของกลุ่ม	220	40.67
พึ่งพิงจากระบบสหกรณ์	141	23.11
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 19 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ส่วนใหญ่มี แหล่งพึ่งพิงจากสมาชิกของกลุ่ม จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 40.67 รองลงมาคือการไม่ได้พึ่งพิง เลี้ยงตนเองได้ จำนวน 199 คิดเป็นร้อยละ 36.22 และ พึ่งพิงจากระบบสหกรณ์ จำนวน 141 คิดเป็นร้อยละ 23.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมาตรฐานการผลิตเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชน

มาตรฐานการผลิตที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชนของท่าน คือ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
มาตรฐาน GMP	247	42.67
ไม่ได้รับ มาตรฐาน GMP	313	57.33
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 20 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ส่วนใหญ่ไม่ได้รับมาตรฐาน GMP จำนวน 313 คนคิดเป็นร้อยละ 57.33 และ ได้รับมาตรฐาน GMP จำนวน 247 คนคิดเป็นร้อยละ 42.67

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมาตรฐานการผลิตเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชน

มาตรฐานการผลิตที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กลุ่ม ธุรกิจชุมชนของท่าน คือ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)	560	100.00
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ทั้งหมดมีมาตรฐานการผลิตที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชน คือ OTOP จำนวน 560 คนคิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมาตรฐานการผลิตเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชน

มาตรฐานการผลิตที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กลุ่ม ธุรกิจชุมชนของท่าน คือ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช)	366	69.11
ไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	194	30.89
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 22 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย พบว่าธุรกิจชุมชน ส่วนใหญ่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มีจำนวน 366 คนคิดเป็นร้อยละ 69.11 และ ไม่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 30.89 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย

ตารางที่ 23 ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านกระบวนการ (Process)

ข้อความ	Mean	SD	ความหมาย
ข้อที่ 1 มีเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน	3.72	0.82	มาก
ข้อที่ 2 มีการกำหนดแผนธุรกิจชุมชน	3.79	0.83	มาก
ข้อที่ 3 มีการวางโครงสร้างบริหารจัดการ	3.65	0.90	มาก
ข้อที่ 4 มีการสรรหาสมาชิกกลุ่ม	3.50	0.87	มาก
ข้อที่ 5 มีการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทั้งจากการจัดกิจกรรมอบรมภายในและการอบรมหรือศึกษาดูงานจากภายนอกอย่างต่อเนื่อง	3.53	0.88	มาก
ข้อที่ 6 มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกกลุ่มอย่างชัดเจน	3.81	0.86	มาก
ข้อที่ 7 มีการกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบ	3.92	0.89	มาก
ข้อที่ 8 มีการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชนและไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม	3.85	0.87	มาก
ข้อที่ 9 มีการติดต่อผู้จัดหาวัตถุดิบจากภายนอกโดยมีมาตรฐานกำหนด	3.71	0.85	มาก
ข้อที่ 10 มีการส่งเสริมให้สมาชิกเพาะปลูกวัตถุดิบ	3.94	0.92	มาก
ข้อที่ 11 มีการควบคุมประสิทธิภาพของการผลิต	3.84	0.85	มาก
ข้อที่ 12 มีการควบคุมคุณภาพการผลิต	3.81	0.87	มาก
ข้อที่ 13 มีการควบคุมความปลอดภัยในการผลิต	3.89	0.89	มาก
ข้อที่ 14 มีการตรวจสอบและบำบัดของเสียจากการผลิต ก่อนปล่อยออกสู่ชุมชน	4.06	0.83	มาก
รวมเฉลี่ย	3.79	0.87	มาก

ผลจากตารางที่ 23 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านกระบวนการ (Process) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 (SD = 0.87) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีการตรวจสอบและบำบัดของเสียจากการผลิต ก่อนปล่อยออกสู่ชุมชน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (SD = 0.83) อันดับ 2 มีการส่งเสริมให้สมาชิกเพาะปลูกวัตถุดิบ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (SD = 0.92) อันดับ 3 มีการกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 (SD = 0.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านผลผลิต (Output)

ข้อความ	Mean	SD	ความหมาย
ข้อที่ 15 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป	3.99	0.88	มาก
ข้อที่ 16 มีการผสมผสานนวัตกรรมในตัวผลิตภัณฑ์	4.06	0.73	มาก
ข้อที่ 17 มีการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	3.91	0.80	มาก
ข้อที่ 18 มีการประเมินความคิดเห็นจากมุมมองของลูกค้าด้วยการศึกษาจากแรงจูงใจ การรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า การรับรู้ผ่านช่องทางการสื่อสาร และการได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์	3.94	0.78	มาก
ข้อที่ 19 ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ	4.01	0.79	มาก
ข้อที่ 20 ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองความปลอดภัยในการใช้งาน	4.05	0.78	มาก
รวมเฉลี่ย	3.99	0.79	มาก

ผลจากตารางที่ 24 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านผลผลิต (Output) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (SD = 0.79) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีการผสมผสานนวัตกรรมในตัวผลิตภัณฑ์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (SD = 0.73) อันดับ

2 มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองความปลอดภัยในการใช้งาน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (SD=0.78) อันดับ 3 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองคุณภาพ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (SD=0.79) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านภูมิปัญญา (Wisdom)

ข้อความ	Mean	SD	ความหมาย
ข้อที่ 21 มีกระบวนการแสวงหาความรู้	4.11	0.77	มาก
ข้อที่ 22 มีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเดิมกับความรู้สมัยใหม่	4.17	0.73	มาก
ข้อที่ 23 มีวิธีการจัดเก็บองค์ความรู้	4.11	0.80	มาก
ข้อที่ 24 มีการถ่ายทอดองค์ความรู้	4.10	0.86	มาก
ข้อที่ 25 มีการนำไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจชุมชน	4.10	0.76	มาก
ข้อที่ 26 มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา	3.95	0.91	มาก
ข้อที่ 27 มีการใช้ประโยชน์จากการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อสร้างรายได้	3.96	0.98	มาก
รวมเฉลี่ย	4.07	0.83	มาก

ผลจากตารางที่ 25 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านภูมิปัญญา (Wisdom) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (SD = 0.83) เมื่อพิจารณาข้อพบว่ามีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเดิมกับความรู้สมัยใหม่ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 (SD=0.73) อันดับ 2 มีวิธีการจัดเก็บองค์ความรู้ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 (SD=0.80) อันดับ 3 มีกระบวนการแสวงหาความรู้ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 (SD=0.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านการส่งมอบและการสื่อสาร (Delivery)

ข้อความ	Mean	SD	ความหมาย
ข้อที่ 28 มีการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายภายนอกชุมชน	4.12	0.84	มาก
ข้อที่ 29 มีหน้าร้านแสดงสินค้า	4.08	0.89	มาก
ข้อที่ 30 มีการนำผลิตภัณฑ์ไปออกงานแสดงสินค้า	4.14	0.88	มาก
ข้อที่ 31 มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์	4.18	0.86	มาก
ข้อที่ 32 มีวิธีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น	4.04	0.90	มาก
รวมเฉลี่ย	4.11	0.87	มาก

ผลจากตารางที่ 26 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านการส่งมอบและการสื่อสาร (Delivery) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 (SD = 0.87) เมื่อพิจารณาข้อพบว่า มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 (SD = 0.86) อันดับ 2 มีการนำผลิตภัณฑ์ไปออกงานแสดงสินค้า อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 (SD = 0.88) อันดับ 3 มีมีการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายภายนอกชุมชน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (SD = 0.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านผลลัพธ์ (Outcome)

ข้อความ	Mean	SD	ความหมาย
ข้อที่ 33 มีการให้ค่าตอบแทนกับคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	4.08	0.93	มาก
ข้อที่ 34 มีการให้สวัสดิการคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	4.06	0.91	มาก
ข้อที่ 35 มีการให้ค่าตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	4.21	0.87	มากที่สุด
ข้อที่ 36 มีการให้สวัสดิการแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	4.08	0.96	มาก
รวมเฉลี่ย	4.11	0.92	มาก



ผลจากตารางที่ 27 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านผลลัพธ์ (Outcome) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 (SD = 0.92) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีการให้คำตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (SD = 0.87) รองลงมา คือ มีมีการให้คำตอบแทนกับคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (SD = 0.93) และ มีการให้สวัสดิการแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (SD = 0.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านเครือข่ายความร่วมมือ (Network)

ข้อความ	Mean	SD	ความหมาย
ข้อที่ 37 มีการสนับสนุนระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน	3.58	0.93	มาก
ข้อที่ 38 มีการใช้ระบบที่เลี้ยงกับระบบธุรกิจชุมชน อื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และให้คำปรึกษาทางด้านการจัดการ	3.58	0.98	มาก
ข้อที่ 39 มีการจัดจำหน่ายสินค้าโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง	3.46	1.01	มาก
ข้อที่ 40 มีวิธีการเข้าถึง สร้างสัมพันธ์ และติดต่อกับตัวกลางทางการค้า	3.58	0.95	มาก
ข้อที่ 41 มีการขอความช่วยเหลือและความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา หรือ หน่วยงานวิจัยภาครัฐและเอกชน	3.67	0.97	มาก
ข้อที่ 42 มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาให้คำแนะนำช่วยเหลือ หรือให้ความร่วมมือในการพัฒนาการจัดการธุรกิจชุมชน	3.57	0.89	มาก
รวมเฉลี่ย	3.57	0.95	มาก

ผลจากตารางที่ 28 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านเครือข่ายความร่วมมือ (Network) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 (SD = 0.95) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ อันดับแรก มีการขอความช่วยเหลือและความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา หรือ หน่วยงานวิจัยภาครัฐและเอกชน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 (SD = 0.97) อันดับ 2 มีการใช้ระบบที่เลี้ยงกับระบบธุรกิจ

ชุมชน อื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และให้คำปรึกษาทางด้านการจัดการ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 (SD = 0.93) อันดับ 3 มีการสนับสนุนระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 (SD = 0.98) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านความยั่งยืน (Sustainability)

ข้อความ	Mean	SD	ความหมาย
ข้อที่ 43 มีการดำเนินการของธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง	4.06	0.82	มาก
ข้อที่ 44 มีการคิดวางแผนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง	4.10	0.80	มาก
ข้อที่ 45 มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	4.16	0.79	มาก
ข้อที่ 46 มีการผลักดันมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไปสู่สากล	4.15	0.76	มาก
ข้อที่ 47 มีการสร้างกิจกรรมหรือผลตอบแทนให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่องโดยชุมชนสามารถนำไปต่อยอดได้	4.10	0.79	มาก
ข้อที่ 48 มีวิธีการทำให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญ และการเข้ามามีส่วนร่วมกับธุรกิจชุมชน	3.77	0.82	มาก
รวมเฉลี่ย	4.06	0.80	มาก

ผลจากตารางที่ 29 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านความยั่งยืน (Sustainability) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (SD = 0.80) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (SD = 0.79) อันดับ 2 มีการผลักดันมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไปสู่สากล มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 (SD = 0.76) อันดับ 3 มีการคิดวางแผนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (SD = 0.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 30 ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านรายได้ (Revenue)

ข้อความ	Mean	SD	ความหมาย
ข้อที่ 49 มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับรายได้สุทธิจากการขายสินค้า	3.79	0.84	มาก
ข้อที่ 50 มีการนำข้อมูลด้านบัญชีไปประยุกต์ใช้ในการบริหารเงินภายในธุรกิจชุมชน	3.74	0.91	มาก
ข้อที่ 51 มีการสรุปยอดรายได้เป็นรายปี	3.78	0.84	มาก
ข้อที่ 52 มีการนำผลประกอบการแต่ละปีมาพิจารณาประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเพิ่ม	3.80	0.87	มาก
รวมเฉลี่ย	3.78	0.87	มาก

ผลจากตารางที่ 30 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 (SD = 0.87) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีการนำผลประกอบการแต่ละปีมาพิจารณาประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเพิ่มมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 (SD = 0.87) อันดับ 2 มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับรายได้สุทธิจากการขายสินค้า มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 (SD = 0.84) อันดับ 3 มีการสรุปยอดรายได้เป็นรายปี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 (SD = 0.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 31 ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านปริมาณการขาย (Sales volume)

ข้อความ	Mean	SD	ความหมาย
ข้อที่ 53 มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้	3.71	0.85	มาก
ข้อที่ 54 มีการนำข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการขายไปประยุกต์ใช้ในการผลิต	4.19	0.76	มาก
ข้อที่ 55 มีการคาดการณ์ยอดขายไว้ล่วงหน้า	4.20	0.74	มาก
ข้อที่ 56 มีการเปรียบเทียบยอดขายของลูกค้าในทุกๆ ปี	4.21	0.78	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.06	0.80	มาก

ผลจากตารางที่ 31 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านปริมาณการขาย (Sales volume) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (SD = 0.80) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก มีการเปรียบเทียบยอดขายของลูกค้าในทุกๆ ปี มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (SD=0.78) อันดับ 2 มีการคาดการณ์ยอดขายไว้ล่วงหน้า มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (SD=0.74) อันดับ 3 มีการนำข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการขายไปประยุกต์ใช้ในการผลิต มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 (SD=0.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านการจัดการสร้างสรรค์

ข้อความ	Mean	SD	ความหมาย
ข้อที่ 1 การดำเนินการที่ผ่านการการคิดวางแผนอย่างสร้างสรรค์และก่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีขึ้น (Creative Operation)	3.78	0.86	มาก
ข้อที่ 2 การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ตัวกลางทางการค้า และธุรกิจชุมชนทอย่างสร้างสรรค์ก่อให้เกิดมูลค่าทางการค้า (Creative Network)	4.08	0.80	มาก
ข้อที่ 3 การวางแผนทางการตลาดล่วงหน้าโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ (Creative Marketing)	4.16	0.76	มาก
รวมเฉลี่ย	4.01	0.81	มาก

ผลจากตารางที่ 32 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ด้านการจัดการสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (SD = 0.81) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ อันดับแรก คือการวางแผนทางการตลาดล่วงหน้าโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ (Creative Marketing) มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (SD = 0.76) รองลงมา การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ตัวกลางทางการค้าและธุรกิจชุมชนทอย่างสร้างสรรค์ก่อให้เกิดมูลค่าทางการค้า (Creative Network) มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (SD = 0.80) และอันดับสุดท้าย การดำเนินการที่ผ่านการการคิดวางแผนอย่างสร้างสรรค์และก่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีขึ้น (Creative Operation) มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 (SD = 0.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในองค์ประกอบเกณฑ์การประเมิน  
มาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์

	PR1	PR2	PR3	PR4	OP1	OP2	OP3	WD1	WD2
Mean	3.72	3.61	3.86	3.90	4.03	3.93	4.03	4.12	3.96
Std. Deviation	0.70	0.73	0.67	0.71	0.70	0.72	0.68	0.62	0.87
	PR1	PR2	PR3	PR4	OP1	OP2	OP3	WD1	WD2
PR1	1								
PR2	.701**	1							
PR3	.651**	.680**	1						
PR4	.546**	.487**	.627**	1					
OP1	.519**	.470**	.579**	.694**	1				
OP2	.439**	.409**	.422**	.452**	.565**	1			
OP3	.477**	.405**	.444**	.458**	.466**	.625**	1		
WD1	.566**	.527**	.521**	.386**	.532**	.621**	.571**	1	
WD2	.437**	.508**	.384**	.293**	.369**	.497**	.436**	.638**	1
DE1	.470**	.555**	.515**	.418**	.460**	.535**	.517**	.686**	.708**
DE2	.265**	.333**	.359**	.281**	.373**	.513**	.405**	.530**	.435**
OC1	.415**	.423**	.384**	.271**	.385**	.499**	.314**	.611**	.619**
OC2	.438**	.458**	.429**	.265**	.444**	.514**	.324**	.635**	.557**
NW1	.491**	.515**	.432**	.332**	.347**	.376**	.291**	.427**	.408**
NW2	.458**	.462**	.367**	.299**	.337**	.286**	.251**	.354**	.401**
NW3	.425**	.416**	.432**	.424**	.395**	.321**	.279**	.365**	.334**
SU1	.108*	.213**	.157**	.206**	.256**	.182**	.098*	.243**	.177**
SU2	.421**	.405**	.443**	.378**	.434**	.456**	.446**	.530**	.393**
SU3	.440**	.458**	.482**	.426**	.440**	.495**	.395**	.540**	.488**
RE1	.389**	.427**	.463**	.455**	.434**	.447**	.328**	.458**	.416**
RE2	.408**	.419**	.412**	.389**	.375**	.359**	.270**	.420**	.407**
RE3	.433**	.419**	.448**	.494**	.396**	.390**	.340**	.374**	.303**
RE4	.471**	.502**	.452**	.406**	.372**	.422**	.359**	.418**	.446**
SA1	.450**	.442**	.472**	.502**	.402**	.418**	.364**	.389**	.368**
SA2	.378**	.397**	.388**	.356**	.398**	.524**	.418**	.565**	.462**

ตารางที่ 33 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในองค์ประกอบเกณฑ์การประเมิน  
มาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ (ต่อ)

SA3	.334**	.307**	.296**	.226**	.305**	.446**	.325**	.452**	.418**	
SA4	.405**	.404**	.351**	.269**	.359**	.442**	.363**	.501**	.480**	
	DE1	DE2	OC1	OC2	NW1	NW2	NW3	SU1	SU2	SU3
Mean	4.11	4.11	4.07	4.14	3.58	3.52	3.62	4.22	4.16	3.93
Std. Deviation	0.75	0.82	0.87	0.86	0.87	0.90	0.85	1.91	0.70	0.69
	DE1	DE2	OC1	OC2	NW1	NW2	NW3	SU1	SU2	SU3
PR1										
PR2										
PR3										
PR4										
OP1										
OP2										
OP3										
WD1										
WD2										
DE1	1									
DE2	.615**	1								
OC1	.628**	.698**	1							
OC2	.607**	.661**	.748**	1						
NW1	.446**	.313**	.475**	.533**	1					
NW2	.396**	.269**	.356**	.399**	.704**	1				
NW3	.324**	.272**	.369**	.383**	.637**	.581**	1			
SU1	.292**	.216**	.216**	.224**	.148**	.194**	.261**	1		
SU2	.499**	.520**	.537**	.567**	.432**	.377**	.480**	.245**	1	
SU3	.531**	.482**	.544**	.584**	.560**	.465**	.568**	.221**	.730**	1
RE1	.461**	.300**	.391**	.393**	.494**	.369**	.492**	.211**	.476**	.692**
RE2	.388**	.256**	.346**	.406**	.486**	.422**	.522**	.225**	.492**	.700**
RE3	.395**	.304**	.297**	.313**	.412**	.374**	.484**	.276**	.447**	.601**
RE4	.459**	.366**	.401**	.415**	.484**	.420**	.452**	.221**	.505**	.653**





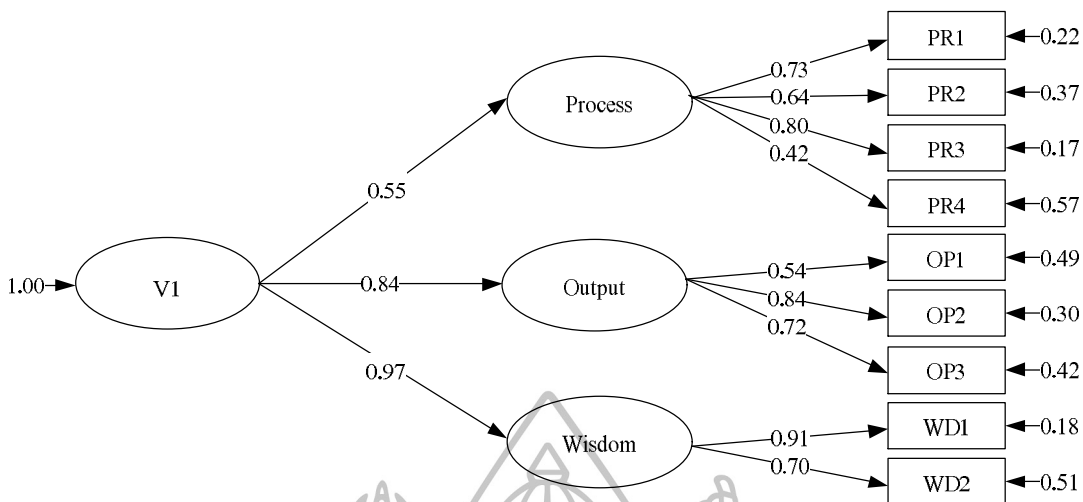
ตารางที่ 33 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในองค์ประกอบเกณฑ์การประเมิน  
มาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ (ต่อ)

SU2								
SU3								
RE1	1							
RE2	.689**	1						
RE3	.656**	.664**	1					
RE4	.652**	.658**	.706**	1				
SA1	.650**	.613**	.675**	.713**	1			
SA2	.556**	.539**	.537**	.519**	.543**	1		
SA3	.480**	.423**	.403**	.419**	.417**	.703**	1	
SA4	.491**	.586**	.454**	.529**	.497**	.745**	.666**	1

จากตาราง 33 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

#### การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อแสดงความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างว่า องค์ประกอบทั้งหมด สามารถรวมกันเป็นองค์ประกอบเดียวกันได้ ด้วยการวิเคราะห์เพื่อยืนยัน องค์ประกอบของเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ ในที่นี้เป็น องค์ประกอบหลักที่ 1 คือ การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) มี 3 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ด้าน กระบวนการ (Process) ด้านผลผลิต (Output) และ ด้านภูมิปัญญา (Wisdom) ปรากฏผลการ วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ดังแสดงในภาพที่ 11



Chi-Square=12.01, df=13, P-value=0.52675, RMSEA=0.000

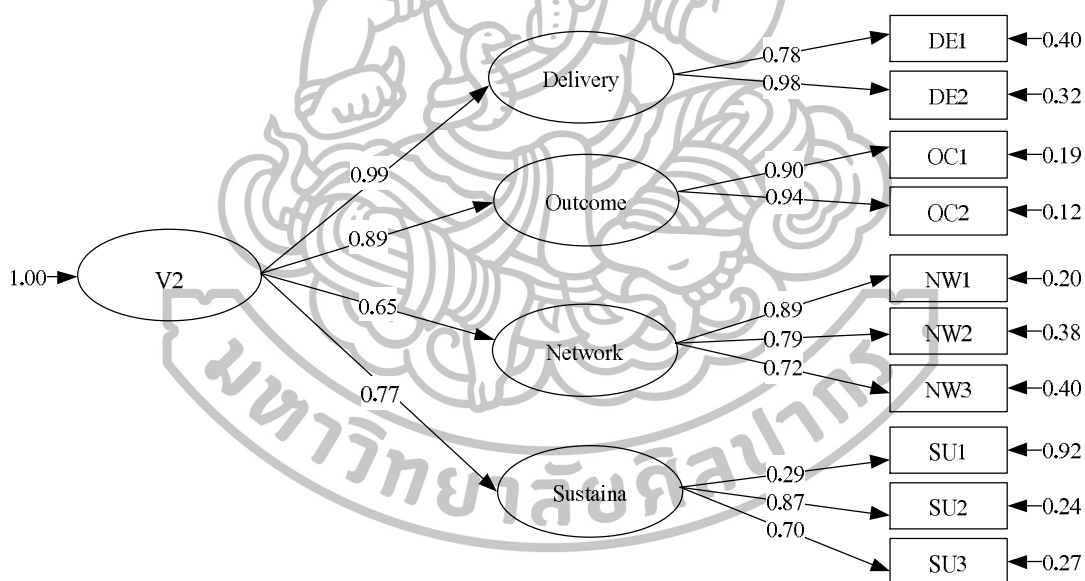
ภาพที่ 11 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ของเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ขององค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)

ตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)

รายการ	เกณฑ์	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
Chi-Square	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	12.01	-
df	-	13	-
p-value	P>0.05	0.52	-
Chi-Square /df	Chi-Square /df<2	0.92	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	1.00	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.98	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0.0	0.000	ผ่านเกณฑ์
KMO	มีค่ามากกว่า 0.50	0.882	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	มีค่าน้อยกว่า 0.50	0.000	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 34 พบว่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่า 12.01 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p\text{-value} = 0.52$  ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Chi-Square /df) = 0.92 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI)=1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI)= 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI)=0.98 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA)=0.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์เพื่อยืนยันองค์ประกอบของเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ขององค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) มี 4 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ การส่งมอบและการสื่อสาร (Delivery) ผลลัพธ์ (Outcome) เครือข่ายความร่วมมือ (Network) และความยั่งยืน (Sustainability) ปรากฏผลดังแสดงในภาพที่ 12



Chi-Square=17.01, df=19, P-value=0.58950, RMSEA=0.000

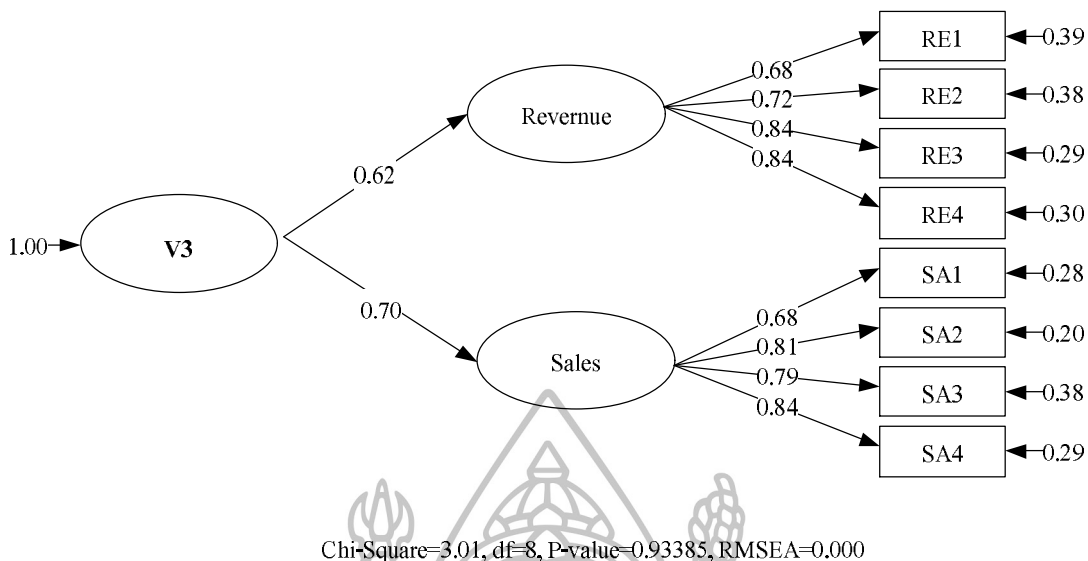
ภาพที่ 12 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ขององค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable)

ตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ขององค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable)

รายการ	เกณฑ์	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
Chi-Square	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	17.01	-
df	-	19	-
p-value	P>0.05	0.58	-
Chi-Square /df	Chi-Square /df<2	0.89	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.99	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.98	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0.0	0.000	ผ่านเกณฑ์
KMO	มีค่ามากกว่า 0.50	0.872	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	มีค่าน้อยกว่า 0.50	0.000	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 35 พบว่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่า 17.01 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value = 0.58 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Chi-Square /df) = 0.89 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI)=1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI)= 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI)=0.98 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA)=0.018 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์เพื่อยืนยันองค์ประกอบของเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ขององค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume) มี 2 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ รายได้ (Revenue) และปริมาณการขาย (Sales Volume) ปรากฏผลดังแสดงในภาพที่ 13



ภาพที่ 13 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย องค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume)

ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ขององค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable)

รายการ	เกณฑ์	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
Chi-Square	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	3.01	-
df	-	8	-
p-value	P>0.05	0.93	-
Chi-Square /df	Chi-Square /df<2	0.37	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	1.00	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.99	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0.0	0.000	ผ่านเกณฑ์
KMO	มีค่ามากกว่า 0.50	0.896	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	มีค่าน้อยกว่า 0.50	0.000	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 36 พบว่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยัน องค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่า 3.01 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p\text{-value} = 0.93$  ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Chi-Square/df) = 0.37 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI)=1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI)= 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI)=0.99 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA)=0.011 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

### ขั้นตอนที่ 3 การทดลองใช้และการพัฒนาคู่มือเกณฑ์การประเมิน

#### 3.1 การทดลองใช้เกณฑ์การประเมิน

ในขั้นตอนนี้เป็นการสรุปผลการพิจารณาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ผู้วิจัยประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) กับผู้เชี่ยวชาญที่ร่วมพิจารณาร่างเกณฑ์การประเมินจำนวน 3 คน กำหนดเป็นผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด 1 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการ 1 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเกณฑ์ 1 คน โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ค่า IOC ของข้อคำถามที่ใช้เป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนดังลำดับต่อไปนี้

ตารางที่ 37 ผลค่า IOC ของข้อคำถามที่ใช้เป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)	ความถี่	ค่า IOC	การพิจารณา
องค์ประกอบย่อย 1.1 กระบวนการ (Process)			
ดัชนีประเมิน 1.1.1 การวางแผน			
1	มีเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน	3	สอดคล้อง
2	มีการกำหนดแผนธุรกิจชุมชน	3	สอดคล้อง
3	มีการวางโครงสร้างบริหารจัดการ	3	สอดคล้อง

ตารางที่ 37 ผลค่า IOC ของข้อคำถามที่ใช้เป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) (ต่อ)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)		ความถี่	ค่า IOC	การพิจารณา
ดัชนีประเมิน 1.1.2 การจัดการทรัพยากรบุคคล				
1	มีการสรรหาสมาชิกกลุ่ม	3	1.00	สอดคล้อง
2	มีการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทั้งจากการจัดกิจกรรมอบรมภายในและการอบรมหรือศึกษาดูงานจากภายนอกอย่างต่อเนื่อง	3	1.00	สอดคล้อง
3	มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกกลุ่มอย่างชัดเจน	3	1.00	สอดคล้อง
องค์ประกอบย่อย 1.1 กระบวนการ (Process)				
ดัชนีประเมิน 1.1.3 การจัดหาและเลือกใช้วัสดุ				
1	มีการกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยของวัสดุ	2	0.67	สอดคล้อง
2	มีการใช้วัสดุที่หาได้ในชุมชนและไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม	2	0.67	สอดคล้อง
องค์ประกอบย่อย 1.1 กระบวนการ (Process)				
ดัชนีประเมิน 1.1.3 การจัดหาและเลือกใช้วัสดุ				
3	มีการติดต่อผู้จัดหาวัสดุจากภายนอกโดยมีมาตรฐานกำหนด	2	0.67	สอดคล้อง
4	มีการส่งเสริมให้สมาชิกเพาะปลูกวัสดุ	3	1.00	สอดคล้อง
ดัชนีประเมิน 1.1.4 การผลิต				
1	มีการควบคุมประสิทธิภาพของการผลิต	3	1.00	สอดคล้อง
2	มีการควบคุมคุณภาพการผลิต	2		สอดคล้อง

ตารางที่ 37 ผลค่า IOC ของข้อคำถามที่ใช้เป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) (ต่อ)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)		ความถี่	ค่า IOC	การพิจารณา
3	มีการควบคุมความปลอดภัยในการผลิต	3	1.00	สอดคล้อง
4	มีการตรวจสอบและบำบัดของเสียจากการผลิต ก่อนปล่อยออกสู่ชุมชน	2	0.67	สอดคล้อง
ดัชนีประเมิน 1.2.1 ลักษณะและความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์				
1	มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป	2	0.67	สอดคล้อง
2	มีการผสมผสานนวัตกรรมในตัวผลิตภัณฑ์	2	0.67	สอดคล้อง
ดัชนีประเมิน 1.2.2 ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด				
1	มีการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	3	1.00	สอดคล้อง
2	มีการประเมินศักยภาพจากมุมมองผู้บริโภคด้วยหลัก "SPAЕ" ได้แก่ การศึกษาจากแรงกระตุ้น (Stimulus) การรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า (Perceived Quality) การรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ (Awareness) และการได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์ (Equity)	2	0.67	สอดคล้อง
ดัชนีประเมิน 1.2.3 มาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์				
1	ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ	3	1.00	สอดคล้อง
2	ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองความปลอดภัยในการใช้งาน	2	0.67	สอดคล้อง
องค์ประกอบย่อย 1.3 ภูมิปัญญา (Wisdom)				
ดัชนีประเมิน 1.3.1 การสร้างกระบวนการจัดการความรู้				
1	มีกระบวนการแสวงหาความรู้	3	1.00	สอดคล้อง



ตารางที่ 37 ผลค่า IOC ของข้อคำถามที่ใช้เป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) (ต่อ)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)		ความถี่	ค่า IOC	การพิจารณา
2	มีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเดิมกับความรู้สมัยใหม่	2	0.67	สอดคล้อง
3	มีวิธีการจัดเก็บองค์ความรู้	3	1.00	สอดคล้อง
4	มีการถ่ายทอดองค์ความรู้	3	1.00	สอดคล้อง
5	มีการนำไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจชุมชน	2	0.67	สอดคล้อง
ดัชนีประเมิน 1.3.2 ลิขสิทธิ์ทางปัญญา				
1	มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา	3	1.00	สอดคล้อง
2	มีการใช้ประโยชน์จากการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อสร้างรายได้	2	0.67	สอดคล้อง

จากตารางที่ 37 แสดงกิจกรรมดำเนินงานที่จะใช้เป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในองค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) พบว่า ทุกข้อความที่จะใช้เป็นเกณฑ์การพิจารณาได้ค่า IOC สูงกว่า 0.5 แสดงให้เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำข้อความที่จะใช้เป็นเกณฑ์การพิจารณา นี้ ไปจัดไว้ในแบบประเมิน มาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน

ตารางที่ 38 ผลค่า IOC ของข้อความที่ใช้เป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิง  
สร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable)

ความคุ้มค่า (Valuable)		ความถี่	ค่า IOC	การพิจารณา
องค์ประกอบย่อย 2.1 การส่งมอบและการสื่อสาร (Delivery)				
ดัชนีประเมิน 2.1.1 การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย				
1	มีการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่าย ภายนอกชุมชน	3	1.00	สอดคล้อง
2	มีหน้าร้านแสดงสินค้า	3	1.00	สอดคล้อง
3	มีการนำผลิตภัณฑ์ไปออกงานแสดง สินค้า	3	1.00	สอดคล้อง
ดัชนีประเมิน 2.1.2 วิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์				
1	มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์	3	1.00	สอดคล้อง
2	มีวิธีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น	3	1.00	สอดคล้อง
องค์ประกอบย่อย 2.2 ผลลัพธ์ (Outcome)				
ดัชนีประเมิน 2.2.1 ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน				
1	มีการให้คำตอบแทนหรือสวัสดิการกับ คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจ ชุมชน	3	1.00	สอดคล้อง
2	มีการให้สวัสดิการคณะกรรมการและ สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	3	1.00	สอดคล้อง
ดัชนีประเมิน 2.2.2 ประโยชน์ต่อชุมชน				
1	มีการให้คำตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่ม ธุรกิจชุมชน	2	0.67	สอดคล้อง
2	มีการให้สวัสดิการแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจ ชุมชน	2	0.67	สอดคล้อง

ตารางที่ 38 ผลค่า IOC ของข้อคำถามที่ใช้เป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) (ต่อ)

ความคุ้มค่า (Valuable)		ความถี่	ค่า IOC	การพิจารณา
องค์ประกอบย่อย 2.3 เครือข่ายความร่วมมือ (Network)				
ดัชนีประเมิน 2.3.1 ความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน				
1	มีการสนับสนุนระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน	3	1.00	สอดคล้อง
2	มีการใช้ระบบพี่เลี้ยงกับระบบธุรกิจชุมชน อื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และให้คำปรึกษาทางการจัดการ	2	0.67	สอดคล้อง
ดัชนีประเมิน 2.3.2 ความร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า				
1	มีการจัดจำหน่ายสินค้าโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง	2	0.67	สอดคล้อง
2	มีวิธีการเข้าถึง สร้างสัมพันธ์ และติดต่อกับตัวกลางทางการค้า	2	0.67	สอดคล้อง
ดัชนีประเมิน 2.3.3 ความร่วมมือเชิงวิชาการกับหน่วยงานภายนอก				
1	มีการขอความช่วยเหลือและความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา หรือ หน่วยงานวิจัยภาครัฐและเอกชน	2	0.67	สอดคล้อง
2	มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาให้คำแนะนำช่วยเหลือ หรือให้ความร่วมมือในการพัฒนาการจัดการธุรกิจชุมชน	2	0.67	สอดคล้อง
องค์ประกอบย่อย 2.4 ความยั่งยืน (Sustainability)				
ดัชนีประเมิน 2.4.1 การดำเนินการต่อเนื่อง				
1	มีการดำเนินการของธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง	2	0.67	สอดคล้อง

ตารางที่ 38 ผลค่า IOC ของข้อคำถามที่ใช้เป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน องค์กรประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) (ต่อ)

ความคุ้มค่า (Valuable)		ความถี่	ค่า IOC	การพิจารณา
2	มีการคิดวางแผนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง	2	0.67	สอดคล้อง
ดัชนีประเมิน 2.4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง				
1	มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	2	0.67	สอดคล้อง
2	มีการผลักดันมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไปสู่สากล	2	0.67	สอดคล้อง
ดัชนีประเมิน 2.4.3 ความสัมพันธ์กับชุมชนต่อเนื่อง				
1	มีการสร้างกิจกรรมหรือผลตอบแทนให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่องโดยชุมชนสามารถนำไปต่อยอดได้	3	1.00	สอดคล้อง
2	มีวิธีการทำให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญ และการเข้ามามีส่วนร่วมกับธุรกิจชุมชน	2	0.67	สอดคล้อง

จากตารางที่ 38 แสดงกิจกรรมดำเนินงานที่จะใช้เป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในองค์กรประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) มี 4 องค์กรประกอบย่อย ได้แก่ 1) การส่งมอบและการสื่อสาร (Delivery) 2) ผลลัพธ์ (Outcome) 3) เครือข่ายความร่วมมือ (Network) และ 4) ความยั่งยืน (Sustainability) พบว่า ทุกข้อความที่จะใช้เป็นเกณฑ์การพิจารณาได้ค่า IOC สูงกว่า 0.5 แสดงให้เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำข้อความที่จะใช้เป็นเกณฑ์การพิจารณานี้ ไปจัดไว้ในแบบประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน

ตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในรอบ 2 องค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume)

ความคุ้มค่า (Valuable)		ความถี่	ค่า IOC	การพิจารณา
องค์ประกอบย่อย 3.1 รายได้ (Revenue)				
ดัชนีประเมิน 3.1.1 ข้อมูลรายได้				
1	มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับรายได้สุทธิจากการขายสินค้า	3	1.00	สอดคล้อง
2	มีการนำข้อมูลด้านบัญชีไปประยุกต์ใช้ในการบริหารเงินภายในธุรกิจชุมชน	2	0.67	สอดคล้อง
3	มีการสรุปยอดรายได้เป็นรายปี	2	0.67	สอดคล้อง
4	มีการนำผลประกอบการแต่ละปีมาพิจารณาประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเพิ่ม	2	0.67	สอดคล้อง
ความคุ้มค่า (Valuable)		ความถี่	ค่า IOC	การพิจารณา
ดัชนีประเมิน 3.2.1 ข้อมูลด้านปริมาณการขาย				
1	มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้	3	1.00	สอดคล้อง
2	มีการนำข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการขายไปปรับปรุงการผลิต	2	0.67	สอดคล้อง
3	มีการคาดการณ์ยอดขายไว้ล่วงหน้า	2	0.67	สอดคล้อง
4	มีการเปรียบเทียบยอดขายปัจจุบันที่เกิดขึ้นกับยอดขายที่ผ่านมา	2	0.67	สอดคล้อง

จากตารางที่ 39 แสดงกิจกรรมดำเนินงานที่จะใช้เป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในองค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume) พบว่า ทุกข้อความที่จะใช้เป็นเกณฑ์การพิจารณาได้ค่า IOC สูงกว่า 0.5 แสดงให้เห็นว่า

ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำข้อความที่จะใช้เป็นเกณฑ์การพิจารณา  
ไปจัดไว้ในแบบประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน

ทั้งนี้ จากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คนที่ได้

หลังจากการวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงเนื้อหาแล้ว ในขั้นตอนนี้เป็นการนำเกณฑ์การ  
ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ได้พัฒนาขึ้น ไปทดลองใช้  
กับกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 3 ราย ทั้งนี้  
ผู้วิจัยได้กำหนดลำดับขั้นการประเมินไว้ดังนี้

0 คะแนน – 10 คะแนน อยู่ในขั้นควรปรับปรุงอย่างยิ่ง

11 คะแนน – 22 คะแนน อยู่ในขั้นควรปรับปรุง

23 คะแนน – 33 คะแนน อยู่ในขั้นพอใช้

34 คะแนน – 44 คะแนน อยู่ในขั้นดี

46 คะแนน – 56 คะแนน อยู่ในขั้นดีมาก

ทั้งนี้ หลังการทดลองใช้เกณฑ์สามารถสรุปผลการประเมินได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 40 สรุปผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่ม  
ธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ไปทดลองใช้

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)		ผลการประเมินวิสาหกิจ ชุมชน			ข้อเสนอแนะ
		แห่งที่	แห่งที่	แห่งที่	
		1	2	3	
1	มีเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน	0	1	0	N/A
2	มีการกำหนดแผนธุรกิจชุมชน	1	1	0	N/A
3	มีการวางโครงสร้างบริหารจัดการ	0	1	1	N/A
4	มีการสรรหาสมาชิกกลุ่ม	0	1	0	N/A
5	มีการพัฒนาศักยภาพของสมาชิก กลุ่มทั้งจากการจัดกิจกรรมอบรม ภายในและการอบรมหรือศึกษาดู งานจากภายนอกอย่างต่อเนื่อง	1	1	0	N/A

ตารางที่ 40 สรุปผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน องค์กรประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ไปทดลองใช้ (ต่อ)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)		ผลการประเมินวิสาหกิจ			ข้อเสนอแนะ
		ชุมชน			
		แห่งที่ 1	แห่งที่ 2	แห่งที่ 3	
6	มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกกลุ่มอย่างชัดเจน	0	1	0	N/A
7	มีการกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบ	0	0	1	N/A
8	มีการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชนและไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม	1	0	1	N/A
9	มีการติดต่อผู้จัดหาวัตถุดิบจากภายนอกโดยมีมาตรฐานกำหนด	0	1	1	N/A
10	มีการส่งเสริมให้สมาชิกเพาะปลูกวัตถุดิบ	0	1	1	N/A
11	มีการควบคุมประสิทธิภาพของการผลิต	1	1	0	N/A
12	มีการควบคุมคุณภาพการผลิต	1	1	0	N/A
13	มีการควบคุมความปลอดภัยในการผลิต	0	1	0	N/A
14	มีการตรวจสอบและบำบัดของเสียจากการผลิต ก่อนปล่อยออกสู่ชุมชน	1	1	0	N/A
15	มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป	1	1	1	N/A

ตารางที่ 40 สรุปผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ไปทดลองใช้ (ต่อ)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)		ผลการประเมินวิสาหกิจ			ข้อเสนอแนะ
		ชุมชน			
		แห่งที่ 1	แห่งที่ 2	แห่งที่ 3	
16	มีการผสมผสานนวัตกรรมในตัวผลิตภัณฑ์	1	1	1	N/A
17	มีการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	0	1	0	N/A
18	มีการประเมินศักยภาพจากมุมมองผู้บริโภคด้วยหลัก “SPAE” ได้แก่ การศึกษาจากแรงกระตุ้น (Stimulus) การรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า (Perceived Quality) การรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ (Awareness) และการได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์ (Equity)	0	1	0	พิสูจน์ได้ยาก ควรนิยามให้สามารถนำไปใช้ได้จริง
19	ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ	1	1	1	N/A
20	ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองความปลอดภัยในการใช้งาน	0	0	0	N/A
21	มีกระบวนการแสวงหาความรู้	0	1	0	ควรเพิ่มการพิสูจน์หลักฐานด้วยการสัมภาษณ์
22	มีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเดิมกับความรู้สมัยใหม่	1	1	0	N/A
23	มีวิธีการจัดเก็บองค์ความรู้	1	1	0	N/A
24	มีการถ่ายทอดองค์ความรู้	1	1	1	N/A



ตารางที่ 40 สรุปผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่ม  
ธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ไปทดลองใช้  
(ต่อ)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)		ผลการประเมินวิสาหกิจ			ข้อเสนอแนะ
		ชุมชน			
		แห่งที่ 1	แห่งที่ 2	แห่งที่ 3	
25	มีการนำไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจ ชุมชน	1	0	1	N/A
26	มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทาง ปัญญา	1	0	1	ควรเพิ่มการพิสูจน์ หลักฐานด้วยการ พิจารณาเอกสารใบ ประกาศภูมิปัญญา ท้องถิ่น
27	มีการใช้ประโยชน์จากการจด ทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อ สร้างรายได้	0	0	0	N/A
รวมคะแนนองค์ประกอบหลักที่ 1		14	21	11	-

หมายเหตุ: N/A หมายถึง ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จากตารางที่ 40 แสดงการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิง  
สร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในองค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ไปทดลอง  
ใช้ พบว่า ธุรกิจชุมชนแห่งที่ 2 มีคะแนนรวมสูงสุด 21 คะแนน รองลงมา แห่งที่ 1 ได้ 14 คะแนน  
และสุดท้ายแห่งที่ 3 ได้ 11 คะแนน

ตารางที่ 41 สรุปผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่ม  
ธุรกิจชุมชน องค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) ไปทดลองใช้

ความคุ้มค่า (Valuable)	ผลการประเมินวิสาหกิจ			ข้อเสนอแนะ	
	ชุมชน				
	แห่งที่ 1	แห่งที่ 2	แห่งที่ 3		
28	มีการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่าย ภายนอกชุมชน	1	1	1	N/A
29	มีหน้าร้านแสดงสินค้า	1	1	0	N/A
30	มีการนำผลิตภัณฑ์ไปออกงานแสดง สินค้า	1	1	1	ควรเพิ่มการพิสูจน์ หลักฐานด้วยการ พิจารณาภาพถ่ายบูท แสดงสินค้า
31	มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์	1	1	1	ควรเพิ่มการพิสูจน์ หลักฐานด้วยการ พิจารณาหลักฐานการ ประชาสัมพันธ์ผ่าน หน่วยงานส่งเสริม ภาครัฐ
32	มีวิธีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น	0	1	0	N/A
33	มีการให้คำตอบแทนหรือสวัสดิการ กับคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม ธุรกิจชุมชน	1	1	1	N/A
34	มีการให้สวัสดิการคณะกรรมการและ สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	0	1	0	N/A
35	มีการให้คำตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่ม ธุรกิจชุมชน	1	1	1	N/A

ตารางที่ 41 สรุปผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่ม  
ธุรกิจชุมชน องค์กรประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) ไปทดลองใช้ (ต่อ)

ความคุ้มค่า (Valuable)	ผลการประเมินวิสาหกิจ			ข้อเสนอแนะ
	ชุมชน			
	แห่งที่ 1	แห่งที่ 2	แห่งที่ 3	
36 มีการให้สวัสดิการแก่สมาชิกกลุ่ม ธุรกิจชุมชน	1	1	0	N/A
37 มีการสนับสนุนระหว่างกลุ่มธุรกิจ ชุมชน	0	1	0	N/A
38 มีการใช้ระบบที่เดียวกับระบบธุรกิจ ชุมชน อื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และให้คำปรึกษาทางด้านการจัดการ	1	0	0	N/A
39 มีการจัดจำหน่ายสินค้าโดยผ่านพ่อค้า คนกลาง	1	1	1	N/A
40 มีวิธีการเข้าถึง สร้างสัมพันธ์ และ ติดต่อกับตัวกลางทางการค้า	1	0	1	N/A
41 มีการขอความช่วยเหลือและความ ร่วมมือจากสถาบันการศึกษา หรือ หน่วยงานวิจัยภาครัฐและเอกชน	0	0	0	ควรเพิ่มการพิสูจน์หลักฐาน ด้วยการพิจารณาหลักฐาน การได้รับความรู้จากพัฒนา ชุมชน
42 มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ หรือให้ความร่วมมือในการ พัฒนาการจัดการธุรกิจชุมชน	0	0	0	N/A
43 มีการดำเนินการของธุรกิจชุมชนอย่าง ต่อเนื่อง	0	1	0	N/A
44 มีการคิดวางแผนเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการดำเนินการอย่าง ต่อเนื่อง	0	0	0	N/A

ตารางที่ 41 สรุปผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่ม  
ธุรกิจชุมชน องค์กรประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) ไปทดลองใช้ (ต่อ)

ความคุ้มค่า (Valuable)	ผลการประเมินวิสาหกิจ ชุมชน			ข้อเสนอแนะ
	แห่งที่	แห่งที่	แห่งที่	
	1	2	3	
45 มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	0	1	0	N/A
46 มีการผลักดันมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไปสู่สากล	0	1	0	ควรมีการปรับคำในด้าน ของรายการประเมินเป็น “ มีการผลักดันมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ หรือระดับสากล
47 มีการสร้างกิจกรรมหรือผลตอบแทนให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่องโดยชุมชนสามารถนำไปต่อยอดได้	1	1	1	N/A
48 มีวิธีการทำให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญ และการเข้ามามีส่วนร่วมกับธุรกิจชุมชน	0	1	1	N/A
รวมคะแนนองค์กรประกอบหลักที่ 2	11	16	9	-

หมายเหตุ: N/A หมายถึง ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จากตารางที่ 41 แสดงการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในองค์กรประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) ไปทดลองใช้ พบว่าธุรกิจชุมชนแห่งที่ 2 มีคะแนนรวมสูงสุด 16 คะแนน รองลงมา แห่งที่ 1 ได้ 11 คะแนน และสุดท้ายแห่งที่ 3 ได้ 9 คะแนน

ตารางที่ 42 สรุปผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่ม  
ธุรกิจชุมชน องค์กรประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume) ไปทดลองใช้

ความคุ้มค่า (Valuable)		ผลการประเมินวิสาหกิจ			ข้อเสนอแนะ
		ชุมชน			
		แห่งที่ 1	แห่งที่ 2	แห่งที่ 3	
49	มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับรายได้ สุทธิจากการขายสินค้า	1	1	1	N/A
50	มีการนำข้อมูลด้านบัญชีไป ประยุกต์ใช้ในการบริหารเงินภายใน ธุรกิจชุมชน	0	1	0	N/A
51	มีการสรุปยอดรายได้เป็นรายปี	1	1	1	N/A
52	มีการนำผลประกอบการแต่ละปีมา พิจารณาประกอบการศึกษาความ เป็นไปได้ในการลงทุนเพิ่ม	0	1	0	N/A
53	มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับจำนวน ผลิตภัณฑ์ที่ขายได้	1	0	0	N/A
54	มีการนำข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการ ขายไปปรับปรุงการผลิต	0	1	0	N/A
55	มีการคาดการณ์ยอดขายไว้ล่วงหน้า	0	1	0	N/A
56	มีการเปรียบเทียบยอดขายของลูกค้านี้ ทุกๆปี	0	1	0	N/A
รวมคะแนนองค์กรประกอบหลักที่ 3		3	7	2	-

หมายเหตุ: N/A หมายถึง ไม่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จากตารางที่ 42 แสดงการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิง  
สร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในองค์กรประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume) ไปทดลองใช้

พบว่า ธุรกิจชุมชนแห่งที่ 2 มีคะแนนรวมสูงสุด 7 คะแนน รองลงมา แห่งที่ 1 ได้ 3 คะแนน และสุดท้ายแห่งที่ 3 ได้ 2 คะแนน

ตารางที่ 43 สรุปผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน

องค์ประกอบหลัก		ผลการประเมินวิสาหกิจชุมชน		
		แห่งที่ 1	แห่งที่ 2	แห่งที่ 3
1	การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)	14	21	11
2	ความคุ้มค่า (Valuable)	11	16	9
3	ผลประกอบการ (Volume)	3	7	2
รวมคะแนน		28	42	22
ลำดับชั้นการประเมิน		พอใช้	ดี	ควรปรับปรุง

จากตารางที่ 43 แสดงการสรุปผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน ไปทดลองใช้ พบว่า ธุรกิจชุมชนแห่งที่ 2 มีคะแนนรวมสูงสุด 42 คะแนน อยู่ในระดับ ดี รองลงมา แห่งที่ 1 ได้ 28 คะแนน อยู่ในระดับ พอใช้ และสุดท้ายแห่งที่ 3 ได้ 22 คะแนน อยู่ในระดับควรปรับปรุง

ตัวอย่างหลักฐานที่ได้จากการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)



ภาพที่ 14 ใบรับรองแสดงการผ่านการฝึกอบรมที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 5 (มีการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทั้งจากการจัดกิจกรรมอบรมภายในและการอบรมหรือศึกษาดูงานจากภายนอกอย่างต่อเนื่อง) มาประเมิน



ภาพที่ 15 หลักฐานแสดงการรับรองการสร้างสร้งงานที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 19 (ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ) มาประเมิน



ภาพที่ 16 หลักฐานแสดงการรับรองการเป็นผู้อนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย ที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 23 (มีวิธีการจัดเก็บองค์ความรู้ มาประเมิน



ภาพที่ 17 หลักฐานแสดงการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 19 (ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ) มาประเมิน





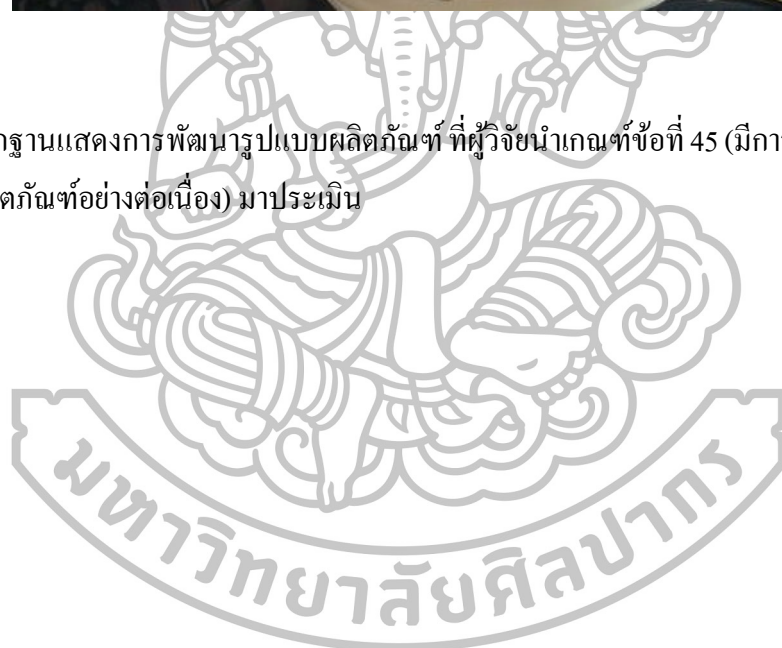
ภาพที่ 18 หลักฐานแสดงขั้นตอนการผลิต ที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 11 (มีการควบคุมประสิทธิภาพของการผลิต) มาประเมิน



ภาพที่ 19 หลักฐานแสดงการจัดทำแผนทางธุรกิจ ที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 2 (มีการกำหนดแผนธุรกิจชุมชน) มาประเมิน



ภาพที่ 20 หลักฐานแสดงการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 45 (มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง) มาประเมิน





ภาพที่ 21 หลักฐานแสดงการจดหนังสือรับรองภูมิปัญญาไทย ที่ผู้วิจัยนำเกณฑ์ข้อที่ 24 (มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา) มาประเมิน

### 3.2 การพัฒนาคู่มือเกณฑ์การประเมิน

เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการวิจัย โดยการนำผลการพิจารณาค่า IOC และการทดลองใช้เกณฑ์การประเมินมาสังเคราะห์ ปรับปรุงองค์ประกอบ และจัดทำคู่มือเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ สำหรับภาพรวมของโครงสร้างเกณฑ์การประเมินนี้ มีทั้งหมด 3 องค์ประกอบหลัก 9 องค์ประกอบย่อย 21 ดัชนีการประเมิน และ 49 รายการประเมิน ทั้งนี้ คำอธิบายขององค์ประกอบและวิธีการวัดผลดังปรากฏในภาคผนวก กู ท้ายเล่มงานวิจัยนี้



## บทที่ 5

### สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในภูมิภาคตะวันตกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้วยดำเนินการวิจัยในหลายขั้นตอน ได้แก่ การทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาศักยภาพความเป็นไปได้ในการร่างเกณฑ์ การจัดสนทนากลุ่มเพื่อยืนยันแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม การใช้เทคนิควิจัยอนาคต (EDFR) เพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย จากนั้นจึงดำเนินการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) เพื่อเป็นการยืนยันเกณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้น และวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ตลอดจนนำเกณฑ์ที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้ ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเริ่มตั้งแต่ขั้นตอน 1 ได้แก่การวิจัยเอกสาร และการสนทนากลุ่ม ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มนักศึกษาที่เคยมีประสบการณ์ลงพื้นที่วิจัยชุมชนและผ่านการอบรมด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการทางธุรกิจ และกลุ่มอาจารย์รุ่นใหม่ที่มีความรู้ด้านการจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และการปกครองท้องถิ่นเพื่อให้เกิดฉันทามติด้านแนวคิดทางการจัดการและการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชน ขั้นตอนที่ 2 เป็นการประยุกต์ใช้เทคนิควิจัยอนาคต (EDFR) จากผู้เชี่ยวชาญหาแนวโน้มขององค์ประกอบบนฐานแนวคิดการจัดการเชิงสร้างสรรค์เพื่อนำไปจัดเป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ ขั้นตอนที่ 3 คือการทดลองใช้และการพัฒนาเกณฑ์การประเมิน โดยสร้างแบบสอบถามจากแนวโน้มองค์ประกอบของเกณฑ์การประเมิน นำไปแจกผู้ประกอบการระดับชุมชนที่อยู่ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำนวน 560 ราย เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อพิสูจน์ความสอดคล้องกันของโครงสร้างองค์ประกอบ เมื่อได้ร่างเกณฑ์การประเมินแล้วจึงนำมาวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน และนำไปทดลองใช้เกณฑ์การประเมินจริงกับผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย

ถือเป็นกระบวนการสุดท้าย ผลที่ได้นำมาสังเคราะห์เกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนหลังจากการทดลองใช้พบว่าโดยสรุปแล้วสามารถแบ่งองค์ประกอบหลักของเกณฑ์การประเมินออกเป็น 3 ตัว (3V) ได้แก่ 1) การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) 2) การดำเนินการที่เกิดคุณค่า (Valuable) และ 3) ผลประกอบการ (Volume) แยกออกมาเป็น 9 องค์ประกอบย่อย (PODOWN-CIS) ได้แก่ 1)กระบวนการ (Process) 2) ผลผลิต (Output) 3) การส่งมอบผลิตภัณฑ์และการสื่อสาร (Delivery) 4) ผลลัพธ์(Outcome) 5) ภูมิปัญญา (Wisdom) 6) เครือข่ายความร่วมมือ (Network) 7) ความต่อเนื่อง (Continuity) 8) รายได้ (Income) 9) ปริมาณการขาย (Sales Volume) ทั้งนี้สามารถอธิบายแต่ละองค์ประกอบย่อยได้ดังนี้

1. กระบวนการ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน เป็นการประเมินเกี่ยวกับการวางแผนงานและกำหนดนโยบาย การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลหรือสมาชิกกลุ่ม การจัดหาและคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ในการดำเนินงาน ตลอดจนกระบวนการผลิต โดยการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์นั้น จะต้องมีวิธีการดำเนินงานที่เป็นแบบแผนและวิธีการที่สร้างสรรค์ตั้งแต่ต้น จึงจะมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 4 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ การวางแผน การจัดการทรัพยากรบุคคล การจัดหาและเลือกใช้วัตถุดิบ และ การผลิต

2. ผลผลิต หมายถึง ผลผลิตจากการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน พิจารณาในด้านของลักษณะและความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ในตลาด การที่ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานการรับรองผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 2 ดัชนีประเมิน ได้แก่ ลักษณะความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ และ มาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์

3. การส่งมอบผลิตภัณฑ์และการสื่อสาร หมายถึง การส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือการสื่อสารด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้มุ่งพิจารณาองค์ประกอบต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย และวิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 3 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย วิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ และ ศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด

4. ผลลัพธ์ หมายถึง ผลประโยชน์และคุณค่าที่เกิดขึ้นจากกระบวนการของธุรกิจชุมชน เกณฑ์การประเมินจะพิจารณาจากประโยชน์ 2 ด้าน ได้แก่ ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน และ ประโยชน์ต่อชุมชน ประกอบด้วย 2 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน และ ประโยชน์ต่อชุมชน



5. ภูมิปัญญา หมายถึง ต้นทุนทางปัญญาของชุมชน มุ่งพิจารณากระบวนการจัดการความรู้ของชุมชนตั้งแต่การแสวงหาความรู้ กระบวนการจัดเก็บองค์ความรู้ ความสามารถในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือต่างๆ รวมถึงการได้รับลิขสิทธิ์ทางปัญญาจากการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ประกอบด้วย 2 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ การสร้างกระบวนการจัดการความรู้ และ ลิขสิทธิ์ทางปัญญา

6. เครือข่ายความร่วมมือ หมายถึง การมีวิธีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน ร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า และการให้ความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องที่ก่อให้เกิดประสิทธิผล และเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินการและการตลาด ประกอบด้วย 3 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ ความร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจชุมชน ความร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก

7. ความต่อเนื่อง หมายถึง การมีวิธีการสร้างความต่อเนื่องหรือพัฒนาการของธุรกิจชุมชนจากการวางแผนและปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ผู้วิจัยมุ่งพิจารณาถึงด้านการดำเนินงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความสัมพันธ์กับชุมชนที่มีความต่อเนื่อง อันจะก่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาสานต่อของธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย 3 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ การดำเนินการต่อเนื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง และ ความสัมพันธ์กับชุมชนต่อเนื่อง

8. รายได้ หมายถึง รายได้ในลักษณะของผลประกอบการ โดยพิจารณาระบบวิธีการจัดสรรกับรายได้ที่เกิดขึ้น มี 1 ดัชนีการประเมิน คือ การจัดการกับรายได้

9. ปริมาณการขาย หมายถึง การพิจารณาถึงวิธีการจัดการกับข้อมูลด้านปริมาณการขายว่ามีการจดบันทึก และนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ในการผลิต การจัดการทรัพยากรบุคคลหรือการดำเนินงานต่างๆหรือไม่ และอย่างไร มี 1 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ การจัดการปริมาณการขาย

จากขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาที่ได้กล่าวมา จึงสามารถสรุปเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยมี 3 องค์ประกอบหลัก 9 องค์ประกอบย่อย 21 ดัชนีการประเมิน และ 49 รายการประเมิน

จากผลการสัมภาษณ์ในรอบที่ 1 ผู้วิจัยได้สร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อนำกลับไปให้ผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณา สามารถนำมาสร้างเป็นองค์ประกอบของเกณฑ์ได้ดังนี้

### 1. องค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)

ในด้านขององค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม ผู้เชี่ยวชาญได้มีความคิดเห็นที่สอดคล้องตรงกันว่าองค์ประกอบดังกล่าว มี 3 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย

1.1 กระบวนการ (Process) ประกอบด้วย 4 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ การวางแผนการจัดการทรัพยากรบุคคล การจัดหาและเลือกใช้วัตถุดิบ และการผลิต

1.2 ผลผลิต (Output) ประกอบด้วย 3 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ ลักษณะและความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด และมาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์

1.3 ภูมิปัญญา (Wisdom) ประกอบด้วย 2 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ การสร้างกระบวนการจัดการความรู้ และลิขสิทธิ์ทางปัญญา

### 2. องค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable)

ในด้านขององค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า ผู้เชี่ยวชาญได้มีความคิดเห็นที่สอดคล้องตรงกันว่าองค์ประกอบดังกล่าว มี 4 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย

2.1 การส่งมอบและการสื่อสาร (Delivery) ประกอบด้วย 2 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย วิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

2.2 ผลลัพธ์ (Outcome) ประกอบด้วย 2 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน และประโยชน์ต่อชุมชน

2.3 เครือข่ายความร่วมมือ (Network) ประกอบด้วย 3 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ ความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน ความร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า และความร่วมมือเชิงวิชาการกับหน่วยงานภายนอก

2.4 ความยั่งยืน (Sustainability) ประกอบด้วย 3 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ การดำเนินการต่อเนื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง และความสัมพันธ์กับชุมชนต่อเนื่อง

### 3. องค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ (Volume)

ในด้านขององค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญได้มีความคิดเห็นที่สอดคล้องตรงกันว่าองค์ประกอบดังกล่าว มี 2 องค์ประกอบย่อย ประกอบด้วย

3.1 รายได้ (Revenue) ประกอบด้วย 1 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ ข้อมูลรายได้

3.2 ปริมาณการขาย (Sales volume) ประกอบด้วย 1 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ ข้อมูลด้านปริมาณการขาย

4. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) พบว่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยัน อันดับสามของเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าค่าไค-สแควร์ ( $X^2$ ) มีค่า 39.34 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p\text{-value} = 0.07$  ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ( $X^2/df$ ) = 1.40 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI)=1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI)= 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI)=0.96 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ



(RMSEA)=0.030 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) สูงสุด คือ 0.72 รองลงมา คือ ด้านความคุ้มค่า (Valuable) คือ 0.44 และด้านผลประโยชน์ (Volume) มีค่าเท่ากับ 0.32 ตามลำดับ

**5. ผลการวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ขั้นตอนนี้เป็นการสรุปผลการพิจารณาเกณฑ์การประเมิน เพื่อสรุปเป็นมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ตามการวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อใช้สรุปเป็นเกณฑ์การประเมิน พบว่า กิจกรรมดำเนินงานที่จะใช้เป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในองค์ประกอบหลักที่ 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) องค์ประกอบหลักที่ 2 ความคุ้มค่า (Valuable) และองค์ประกอบหลักที่ 3 ผลประโยชน์ (Volume) พบว่า ทุกข้อความที่จะใช้เป็นเกณฑ์การพิจารณาได้ค่า IOC สูงกว่า 0.5 แสดงให้เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำข้อความที่จะใช้เป็นเกณฑ์การพิจารณานี้ ไปจัดไว้ในแบบประเมิน มาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน**

**6. ผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนไปทดลองใช้** ในขั้นตอนนี้เป็นการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ได้พัฒนาขึ้น ไปทดลองใช้กับกลุ่มธุรกิจชุมชน ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 3 แห่ง พบว่า ธุรกิจชุมชนแห่งที่ 2 มีคะแนนรวมสูงสุด 42 คะแนน อยู่ในระดับ ดี รองลงมา แห่งที่ 1 ได้ 28 คะแนน อยู่ในระดับ พอใช้ และสุดท้ายแห่งที่ 3 ได้ 22 คะแนน อยู่ในระดับที่ควรปรับปรุงในด้านการสร้างความร่วมมือ

ทั้งนี้จากกระบวนการวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) และผลการนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนไปทดลองใช้นั้น ผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ และได้ดำเนินการปรับปรุงเกณฑ์การประเมินฯ โดยสามารถแสดงผลการปรับปรุงได้ดังนี้

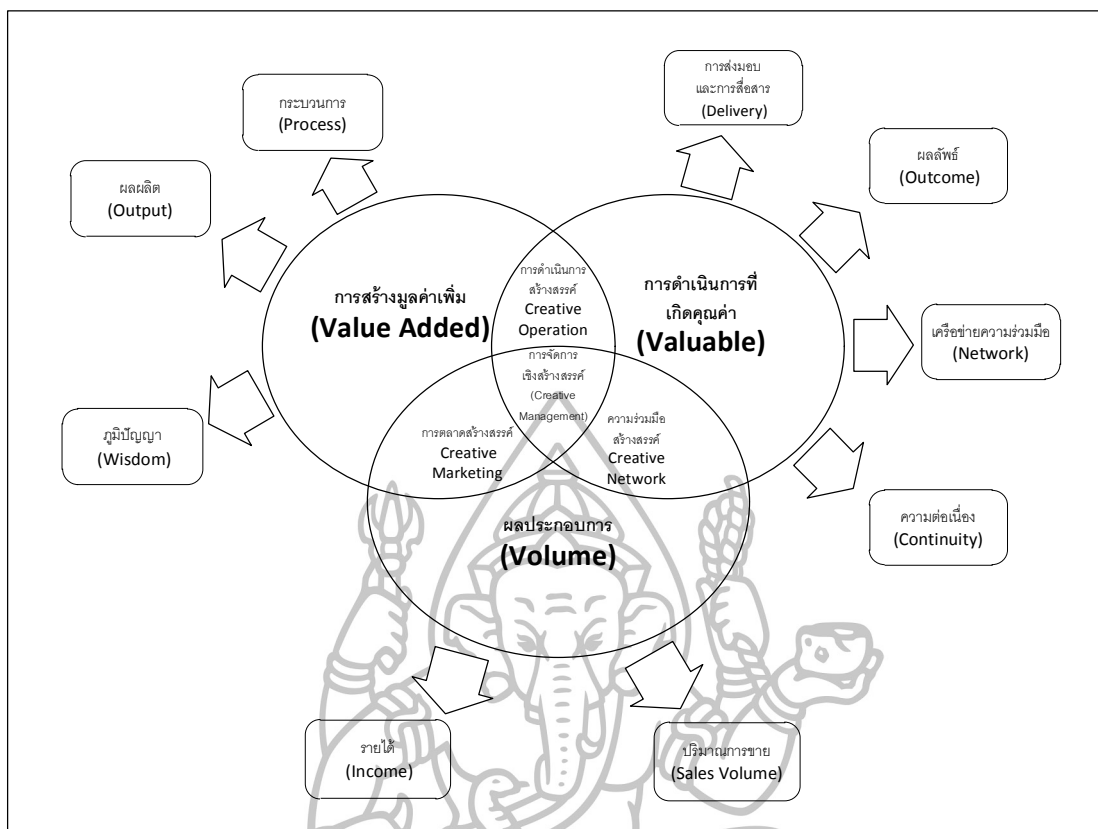
### อภิปรายผลการวิจัย

จากการพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างเครื่องมือทางการประเมินใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน ผลที่ได้คือคู่มือเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการวัดประสิทธิภาพทางการจัดการ โดยรวมของกลุ่มธุรกิจชุมชนตั้งแต่ต้น

ทาง เริ่มจากการสร้างแรงจูงใจ การวางแผน การผลิต การจัดการภูมิปัญญา การส่งมอบผลิตภัณฑ์ การสร้างความร่วมมือ ไปจนถึงการจัดการด้านการเงิน ซึ่งถือเป็นระบบการจัดการที่เป็นแก่นสำคัญ สำหรับธุรกิจชุมชนและต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญในการหาวิธีการเพื่อแก้ไขปัญหา ปรับตัว และเพิ่มประสิทธิภาพจากทุนที่มีอยู่ ทำให้เกิดแนวทางที่สามารถยกระดับมาตรฐาน ธุรกิจชุมชนให้ก้าวไปสู่กลุ่มตลาดที่ใหญ่ขึ้นและมีส่วนช่วยในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่เป็นามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ แต่เป็นสิ่งที่มีความค่าและสามารถนำไปสู่วิธีการปฏิบัติที่มีความแตกต่างและเกิดผลสำเร็จในเชิงธุรกิจ ด้วยเหตุนี้เกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนจึงอาจมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการมีความคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินงานต่างๆ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานปกครองท้องถิ่น กรมพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร ยังสามารถพิจารณาถึงผลของการประเมินกลุ่มธุรกิจชุมชนเพื่อพิจารณาให้การส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาโดยใช้วิธีการจัดการเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการเติบโตทางธุรกิจต่อไป

อย่างไรก็ตาม จากการสังเคราะห์องค์ประกอบของเกณฑ์การประเมินทั้งหมด พบว่าแนวทางที่จะก่อให้เกิดระบบการจัดการที่มีความสร้างสรรค์ (Creative Management) ได้นั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงหลัก 3 ประการที่มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกัน ได้แก่ 1) มีวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) 2) มีการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดคุณค่า (Valuable) และ 3) มีผลประกอบการที่เหมาะสม ซึ่งถ้าหากพิจารณาจากหลักทั้งสามข้อนี้แล้ว พบว่าการที่กลุ่มธุรกิจชุมชนมีวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนต่างๆที่มีอยู่ บวกกับวิธีการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดคุณค่าต่อธุรกิจแล้วนั้น ก็จะทำให้เกิดการดำเนินงานสร้างสรรค์ (Creative Operation) ขึ้นมาได้ ในขณะที่เดียวกัน การดำเนินการที่ก่อให้เกิดคุณค่าได้นั้นก็ต้องอาศัยผลประกอบการที่ดี สร้างผลตอบแทนให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชน หรือผู้ที่มีส่วนร่วมอื่นๆในกิจกรรมทางการขาย ก่อให้เกิดเป็นความร่วมมือสร้างสรรค์ (Creative Network) อีกทั้งหากผู้ประกอบการมีวิธีการวางแผนที่ดี มีการสร้างมูลค่าเพิ่มในทุนและวิธีการผลิต มีผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นเป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมาย ก็จะมีผลทำให้เกิดการซื้อและผลประกอบการที่เพิ่มสูงขึ้น วิธีการนี้จึงเรียกว่าเป็นการตลาดสร้างสรรค์ (Creative Marketing) ดังรายละเอียดที่แสดงในภาพที่



ภาพที่ 22 รูปแบบเชิงนโยบายในการจัดการเชิงสร้างสรรค์ (Creative Management Model) สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

จากข้อสรุปของรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยพบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่สนับสนุนองค์ประกอบด้านต่างๆภายในเกณฑ์การประเมิน เริ่มตั้งแต่การพิจารณาเรื่องของผู้นำกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ต้องมีการวางแผนและการจัดการทุนภายในกลุ่มธุรกิจชุมชน ถือเป็นส่วนสำคัญประการหนึ่งที่อยู่ในขั้นตอนการวางแผนการดำเนินงาน ซึ่งพบว่ามี ความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยของประภัสสร จันทรสถิตย์พร (2554) ที่พบว่า แนวคิดในเรื่องทุนสร้างสรรค์ประกอบด้วย 4 ประการ ได้แก่ ทุนทางมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางโครงสร้าง โดยมุ่งเน้นที่ความมีเอกลักษณ์เฉพาะของหน่วยงาน นอกจากนี้ในแง่มุมมองของภาวะผู้นำยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Rickards, T. (2006) ที่เกี่ยวกับแนวคิดผู้นำสร้างสรรค์ที่เป็นผลมาจากการจัดการนวัตกรรมและความสร้างสรรค์ จากผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าผู้นำนั้นมีบทบาทที่ทำให้เกิดความสร้างสรรค์ในเบื้องต้นและความสามารถในการดำเนินผลงานที่เป็นนวัตกรรมและเกิดความแตกต่าง อย่างไรก็ตาม การเป็นผู้นำถือเป็นปัจจัยที่มีอยู่ภายในตัวแบบของการเปลี่ยนแปลงแนวทาง

ขององค์กร ด้วยเหตุนี้การวางแผน กำหนดนโยบายของประธานกลุ่มธุรกิจชุมชนหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์จึงเป็นองค์ประกอบอันดับแรกที่มีผลกระทบต่อการทำงานต่างๆทั้งหมดของกลุ่มธุรกิจชุมชน

สำหรับองค์ประกอบด้านผลผลิตถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญมากเนื่องจากนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความสร้างสรรค์และมีความแตกต่างในท้องตลาด เห็นได้ว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐ ชลเทพ (2554) ที่ได้ศึกษาการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่าผู้ประกอบการที่มีการสั่งสมความรู้ความสามารถที่ถนัด มีการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นองค์ประกอบหลักในธุรกิจ และใช้วัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ และเทคโนโลยีนวัตกรรมเป็นองค์ประกอบเสริมเพื่อผลิตสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าเพิ่มและทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์โดดเด่น ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจในระยะยาว

จากผลการศึกษาในการพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์พบว่าองค์ประกอบด้านภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้นั้นก็มีส่วนช่วยส่งเสริมการจัดการเชิงสร้างสรรค์ เหมือนดังเช่นที่กล่าวไว้ในงานวิจัยของ Chen, M. H., Chang, Y. Y., และ Lo, Y. H. (2015) ที่ศึกษาเรื่องการจัดการรูปแบบองค์ความรู้ความคิดสร้างสรรค์ ความขัดแย้ง ความสำเร็จของผู้ประกอบการ ว่ากระบวนการจัดการองค์ความรู้ของผู้ประกอบการนั้นมีผลต่อความสำเร็จเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้ยังส่งผลต่อการวางแผนการรับมือความขัดแย้งระหว่างบุคคลภายในองค์กร

ในด้านการจัดการทรัพยากรบุคคลก็เป็นองค์ประกอบย่อยในกระบวนการจัดการภายในที่มีผลอย่างมากต่อการจัดการเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากต้องอาศัยการสร้างแรงจูงใจให้แก่สมาชิกในกลุ่ม การสื่อสารของประธานกลุ่มที่มีประสิทธิภาพและการฝึกอบรมสมาชิกในกลุ่มอย่างต่อเนื่องจึงจะก่อให้เกิดทักษะและประสบการณ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มในการดำเนินงานได้ ดังที่กล่าวไว้ในงานวิจัยของ Soltani, E. et al. (2003) เกี่ยวกับแนวทางการจัดการคุณภาพโดยรวมจากเกณฑ์การประเมินสมรรถนะของทรัพยากรบุคคล และจากการวิเคราะห์ผลพบว่าองค์ประกอบที่มีประสิทธิผลในการประเมินประกอบด้วยความจำเป็นในการฝึกอบรม การสร้างแรงจูงใจแก่พนักงาน การปรับปรุงพัฒนาสมรรถนะในอนาคต และสมรรถนะในภาพรวมจากการดำเนินงานขององค์กร

นอกจากนี้ผลการศึกษาที่พบว่าองค์ประกอบด้านการนำความรู้สมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือก็มีส่วนช่วยให้เกิดการจัดการที่มีความสร้างสรรค์และเกิดผลสำเร็จได้นั้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chavez, V. (2013) ที่เกี่ยวกับการใช้แนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาทางธุรกิจในศตวรรษที่ 21 โดยจากการศึกษา

พบว่าการประยุกต์แนวคิดการจัดการเชิงสร้างสรรค์จากเทคโนโลยีมีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาด้านการผลิตและการใช้ประโยชน์จากการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ความสามารถเพื่อพัฒนาและกระจายผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่จะช่วยสร้างแนวทางแก้ไขปัญหาดลาดสินค้าให้ดีขึ้นได้อย่างสร้างสรรค์

เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน ของการศึกษาศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด (SPAЕ) ได้แก่การเพิ่มการศึกษาจากแรงกระตุ้น (Stimulus) การรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า (Perceived Quality) การรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ (Awareness) และการได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์ (Equity) ที่กลุ่มธุรกิจชุมชนจะต้องให้ความสำคัญเนื่องจากการสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภค นั้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2554) ที่ศึกษาโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรหุบกะพงในตำบลเขาใหญ่ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยผลการวิจัยพบว่าการผลิตมีวัตถุดิบที่เพียงพอต่อการผลิต และมีการพัฒนาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การเพิ่มประสิทธิภาพด้าน กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายที่ทันสมัยกว่าคู่แข่ง และการสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจสามารถก่อให้เกิดการขยายตัวของตลาด และเพิ่ม โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งในประเด็นนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chumkate, J. (2015) ที่ศึกษาศักยภาพทางการจัดการด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยพบว่าการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในวิธีการการบริหารลูกค้าสัมพันธ์แบบสองทางช่วยสร้างโอกาสทางธุรกิจและขยายตลาดให้เติบโตขึ้น จึงเป็นข้อมูลสนับสนุนว่า การศึกษาศักยภาพของตลาดโดยใช้วิธีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์จะช่วยให้เพิ่ม โอกาสทางการตลาด และมีแนวโน้มขนาดของตลาดที่ใหญ่มากขึ้น

และจากการดำเนินการดังกล่าวเพื่อเป็นการพัฒนาร่างเกณฑ์ประเมินผู้วิจัยจึงได้นำ ข้อมูลที่ได้ไปสรุปเป็นแนวโน้มหลักและแนวโน้มย่อยเพื่อนำไปพัฒนาเป็นแนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึกในขั้นตอนของการวิจัยโดยประยุกต์ใช้เทคนิคการวิจัยอนาคต (EDFR) ซึ่งสอดคล้องกับวิธีการดำเนินงานวิจัยของธีระวัฒน์ จันทิก (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน เพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชนด้วยเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเป็นเกณฑ์ และเปรียบเทียบผลของการใช้เกณฑ์ระหว่างวิสาหกิจชุมชนระดับพื้นฐานกับระดับก้าวหน้า นอกจากนี้ในขั้นตอนของการพัฒนาเกณฑ์การประเมินยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิเดช เหมือนสิน (2557) ที่ได้พัฒนาพัฒนาเกณฑ์การประเมินพฤติกรรมด้านทักษะที่ไม่ใช่เทคนิคของนักบินไทย โดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น

ขั้นตอนที่ 1 คือการสร้างและพัฒนาเกณฑ์ที่ใช้เทคนิคเดลฟายในการเก็บข้อมูล และสำหรับขั้นตอนที่ 2 เป็นการทดลองใช้และประเมินเกณฑ์ จึงถือเป็นการสนับสนุนวิธีการดำเนินการวิจัยแบบเป็นขั้นตอน

จากผลของงานวิจัยที่มีความสอดคล้องและสนับสนุนผลของการวิจัยนี้ ทำให้นำไปสู่ข้อสรุปเป็นเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนเป็น 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ความคุ้มค่า (Valuable) และผลประกอบการ (Volume) และเพื่อเป็นการยืนยันองค์ประกอบของเกณฑ์ผู้วิจัยได้นำข้อมูลขององค์ประกอบที่ได้ไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) พบว่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยัน อันดับสามของการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) เป็นตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักขององค์ประกอบสูงสุด รองลงมา คือ ด้านความคุ้มค่า (Valuable) และด้านผลประกอบการ (Volume) ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากการดำเนินธุรกิจชุมชนนั้นได้มุ่งเน้นให้ความสำคัญในกระบวนการ ผลิต และภูมิปัญญา โดยองค์ประกอบย่อยทั้ง 3 ด้านเป็นขั้นตอนหลักที่นำไปสู่การสร้างสรรค์เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น ด้วยการจัดหาและเลือกใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนเป็นหลัก และในด้านของผลิตภัณฑ์ต้องมีความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะตัว ทั้งนี้ต้องมีการนำภูมิปัญญาของชุมชนเข้าไปประยุกต์ใช้ ตลอดจนสร้างความยั่งยืนด้วยการสร้างกระบวนการจัดการความรู้เพื่อรักษาองค์ความรู้และถ่ายทอดไปยังบุคคลรุ่นหลังให้สืบทอดธุรกิจชุมชนต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชน

1.1 จากผลการศึกษาที่ก่อให้เกิดรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ ทำให้เกิดข้อเสนอแนะว่าการที่ธุรกิจชุมชนเกิดกระบวนการจัดการที่มีความสร้างสรรค์และนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายได้นั้น จำเป็นต้องพิจารณาถึงการสร้างวิธีกควบคุมหรือดำเนินการเริ่มตั้งแต่กระบวนการภายใน ได้แก่ การวางแผน การบริหารสมาชิกภายในกลุ่ม การผลิต การจัดการกับภูมิปัญญา ให้เกิดเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพ มีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ ซึ่งจะส่งผลต่อกระบวนการภายนอก ได้แก่ การส่งมอบผลิตภัณฑ์และการสื่อสาร ผลลัพธ์หรือผลตอบแทน การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และความต่อเนื่องในการวางแผนดำเนินงาน ความต่อเนื่องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความต่อเนื่องในการสร้างความสัมพันธ์และผลประโยชน์ให้แก่ชุมชน โดยประเด็นเหล่านี้ควรมีวิธีการปฏิบัติโดยอาศัยความคิด การหาวิธีการปรับตัว และการวิเคราะห์ถึงความคุ้มค่าจากการดำเนินงานเหล่านั้น ถ้าหากสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นระบบ

และมีความสร้างสรรค์แล้วนั้น ก็จะทำให้เกิดผลประกอบการที่ดีถึงระดับเป้าหมายที่คาดไว้ ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากผลประกอบการควรนำมาพิจารณาควบคู่กับต้นทุนที่ได้เสียไปกับการจัดการเพื่อหาหนทางในการลดปริมาณต้นทุนและหาวิธีการในการเพิ่มศักยภาพทางการจัดการทั้งกระบวนการภายในและภายนอก ให้เกิดเป็นระบบทางธุรกิจที่มีการพัฒนา และยกระดับมาตรฐานของกลุ่มธุรกิจชุมชนให้สูงขึ้นต่อไป

1.2 จากผลการศึกษาด้านการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยัน กลุ่มธุรกิจชุมชนควรให้ความสำคัญกับการวางแผนเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน และการจัดการกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่อย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดการนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการจัดเก็บและสามารถค้นหาได้ง่าย ที่สำคัญคือต้องสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการผลิต หรือการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความแตกต่าง และเกิดคุณค่าที่เพิ่มมากขึ้นเมื่อนำออกไปสู่ท้องตลาด

1.3 หัวหน้ากลุ่มธุรกิจชุมชนควรจัดเตรียมนโยบายหรือวิธีในการสร้างแรงจูงใจให้แก่สมาชิกภายในกลุ่ม เพื่อให้เกิดการกระตุ้นและความต้องการในการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย โดยสามารถใช้กลยุทธ์การให้รางวัลแก่ผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ได้ดีตามมาตรฐานเพื่อเป็นการสร้างกำลังใจ และทัศนคติที่ดีในการทำงานในรูปแบบของผลตอบแทนที่เป็นเงินหรือสวัสดิการ ส่งผลให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมในกลุ่มธุรกิจชุมชนและสร้างความจงรักภักดีให้สมาชิกเพื่อให้คงอยู่กับกลุ่มธุรกิจชุมชนในระยะยาว

1.4 กลุ่มธุรกิจชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการรายใหม่ควรพึงพาาระบบพี่เลี้ยง (Coaching and mentoring) โดยร่วมมือกับเครือข่ายธุรกิจชุมชนอื่นเพื่อเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานด้านต่างๆ เนื่องมาจากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มธุรกิจชุมชนส่วนมากขาดประสบการณ์ดำเนินงานเฉพาะด้านและทำให้มีผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพของตนเอง การใช้ระบบพี่เลี้ยงจึงสามารถช่วยให้เกิดการชี้แนะแนวทางจากผู้ที่มีประสบการณ์เพื่อให้สามารถหาทางออกของปัญหาได้อย่างเหมาะสม

1.5 เพื่อให้เกิดการจัดการผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ กลุ่มธุรกิจชุมชนควรมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้เอกลักษณ์ของชุมชนหรือคุณลักษณะเฉพาะของสมุนไพรที่แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นออกมานำเสนอให้เห็น โดยการสืบค้นตัวบรรจุผลิตภัณฑ์หรือผ่านการประชาสัมพันธ์แบบผสมผสานผ่านช่องทางออนไลน์และผ่านหน่วยงานท้องถิ่นที่สามารถประสานความร่วมมือได้

1.6 อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสนทนากลุ่มพบว่าในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารนั้น กลุ่มธุรกิจชุมชนที่พึ่งพาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เพื่อสร้างสินค้าเป็นสิ่งที่ยังไม่เพียงพอต่อการสร้างศักยภาพทางการตลาดในบริบทยุคปัจจุบัน เนื่องจาก

ในมุมมองผู้บริโภค การสร้างมาตรฐานการรับรองและความเชื่อมโยงแก่ตัวผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสิ่งที่สำคัญมาก กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตเพียงอย่างเดียวจึงควรปรับวิธีการ โดยศึกษาองค์ความรู้สมัยใหม่ที่ช่วยพัฒนามาตรฐานและความน่าเชื่อถือ เช่น ความรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ทางการแพทย์ของพืชสมุนไพร องค์ประกอบหรือสารออกฤทธิ์ที่อยู่ภายในพืชสมุนไพรชนิดนั้นๆที่จะนำมาผลิต งานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวกับผลกระทบของการใช้พืชสมุนไพร เป็นต้น โดยสร้างความร่วมมือกับสถาบันวิจัยในมหาวิทยาลัย หรือหน่วยงานด้านสาธารณสุขท้องถิ่น เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรชนิดต่างๆในการผลิตและยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

2.1 ธุรกิจชุมชนควรนำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยที่พัฒนาขึ้นไปใช้ในการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานและปรับปรุงการดำเนินงานตามเกณฑ์ดังกล่าวซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชนมีวิธีการจัดการและการดำเนินการที่มีความสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น

2.2 ผลจากเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยสามารถสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคในการประกอบการของธุรกิจชุมชน หรือการขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจชุมชน

## 3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 จากการวิจัยครั้งนี้ ถึงแม้ว่าผลการศึกษจะทำให้ได้คู่มือเกณฑ์การประเมินมาตรฐานการจัดการเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชน อย่างไรก็ตาม เป็นการศึกษาอยู่ในขอบเขตของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่อยู่ในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย และจำกัดเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ดังนั้นหากนำคู่มือนี้ไปใช้กับธุรกิจชุมชนในภูมิภาคอื่นหรือเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น อาจต้องมีการศึกษาองค์ประกอบ และปรับปรุงเกณฑ์การประเมินเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับบริบทของกลุ่มธุรกิจชุมชนนั้นๆ

3.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรนำเกณฑ์ที่พัฒนาขึ้นไปต่อยอดในการพัฒนาเกณฑ์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นด้วยการพัฒนาในด้านของข้อเสนอแนะในการพัฒนาให้กับธุรกิจชุมชนว่าหากอยู่ในระดับปรับปรุงนั้นควรมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างไรบ้าง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาให้กับธุรกิจชุมชน



## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2551). แนวทางการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (จีเอพี) ฉบับเกษตรกร. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคุณภาพสินค้าเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2557). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS. กรุงเทพมหานคร : สามลดา.
- \_\_\_\_\_. (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรสำนักงานเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี. (2554). ข้อมูลวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี. กาญจนบุรี: สำนักงานเกษตรจังหวัดกาญจนบุรี.
- กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรสำนักงานเกษตรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. (2554). ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ประจวบคีรีขันธ์: สำนักงานเกษตรจังหวัดจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.
- กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรสำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก. (2554). ข้อมูลวิสาหกิจชุมชน จังหวัดพิษณุโลก. พิษณุโลก: สำนักงานเกษตรจังหวัดพิษณุโลก.
- กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรสำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี. (2554). ข้อมูลวิสาหกิจชุมชน จังหวัดเพชรบุรี. เพชรบุรี: สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี.
- กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรสำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี. (2554). ข้อมูลวิสาหกิจชุมชน จังหวัดราชบุรี. ราชบุรี: สำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี.
- กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร. (2554). รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสมุทรสาคร ปี 2554. สมุทรสาคร: สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร.
- กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี. (2554). รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสุพรรณบุรี ปี 2554. สุพรรณบุรี: สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี.
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2558). รายงานจำนวนและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายฯ จำแนกตามพื้นที่. เข้าถึงเมื่อ 16 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก [http://smce.doae.go.th/ProductCategory/smce\\_report.php](http://smce.doae.go.th/ProductCategory/smce_report.php)

- คมสัน พิลาสมบัติ, สุวารี ศรีปุณณะ และ อติศักดิ์ สิงห์สีโว. (2558). ผลการพัฒนาเกณฑ์การจัดการ  
 ลิงแวดล้อมชุมชนบ้านเอื้ออาทรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. เพชรบูรณ์:  
 มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- คินส์ลีย์, ไมเคิล. (2553). **ทุนนิยมสร้างสรรค์**. แปลจาก *Creative Capitalism: A Conversation with Bill Gates, Warren Buffett and other Economic Leaders* แปลโดย สฤณี อาชวานันทกุล. กรุงเทพมหานคร: โอเพ่นเวลดอต.
- จักรีรัตน์ แสงวาริ, ปรัชญนันท์ นิลสุข และ พัลลภ พิริยะสุวรรณ. (2557). “การพัฒนาเกณฑ์คุณภาพ  
 สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทางการศึกษา.” *วารสารเกษมบัณฑิต* 15, 2: 75-88.
- จุมพล พลภูทิว. (2548). “ปฏิบัติการวิจัยอนาคตด้วย EDFR.” *วารสารบริหารการศึกษา  
 มหาวิทยาลัยขอนแก่น* 1, 2: 19-31.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2553). **การเป็นสมัยใหม่กับแนวคิดชุมชน**. กรุงเทพมหานคร: สร้างสรรค์.
- ชยานิชฎ์ บุญมา. (2551). “กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน  
 (OTOP) ในจังหวัดปทุมธานี.” *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ  
 ทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปทุมธานี*.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2542). **ธุรกิจชุมชน: เส้นทางที่เป็นไปได้**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงาน  
 กองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และ พิทยา ว่องกุล. (2554). **วิสาหกิจชุมชน: กลไกเศรษฐกิจฐานราก**. พิมพ์  
 ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์.
- ณัฐพันธ์ เจริญนันท์. (2551). **การวิเคราะห์และออกแบบระบบสารสนเทศ**. กรุงเทพมหานคร: ซี  
 เอ็ดดูเคชั่น.
- ณัฐ ชลเทพ. (2554). “การประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม  
 เกษตรขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่.” *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการ  
 จัดการอุตสาหกรรมเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
- ดวงนภา มกรานุกฤษ. (2554). “อนาคตภาพการอาชีวศึกษาไทยในทศวรรษหน้า พ.ศ. 2554-2564.”  
*วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย  
 มหาวิทยาลัยขอนแก่น*.
- ธีระวัฒน์ จันทิก และ เสรี ชัดเข้ม. (2557). “การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของ  
 วิสาหกิจชุมชน.” *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย* 6, 1: 99-129.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). **การวิเคราะห์อภิมาน**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. (2550). **แนวคิดแนวทางการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพมหานคร: กรมการพัฒนาชุมชน.
- บุญใจ ศรีสถิตยน์รากร. (2555). **การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย: คุณสมบัตินิเทศศาสตร์เชิงจิตวิทยา**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประภัสสร จันทร์สถิตพร. (2554). “การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยะชัย จันทร์วงศ์ไพศาล. (2554). **การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (RBM)**. กรุงเทพมหานคร: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.
- พิทักษ์ ศิริวงศ์ และ ศตวรรษ ต้อติตวงศ์. (2554). “โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์ กลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง ตำบลเขาใหญ่ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี.” สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พนารัตน์ สุภาคาร. (2548). “การพัฒนาเกณฑ์ประเมินการมีส่วนร่วมของสถานศึกษาและชุมชนในการจัดการศึกษา ของสถานศึกษาระดับประถมศึกษา จังหวัดอุบลราชธานี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการวิจัยและสถิติทางการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ. (2556). **พอเพียง ที่ยังไม่เพียงพอ**. กรุงเทพมหานคร: สมาร์ท ทู เวอร์ค.
- รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์. (2549). **สารสนเทศทางธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. (2545). **การบริหารค่าจ้างและเงินเดือน**. กรุงเทพมหานคร: บพิธการพิมพ์.
- วานิช มาณัย และ อรสา ปานขาว. (2548). **วิธีการศึกษาทางนิเทศศาสตร์ศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร วิทขอุดม. (2554). **การจัดการสมัยใหม่ Modern Management**. กรุงเทพมหานคร: ธนรัชการพิมพ์.
- วิเชียร วิทขอุดม. (2553). **องค์การและการจัดการ Organization and Management**. กรุงเทพมหานคร: ธนรัชการพิมพ์.
- ศักดิ์ชัย เกียรตินรินทร. (2553). **ทุนความคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์**. กรุงเทพมหานคร: ไร่กล้า.

- ศุภษร พิริยะการสกุล. (2553). “กลยุทธ์และกลวิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอบางใหม่ จังหวัดจันทบุรี. (2556). “การแปรรูปสมุนไพร.” ฝ่ายประสานงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ.
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC). (2558). “มิตรภาพ”: สินค้าสร้างสรรค์ไทย (Creative Product) ที่ไม่มีชาติใดเลียนแบบได้. เข้าถึงเมื่อ 6 เมษายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.tcdc.or.th/src/5427>.
- สมคิด บางโม. (2553). องค์กรและการจัดการ Organization and Management. กรุงเทพมหานคร: วิทยพัฒน์.
- สมบัติ กุสุมาวดี. (2558). เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์: รุ่งอรุณของเศรษฐกิจดิจิทัล. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมศักดิ์ สิ้นธุระเวชญ์. (2542). มุ่งสู่คุณภาพการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: วัฒนาพานิชย์.
- สิทธิเดช เหมือนสิน. (2557). การพัฒนาเกณฑ์การประเมินพฤติกรรมด้านทักษะที่ไม่ใช้เทคนิคของนักบินไทย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553-2583 Population projections for Thailand 2010-2040. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- \_\_\_\_\_. (2558). การเพิ่มมูลค่าผลผลิตด้วยฐานความรู้. เข้าถึงเมื่อ 2 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก [http://www.nesdb.go.th/portals/0/news/annual\\_meet/48/docu/3.pdf](http://www.nesdb.go.th/portals/0/news/annual_meet/48/docu/3.pdf)
- \_\_\_\_\_. (2558). สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559. เข้าถึงเมื่อ 5 พฤษภาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=395>
- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้. (2555). กระตุกต่อมคิด The Creative Economy: สร้างเศรษฐกิจ ด้วยความคิดสร้างสรรค์. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้.

- ตำรวจ จงเจริญ. (2548). การวิเคราะห์เชิงสถิติแบบไม่ใช้พารามิเตอร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- สุภาพร บางใบ และคณะ. (2556). “การคงอยู่ของพืชสมุนไพรและผักพื้นบ้านของชุมชนลุ่มน้ำแจ้จ๊ก.” มหาวิทยาลัยเพชรบูรณ์.
- เสรี ชัดแจ่ม. (2547). “การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน.” วารสารวิจัยและวัดผลการศึกษา 2, 1: 15-42.
- เสรี พงศ์พิศ. (2548). **ฐานคิด: จากแผนแม่บทสู่วิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพมหานคร: พลังปัญญา.
- องอาจ นัยพัฒน์. (2548). **วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: สามลดา.
- อมาบิล, เทเรซา เอ็ม. (2548). **องค์กรฉลาดคิด: วิธีพิฆาตหรือขับเคลื่อนความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร**. แปลจาก *Rescuing your company's creativity* แปลโดย นรินทร์ องค์อินทรี. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- อิราวัฒน์ ชมระกา. (2554). “รูปแบบการบริหารจัดการเครือข่ายการตลาดวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับคุณภาพการแข่งขันเชิงพาณิชย์ในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์.” มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ คณะวิทยาการจัดการ.
- อุไรวรรณ ทองบัวศิริไล. (2554). “รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครปฐม.” กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดนครปฐม สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครปฐม.

#### ภาษาต่างประเทศ

- Ahlstrom, David and G. D. Bruton. (2009). **International Management: Strategy and Culture in the Emerging World**. US: Cengage Learning.
- Andres, L. and J. Round. (2015). “The Creative Economy in a Context of Transition: A Review of the Mechanisms of Micro-Resilience.” *Cities* 45: 1-6. Retrieved March 27, 2015, from ELSEVIER with Full Text database.
- Barro, Robert J. (1993). “International Comparisons of Educational Attainment.” **Journal of Monetary Economics, Elsevier** 32, 3: 363-394.
- Benhabib, J. and M. M. Spiegel. (2005). “Human Capital and Technology Diffusion, In P’ Aghion and S.Durlauf (eds).” *Handbook of Economic Growth*, Amsterdam, Elsevier.

- Bou-Llusar, J.C., and others. (2009). "An Empirical Assessment of the EFQM Excellence Model: Evaluation as a TQM Framework Relative to the MBNQA Model." **Journal of Operations Management** 27, 1: 1–22.
- Buchholtz, Ann K. and Archie B. Carroll. (2009). **Business and Society**. 7<sup>th</sup> ed. Australia: South-Western Cengage Learning.
- Charnock, G. (2009). "Why do Institutions matter? Global competitiveness and the politics of policies in Latin America." **Capital and Class** 33, 3: 67-100.
- Chavez, V. (2013). "Creative Enterprise as a Solution Vector for Twenty First Century Problems." **Technological Forecasting & Social Change** 80: 191-193. Retrieved March 27, 2015, from ELSEVIER with Full Text database.
- Chen, M. H., Y. Y. Chang. And Y. H. Lo. (2015). "Creativity Cognitive Style, Conflict, and Career Success for Creative Entrepreneurs." **Journal of Business Research** 68: 906-910. Retrieved March 27, 2015, from ELSEVIER with Full Text database.
- Chumkate, J. (2015). "A Study on the Management Potential with Creative Economy-Based Concept of Restaurant Entrepreneurs around Seaside Tourist Attractions in Thailand." **Journal of Global Academic Institute Business and Economics** 1, 2: 84-91.
- \_\_\_\_\_. (2015). "Authentic Evaluation and Management Approach of OTOP Herbal Product of SMEs Entrepreneur in Western Region of Thailand." **Journal of Advanced Management Science** 3, 2: 123-127.
- Curtis, Bruce. (2011). **Social Research: a practical introduction**. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Deming, W. E. (1981). "Improvement of Quality and Productivity through Action by management." **National Productivity Review** 11: 12-22.
- Drucker, Peter F. (2006). **The Effective Executive: The Definitive Guide to Getting the Right Things Done**. United States: HarperBusiness.
- Ghobadian, A., and D. Galliar. (1996). "Total Quality Management in SMEs." **Great Britain: Elsevier Science** 24, 1: 83-106.

- Girdauskiene, L., and Antonio M. Ramirez. (2014). "Peculiarities of Culture Features in a Creative Organization." **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 156: 30–34. Retrieved March 27, 2015, from ELSEVIER with Full Text database.
- Groen, Aard J., & Walsh, Steven T. (2013). "Introduction to the Field of Creative Enterprise." **Technological Forecasting and Social Change** 80: 187-190. Retrieved March 27, 2015, from ELSEVIER with Full Text database.
- Hair, J., Blak, and others. (2010). **Multivariate Data Analysis**. 7<sup>th</sup> ed. New Jersey: Upper Saddle River, Prentice Hall.
- Hotho, Sabine and Katherine Champion. (2011). "Small businesses in the new creative industries: innovation as a people management challenge." **Management Decision** 49, 1: 29-54.
- Howkins, J. (2013). **The Creative Economy: How People Make Money from Ideas**. 2<sup>nd</sup> ed. UK: Penguin.
- Kume, Hitoshi. (1996). **TQM Promotion Guide Book**. Tokyo: Japanese Standards Association.
- LeBel, P. (2008). "The Role of Creative Innovation in Economic Growth: Some International Comparisons." **Journal of Asian Economics** 19: 334–347. Retrieved March 27, 2015, from ELSEVIER with Full Text database.
- Lussier, Robert N. (2006). **Management fundamentals: concepts, applications, skill development**. 3<sup>rd</sup> ed. Mason, OH: Thomson/South-Western.
- Macmillan, Thomas T. (1971). "The Delphi Technique. Paper Presented at the annual meeting of the California Junior Colleges Associations Committee." on Research and Development, Monterey, California May.
- Melnyk, Steven A. and, David R. Denzler. (1996). **Operations Management: a value-driven approach**. Pennsylvania State University: Irwin.
- Rickards, Tudor and Susan Moger. (2006). "Creative Leader: A Decade of Contribution from Creativity and Innovation Management." **Journal. Creativity and Innovation Management** 15, 1 (March): 4-18.
- Robinson, Daniel H. 1988. "Graphic Organizers as Aids to Text Learning." **Reading Research and Instruction**.37 (winter 1998): 85-105.

- Schumacker, R.E. and R.G. Lomax. (2010). **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling**. New York: Routledge, 55-178.
- Schermerhorn, John R. (2005). **Management**. New York: John Wiley and Sons.
- Soltani, Ebrahim et al. (2003). "A TQM Approach to HR Performance Evaluation Criteria." **European Management Journal** 21, 3: 323-337.
- Spearman, C. (1904). "General Intelligence" Objectively Determined and Measured." **American Journal of Psychology**. 15: 201-293.
- Steven, J.P. (2009). **Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences**. New York: Routledge.
- Tabachnick, B.G. and L. S. Fidell. (2001). **Using Multivariate Statistics**. Boston: Pearson Education.
- Textor, Robert B. (1979). "The Natural Partnership between Ethnographic Futures Research and Futures Education." **Journal of Cultural and Educational Futures** 1 (April): 13-18.
- Tsai, W.-H, and W. C. Chou. (2009). "Selecting Management Systems for Sustainable Development in SMEs: A Novel Hybrid Model Based on DEMATEL, ANP, and ZOGP." **Taiwan: Expert Systems with Applications** 36, 1: 1,444–1,458.
- Turban, E., and others. (2006). **Information Technology for Management: Transforming Organizations in the Digital Economy**. 5<sup>th</sup> ed. Hoboken, NJ: John Wiley and Sons (Asia).
- Zuhdi, U. (2012). "Analyzing the Influence of Creative Industry Sector to the National Economic Structural Changes by Decomposition Analysis: The Case of Indonesia." **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 65: 980 – 985. Retrieved March 27, 2015, from ELSEVIER with Full Text database.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
บทสนทนากลุ่ม ข้อมูล เดือนตุลาคม 2558

### บทสนทนากลุ่มอาจารย์

ว่าด้วยเรื่อง การให้ความหมายแล้วก็คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีความสร้างสรรค์แต่ในที่นี้เป็นบริบทของชุมชน เป็นบริบทของธุรกิจชุมชน ก็เลยอยากมาหาแนวทางร่วมกันว่า ในประเด็นนี้เราควรจะให้ความหมายอย่างไรดี มีคุณลักษณะอย่างไรที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสร้างสรรค์สำหรับชุมชนได้

อยากจะรู้ว่าสำหรับแต่ละคนแล้วความคิดสร้างสรรค์มันคืออะไร ?

“สำหรับพี่ความคิดสร้างสรรค์ มันต้องถูกคิดและถูกออกแบบจากสิ่งทีคนๆหนึ่งคิดว่าไม่ถูกกรอบ หรือกติกาหรือบริบทของวัฒนธรรม สังคมหรือขนบธรรมเนียมประเพณีที่กำหนด แต่ความคิดสร้างสรรค์ตรงนั้น อยู่ภายใต้สิ่งทีมันสามารถ สร้างประโยชน์ให้กับชุมชนได้ด้วย ถึงแม้ว่ามันอาจจะไม่ได้อยู่ในเรื่องของค่านิยมชุมชนกำหนดด้วยแบบนี้ เช่น ผู้หญิงควรจะนุ่งผ้าซิ่นในชุมชนนี้นะ หรือความคิดสร้างสรรค์บางคนอาจจะบอกว่าเราไปเอาผ้าซิ่นมาตัดกางเกงให้ผู้หญิงได้มัย อันนี้มันอาจจะพอบอกได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์มันอาจจะเป็นกางเกงที่ขาดๆก็ได้ คือความคิดสร้างสรรค์มันจะต้องเอื้อประโยชน์ให้กับชุมชนนั้นได้ด้วย ความคิดสร้างสรรค์มันไม่ได้สร้างสรรค์เกินกว่าที่เป็นที่ยอมรับในสังคม หรือความคิดสร้างสรรค์ที่มันเกินกว่าขอบเขต ของสังคมหรือวัฒนธรรมมันจะยอมรับได้ ยังมองว่าความคิดสร้างสรรค์มันต้องcreative มันต้องออกแบบนอกกรอบก็จริง แต่ต้องอยู่ในพื้นฐานที่ว่าสังคมหรือวัฒนธรรมนั้นต้องยอมรับในการนำไปใช้ของความคิดสร้างสรรค์ได้ด้วย คือบางทีเราอาจจะเห็นว่า บางคนบอกว่าเอากระโปรงมาใส่แทนหมวกได้มัยอันนี้ไม่คิดว่า อาจจะเป็นความคิดสร้างสรรค์ คิดว่าความคิดสร้างสรรค์นั้นไม่ตอบโจทย์สังคม แม้ว่าการผลิตขึ้นมา แต่มันก็ไม่ตอบ need market ว่าเราจะเอาไปทำอะไรได้ ตอบสั้นๆแค่นี้ คือผมมองตรงที่ว่าความคิดสร้างสรรค์ต้องเป็นความคิดที่ว่า สร้างไอเดีย สร้างจุดประกายความคิดคนได้ แต่ภายใต้ของการยอมรับของกลุ่มวัฒนธรรม ของสังคมนั้น ได้ด้วยว่ามันต้องใช้ได้จริงและมันต้องตอบสนองต่อการรับ ในบริบทที่เรากำลังทำนั่นๆด้วย”

ก็แสดงว่ามันเป็นเรื่องของความคิดที่ไร้กรอบกำกับในด้านวัฒนธรรมหรือว่าในด้าน/ “คือมันคิดได้หมดคือคุณสร้างสรรค์ได้แต่มันต้องอยู่ในจุดที่สังคมยอมรับได้ ความคิดสร้างสรรค์มันต้องสร้างประโยชน์ให้กับคนในชุมชนได้ ภายใต้เงื่อนไขคือการยอมรับและการเอาไปใช้ได้จริงถึงเป็นความคิดสร้างสรรค์ อย่างที่ยกตัวอย่างไป ถ้าเอากางเกงกระโปรงผู้หญิงมาทำเป็นหมวกหรือทำเป็นรูปทรงกระโปรงครอบหัวเลยแล้วมีตาเจาะหน่อย ไร้ ก็คงไม่เกิดประโยชน์ เพราะว่าสร้างสรรค์ไปก็ไม่ได้แต่ใน แคนวอลล์ ไม่สามารถมาใช้ได้จริง พยายามจะเปรียบเทียบในแบบนี้”

แล้วถ้าเป็นมุมมองด้านการตลาด ความคิดสร้างสรรค์สำหรับ Product ซักชิ้นหนึ่งมันคืออะไร

“ความคิดสร้างสรรค์มันคือการนำคุณค่าที่มันเป็นสิ่งที่จะต้องไม่ได้แสดงออกให้มันเป็นลักษณะที่มองเห็นได้จับต้องได้โดยการนำเสนอที่น่าสนใจ เช่น สมมติ package ต้องสะท้อนถึงคุณค่าถึงตัว product product มันมีคุณค่าอะไร ตัวคุณค่านั้นเป็นสิ่งที่มันไม่ได้ถูกนำออกมาให้เห็น เราต้องทำให้เห็นว่าตัว product นี้คุณค่ามันเป็นอย่าง package ก็เป็นสิ่งที่น่าตัวคุณค่าออกมา หรือว่าพีเรียดออกมาในลักษณะจับต้องได้ โดยการนำเสนอที่น่าสนใจ ซึ่งการนำเสนอตรงนี้อาจจะเป็นการใช้ packaging ก็ได้หรือว่าใช้ตัวสื่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์อะไรก็ได้ที่มันน่าสนใจ คือคิดว่ามันคือความคิดสร้างสรรค์”

“แสดงว่าความคิดสร้างสรรค์เนี่ยมัน จริงๆแล้วถ้ามันให้สำเร็จได้มันไม่ใช่แค่ตัว product เท่านั้น มันต้องมีกระบวนการต่างๆที่เกี่ยวข้องด้วยตัวที่มันแสดงออกมามันต้องไปเชื่อมโยงถึงสิ่งที่มันเป็นคุณค่าที่เราเองไม่เห็น แล้วต้องมีความน่าสนใจ”  
น่าสนใจนี้หมายความว่าอย่างไร?

“ที่รูปแบบการนำเสนอ น่าสนใจ อย่าง packaging มันเป็นสิ่งที่มันห่อหุ้มอยู่แล้วเราเห็นชัดเจนว่ามันต้องน่าสนใจและดึงดูด”  
ก็น่าจะหมายถึงว่ามีความแตกต่างจากคนอื่น

“แตกต่างจากคนอื่นและก็ต้องสะท้อนถึงคุณค่าที่อยู่ภายในด้วย มันเป็นเรื่องของความสอดคล้องกัน”

คือพอเห็นผลิตภัณฑ์แล้วต้องนึกถึงชุมชนนี้แต่ต้องเป็นสิ่งที่มันเป็นสัญลักษณ์”

“มีKey words อยู่ 3 คำคือ 1.เศรษฐกิจ 2.ชุมชน 3.สร้างสรรค์ ในแง่ของ Key words 3 คำนี้ถ้ามองแล้วเนี่ยมันก็คือการดึงเอาวัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือสิ่งที่มันจับต้องได้ในชุมชนมาทำให้มันเป็นรูปธรรมและสามารถใส่ไอเดียอะไรต่างๆให้มัน ทันยุคทันสมัย แล้วสามารถนำไปสู่การจัดการในเชิงของการตลาดได้แต่สิ่งสำคัญก็คืออยู่กับ base on กับ Result ของท้องถิ่นและชุมชน แล้วก็เกิดภายใต้บริบทของชุมชนที่ปราศจากนายทุนภายนอก จะเป็นพลังที่ชุมชนนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ขึ้นมา”

แสดงว่าผลิตภัณฑ์ที่มีความสร้างสรรค์เรื่องของคุณ ภายในชุมชนก็เป็นปัจจัยหนึ่ง

“มันก็อาศัยทุนทางสังคมของชุมชน เพราะถ้าอาศัยองค์ความรู้จากภายนอกอย่างเดียว แต่ไม่ได้เกิดพลังจากคนภายในชุมชนมันก็ไม่ใช่ว่าการสร้างเศรษฐกิจจากชุมชน เป็นการสร้างสรรค์จากภายนอกที่ไปเอาresult อย่างเดียว แต่ถ้าจะบอกว่าเอาresultมาแปรรูปไปให้เกิดผลิตภัณฑ์มันต้องเกิดจากองค์ความรู้ของชุมชนเอง แล้วก็ทำให้มันเกิดผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสามารถ

ไปแข่งในตลาดได้แล้วก็เป็นที่ยอมรับแต่การแข่งขันในหารตลาดเราอาจจะต้องมีอะไรอีกมากมาย เช่นในเรื่องของมาตรฐานคุณภาพอย่าง packaging อาจจะสร้างสรรค์อย่างเดียวแต่มันขาดในเรื่องของการนำเสนอที่น่าสนใจมันก็ไม่สามารถเป็นผลิตภัณฑ์ที่ครองอยู่ใน Shelve ของตลาดได้”  
ต้องให้เกิดมาตรฐานด้วย?

“ปัญหาของเศรษฐกิจชุมชน ในปัจจุบันมันสร้างผลิตภัณฑ์เยอะแยะเลย otop มีเป็นร้อยเป็นพัน แต่จะมี otop บาง otop ที่ประสบความสำเร็จเพราะว่า otop เหล่านั้นมันสามารถสร้างความศรัทธาจากคนซื้อได้ไงแต่เราไม่กล้าซื้อเลยว่ายาอะไรอะไร อะไรก็ไม่รู้ไม่รู้จะไปแล้วจะเป็นไรป่าว ทั้งๆที่มันดีมากเลยนะ แต่เมื่อดูแล้วมันมีปัญหาจากตัวผลิตภัณฑ์ของมัน จากตัว packaging ของมันเราก็กไม่กล้าที่จะใช้”

เหมือนกับว่าเรื่องความน่าเชื่อถือ ว่าเป็นประเด็นที่ละเอียดอ่อน แล้วที่นี้เออแสดงว่าความสร้างสรรค์มันไม่ใช่แค่ product และ จากที่คุยๆมาแต่ว่ามันแตกออกเป็นภาคใหญ่ด้วย ไม่ใช่แค่ผลิตภัณฑ์ที่มีความสร้างสรรค์ อย่างเดียวมันต้องมีการจัดการด้านอื่นๆ มีความแตกต่างด้วย

“ในแง่ของ input มันก็จะต้องมากจากฐานของวัฒนธรรมชุมชน ในตัว Process ก็ต้องมากจากคนในชุมชนที่ใช้องค์ความรู้ รวมถึงวิธีการในการจัดการของชุมชนเอง และสุดท้าย output เกิดขึ้นมา outcome เกิดขึ้นมา output กับ outcome อาจจะมีในแง่ของ environment จากภายนอกเข้าไปเพิ่มเติมเป็นการเพิ่มเติมจากการสร้างผลิตภัณฑ์ ซึ่งหน้าที่ของนักวิชาการเข้าไปส่งเสริมแต่มันไม่ใช่ไปคิดแทนเขาไป พอมันไปคิดแทนมันไม่ใช่มาจากความคิดสร้างสรรค์ของคนในชุมชน”

คือเหมือนกับเราไปหยอดให้เค้าได้คิดต่อ ที่นี้มันจะมีหลักในเรื่องของแนวคิดทางการตลาดในเรื่องการสร้างการรับรู้ ทฤษฎีการสร้างการรับรู้ว่าตาม ในเรื่องของการสร้างแรงกระตุ้น การสร้างการรับรู้ผ่านสื่อต่างๆ awareness royalty ไปถึง brand equity การเห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ หรืออาจจะโยงไปถึงตัวคุณค่าของตัวชุมชนเองด้วย มีบางคน แบนด์นี้ประสบความสำเร็จ คนอาจจะซื้อไม่ได้แค่เพราะว่าผลิตภัณฑ์มันดี อาจจะซื้อเพราะว่าเกิดจากภาพลักษณ์ของชุมชนด้วย แต่การกระตุ้นไปจนถึงการที่จะทำให้ลูกค้าเกิด royalty เกิด equity ได้มันควรจะต้องการอย่างไรบ้าง สำหรับสภาพจริงของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยที่เป็นอยู่ทุกวันนี้ควรจะแก้ปัญหอะไร

“ในส่วนของชุมชน มีสินค้าหลายตัว มีทั้งที่ประสบความสำเร็จ ไม่ประสบความสำเร็จ แต่ที่นี้มันต้องไปดูปัจจัยในเรื่องของสภาพแวดล้อม ในเรื่องสิ่งต่างๆที่มันอยู่รอบๆว่า เค้ามีในเรื่องของภาวะผู้นำ คนนำ คนตาม เค้ามีแรงจูงใจ มากน้อยแค่ไหน อย่างเช่นอย่างที่เรากำลังดูงานกัน ในชุมชนนั้น เค้ามีแรงผลักดัน จากผู้นำมากน้อยแค่ไหนที่จะทำให้ประสบความสำเร็จไปสู่ตลาดที่เค้ามีชื่อเสียง คือออกไปแล้วมีชื่อเสียงจริงๆ อีกอันคือในกระบวนการทำ บางทีเค้าอาจจะคิดมา ตามนักวิชาการเค้าไปส่งเสริม สิ่งที่เค้าขาดเค้าขาดในเรื่องการกำหนดเป้าหมาย ก็เหมือนกับว่า เค้าทำไป

โดยไม่มีการกำหนดเป้าหมาย ทิศทางมันก็จะสะเปะสะปะ ไม่ได้ไปในทิศทางเดียวกัน ชุมชนที่ประสบความสำเร็จเค้าจะทำงานเป็นขั้นตอนเป็นกระบวนการ มีรูปแบบการทำงานว่า ใครจะต้องทำอะไรเป็นลำดับขั้นตอน”

“จริงๆแล้วผมมองว่า อันนี้คือตัวแบบของการจัดการ จริงๆแล้วผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความล้มเหลวเยอะในเรื่อง otop เรื่องเหล่า สุราชุมชน ทำไมมันถึงมีทุกชุมชน แต่ทำไมไม่มีใครกล้าซื้อ กล้าขาย

1. ภาครัฐมาช่วยจริงนะ แต่ภาครัฐมาช่วยแบบไม่จริงใจ โยนเงินให้ก้อนหนึ่ง แล้วก็เอาองค์ความรู้แบบหยาบมาโยนให้ คนในชุมชนไม่ได้บอก มันต้องเกิดจากความต้องการที่เป็นอัตลักษณ์ ชุมชนผลักดันขึ้นแล้วถึงทำให้ภาครัฐไปขอหรือไปส่งเสริม นั่นคือเด่น เพราะฉะนั้นคุณจะต้องไม่เจอที่รสชาติเหมือนกันหมด ท้องถิ่นติดกัน คุณขายเท่าไหรก็ขายไม่ได้ หรือราคามันจะต่างกันไดขนาดไหน คือคุณจะสร้างความแตกต่างจาก แบรินค์ ได้ยังไง คือว่าคุณไม่ได้คิดเองว่าอยากทำอะไรหรือชุมชนอาจจะไม่ได้อยากทำ อยากทำแบบนี้ก็ได้ ไม่ได้อยากขายเหล่า คุณไม่ได้อยากขายผ้าหрок แต่คุณอาจจะทำตุ๊กแกก็ได้ นี่คือนี่ที่ภาครัฐมองกับสิ่งที่คนในชุมชนมอง ต้องเกิดจากแรงกระตุ้นขับเคลื่อนภายในตัวเองก่อนว่าอยากลงทุนอะไร เสร็จแล้วรัฐก็ต้องไปช่วยสนับสนุนต่อ ทีนี้รัฐมีปัญหาเรื่องการจัดการเนื่องจาก รัฐมองตนเองเป็นศูนย์กลาง อะไรที่โยนไปแล้ว รัฐไม่สามารถที่จะควบคุมได้ หรือรัฐที่ไม่สามารถสร้างผลประโยชน์ให้กับโครงการที่รัฐทำเป็นโครงการใหญ่ให้ลื้อต่อไปได้ มันไม่สวยงาม ไม่เข้าพวกเลยที่รัฐจะทำโครงการอันนี้มันก็เกิดข้อขัดแย้งกัน บางที บางชุมชนก็อยากทำอะไรที่เป็นของตัวเองแล้ว อาจจะมีศักยภาพ เช่นผมเองทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่องผ้าขาวม้ากาญจนบุรี เชื้อมาแล้วเค้าตั้งเรื่องนี้ จากได้รับการส่งเสริมและก็ล้มหายตายจากเป็นโดมิโนไปเรื่อยๆ ผมมองว่าการสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนมันต้อง แรงกระตุ้นมาจากตัวเค้าเองก่อน รัฐถึงจะมาจับโดยวางแนวทางว่า เศรษฐกิจพวกนี้ของประเทศไทย ควรจะไปด้านนี้กันหมด ไม่ได้ครับผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ได้ชู ความโดดเด่นก็เป็นความเหมือน ความต่างก็คือคนจะมาใช้ก็ไม่เกิดความ คือผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นแบรนด์ที่ด้อยอยู่แล้วแหละ ด้อยเมื่อเทียบกับ ซึ่งผลิตภัณฑ์อื่นๆอย่างที่บอก มันอาจจะดีกว่าก็ได้ มันอาจจะดีกว่าหรือแย่กว่าก็ได้รัฐก็ได้รับรองการประกันคุณภาพเค้าแบบนั้น อาจจะให้ อย.แต่ก็แบบมันก็เป็นเรื่องการตีค่า คิดว่ามันก็ดูไม่น่าดึงดูดการใช้ และ อีกอย่างหนึ่งเมื่อการผลิตมันซ้ำกัน ข้อด้อยที่สองคือ มันซ้ำเหมือนกันอีก รสชาติเหมือนกันอีก จบและมันก็ตายด้วยตัวของมันเอง เพราะว่ามันต้องเกิดจากชุมชนมีอัตลักษณ์จริงๆ เมื่อไรว่าอันนี้ ถึงจะขอรัฐส่งเสริม รัฐเนี่ยต้องเมืองว่าควรส่งเสริมเฉพาะทางชุมชนนั้นจริงๆ”

“ผมว่าปัญหาที่เกิดขึ้นตอนนี้มันอาจจะเกิดจากการที่คนทั่วไปไม่รู้จัก คือคุณภาพมัน อาจจะดีว่าแบรนด์ที่วางจำหน่ายตามท้องตลาด คือคนทั่วไปเค้าไม่รู้ว่า ของชุนนี่มันดีกว่า มันมี ปัญหาในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ การทำการตลาด”

แสดงว่าพวก position awareness ยังมีปัญหาใช่ไหมครับ

ตรงนี้ยังมีเรื่อง มีบาง product ในชุมชน ก็ทำไม่ต่อเนื่อง งบ บางทีขายๆอยู่แล้วมันหาย จากตลาดไปเลย เพราะเค้าทำไม่สำเร็จหรือขายได้ไม่ดี เค้าก็เลิกทำไปเลยมันทำให้เกิด Brand Royalty ยาก เพราะทำไม่ต่อเนื่องกัน

บางทีมันเกิดจากการแบบว่า ชาวบ้าน เค้าจะเหมือนกับว่า ดูตามคนอื่น ไรแบบนี้ พอ เห็นสินค้าพอทำตามแล้วขายดีมากก็เลยทำตามกัน ไม่เคยแสดง Quality เลย ว่าสินค้านั้นจะเป็นไง มันเกิดจากการที่รับไปกระตุ้นอย่างผิดวิธี ที่เค้าทำแบบนี้รวย สร้างโมเดลขึ้นมาว่าทำธุรกิจอย่างนี้รวย แต่จริงๆธุรกิจนี้เค้าอาจไม่เหมาะกับคุณนะ ไม่ได้เหมาะกับชุมชนนะ

ผมมองที่ตัวบริหารจัดการ ผลไม่พูดเรื่อง product แล้วเพราะว่าชัดเจนทั้งคู่ ก็คนไทยถึง เวลาแล้วเราผลิต หี้ยหมาเราอร่อย ขายหมาขายดี ขอนแก่นหมากันหมดเลย ตลอดเส้นทาง คือพลัง ส่วนหนึ่ง ถ้าทำตัวชีวิตควรจะมองตัวการรวมกลุ่มตรงนี้นะครับ อย่างน้อยคือกีดกันการแข่งขัน สองคือทำให้ส่งเสริมมาตรฐานอะไรบางอย่างที่มันเป็นพาซิโนเลต ของแต่ละบ้าน สามก็คือแน่นอนมี เรื่องของกลไกทางการตลาด กลไกทางการเงิน ที่มาเกี่ยวข้อง และสามารถที่จะมีพลังการต่อรอง สิ่ก ก็คือมันสามารถเป็นพลังในการต่อรองของมาตรฐานอะไรบางอย่างได้

ที่นี้ตัวอย่าง ที่ผมบริหารศาลเจ้าโรงเจอยู่ที่คิดว่าเมื่อมองศาลเจ้าโรงเจแล้วเกิดภาพอะไร เก่าๆ ล้าสมัย แต่โรงเจ ผมได้เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ HA ของกระทรวงอนามัย ห้องน้ำสะอาดได้ clean food good taste ของกระทรวงสาธารณสุข ด้านอาหาร กินเจที่ไร หนังสือพิมพ์ต้องมาลง ต้อง มาทำข่าวภาพโรงเจก็เหมือนสินค้าชุมชนอะ เก่าๆจะยกระดับขึ้นมาได้ไง กลยุทธ์ในการยกระดับ ของผมคือการสร้างตำนาน มี Story ป้าเทพเปิดขายขนมเปี๊ยะ อยู่ข้างบ้านผมคนต่อแถวซื้ออย่างกะ แจก ไม่ได้ร่อยเลย แต่มากินด้วยความสงสาร เพราะฉะนั้นการตลาดมันไม่ได้เกี่ยวกับคุณภาพ อย่างเดียว แต่มันต้องมีอะไรบางอย่าง ที่มันเรียกร้องชุมชนนี้เกิดจากน้ำพักน้ำแรง กระแสช่วงหนึ่งที่ คนไปเที่ยวรีสอร์ท นี่คือจุดเด่นที่ชุมชนมองข้าม และมองว่าสิ่งที่คุ้นชินอยู่ทุกวันมันเป็นเรื่องไร้ สาระ แต่จริงๆมัน Amazing

เพราะมันเหมือนเป็นเอกลักษณ์เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้น ซึ่งบางทีชาวบ้านเค้าใช้ชีวิตทุกวันเค้าก็เคยชินตรงนั้นอยู่แล้วเค้าก็ไม่ได้รู้สึกแปลกไป มันต้องสร้างความตระหนักรู้ให้กับ คนในชุมชนด้วยไง มันไม่ใช่แค่จากภายนอกอะ ว่า... เฮ้ย เรามีของดีนะ เราอย่างนี้เฉยกับสิ่งที่เรามี อยู่ เราอย่ามองข้ามว่าของดีของเราเอง จะไปแข่งขันในการตลาดได้ ของดีของตนเองเนี่ยบางที

อย่างที่ผมพูดเสมอเลย คินะแต่ไม่กล้าใช้ อย่างสมุนไพรวังพรม คินะแต่ไม่กล้าใช้ แต่ว่ามีอย. รับรอง อย.รับรองแต่สมุนไพรยังไม่น่าเชื่อถือ คุณลองทำอะไรที่มันน่าเชื่อถือกว่านั้นได้ไหม เป็นการสร้างการสื่อสารและสร้างความเชื่อมั่นด้วย

มีใครเคยใช้ผลิตภัณฑ์จากชุมชนไหมครับ

ใช้เพราะอยากลอง เห็นใน Golden place เป็นสบู่ขมิ้น กลิ่นคล้ายๆสบู่ลักซ์ คือติด หลุมพราง package เลยลองซื้อมาใช้ ไม่รู้หรือกว่า ชุมชนมีอะไรเป็นของดี คือจริงแล้วอยาก กลับไปซื้อซ้ำแต่หาโอกาสไปไม่ได้ แต่ถ้ากลับไปซื้อยี่ห้ออื่นแทนนั้น ซื้อยาก ก็จะมองในเรื่องกับว่ายกระดับมาตรฐาน เพื่อนำไปผู้ต่างประเทศ

คือผลิตภัณฑ์ชุมชนมันจะ คุณภาพมันจะสร้างมา 2 มาตรฐาน มาตรฐานแรกคือให้คน ไทยใช้ มาตรฐานคือมาตรฐานส่งออก คือคนไทยเนี่ยไม่ค่อยได้ใช้มาตรฐานเกี่ยวกับการส่งออก คือ ของดีดีเนี่ยจะส่งนอกมากกว่า ของไม่ดีจะเอามาให้คนไทยใช้ ให้มองว่าของคนไทยกับของ ต่างประเทศเนี่ยให้มีมาตรฐานเดียวกัน เพราะว่าคนนอกใช้ทำไมคนไทยไม่ใช้ ของคนไทยเอง

เคยกิน อุ เป็นเครื่องดื่มในชุมชน ซึ่งชอบมาก มันอร่อยมาก แต่ก็แปลกกว่าตัวของเหล่า คือชุมชนท้องถิ่นไม่ได้รับการถ่ายทอดไปชุมชนอื่นเลย อาจจะเป็นเพราะว่าตัวชุมชนเองต้องการ ความพึงพอใจขายแค่นี้หรือเปล่า คือรสชาติหรือความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นสุดๆเลย เพราะว่า มันทำจากไผ่ ทำจากหลอดไม้ไผ่ ได้ชิมแล้วก็หากินได้ยาก คือพอมันส่งเสริมไปช่วงหนึ่งแล้วขาดการ สานต่อ คือสุราชุมชนตายหมดโอท็อป ไม่ค่อยมี คือไม่รู้ว่ามันหายไปไหน

ด้วยประเด็นเรื่องกฎหมายหรือเปล่า

เนื่องจากข้อกำหนดในการขายสุราเข้มงวดมากขึ้น เราไม่สามารถผู้ตลาดสุราที่มันใหญ่ มากๆได้ จริงๆมีอีกที่หนึ่งที่ Success ที่เป็นต้นแบบของ otop ก็คือที่ญี่ปุ่น เจ้าเป็นคนที่ต้นแนวคิดเค้า จะเรียกว่า ovoc เค้าเน้นในการสร้าง Story สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น คือเป็นของ เฉพาะที่ เช่น นมฮอกไกโด โตเกียวบานาน่า

อยากรู้มุมมองในแง่ลบ

เคยใช้แต่จะไปใช้ในพวกของสินค้าที่บริ โภคหรือมาใช้ในชีวิตประจำวัน ใช้พวกของ ตกต่างบ้าน เช่น ใบบตาล ใบบลาน หรือของที่ระลึก ถามว่าทำไมไม่ใช้สินค้าพวกนั้น ในเรื่องของ กระบวนการผลิต เราไม่มั่นใจในเรื่องของมาตรฐาน แรกๆสินค้าเค้าอาจจะดี แต่พอผลิตไปเรื่อยๆ สินค้าเค้าจะขาดการควบคุม

ผมไม่ใช้อยู่ 2 ประเภทคือ ไอที่ต้องกินเข้าไปแล้วก็ที่เป็นยา เพราะมันเกิดเราถูกสังคม สอนว่า สังคม ยาต้องมีมาตรฐาน ยาต้องสะอาด



แต่ในบริบทเมืองไทยผมมองว่ามันอาจจะยาก บ้านเราอะการคมนาคมมันไม่เหมือนญี่ปุ่นไง คือญี่ปุ่น เราอยากจะไปเค้าไปได้ เค้ามีการเดินทางที่สะดวก ถ้าอยากจะทำส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องเน้นเรื่องโลจิสติกส์ ให้ง่ายขึ้น จะได้กระตุ้นการซื้อสินค้าชุมชน

บางทีชาวบ้าน จะคิดว่าชาวบ้านจะขายใคร ใครคือลูกค้าหลัก ใครคือกลุ่มลูกค้า ไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจน

คือชาวบ้านบางทีเค้ามีภูมิรู้ แต่เขาไม่ได้ชวนขาย ช่องทางการขายไม่เข้าถึง ช่องทางการตลาดหาซื้อยาก ชาวบ้านก็ไม่ว่าจะขายใคร คือช่องทางการตลาดไปไม่ถึงนักท่องเที่ยว ไปคนละทิศคนละทาง

ศึกษาสิ่งที่เป็นปัญหาจะได้นำไปพัฒนา  
หลักๆ ก็เป็นในเรื่อง เช่น บูริรัมย์ สร้างเสื้อทีมบูริรัมย์  
ยานี้ไม่กล้าใช้

สมมติว่ามี อย.รับรอง

เริ่มหันมาดูบ้าง เองง่ายๆ สมมติโอท็อป เอาไปวางในชั้นเซเว่น ก็เริ่มจะมอง แต่ว่าเอาไปวางตามศาลาบ้าน ก็ไม่มองล่ะ ว่าเก๋ขนาดไหน มดอายุหรือเปล่า สะอาดหรือเปล่า

เรื่อง เครื่องขาย พันธมิตรทางการค้า แต่อย่างเรื่องของเซเว่นเค้าก็มีข้อจำกัดของตัวเอง ชุมชนเองด้วย เช่นกำลังการผลิต เค้าต้องมีลิมิต ว่าได้ทำอะไร เรื่องของกำลังคน นี่ก็เป็นข้อจำกัดอย่างหนึ่ง ทำให้ของไม่ได้ลง เซเว่นคนก็ ไม่ค่อยเห็น แต่ผมเห็นด้วยเรื่องการสร้างnetwork คุณดวงพร เค้าSuccess เค้าค้าส่งมีคนมารับถึงที่ มีคนรู้จักเยอะเพราะปากต่อปากล้วนๆ

ช่องทาง ความเชื่อมั่น การตระหนักถึงสิ่งที่มีอยู่



ภาคผนวก ข  
ภาพการการสนทนากลุ่ม  
เดือนตุลาคม 2558



รูปภาพที่ 23 การสนทนากลุ่มนักวิชาการ



ภาพที่ 24 การสนทนากลุ่มนักศึกษา



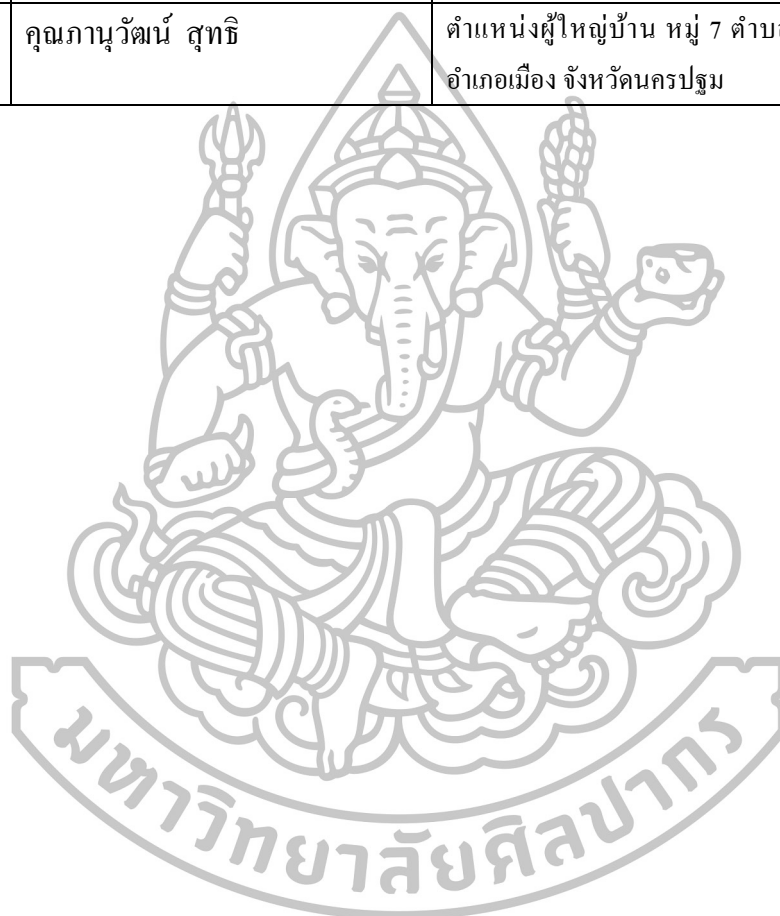
ภาคผนวก ค  
ตารางการเข้าสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ  
เดือน พฤศจิกายน 2558

มหาวิทยาลัยศิลปากร

### ตารางการเข้าสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
<b>กลุ่มผู้ประกอบการ</b>		
1	คุณดวงพร แพ้วรุ่งเรือง	ประธานกลุ่มสตรีสมุนไพรมอนซอนห้วย จังหวัดเพชรบุรี
2	คุณณรงค์ ศรีเกียรติทอง	รองประธานผู้จัดการบริษัทโมเดิร์นคาส อินเตอร์เนชั่นแนล คอสเมติกส์ จำกัด
3	คุณวิทยา มียอด	ผู้ประกอบการเจ้าของผลิตภัณฑ์ในชุมชนต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียงบ้านสะแกทราย จังหวัดนครปฐม
4	คุณอนงค์ จอมบุญ	ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพรในจังหวัดนครปฐม
5	คุณปิยะ ภูคำ	เจ้าของผลิตภัณฑ์เครื่องหอม ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาไทยปิยะชนก จังหวัดนครปฐม
6	คุณกมลนันท์ ศรีสวัสดิ์	ประธานกลุ่มผลิตภัณฑ์พืชสมุนไพรนันทกาอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี
<b>กลุ่มนักวิชาการ</b>		
1	อาจารย์ พลชัย เพชรปลอด	อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด การจัดการ และการพัฒนาชุมชน
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภากร ฤทธิโย ฉัตรจินดา	อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการ
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริศรี เทียน ประเสริฐ	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยศิลปากร และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเคมีและสิ่งแวดล้อม
4	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริบุญ จงวุฒิเวศย์	อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาชุมชน
5	อาจารย์ ดร. ประเมศร์ อารมณีดี	อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมการผลิต
<b>กลุ่มผู้ปฏิบัติงาน</b>		
1	ดร.นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์	อดีตอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน และอดีตผู้ว่าราชการจังหวัดมุกดาหาร
2	คุณยุพา อินทราเวช	ตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญด้านส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร
3	คุณพรธิดา เทพประสิทธิ์	ตำแหน่งผู้อำนวยการศูนย์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
กลุ่มผู้ปฏิบัติงาน		
4	นางสาวรสริน หອງทอง	ตำแหน่งนักพัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลคอนขาหอม จังหวัดนครปฐม
5	คุณอุคร หมั่นมณี	ตำแหน่งผู้ใหญ่บ้านหมู่ 8 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
6	คุณภาณุวัฒน์ สุทธิ	ตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 7 ตำบลคอนขาหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม





ภาคผนวก  
แนวการสัมภาษณ์ EDR รอบที่ 1

ร่างแนวโน้มนโยบายประกอบในการจัดทำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิง  
สร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	ดัชนีประเมิน	วิธีการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/ กิจกรรม/ สัมภาษณ์/สังเกต
1. การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)	1.1 กระบวนการ (Process)	1.1.1 การวางแผน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน</li> <li>- มีการกำหนดแผนธุรกิจชุมชน</li> <li>- มีการวางโครงสร้างบริหารจัดการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารเกี่ยวกับเป้าหมายการดำเนินงาน</li> <li>- เอกสารเกี่ยวกับแผนธุรกิจชุมชน</li> <li>- แผนผังโครงสร้างบริหารงาน</li> <li>- ภาพถ่าย, เอกสารการประชุม</li> </ul>
		1.1.2 การจัดการทรัพยากรบุคคล	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การสรรหาสมาชิก (ถ้ามี)</li> <li>- มีการพัฒนาสมาชิกกลุ่มทั้งจากภายในและภายนอกอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารแสดงวิธีการคัดเลือกคุณสมบัติสมาชิก</li> <li>- เอกสารแสดงการพิจารณาบุคคลเข้ามาเป็นสมาชิก</li> <li>- เอกสารโครงการอบรมหรือดูงาน</li> <li>- จำนวนครั้งที่อบรมหรือดูงาน</li> <li>- บอร์ดกิจกรรม, ภาพถ่าย</li> </ul>
		1.1.3 การจัดหาและเลือกใช้วัตถุดิบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบ</li> <li>- การใช้วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชนและไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- หลักฐานรายการวัตถุดิบในชุมชน</li> <li>- ภาพถ่ายแหล่งวัตถุดิบในชุมชน</li> <li>- เงื่อนไขและข้อกำหนดในการควบคุมคุณภาพ</li> </ul>



องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	ดัชนีประเมิน	วิธีการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/สังเกต
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- การติดต่อผู้จัดหาวัตถุดิบจากภายนอกโดยมีมาตรฐานกำหนด</li> <li>- มีการส่งเสริมให้สมาชิกเพาะปลูกวัตถุดิบ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>วัตถุดิบ</li> <li>- ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดหาวัตถุดิบภายนอก</li> </ul>
		1.1.4 การผลิต	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประสิทธิภาพของการผลิต</li> <li>- การควบคุมคุณภาพการผลิต</li> <li>- ความปลอดภัยในการผลิต</li> <li>- มีการตรวจสอบและบำบัดของเสียจากการผลิต</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารแสดงคุณภาพและปริมาณการผลิต</li> <li>- เอกสารแสดงเครื่องมือที่ใช้หรือแรงงานคน</li> <li>- เอกสารแสดงมาตรฐานรับรองการผลิต เช่น GMP</li> <li>- เอกสารแสดงขั้นตอนการผลิต</li> </ul>
1.2 ผลผลิต (Output)		1.2.1 ลักษณะและความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์</li> <li>- มีการผสมผสานนวัตกรรมในตัวผลิตภัณฑ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จำนวนและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์</li> <li>- การใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์</li> <li>- การสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์</li> <li>- เอกสารหรือรางวัลที่แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์</li> </ul>
		1.2.2 ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพทางการ	- การศึกษาความเป็นไปได้ทาง	- เอกสารเกี่ยวกับแผนทางการตลาด

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	ดัชนีประเมิน	วิธีการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/สังเกต
		แข่งขันในตลาด	การตลาด - การประเมินศักยภาพจากมุมมองผู้บริหาร โภคด้วยหลัก “SPAЕ”	ของธุรกิจชุมชน - ผลการประเมินศักยภาพทางการตลาด
		1.2.3 มาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์	- ผลิตภัณฑ์มีการรับรองคุณภาพ	- เอกสาร, ใบรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐหรือในระดับชุมชนที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์
	1.3 ภูมิปัญญา (Wisdom)	1.3.1 การสร้างกระบวนการจัดการความรู้	- กระบวนการแสวงหาความรู้ - การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเดิมกับความรู้สมัยใหม่ - วิธีการจัดเก็บองค์ความรู้ - การถ่ายทอดองค์ความรู้ - การนำไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจชุมชน	- เอกสารการประชุม - เอกสารแสดงการจัดเก็บภูมิปัญญา - การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ - หลักฐานผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือองค์ความรู้
		1.3.2 ลิขสิทธิ์ทางปัญญา	- มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา	- ใบรับรองด้านทรัพย์สินทางปัญญาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	ดัชนีประเมิน	วิธีการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/สังเกต	
2. ความคุ้มค่า (Valuable)	2.1 การส่งมอบและการสื่อสาร (Delivery)	2.1.1 การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายภายนอกชุมชน</li> <li>- การมีหน้าร้านแสดงสินค้า</li> <li>- การนำผลิตภัณฑ์ไปออกงานแสดงสินค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รายการแสดงจำนวนสถานที่จำหน่าย</li> <li>- ภาพถ่ายหน้าร้านจำหน่าย</li> <li>- บันทึกแสดงการออกงานแสดงสินค้า</li> </ul>	
		2.1.2 วิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ช่องทางในการประชาสัมพันธ์</li> <li>- วิธีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- หลักฐานแสดงประเภทและจำนวนของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์</li> </ul>	
	2.2 ผลลัพธ์ (Outcome)	2.2.1 ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนได้รับคำตอบและสวัสดิการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารแสดงการจ่ายค่าตอบแทน</li> <li>- เอกสารแสดงหลักฐานเกี่ยวกับการให้สวัสดิการ</li> </ul>	
		2.2.2 ประโยชน์ต่อชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลตอบแทนทางตรงและทางอ้อมหรือสวัสดิการที่กลุ่มธุรกิจชุมชนให้แก่ชุมชน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- หลักฐานแสดงการช่วยเหลือชุมชนด้วยสิ่งของ กองทุน หรือการออกงานสาธารณะในชุมชน</li> </ul>	
	2.3 เครือข่ายความร่วมมือ (Network)	2.3.1 ความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ลักษณะการสนับสนุนระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เอกสารแสดงจำนวนของกลุ่มธุรกิจชุมชนรายอื่นที่เป็นเครือข่าย</li> <li>- เอกสารแสดงลักษณะความร่วมมือของธุรกิจชุมชนในเครือข่าย</li> </ul>

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	ดัชนีประเมิน	วิธีการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/สังเกต
				- เอกสารแสดงรายชื่อธุรกิจชุมชนที่มีความร่วมมือกัน
		2.3.2 ความร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า	- การจัดจำหน่ายสินค้าโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง	- เอกสารจำนวนพ่อค้าคนกลางทั้งค้าปลีกและส่งที่มีความร่วมมือกัน
		2.3.3 ความร่วมมือเชิงวิชาการกับหน่วยงานภายนอก	- การขอความช่วยเหลือและความร่วมมือจากสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานวิจัยภาครัฐและเอกชน	- เอกสารเกี่ยวข้องกับความร่วมมือเชิงวิชาการกับหน่วยงานภายนอก - รูปภาพประกอบ
	2.4 ความยั่งยืน (Sustainability)	2.4.1 การดำเนินการต่อเนื่อง	- การดำเนินการของธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง	- เอกสารแสดงแผนหรือพัฒนาการในการดำเนินงานของกลุ่ม - ประวัติการดำเนินงานของกลุ่ม
		2.4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง	- มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง - มีการผลักดันมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไปสู่สากล	- แผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความต่อเนื่อง - ใบรับรองที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
		2.4.3 ความสัมพันธ์กับชุมชนต่อเนื่อง	- การสร้างกิจกรรมหรือผลตอบแทนให้กับชุมชนอย่าง	- กิจกรรม, รูปภาพที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	ดัชนีประเมิน	วิธีการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/สังเกต
			ต่อเนื่องโดยชุมชนสามารถนำไปต่อยอดได้	
3. ผลประกอบการ (Volume)	3.1 รายได้ (Revenue)	3.1.1 ข้อมูลรายได้	- รายได้สุทธิจากการขายสินค้า	- ข้อมูลด้านบัญชี
	3.2 ปริมาณการขาย (Sales volume)	3.2.1 ข้อมูลด้านปริมาณการขาย	- จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้	





ภาคผนวก จ  
ภาพการเข้าสัมภาษณ์ EDFR รอบที่ 1



ภาพที่ 25 การสัมภาษณ์คุณดวงพร เพ็ชรรุ่งเรือง ประธานกลุ่มสตรีสมุนไพรดอนขุนห้วย จังหวัด เพชรบุรี



ภาพที่ 26 คุณอนงค์ จอมบุญ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพรรวมในจังหวัดนครปฐม







## แบบสอบถาม EDFR รอบ 2

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่ม  
ธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย”

### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นการถามเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นเชิงประเมินกับบริบทที่ปรากฏในแบบสอบถามนี้ เพื่อยืนยันองค์ประกอบที่ใช้ในเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ จากนั้นผู้วิจัยจะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลและสังเคราะห์ข้อมูล จัดทำเป็นเกณฑ์การประเมินต่อไป

แบบสอบถามนี้ได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนประกอบไปด้วย

ตอนที่ 1 ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบที่ใช้ในเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นาย จิตพนธ์ ชุมเกตุ  
นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการ  
ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบที่ใช้ในเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการ  
ธุรกิจเชิงสร้างสรรค์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องทางขวามือที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านเพียง  
คำตอบเดียว

ข้อความ	ความเหมาะสม		ระดับความคิดเห็น				
	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
			5	4	3	2	1
ข้อที่ 1 มีเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน							
ข้อที่ 2 มีการกำหนดแผนธุรกิจชุมชน							
ข้อที่ 3 มีการวางโครงสร้างบริหารจัดการ							
ข้อที่ 4 มีการสรรหาสมาชิกกลุ่ม							
ข้อที่ 5 มีการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทั้งจากการจัดกิจกรรมอบรมภายในและการอบรมหรือศึกษาดูงานจากภายนอกอย่างต่อเนื่อง							
ข้อที่ 6 มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกกลุ่มอย่างชัดเจน							
ข้อที่ 7 มีการกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบ							
ข้อที่ 8 มีการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชนและไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม							
ข้อที่ 9 มีการติดต่อผู้จัดหาวัตถุดิบจากภายนอกโดยมีมาตรฐานกำหนด							
ข้อที่ 10 มีการส่งเสริมให้สมาชิกเพาะปลูกวัตถุดิบ							
ข้อที่ 11 มีการควบคุมประสิทธิภาพของการผลิต							

ข้อความ	ความเหมาะสม		ระดับความคิดเห็น				
	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
			5	4	3	2	1
ข้อที่ 12 มีการควบคุมคุณภาพการผลิต							
ข้อที่ 13 มีการควบคุมความปลอดภัยในการผลิต							
ข้อที่ 14 มีการตรวจสอบและบำบัดของเสียจากการผลิต ก่อนปล่อยออกสู่ชุมชน							
ข้อที่ 15 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป							
ข้อที่ 16 มีการผสมผสานนวัตกรรมในตัวผลิตภัณฑ์							
ข้อที่ 17 มีการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด							
ข้อที่ 18 มีการประเมินความคิดเห็นจากมุมมองของลูกค้าด้วยการศึกษาจากแรงจูงใจ การรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า การรับรู้ผ่านช่องทางการสื่อสาร และ การได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์							
ข้อที่ 19 ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ							
ข้อที่ 20 มีกระบวนการแสวงหาความรู้							
ข้อที่ 21 มีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเดิมกับความรู้สมัยใหม่							
ข้อที่ 22 มีวิธีการจัดเก็บองค์ความรู้							
ข้อที่ 23 มีการถ่ายทอดองค์ความรู้							
ข้อที่ 24 มีการนำไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจชุมชน							

ข้อความ	ความเหมาะสม		ระดับความคิดเห็น				
	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
			5	4	3	2	1
ข้อที่ 25 มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา							
ข้อที่ 26 มีการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายภายนอกชุมชน							
ข้อที่ 27 มีหน้าร้านแสดงสินค้า							
ข้อที่ 28 มีการนำผลิตภัณฑ์ไปออกงานแสดงสินค้า							
ข้อที่ 29 มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์							
ข้อที่ 30 มีวิธีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น							
ข้อที่ 31 มีการให้ค่าตอบแทนกับคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน							
ข้อที่ 32 มีการให้สวัสดิการคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน							
ข้อที่ 33 มีการให้ผลตอบแทนทางตรงและทางอ้อม หรือสวัสดิการแก่ชุมชน							
ข้อที่ 34 มีการสนับสนุนระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน							
ข้อที่ 35 มีการจัดจำหน่ายสินค้าโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง							
ข้อที่ 36 มีการขอความช่วยเหลือและความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานวิจัยภาครัฐและเอกชน							

ข้อความ	ความเหมาะสม		ระดับความคิดเห็น				
	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
			5	4	3	2	1
ข้อที่ 37 มีการดำเนินการของธุรกิจ ชุมชนอย่างต่อเนื่อง							
ข้อที่ 38 มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ อย่างต่อเนื่อง							
ข้อที่ 39 มีการผลักดันมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ไปสู่สากล							
ข้อที่ 40 มีการสร้างกิจกรรมหรือ ผลตอบแทนให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยชุมชนสามารถนำไปต่อยอดได้							
ข้อที่ 41 มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับ รายได้สุทธิจากการขายสินค้า							
ข้อที่ 42 มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับ จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้							

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....





### แบบสอบถาม

## งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย”

### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นการถามเพื่อให้ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจชุมชน หรือผู้แทน หรือสมาชิกกลุ่ม แสดงความคิดเห็นเชิงประเมินกับบริบทที่ปรากฏในแบบสอบถามนี้ เพื่อยืนยันแนวคิดการประเมินลักษณะกลุ่มธุรกิจชุมชนไปสู่การจัดการธุรกิจอย่างสร้างสรรค์ จากนั้นผู้วิจัยจะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลและสังเคราะห์ข้อมูล จัดทำเป็นเกณฑ์การประเมินต่อไป โดยสำหรับข้อมูลนั้น ผู้วิจัยจะรักษาเป็นความลับและนำมาผลการวิจัยไปใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น

แบบสอบถามนี้ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนประกอบไปด้วย

ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นาย จิตพนธ์ ชุมเกตุ

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการ

ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ท่านโปรดตอบคำถามตามความเป็นจริง โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าคำตอบในแต่ละข้อคำถาม

1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ

- ( ) 1. น้อยกว่า 20 ปี ( ) 2. อายุ 20-25 ปี ( ) 3. อายุ 26-30 ปี  
 ( ) 4. อายุ 31-35 ปี ( ) 5. อายุ 36 – 40 ปี ( ) 6. อายุ 41 – 45 ปี  
 ( ) 7. อายุ 46 – 50 ปี ( ) 8. อายุ 51 – 55 ปี ( ) 9. อายุ 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ( ) 1. ประถมศึกษา ( ) 2. มัธยมศึกษาตอนต้น  
 ( ) 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ( ) 4. อนุปริญญา/ปวส.  
 ( ) 5. ปริญญาตรี ( ) 6. ปริญญาโท  
 ( ) 7. ปริญญาเอกหรือเทียบเท่า

4. สถานภาพ

- ( ) 1. โสด ( ) 2. สมรส ( ) 3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

5. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน

- ( ) 1. น้อยกว่า 15,000 บาท ( ) 2. 15,001 – 20,000 บาท  
 ( ) 3. 20,001 – 25,000 บาท ( ) 4. 25,001 – 30,000 บาท  
 ( ) 5. 30,001 – 35,000 บาท ( ) 6. 35,001 – 40,000 บาท  
 ( ) 7. 40,001 บาทขึ้นไป

6. อายุในการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน..... ปี

7. ประเภทสินค้าสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารที่ดำเนินการผลิตอยู่ คือ.....

8. มูลค่าการขายสินค้าของธุรกิจชุมชนของท่านต่อปี.....

9. สินค้าของท่านมีการส่งออกหรือไม่ ( ) ส่งออก ( ) ไม่ส่งออก

10. วัตถุประสงค์หลักของการผลิตสินค้าในกลุ่มธุรกิจชุมชนของท่านเป็นแบบใดเพื่อให้เกิดเป็นธุรกิจที่มีความสร้างสรรค์

- ( ) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทุนในชุมชน  
 ( ) เพื่อก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการดำเนินการ  
 ( ) เพื่อให้เกิดผลประกอบการที่ดี

11. จำนวนสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนของท่าน..... คน



12. ปัจจุบันการดำเนินงานในธุรกิจชุมชนของท่านได้พึ่งพิงแหล่งเงินทุนใดบ้าง

- ( ) ไม่ได้พึ่งพิง เลี้ยงตนเอง ได้
- ( ) พึ่งพิงเงินทุนจากธนาคาร
- ( ) พึ่งพิงจากสมาชิกของกลุ่ม
- ( ) พึ่งพิงจากระบบสหกรณ์
- ( ) อื่นๆ

13. มาตรฐานการผลิตที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กลุ่มธุรกิจชุมชนของท่าน คือ

- ( ) มาตรฐาน ISO
- ( ) มาตรฐาน GMP
- ( ) มาตรฐาน HACCP
- ( ) OTOP
- ( ) มพช
- ( ) GI
- ( ) อื่นๆ โปรดระบุ .....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องทางขวามือที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านเพียงคำตอบเดียว

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	5	4	3	2	1	
ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดว่าปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลต่อระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน						
ข้อที่ 1 มีเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน						A1
ข้อที่ 2 มีการกำหนดแผนธุรกิจชุมชน						A2
ข้อที่ 3 มีการวางโครงสร้างบริหารจัดการ						A3

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	5	4	3	2	1	
ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดว่าปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลต่อระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน						
ข้อที่ 4 มีการสรรหาสมาชิกกลุ่ม						B1
ข้อที่ 5 มีการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทั้งจากการจัดกิจกรรมอบรมภายในและการอบรมหรือศึกษาดูงานจากภายนอกอย่างต่อเนื่อง						B2
ข้อที่ 6 มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกกลุ่มอย่างชัดเจน						B3
ข้อที่ 7 มีการกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบ						C1
ข้อที่ 8 มีการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชนและไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม						C2
ข้อที่ 9 มีการติดต่อผู้จัดหาวัตถุดิบจากภายนอกโดยมีมาตรฐานกำหนด						C3
ข้อที่ 10 มีการส่งเสริมให้สมาชิกเพาะปลูกวัตถุดิบ						C4
ข้อที่ 11 มีการควบคุมประสิทธิภาพของการผลิต						D1
ข้อที่ 12 มีการควบคุมคุณภาพการผลิต						D2

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	5	4	3	2	1	
ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดว่าปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลต่อระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน						
ข้อที่ 13 มีการควบคุมความปลอดภัยในการผลิต						D3
ข้อที่ 14 มีการตรวจสอบและบำบัดของเสียจากการผลิต ก่อนปล่อยออกสู่ชุมชน						D4
ข้อที่ 15 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป						E1
ข้อที่ 16 มีการผสมผสานนวัตกรรมในตัวผลิตภัณฑ์						E2
ข้อที่ 17 มีการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด						F1
ข้อที่ 18 มีการประเมินศักยภาพจากมุมมองผู้บริโภคด้วยหลัก “SPAЕ” ได้แก่ การศึกษาจากแรงกระตุ้น (Stimulus) การรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า (Perceived Quality) การรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ (Awareness) และการได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์ (Equity) และ การได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์						F2
ข้อที่ 19 ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ						G1
ข้อที่ 20 ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองความปลอดภัยในการใช้งาน						G2

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	5	4	3	2	1	
ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดว่าปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลต่อระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน						
ข้อที่ 21 มีกระบวนการแสวงหาความรู้						H1
ข้อที่ 22 มีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเดิมกับความรู้สมัยใหม่						H2
ข้อที่ 23 มีวิธีการจัดเก็บองค์ความรู้						H3
ข้อที่ 24 มีการถ่ายทอดองค์ความรู้						H4
ข้อที่ 25 มีการนำไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจชุมชน						H5
ข้อที่ 26 มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา						I1
ข้อที่ 27 มีการใช้ประโยชน์จากการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อสร้างรายได้						I2
ข้อที่ 28 มีการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายภายนอกชุมชน						J1
ข้อที่ 29 มีหน้าร้านแสดงสินค้า						J2
ข้อที่ 30 มีการนำผลิตภัณฑ์ไปออกงานแสดงสินค้า						J3
ข้อที่ 31 มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์						K1
ข้อที่ 32 มีวิธีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น						K2

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	5	4	3	2	1	
ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดว่าปัจจัยต่อไปนี้มีผลกระทบต่อระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน						
ข้อที่ 33 มีการให้ค่าตอบแทนกับคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน						L1
ข้อที่ 34 มีการให้สวัสดิการคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน						L2
ข้อที่ 35 มีการให้ค่าตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน						M1
ข้อที่ 36 มีการให้สวัสดิการแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน						M2
ข้อที่ 37 มีการสนับสนุนระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน						N1
ข้อที่ 38 มีการใช้ระบบที่เล็งกับระบบธุรกิจชุมชน อื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และให้คำปรึกษาทางด้านการจัดการ						N2
ข้อที่ 39 มีการจัดจำหน่ายสินค้าโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง						O1
ข้อที่ 40 มีวิธีการเข้าถึง สร้างสัมพันธ์ และติดต่อกับตัวกลางทางการค้า						O2
ข้อที่ 41 มีการขอความช่วยเหลือและความ						P1

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	5	4	3	2	1	
ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดว่าปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลต่อระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่ม ธุรกิจชุมชน						
ร่วมมือจากสถาบันการศึกษา หรือ หน่วยงานวิจัยภาครัฐและเอกชน						
ข้อที่ 42 มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาให้คำแนะนำช่วยเหลือ หรือให้ความร่วมมือในการพัฒนาการจัดการธุรกิจชุมชน						P2
ข้อที่ 43 มีการดำเนินการของธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง						Q1
ข้อที่ 44 มีการคิดวางแผนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง						Q2
ข้อที่ 45 มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง						R1
ข้อที่ 46 มีการผลักดันมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไปสู่สากล						R2
ข้อที่ 47 มีการสร้างกิจกรรมหรือผลตอบแทนให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่องโดยชุมชนสามารถนำไปต่อยอดได้						S1
ข้อที่ 48 มีวิธีการทำให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญ และการเข้ามามีส่วนร่วมกับธุรกิจ						S2

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น					สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	5	4	3	2	1	
ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใดว่าปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลต่อระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน						
ชุมชน						
ข้อที่ 49 มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับรายได้สุทธิจากการขายสินค้า						T1
ข้อที่ 50 มีการนำข้อมูลด้านบัญชีไปประยุกต์ใช้ในการบริหารเงินภายในธุรกิจชุมชน						T2
ข้อที่ 51 มีการสรุปยอดรายได้เป็นรายปี						T3
ข้อที่ 52 มีการนำผลประกอบการแต่ละปีมาพิจารณาประกอบการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเพิ่ม						T4
ข้อที่ 53 มีการทำรายการบัญชีเกี่ยวกับจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้						U1
ข้อที่ 54 มีการนำข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการขายไปประยุกต์ใช้ในการผลิต						U2
ข้อที่ 55 มีการคาดการณ์ยอดขายไว้ล่วงหน้า						U3
ข้อที่ 56 มีการเปรียบเทียบยอดขายของลูกค้าในทุกๆ ปี						U4

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข  
แบบประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC)





แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ  
เกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจ  
เชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

คำชี้แจง :

แบบประเมินนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิง  
สร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนมี 3 องค์ประกอบหลัก 9 องค์ประกอบย่อย และ 21 คำนีการ  
ประเมิน โดยแบบประเมิน แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 2 การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจ  
ชุมชน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ส่วนของผู้ประเมิน :

ชื่อ-สกุล ผู้ประเมิน .....ตำแหน่ง .....

หน่วยงาน ..... วัน เดือน ปี ที่ประเมิน .....

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่รับการประเมิน

1. ชื่อกลุ่มธุรกิจชุมชน

.....

2. ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ตำแหน่ง.....

3. ที่อยู่/ เบอร์โทรศัพท์ต่อ.....

4. ปัจจุบันกลุ่มมีจำนวนสมาชิก.....คน ระยะเวลาในการดำเนินงาน .....ปี

5. ประเภทสินค้าสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารที่ธุรกิจชุมชนของท่านดำเนินการผลิตอยู่ คือ

.....

6. มูลค่าการขายสินค้าของธุรกิจชุมชนของท่านต่อปี.....

7. สินค้าของท่านมีการส่งออกหรือไม่  ส่งออก  ไม่ส่งออก

8. วัตถุประสงค์หลักของการผลิตสินค้าในกลุ่มธุรกิจชุมชนของท่านเป็นแบบใดเพื่อให้เกิดเป็นธุรกิจที่มีความสร้างสรรค์

เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทุนในชุมชน

เพื่อก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการดำเนินการ

เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ที่ดี

9. ปัจจุบันการดำเนินงานในธุรกิจชุมชนของท่านได้พึ่งพิงแหล่งเงินทุนใดบ้าง

ไม่ได้พึ่งพิง เลี้ยงตนเองได้

พึ่งพิงเงินทุนจากธนาคาร

พึ่งพิงจากสมาชิกของกลุ่ม

พึ่งพิงจากระบบสหกรณ์

อื่นๆ

## ตอนที่ 2 การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

### คำชี้แจงสำหรับผู้ประเมิน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องใดช่องหนึ่งในแต่ละข้อคำถามตามระดับความคิดเห็นของท่านและข้อเสนอแนะลงในช่องข้อเสนอแนะที่กำหนดดังต่อไปนี้

- 1 ไม่มีหลักฐาน ไม่สามารถประเมินได้
- 0 ไม่แน่ใจ
- 1 มีหลักฐาน สามารถประเมินได้

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต	1	0	-	ข้อเสนอแนะ 1
<b>องค์ประกอบหลัก 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)</b>					
<b>องค์ประกอบย่อย 1.1 กระบวนการ (Process)</b>					
<b>ดัชนีประเมิน 1.1.1 การวางแผน (A)</b>					
ข้อที่ 1 มีเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน (A1)	- เอกสารเกี่ยวกับเป้าหมายการดำเนินงาน - ภาพถ่าย, เอกสารการประชุม				
ข้อที่ 2 มีการกำหนดแผนธุรกิจชุมชน (A2)	- เอกสารเกี่ยวกับแผนธุรกิจชุมชน - ภาพถ่าย, เอกสารการประชุม				
รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต	1	0	-	ข้อเสนอแนะ 1
ข้อที่ 3 มีการวางโครงสร้างบริหารจัดการ (A3)	- แผนผังโครงสร้างบริหารงาน - ภาพถ่าย, เอกสารการประชุม				
รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต	1	0	-	ข้อเสนอแนะ 1
<b>ดัชนีประเมิน 1.1.2 การจัดการทรัพยากรบุคคล (B)</b>					

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต	1	0	- 1	ข้อเสนอแนะ
ข้อที่ 4 มีการสรรหาสมาชิกกลุ่ม (B1)	- เอกสารแสดงวิธีการคัดเลือกคุณสมบัติสมาชิก - เอกสารแสดงการพิจารณาบุคคลเข้ามาเป็นสมาชิก				
ข้อที่ 5 มีการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทั้งจากการจัดกิจกรรมอบรมภายในและการอบรมหรือศึกษาดูงานจากภายนอกอย่างต่อเนื่อง (B2)	- เอกสาร โครงการอบรมหรือดูงาน - จำนวนครั้งที่อบรมหรือดูงาน - บอร์ดกิจกรรม, ภาพถ่าย				
ข้อที่ 6 มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกกลุ่มอย่างชัดเจน (B3)	- แผนผังโครงสร้างบริหารงาน				
<b>ดัชนีประเมิน 1.1.3 การจัดหาและเลือกใช้วัดถุดิบ (C)</b>					
ข้อที่ 7 มีการกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยของวัดถุดิบ (C1)	- เอกสารแสดงเงื่อนไขและข้อกำหนดในการควบคุมคุณภาพวัดถุดิบ				
ข้อที่ 8 มีการใช้วัดถุดิบที่หาได้ในชุมชนและไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม (C2)	- หลักฐานรายการวัดถุดิบในชุมชน - ภาพถ่ายแหล่งวัดถุดิบในชุมชน				

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต	1	0	- 1	ข้อเสนอแนะ
ข้อที่ 9 มีการติดต่อผู้ จัดหาวัตถุดิบจาก ภายนอก โดยมี มาตรฐานกำหนด (C3)	- ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดหาวัตถุดิบ ภายนอก				
ข้อที่ 10 มีการส่งเสริม ให้สมาชิกเพาะปลูก วัตถุดิบ (C4)	- ภาพถ่าย, เอกสารการประชุม - การสัมภาษณ์				
<b>ดัชนีประเมิน 1.1.4 การผลิต (D)</b>					
ข้อที่ 11 มีการควบคุม ประสิทธิภาพของการ ผลิต (D1)	- เอกสารแสดงคุณภาพและปริมาณการ ผลิต				
ข้อที่ 12 มีการควบคุม คุณภาพการผลิต (D2)	- เอกสารแสดงเครื่องมือที่ใช้ หรือ แรงงานคน - เอกสารแสดงมาตรฐานรับรองการผลิต เช่น GMP - เอกสารแสดงขั้นตอนการผลิต				
ข้อที่ 13 มีการควบคุม ความปลอดภัยในการ ผลิต (D3)	- เอกสารแสดงมาตรฐานรับรองการผลิต เช่น GMP				
ข้อที่ 14 มีการ ตรวจสอบและบำบัด ของเสียจากการผลิต ก่อนปล่อยออกสู่ ชุมชน (D4)	- หลักฐานแสดงการบำบัดของเสีย เช่น การคัดแยกขยะก่อนนำไปทิ้ง บ่อบำบัดน้ำ เสีย เครื่องกรองอากาศ เป็นต้น				

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาระ/ สังเกต	1	0	- 1	ข้อเสนอแนะ
<b>องค์ประกอบย่อย 1.2 ผลผลิต (Output)</b>					
<b>ดัชนีประเมิน 1.2.1 ลักษณะและความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ (E)</b>					
ข้อที่ 15 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป (E1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จำนวนและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์</li> <li>- การใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์</li> <li>- การสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์</li> <li>- เอกสารหรือรางวัลที่แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์</li> </ul>				
ข้อที่ 16 มีการผสมผสานนวัตกรรมในตัวผลิตภัณฑ์ (E2)					
<b>ดัชนีประเมิน 1.2.2 ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด (F)</b>					
ข้อที่ 17 มีการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด (F1)	- เอกสารเกี่ยวกับแผนทางการตลาดของธุรกิจชุมชน				
ข้อที่ 18 มีการประเมินศักยภาพจากมุมมองผู้บริโภคด้วยหลัก "SPAE" ได้แก่ การศึกษาจากแรงกระตุ้น (Stimulus) การรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า (Perceived Quality) การรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ (Awareness) และการได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์ (Equity) (F2)	- ผลการประเมินศักยภาพทางการตลาด				
<b>ดัชนีประเมิน 1.2.3 มาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์ (G)</b>					

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต	1	0	- 1	ข้อเสนอแนะ
ข้อที่ 19 ผลผลิตภัณฑ์ ได้รับการรับรอง คุณภาพ (G1)	- เอกสาร, ใบรับรองมาตรฐานจาก หน่วยงานภาครัฐหรือในระดับชุมชนที่ เกี่ยวข้องกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์				
<b>องค์ประกอบย่อย 1.3 ภูมิปัญญา (Wisdom)</b>					
<b>ดัชนีประเมิน 1.3.1 การสร้างกระบวนการจัดการความรู้ (H)</b>					
ข้อที่ 20 มีกระบวนการ แสวงหาความรู้ (H1)	- เอกสารโครงการอบรมหรือคู่มือ - จำนวนครั้งที่อบรมหรือคู่มือ - บอร์ดกิจกรรม, ภาพถ่าย - การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้				
ข้อที่ 21 มีการ ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา เดิมกับความรู้สมัยใหม่ (H2)	- เอกสารการประชุม - จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ - หลักฐานผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการใช้ภูมิ ปัญญาท้องถิ่นหรือองค์ความรู้				
ข้อที่ 22 มีวิธีการจัดเก็บ องค์ความรู้ (H3)	- หลักฐานแสดงการจัดเก็บองค์ความรู้				
ข้อที่ 23 มีการถ่ายทอด องค์ความรู้ (H4)	- จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้				
ข้อที่ 24 มีการนำไปใช้ ประโยชน์ในธุรกิจ ชุมชน (H5)	- หลักฐานผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการใช้ภูมิ ปัญญาท้องถิ่นหรือองค์ความรู้ - จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้				
<b>ดัชนีประเมิน 1.3.2 ลิขสิทธิ์ทางปัญญา (I)</b>					
ข้อที่ 25 มีการจด ทะเบียนทรัพย์สินทาง ปัญญา (I1)	- ใบรับรองด้านทรัพย์สินทางปัญญาจาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง				
<b>องค์ประกอบหลัก 2 ความคุ้มค่า (Valuable)</b>					
<b>องค์ประกอบย่อย 2.1 การส่งมอบและการสื่อสาร (Delivery)</b>					

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาระ/ สังเกต	1	0	- 1	ข้อเสนอแนะ
<b>ดัชนีประเมิน 2.1.1 การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย (J)</b>					
ข้อที่ 26 มีการนำ ผลิตภัณฑ์ออกไป จำหน่ายภายนอกชุมชน (J1)	- รายการแสดงจำนวนสถานที่จำหน่าย - บันทึกแสดงการออกงานแสดงสินค้า				
ข้อที่ 27 มีหน้าร้าน แสดงสินค้า (J2)	- ภาพถ่ายหน้าร้านจำหน่าย				
ข้อที่ 28 มีการนำ ผลิตภัณฑ์ไปออกงาน แสดงสินค้า (J3)	- บันทึกแสดงการออกงานแสดงสินค้า				
<b>ดัชนีประเมิน 2.1.2 วิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ (K)</b>					
ข้อที่ 29 มีช่องทางใน การประชาสัมพันธ์ (K1)	- หลักฐานแสดงประเภทและจำนวนของ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ - เอกสารแสดงการติดต่อกับหน่วยงาน อื่น				
ข้อที่ 30 มีวิธีการ เชื่อมโยงกับหน่วยงาน อื่น (K2)					
<b>องค์ประกอบย่อย 2.2 ผลลัพธ์ (Outcome)</b>					
<b>ดัชนีประเมิน 2.2.1 ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน (L)</b>					
ข้อที่ 31 มีการให้ ค่าตอบแทนหรือ สวัสดิการกับ คณะกรรมการและ สมาชิกกลุ่มธุรกิจ ชุมชน (L1)	- เอกสารแสดงการจ่ายค่าตอบแทน				



รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต	1	0	- 1	ข้อเสนอแนะ
ข้อที่ 32 มีการให้ ส วั ส ดิ ก า ร คณะกรรมการและ สมาชิกกลุ่มธุรกิจ ชุมชน (L2)	- เอกสารแสดงหลักฐานเกี่ยวกับการให้ สวัสดิการ				
<b>ดัชนีประเมิน 2.2.2 ประโยชน์ต่อชุมชน (M)</b>					
ข้อที่ 33 มีการให้ ผลตอบแทนทางตรง และทางอ้อม หรือ สวัสดิการแก่ชุมชน (M1)	- หลักฐานแสดงการช่วยเหลือชุมชนด้วย สิ่งของ กองทุน หรือการออกงาน สาธารณะในชุมชน				
<b>องค์ประกอบย่อย 2.3 เครือข่ายความร่วมมือ (Network)</b>					
<b>ดัชนีประเมิน 2.3.1 ความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน (N)</b>					
ข้อที่ 34 มีการ สนับสนุนระหว่างกลุ่ม ธุรกิจชุมชน (N1)	- เอกสารแสดงจำนวนของกลุ่มธุรกิจชุมชน รายอื่นที่เป็นเครือข่าย - เอกสารแสดงความร่วมมือของธุรกิจ ชุมชนในเครือข่าย - เอกสารแสดงรายชื่อธุรกิจชุมชนที่มี ความร่วมมือกัน				
<b>ดัชนีประเมิน 2.3.2 ความร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า (O)</b>					
ข้อที่ 35 มีการ จัด จำหน่ายสินค้าโดยผ่าน พ่อค้าคนกลาง (O1)	- เอกสารจำนวนพ่อค้าคนกลางทั้งค้า ปลีกและส่งที่มีความร่วมมือกัน				
รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต	1	0	- 1	ข้อเสนอแนะ
<b>ดัชนีประเมิน 2.3.3 ความร่วมมือเชิงวิชาการกับหน่วยงานภายนอก (P)</b>					

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต	1	0	- 1	ข้อเสนอแนะ
ข้อที่ 36 มีการขอความช่วยเหลือและความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานวิจัยภาครัฐ และเอกชน (P1)	- เอกสารเกี่ยวข้องกับความร่วมมือเชิงวิชาการกับหน่วยงานภายนอก - รูปภาพประกอบ				
<b>องค์ประกอบย่อย 2.4 ความยั่งยืน (Sustainability)</b>					
<b>ดัชนีประเมิน 2.4.1 การดำเนินการต่อเนื่อง (Q)</b>					
ข้อที่ 37 มีการดำเนินการของธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง (Q1)	- เอกสารแผนหรือพัฒนาการในการดำเนินงานของกลุ่ม - ประวัติการดำเนินงานของกลุ่ม				
<b>ดัชนีประเมิน 2.4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง (R)</b>					
ข้อที่ 38 มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง (R1)	- แผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความต่อเนื่อง				
ข้อที่ 39 มีการผลักดันมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไปสู่สากล (R2)	- ใบรับรองที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล				
<b>ดัชนีประเมิน 2.4.3 ความสัมพันธ์กับชุมชนต่อเนื่อง (S)</b>					
ข้อที่ 40 มีการสร้างกิจกรรม หรือ ผลตอบแทนให้กับชุมชนอย่างต่อเนื่องโดยชุมชนสามารถนำไปต่อยอดได้ (S1)	- กิจกรรม, รูปภาพที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน				

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต	1	0	-	ข้อเสนอแนะ
องค์ประกอบหลัก 3 ผลประกอบการ (Volume)					
องค์ประกอบย่อย 3.1 รายได้ (Revenue)					
ดัชนีประเมิน 3.1.1 ข้อมูลรายได้ (T)					
ข้อที่ 41 มีการทำ รายการบัญชีเกี่ยวกับ รายได้สุทธิจากการขาย สินค้า (T1)	- ข้อมูลด้านบัญชี				
องค์ประกอบย่อย 3.2 ปริมาณการขาย (Sales volume)					
ดัชนีประเมิน 3.2.1 ข้อมูลด้านปริมาณการขาย (U)					
ข้อที่ 42 มีการทำ รายการบัญชีเกี่ยวกับ จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขาย ได้ (U1)	- ข้อมูลด้านบัญชี				

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อผู้ประเมิน

(.....)

ตำแหน่ง.....

วันที่.....





ภาพที่ 27 การทดลองใช้เกณฑ์ กับคุณนภลัย แก้วแวง ประธานกลุ่มสมุนไพรมะลิขันธ์  
อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม



ภาพที่ 28 การทดลองใช้เกณฑ์ กับคุณรัชญา วัชรเชษฐา ประธานกลุ่มโคโคดี อำเภอนครชัยศรี  
จังหวัดนครปฐม



(ฉบับร่าง วันที่ 20 ธ.ค. 2558)

# คู่มือ

เกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์  
ของกลุ่มธุรกิจชุมชน



**Evaluation**

- OUTSTANDING
- Excellent
- Very Good
- Average
- Below Average

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาพที่ 29 หน้าปก คู่มือเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน



ข้อมูลทางบรรณานุกรม

จิตพนธ์ ชุมเกตุ พ.ศ. – 2558

คู่มือเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

.....หน้า

พิมพ์ครั้งที่ 1

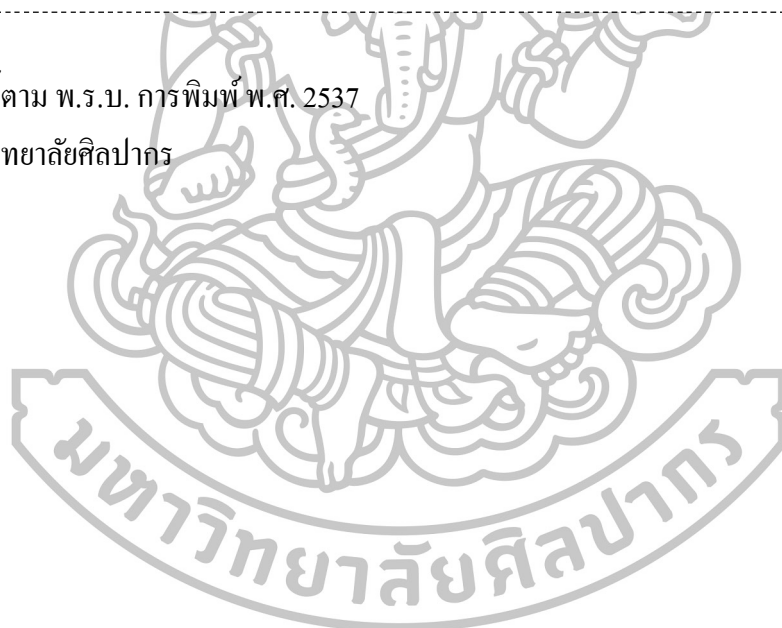
จำนวนการพิมพ์ .....

จัดพิมพ์ที่ ..... : .....

ISBN .....

สงวนลิขสิทธิ์ตาม พ.ร.บ. การพิมพ์ พ.ศ. 2537

เจ้าของ มหาวิทยาลัยศิลปากร





## คำนำ

ธุรกิจชุมชน เป็นกระบวนการที่แสดงถึงการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์และผลักดันตนเองของชาวบ้านด้วยระบบเศรษฐกิจการผลิตแบบพึ่งพาตนเองเป็นหลัก เป็นการประกอบการโดยชุมชนที่มีสมาชิกอยู่ภายในชุมชนมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการผลิต การค้า และการเงิน โดยมีเป้าหมายให้เกิดผลิตผลทั้งด้านเศรษฐกิจคือ การสร้างรายได้และอาชีพ และด้านสังคมคือ การสร้างความกลมเกลียวกันระหว่างครอบครัว ชุมชน ให้เกิดการร่วมคิด ร่วมทำ และรับผิดชอบร่วมกัน ธุรกิจชุมชนจึงต้องอาศัยการรวมกลุ่มเพื่อผนึกกำลังสร้างศักยภาพการทำงานภายในชุมชน ทั้งยังสร้างเครือข่ายองค์กรชาวบ้าน และเกิดความร่วมมือกันระหว่างชุมชน สังคม และหน่วยงานต่างๆ ภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน นอกจากนี้ ธุรกิจชุมชนยังเป็นเรื่องของการประกอบการเพื่อจัดการกับทุนที่มีอยู่ในชุมชนอย่างบูรณาการเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ให้แก่สมาชิก รวมถึงสร้างผลประโยชน์ต่างๆ ให้แก่ชุมชน อย่างไรก็ตาม ทุนนั้นไม่ได้หมายถึงเพียงแค่ตัวเงิน แต่ยังรวมถึงทรัพยากร ผลิตผล ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุนทางวัฒนธรรม และ ทุนทางสังคม

เกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน สามารถนำมาตราฐานและดัชนีประเมินของเกณฑ์ฯ ไปปฏิบัติให้เกิดเป็นรูปธรรม โดยเริ่มตั้งแต่การพิจารณาการจัดการคุณภาพในบริบทพื้นฐาน การวางแผน กระบวนการผลิต การรักษาและยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ การส่งมอบผลิตภัณฑ์ และความต่อเนื่องในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เป็นการวัดประสิทธิภาพทางการจัดการโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ มีการหาวิธีการในการปรับตัว หรือเพิ่มความสามารถใน ซึ่งจะทำให้ธุรกิจชุมชนสามารถพิจารณาระดับการจัดการคุณภาพในการผลิตสินค้าและบริการได้ครบทุกมิติในทางด้านการบริหารจัดการ นอกจากนี้ผลสะท้อนจากเกณฑ์ประเมินทำให้เกิดแรงผลักดันในการรักษามาตรฐานและพัฒนาศักยภาพของธุรกิจชุมชนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและการเติบโตของธุรกิจชุมชนต่อไป

นายจิตพนธ์ ชุมเกต

## 1. การจัดการ

### เชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน เป็นกระบวนการที่แสดงถึงการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์และผลักดันตนเองของชาวบ้านด้วยระบบเศรษฐกิจการผลิตแบบพึ่งพาตนเองเป็นหลัก คือการทำให้พอกินพอใช้ทั้งในครอบครัว ชุมชน และเครือข่าย เป็นการประกอบการโดยชุมชนที่มีสมาชิกอยู่ในชุมชนมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการผลิต การค้า และการเงิน โดยมีเป้าหมายให้เกิดผลิตผลทั้งด้านเศรษฐกิจ คือ การสร้างรายได้และอาชีพ และด้านสังคมคือ การสร้างความกลมเกลียวกันระหว่างครอบครัว ชุมชน ให้เกิดการร่วมคิด ร่วมทำ และรับผิดชอบร่วมกัน ธุรกิจชุมชนจึงต้องอาศัยการรวมกลุ่มเพื่อผนึกกำลังสร้างศักยภาพการทำงานภายในชุมชน ทั้งยังสร้างเครือข่ายองค์กรชาวบ้าน และเกิดความร่วมมือกันระหว่างชุมชน สังคม และหน่วยงานต่างๆภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและมั่นคง นอกจากนี้ ธุรกิจชุมชนยังเป็นเรื่องของการประกอบการเพื่อจัดการกับ “ทุน” ที่มีอยู่ในชุมชนอย่างบูรณาการเพื่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองได้ อย่างไรก็ตาม ทุนนั้นไม่ได้หมายถึงเพียงแค่ตัวเงิน แต่ยังรวมถึงทรัพยากร ผลิตผล ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุนทางวัฒนธรรม และ ทุนทางสังคม

การผลิตวิถีของธุรกิจชุมชนดังที่กล่าวมาสามารถเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาความรู้ที่มีอยู่ ภูมิปัญญาเหล่านี้เป็นความรู้ความสามารถที่บรรพบุรุษ ได้สร้างสรรค์อย่างมีเอกลักษณ์และถ่ายทอดมาให้กับคนรุ่นหลังได้นำไปใช้ประโยชน์ในการทำมาหากิน หรือแม้แต่นำไปประยุกต์ในการสร้างรายได้เชิงพาณิชย์ ความคิดสร้างสรรค์จึงถือได้ว่าก่อให้เกิดคุณประโยชน์ต่อทั้งชาวบ้าน ชุมชน และมีความสำคัญต่อธุรกิจชุมชนที่ต้องอาศัยกระบวนการเรียนรู้และนำไปใช้อย่างสร้างสรรค์เพื่อคิดค้นสิ่งใหม่ที่สัมพันธ์หรือสามารถผสมผสานกับเอกลักษณ์แบบดั้งเดิม และสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน

เป็นที่ยอมรับว่า ความคิดสร้างสรรค์กลายเป็นศักยภาพในการสร้างสิ่งใหม่ที่แปลกใหม่และมีมูลค่าให้เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจโลกและมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ความสำเร็จแบบก้าวกระโดดของธุรกิจล้วนเป็นผลพวงมาจากการสร้างความแตกต่างแบบมีเอกลักษณ์จากคู่แข่งรายอื่น และสามารถรักษาความเป็นสินค้าที่ทดแทนไม่ได้ในระยะยาว ในโลกธุรกิจนั้น ดังนั้นความคิดริเริ่มอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ ในการสร้างสรรค์ความคิดนั้นจะต้องมีประโยชน์สามารถทำได้จริง และต้องสื่อสารความหมายไปยังกลุ่มเป้าหมายได้

ด้วยเหตุนี้จึงเกิดความมุ่งหมายในการจัดทำคู่มือเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนที่มุ่งเน้น ไปยังประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในภูมิภาคตะวันตก สามารถก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงผลลัพธ์ หน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และศูนย์ส่งเสริมธุรกิจชุมชนในการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อพัฒนารูปแบบและวิธีการจัดการของธุรกิจชุมชนให้สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และมีมาตรฐานทางการจัดการที่สูงขึ้นต่อไป

### 1. โครงสร้างของเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน

โครงสร้างของเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในแต่ละองค์ประกอบหลักแสดงได้ ดังภาพที่ 1

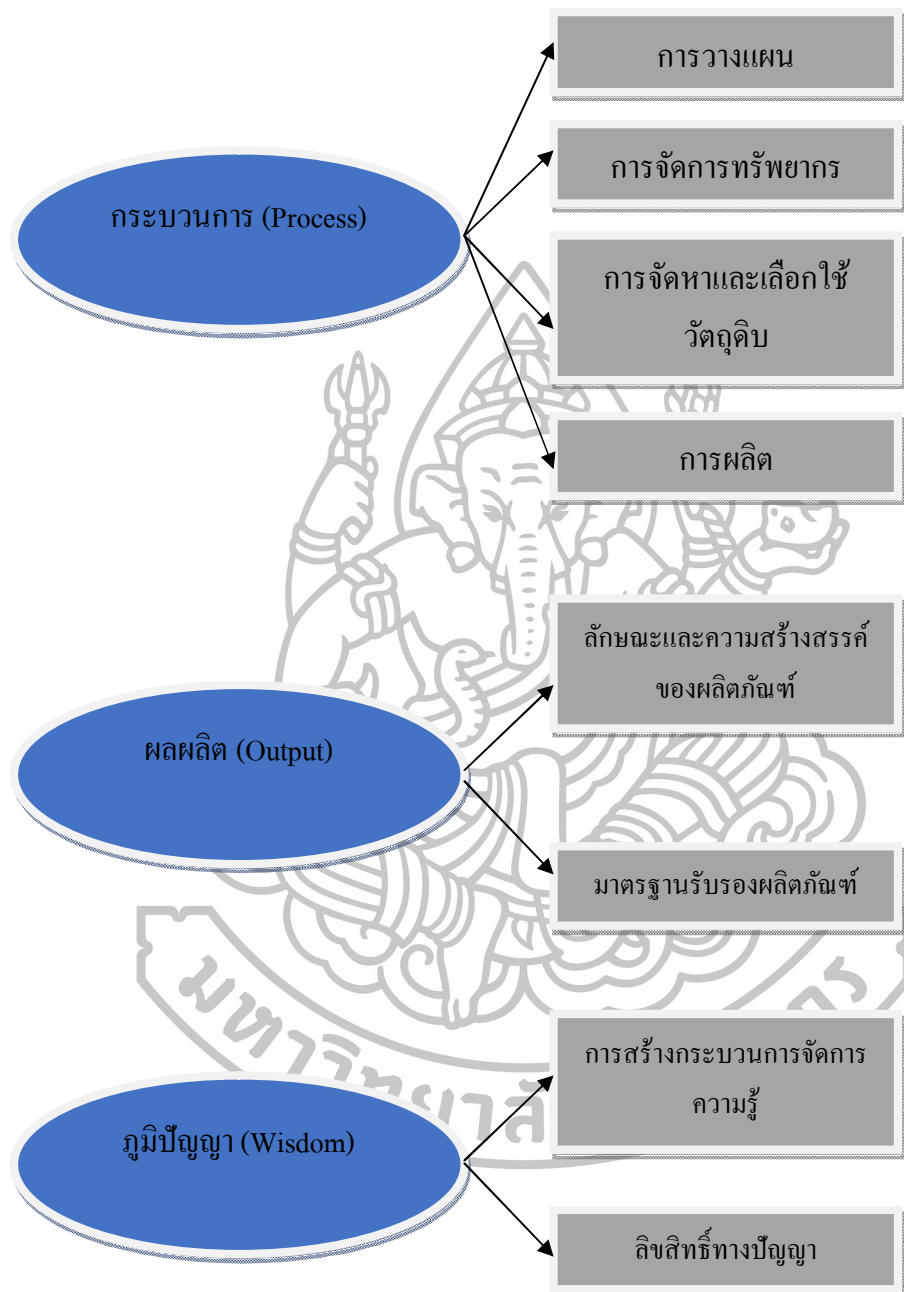


ภาพที่ 30 โครงสร้างของเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน  
พิจารณาโครงสร้างองค์ประกอบหลักของเกณฑ์

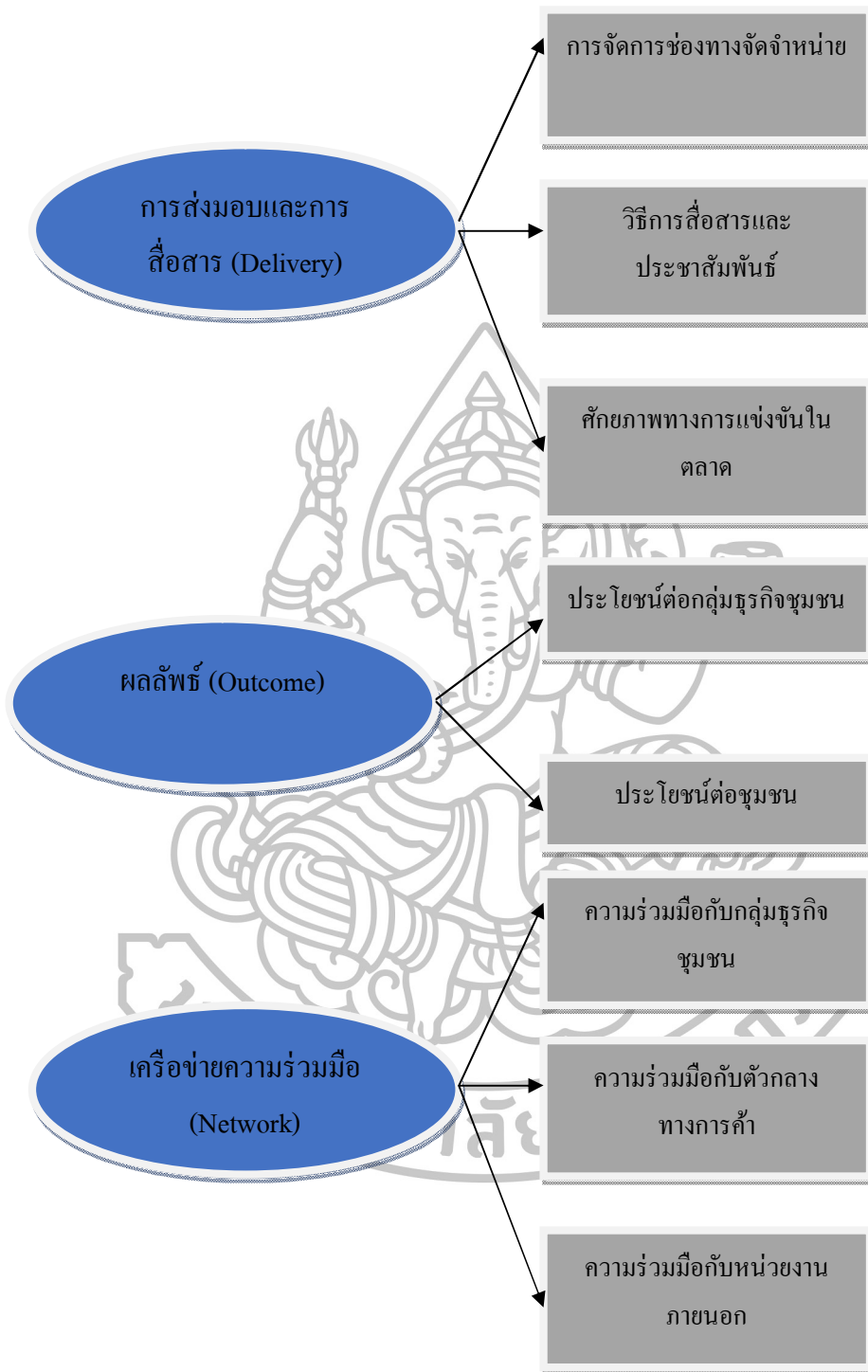


ภาพที่ 31 โครงสร้างองค์ประกอบหลักของเกณฑ์และสามารถพิจารณาดัชนีประเมินขององค์ประกอบย่อยได้

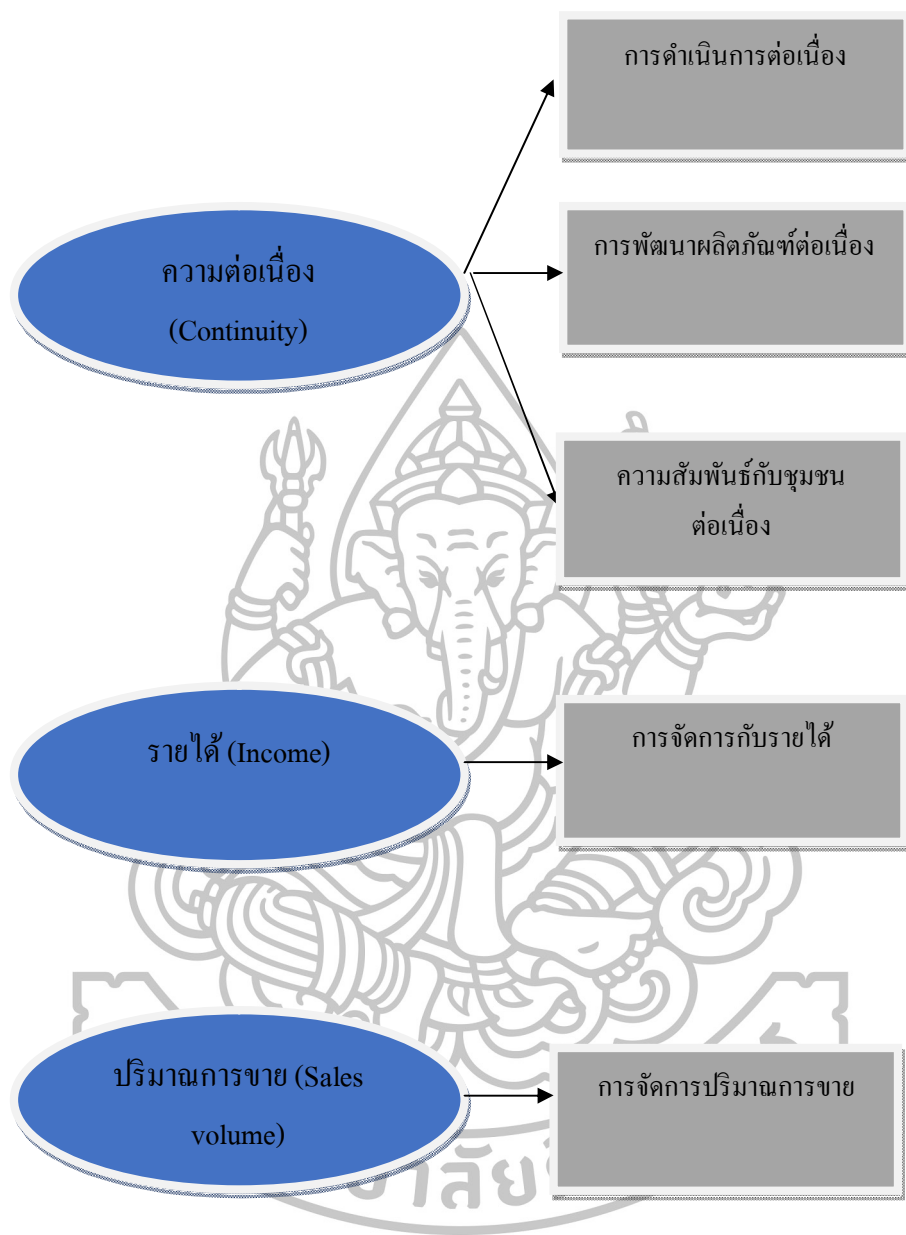




ภาพที่ 32 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) มี 3 องค์ประกอบย่อย และ 8 ขั้นตอนการประเมิน



ภาพที่ 33. การดำเนินการที่เกิดคุณค่า (Valuable)



## 2. มาตรฐานของเกณฑ์การประเมิน

### มาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน

เกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของ กลุ่มธุรกิจชุมชนมี 3 องค์ประกอบหลัก 9 องค์ประกอบย่อย และ 21 ดัชนีการประเมิน ดังนี้

#### องค์ประกอบหลัก 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)

องค์ประกอบย่อย 1.1 กระบวนการ (Process) หมายถึง กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน เป็นการประเมินเกี่ยวกับการวางแผนงานและกำหนดนโยบาย การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลหรือสมาชิกกลุ่ม การจัดหาและคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ในการดำเนินงาน ตลอดจนกระบวนการผลิต โดยการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์นั้น จะต้องมีวิธีการดำเนินงานที่เป็นแบบแผนและวิธีการที่สร้างสรรค์ตั้งแต่ต้นจึงจะมีประสิทธิภาพ

##### ดัชนีประเมิน 1.1.1 การวางแผน

##### รายการประเมิน :

ข้อที่ 1 มีแรงบันดาลใจ และเป้าหมายการดำเนินการที่เห็นได้อย่างชัดเจน

##### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 2 มีการกำหนดแผนธุรกิจชุมชน

##### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 3 มีการวางโครงสร้างบริหารจัดการ

##### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้



### ดัชนีประเมิน 1.1.2 การจัดการทรัพยากรบุคคล

#### รายการประเมิน :

ข้อที่ 4 มีการรับสมาชิกหรือแรงงานที่อาศัยอยู่ภายในชุมชนเป็นหลัก

#### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 5 มีการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทั้งจากการจัดกิจกรรมอบรมภายในและภายนอกอย่างต่อเนื่อง

#### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 6 มีวิธีการสร้างแรงจูงใจให้กับสมาชิกกลุ่มในการทำงาน

#### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

### ดัชนีประเมิน 1.1.3 การจัดหาและเลือกใช้วัสดุดิบ

#### รายการประเมิน :

ข้อที่ 7 มีการกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยของวัสดุดิบ

#### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 8 มีการใช้วัสดุดิบที่หาได้ในชุมชนและไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม

#### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 9 มีการติดต่อผู้จัดหาวัตถุดิบจากภายนอกโดยมีมาตรฐานกำหนด

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 10 มีการส่งเสริมให้สมาชิกเพาะปลูกวัตถุดิบภายในชุมชน

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ดัชนีประเมิน 1.1.4 การผลิต

รายการประเมิน :

ข้อที่ 11 มีวิธีการปรับกำลังการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของตลาด

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 12 มีวิธีการตรวจสอบคุณภาพการผลิต

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 13 มีการคิดวิธีการลดต้นทุนในการผลิต

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

องค์ประกอบย่อย 1.2 ผลผลิต (Output) หมายถึง ผลผลิตจากการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน พิจารณาในด้านของลักษณะและความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ที่ควรมีความแตกต่างเป็น

เอกลักษณ์เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันในตลาด การที่ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานการรับรองผลิตภัณฑ์

#### ดัชนีประเมิน 1.2.1 ลักษณะและความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์

##### รายการประเมิน :

ข้อที่ 14 มีการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีเอกลักษณ์ แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปในท้องตลาด

##### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 15 มีการผสมผสานองค์ความรู้สมัยใหม่ในตัวผลิตภัณฑ์

##### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 16 มีการใส่ความเป็นมาหรือเรื่องราวลงในภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

##### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

#### ดัชนีประเมิน 1.2.2 มาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์

##### รายการประเมิน :

ข้อที่ 17 ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ

##### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

องค์ประกอบย่อย 1.3 ภูมิปัญญา (Wisdom) หมายถึง ต้นทุนทางปัญญาของชุมชน มุ่งพิจารณากระบวนการจัดการความรู้ของชุมชนตั้งแต่การแสวงหาความรู้ กระบวนการจัดเก็บองค์

ความรู้ ความสามารถในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือต่างๆ รวมถึงการได้รับลิขสิทธิ์ทางปัญญาจากการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา

**ดัชนีประเมิน 1.3.1 การสร้างกระบวนการจัดการความรู้**

**รายการประเมิน :**

ข้อที่ 18 มีการสร้างความรู้จากประสบการณ์ทำงาน

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 19 มีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเดิมกับความรู้สมัยใหม่

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 20 มีวิธีการจัดเก็บองค์ความรู้

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 21 มีวิธีการแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดองค์ความรู้แก่สมาชิกกลุ่ม

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 22 มีการนำไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจชุมชน

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

### ดัชนีประเมิน 1.3.2 ลิขสิทธิ์ทางปัญญา

รายการประเมิน :

ข้อที่ 23 มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

องค์ประกอบหลัก 2 การดำเนินการที่เกิดคุณค่า (Valuable)

องค์ประกอบย่อย 2.1 การส่งมอบและการสื่อสาร (Delivery) หมายถึง การส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือการสื่อสารด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้มุ่งพิจารณาองค์ประกอบต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย และวิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

ดัชนีประเมิน 2.1.1 การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย

รายการประเมิน :

ข้อที่ 24 มีการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายภายนอกชุมชน

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 25 มีหน้าร้านแสดงสินค้าภายในชุมชน

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 26 มีการนำผลิตภัณฑ์ไปออกงานแสดงสินค้า

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

### ดัชนีประเมิน 2.1.2 วิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

รายการประเมิน :

ข้อที่ 27 มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 28 มีวิธีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

### ดัชนีประเมิน 2.1.3 ศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด

รายการประเมิน :

ข้อที่ 29 มีการศึกษาโอกาสและช่องทางการตลาด

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 30 มีการศึกษาความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะจากมุมมองผู้บริโภค ด้วยหลัก “SPAE” ได้แก่ การศึกษาแรงจูงใจ (Stimulus) การรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า (Perceived Quality) การรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ (Awareness) และการได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์ (Equity)

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อ 31 มีความสามารถ หรือวิธีการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางการตลาดเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

องค์ประกอบย่อย 2.2 ผลลัพธ์ (Outcome) หมายถึง ผลประโยชน์และคุณค่าที่เกิดขึ้นจากกระบวนการของธุรกิจชุมชน เกณฑ์การประเมินจะพิจารณาจากประโยชน์ 2 ด้าน ได้แก่ ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน และประโยชน์ต่อชุมชน

ดัชนีประเมิน 2.2.1 ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน

รายการประเมิน :

ข้อที่ 32 มีการให้คำตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 33 มีการให้สวัสดิการแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 34 มีวิธีการนำเสนอให้สมาชิกได้เข้าใจถึงผลประโยชน์ที่ได้รับ

เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ดัชนีประเมิน 2.2.2 ประโยชน์ต่อชุมชน



**รายการประเมิน :**

ข้อที่ 35 มีวิธีการให้ผลตอบแทนทางตรงหรือทางอ้อมในระดับชุมชน  
เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชน

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

**องค์ประกอบย่อย 2.3** เครือข่ายความร่วมมือ (Network) หมายถึง การมีวิธีการสร้าง  
เครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน ร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า และการให้ความ  
ร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องที่ก่อให้เกิดประสิทธิผล และเอื้อประโยชน์ต่อ  
การดำเนินการและการตลาด

**ดัชนีประเมิน 2.3.1** ความร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจชุมชน

**รายการประเมิน :**

ข้อที่ 36 มีการสนับสนุนระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 37 มีการใช้ระบบที่เลี้ยงกับกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่นๆเพื่อแลกเปลี่ยน  
ความรู้และให้คำปรึกษาทางด้านการจัดการ

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้



**ดัชนีประเมิน 2.3.2 ความร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า**

**รายการประเมิน :**

ข้อที่ 38 มีการจัดจำหน่ายสินค้าโดยผ่านตัวกลางทางการค้า

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 39 มีวิธีการเข้าถึง สร้างสัมพันธ์และติดต่อกับตัวกลางทางการค้า

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

**ดัชนีประเมิน 2.3.3 ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก**

**รายการประเมิน :**

ข้อที่ 40 มีการขอความช่วยเหลือและความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา หรือ หน่วยงานวิจัยภาครัฐและเอกชน

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อ 41 มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ หรือให้ความร่วมมือในการพัฒนาการจัดการธุรกิจชุมชน

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

**องค์ประกอบย่อย 2.4 ความต่อเนื่อง (Continuity)** หมายถึง การมีวิธีการสร้างความต่อเนื่องหรือพัฒนาการของธุรกิจชุมชนจากการวางแผนและปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ผู้วิจัยมุ่งพิจารณาถึงด้านการดำเนินงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความสัมพันธ์กับชุมชนที่มีความต่อเนื่อง อันจะก่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาสานต่อของธุรกิจชุมชน

**ดัชนีประเมิน 2.4.1 การดำเนินการต่อเนื่อง**

**รายการประเมิน :**

**ข้อที่ 42** มีการปรับวิธีการดำเนินการจากประสบการณ์ที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่อง

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

**ข้อที่ 43** มีการคิดวางแผนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

**ดัชนีประเมิน 2.4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง**

**รายการประเมิน :**

**ข้อที่ 44** มีการคิดค้น พัฒนาคุณภาพและความหลากหลายผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

**เกณฑ์การให้คะแนน :**

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

### ดัชนีประเมิน 2.4.3 ความสัมพันธ์กับชุมชนต่อเนื่อง

#### รายการประเมิน :

ข้อที่ 45 มีวิธีการทำให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญและการเข้ามามีส่วนร่วมกับธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

#### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

#### องค์ประกอบหลัก 3 ผลประกอบการ (Volume)

องค์ประกอบย่อย 3.1 รายได้ (Income) รายได้ในลักษณะของผลประกอบการ โดยพิจารณาระบบวิธีการจัดสรรกับรายได้ที่เกิดขึ้น

#### ดัชนีประเมิน 3.1.1 การจัดการกับรายได้

#### รายการประเมิน :

ข้อที่ 46 มีการจัดทำบัญชีเกี่ยวกับรายได้จากการขายไว้อย่างชัดเจน

#### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 47 มีการนำข้อมูลด้านบัญชีไปใช้ประโยชน์ในการบริหารการเงินภายในกลุ่มสมาชิก

#### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

องค์ประกอบย่อย 3.2 ปริมาณการขาย (Sales volume) หมายถึง ปริมาณการขาย โดยพิจารณาถึงวิธีการจัดการกับข้อมูลด้านปริมาณการขายที่มีการจดบันทึก และนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ในการผลิต การจัดการทรัพยากรบุคคลหรือการดำเนินงานต่างๆหรือไม่ และอย่างไร

### ดัชนีประเมิน 3.2.1 การจัดการปริมาณการขาย

#### รายการประเมิน :

ข้อที่ 48 มีการจัดบันทึกข้อมูลปริมาณการขาย

#### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

ข้อที่ 49 มีการนำข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการขายไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการผลิตและการตลาด

#### เกณฑ์การให้คะแนน :

คะแนน 0	คะแนน 1
ไม่มีหลักฐานประเมินไม่ได้	มีหลักฐานประเมินได้

จากเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถสรุปโครงสร้างภาพรวม ได้ดังตารางที่ 1

สรุปภาพรวมโครงสร้างเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	ดัชนีประเมิน	รายการประเมิน
การสร้างความมูลค่าเพิ่ม (Value added)	1.1 กระบวนการ (Process)	1.1.1 การวางแผน	3 ข้อ
		1.1.2 การจัดการทรัพยากรบุคคล	3 ข้อ
		1.1.3 การจัดหาและเลือกใช้วัตถุดิบ	4 ข้อ
		1.1.4 การผลิต	3 ข้อ
	1.2 ผลผลิต (Output)	1.2.1 ลักษณะและความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์	3 ข้อ
		1.2.2 มาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์	1 ข้อ
	1.3 ภูมิปัญญา (Wisdom)	1.3.1 การสร้างกระบวนการจัดการความรู้	5 ข้อ

		1.3.2 ลิขสิทธิ์ทางปัญญา	1 ข้อ
องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	ดัชนีประเมิน	รายการประเมิน
การดำเนินการที่ เกิดคุณค่า (Valuable)	2.1 การส่งมอบและการ สื่อสาร (Delivery)	2.1.1 การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย	3 ข้อ
		2.1.2 วิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์	2 ข้อ
		2.1.3 ศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด	3 ข้อ
	2.2 ผลลัพธ์ (Outcome)	2.2.1 ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน	3 ข้อ
		2.2.2 ประโยชน์ต่อชุมชน	1 ข้อ
	2.3 เครือข่ายความร่วมมือ (Network)	2.3.1 ความร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจชุมชน	2 ข้อ
		2.3.2 ความร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า	2 ข้อ
		2.3.3 ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก	2 ข้อ
	2.4 ความต่อเนื่อง (Continuity)	2.4.1 การดำเนินการต่อเนื่อง	2 ข้อ
		2.4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง	1 ข้อ
		2.4.3 ความสัมพันธ์กับชุมชนต่อเนื่อง	1 ข้อ
	ผลประกอบการ (Volume)ผลิต	3.1 รายได้ (Income)	3.1.1 การจัดการกับรายได้
3.2 ปริมาณการขาย (Sales volume)		3.2.1 การจัดการปริมาณการขาย	2 ข้อ



## 3.วิธีการประเมินและเกณฑ์การให้คะแนน

แนวทางและหลักฐานที่ใช้ในการประเมิน

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาระ/สังเกต
<b>องค์ประกอบหลัก 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)</b>	
<b>องค์ประกอบย่อย 1.1 กระบวนการ (Process)</b>	
<b>ดัชนีประเมิน 1.1.1 การวางแผน</b>	
ข้อที่ 1 มีแรงบันดาลใจ และเป้าหมายการดำเนินการที่เห็นได้อย่างชัดเจน	- เอกสารเกี่ยวกับเป้าหมายการดำเนินการของกลุ่มธุรกิจชุมชน - เอกสารการประชุม
ข้อที่ 2 มีการกำหนดแผนธุรกิจชุมชน	- เอกสารเกี่ยวกับแผนธุรกิจชุมชน - ภาพถ่าย, เอกสารการประชุม
ข้อที่ 3 มีการวางโครงสร้างบริหารจัดการ	- แผนผังโครงสร้างบริหารงาน - ภาพถ่าย, เอกสารการประชุม
<b>ดัชนีประเมิน 1.1.2 การจัดการทรัพยากรบุคคล</b>	
ข้อที่ 4 มีการรับสมัครหรือแรงงานที่อาศัยอยู่ภายในชุมชนเป็นหลัก	- เอกสารแสดงวิธีการคัดเลือกคุณสมบัติสมาชิก - เอกสารแสดงการพิจารณาบุคคลเข้ามาเป็นสมาชิก
ข้อที่ 5 มีการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทั้งจากการจัดกิจกรรมอบรมภายในและภายนอกอย่างต่อเนื่อง	- เอกสาร โครงการอบรมหรือคู่มือ - จำนวนครั้งที่อบรมหรือคู่มือ - บอร์ดกิจกรรม, ภาพถ่าย

ข้อที่ 6 มีวิธีการสร้างแรงจูงใจให้กับสมาชิกกลุ่มในการทำงาน	- เอกสารแสดงแผนการบริหารงาน
<b>รายการประเมิน</b>	<b>หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/สังเกต</b>
<b>ดัชนีประเมิน 1.1.3 การจัดหาและเลือกใช้วัตถุดิบ</b>	
ข้อที่ 7 มีการกำหนดคุณภาพและความปลอดภัยของวัตถุดิบ	- เอกสารแสดงเงื่อนไขและข้อกำหนดในการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ
<b>รายการประเมิน</b>	<b>หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/สังเกต</b>
ข้อที่ 8 มีการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชนและไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม	- หลักฐานรายการวัตถุดิบในชุมชน - ภาพถ่ายแหล่งวัตถุดิบในชุมชน
ข้อที่ 9 มีการติดต่อผู้จัดหาวัตถุดิบจากภายนอกโดยมีมาตรฐานกำหนด	- ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดหาวัตถุดิบภายนอก
ข้อที่ 10 มีการส่งเสริมให้สมาชิกเพาะปลูกวัตถุดิบภายในชุมชน	- ภาพถ่าย, เอกสารแสดงข้อมูลการเพาะปลูก - ผลจากการสัมภาษณ์
<b>ดัชนีประเมิน 1.1.4 การผลิต</b>	
ข้อที่ 11 มีวิธีการปรับกำลังการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของตลาด	- เอกสารแสดงวิธีการควบคุมการผลิต
ข้อที่ 12 มีวิธีการตรวจสอบคุณภาพการผลิต	- เอกสารแสดงเครื่องมือที่ใช้ หรือแรงงานคน - เอกสารแสดงมาตรฐานรับรองการผลิต - เอกสารแสดงขั้นตอนการผลิต

ข้อที่ 13 มีการคิดวิธีการลดต้นทุนในการผลิต	- หลักฐานแสดงการบำบัดของเสีย เช่น การคัดแยกขยะก่อนนำไปทิ้ง บ่อบำบัดน้ำเสีย เครื่องกรองอากาศ เป็นต้น
<b>องค์ประกอบย่อย 1.2 ผลผลิต (Output)</b>	
<b>ดัชนีประเมิน 1.2.1 ลักษณะและความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์</b>	
<b>รายการประเมิน</b>	<b>หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต</b>
ข้อที่ 14 มีการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีเอกลักษณ์ แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปในท้องตลาด	- จำนวนและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ - การใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์
ข้อที่ 15 มีการผสมผสานองค์ความรู้สมัยใหม่ในตัวผลิตภัณฑ์	- การนำเสนอความเป็นมาหรือเรื่องราวของผลิตภัณฑ์
ข้อที่ 16 มีการใส่ความเป็นมาหรือเรื่องราวลงในภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	- เอกสารหรือรางวัลที่แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์
<b>ดัชนีประเมิน 1.2.2 มาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์</b>	
ข้อที่ 17 ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพ	- เอกสาร, ใบรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐหรือในระดับชุมชนที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์
<b>รายการประเมิน</b>	<b>หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต</b>
<b>องค์ประกอบย่อย 1.3 ภูมิปัญญา (Wisdom)</b>	
<b>ดัชนีประเมิน 1.3.1 การสร้างกระบวนการจัดการความรู้</b>	
ข้อที่ 18 มีการสร้างความรู้จากประสบการณ์ทำงาน	- เอกสาร โครงการอบรมหรือคู่มือ - จำนวนครั้งที่อบรมหรือคู่มือ - บอร์ดกิจกรรม, ภาพถ่าย - การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้



ข้อที่ 19 มีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเดิมกับความรู้สมัยใหม่	- เอกสารการประชุม - จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ - หลักฐานผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับความรู้สมัยใหม่
ข้อที่ 20 มีวิธีการจัดเก็บองค์ความรู้	- หลักฐานแสดงการจัดเก็บองค์ความรู้
ข้อที่ 21 มีวิธีการแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดองค์ความรู้แก่สมาชิกกลุ่ม	- หลักฐานการแลกเปลี่ยนความรู้
<b>รายการประเมิน</b>	<b>หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต</b>
ข้อที่ 22 มีการนำไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจชุมชน	- หลักฐานผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือองค์ความรู้ - จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้
<b>ดัชนีประเมิน 1.3.2 ลิขสิทธิ์ทางปัญญา</b>	
ข้อที่ 23 มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา	- ใบรับรองด้านทรัพย์สินทางปัญญาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - ใบประกาศนียบัตรด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น
<b>รายการประเมิน</b>	<b>หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต</b>
<b>องค์ประกอบหลัก 2 การดำเนินการที่เกิดคุณค่า (Valuable)</b>	
<b>องค์ประกอบย่อย 2.1 การส่งมอบและการสื่อสาร (Delivery)</b>	
<b>ดัชนีประเมิน 2.1.1 การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย</b>	
ข้อที่ 24 มีการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายภายนอกชุมชน	- รายการแสดงจำนวนสถานที่จำหน่าย - บันทึกแสดงการออกงานแสดงสินค้า
ข้อที่ 25 มีหน้าร้านแสดงสินค้าภายในชุมชน	- ภาพถ่ายหน้าร้านจำหน่ายภายในชุมชน

ข้อที่ 26 มีการนำผลิตภัณฑ์ไปออกงานแสดงสินค้า	- บันทึกแสดงการออกงานแสดงสินค้า
รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต
<b>ดัชนีประเมิน 2.1.2 วิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์</b>	
ข้อที่ 27 มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์	- หลักฐานแสดงประเภทและจำนวนของ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์
	- เอกสารแสดงการติดต่อกับหน่วยงาน อื่น
รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต
ข้อที่ 28 มีวิธีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น	
<b>ดัชนีประเมิน 2.1.3 ศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด</b>	
ข้อที่ 29 มีการศึกษาโอกาสและช่องทางการตลาด	- เอกสารเกี่ยวกับแผนทางการตลาด
ข้อที่ 30 มีการศึกษาความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะจากมุมมองผู้บริโภคด้วยหลัก “SPAE” ได้แก่ การศึกษาแรงจูงใจ (Stimulus) การรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า (Perceived Quality) การรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ (Awareness) และการได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์ (Equity)	- ผลการประเมินความคิดเห็นจาก ผู้บริโภค
ข้อ 31 มีความสามารถ หรือวิธีการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางการตลาดเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้	- ผลจากการสัมภาษณ์ - เอกสารเกี่ยวกับแผนทางการตลาด
<b>องค์ประกอบย่อย 2.2 ผลลัพธ์ (Outcome)</b>	
<b>ดัชนีประเมิน 2.2.1 ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน</b>	
ข้อที่ 32 มีการให้คำตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	- เอกสารแสดงการจ่ายคำตอบแทน
รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต

ข้อที่ 33 มีการให้สวัสดิการแก่สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	- เอกสารแสดงหลักฐานเกี่ยวกับการให้สวัสดิการ
ข้อที่ 34 มีวิธีการนำเสนอให้สมาชิกได้เข้าใจถึงผลประโยชน์ที่ได้รับ	- เอกสารเกี่ยวกับการบริหารงาน - ผลการสัมภาษณ์
<b>ดัชนีประเมิน 2.2.2 ประโยชน์ต่อชุมชน</b>	
<b>รายการประเมิน</b>	<b>หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/สังเกต</b>
ข้อที่ 35 มีวิธีการให้ผลตอบแทนทางตรงหรือทางอ้อมในระดับชุมชนเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชน	- หลักฐานแสดงการช่วยเหลือชุมชนด้วยสิ่งของ กองทุน หรือการออกงานสาธารณะในชุมชน
<b>องค์ประกอบย่อย 2.3 เครือข่ายความร่วมมือ (Network)</b>	
<b>ดัชนีประเมิน 2.3.1 ความร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจชุมชน</b>	
ข้อที่ 36 มีการสนับสนุนระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน	- เอกสารแสดงจำนวนของกลุ่มธุรกิจชุมชนรายอื่นที่เป็นเครือข่าย - เอกสารแสดงความร่วมมือของธุรกิจชุมชนในเครือข่าย
ข้อที่ 37 มีการใช้ระบบที่เลี้ยงกับกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่นๆเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และให้คำปรึกษาทางด้านการจัดการ	- เอกสารการประชุม - เอกสารแสดงการให้ความร่วมมือในลักษณะระบบที่เลี้ยง - ผลการสัมภาษณ์
<b>ดัชนีประเมิน 2.3.2 ความร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า</b>	
ข้อที่ 38 มีการจัดจำหน่ายสินค้าโดยผ่านตัวกลางทางการค้า	- เอกสารจำนวนตัวกลางทางการค้าที่มีข้อตกลงร่วมกัน
ข้อที่ 39 มีวิธีการเข้าถึง สร้างสัมพันธ์และติดต่อกับตัวกลางทางการค้า	- เอกสารเกี่ยวกับตัวกลางทางการค้า - ผลการสัมภาษณ์

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต
<b>ดัชนีประเมิน 2.3.3 ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก</b>	
ข้อที่ 40 มีการขอความช่วยเหลือและความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา หรือ หน่วยงานวิจัยภาครัฐ และเอกชน	- เอกสารเกี่ยวข้องกับความร่วมมือเชิงวิชาการกับหน่วยงานภายนอก - รูปภาพประกอบ
ข้อที่ 41 มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาให้คำแนะนำช่วยเหลือ หรือให้ความร่วมมือในการพัฒนาการจัดการธุรกิจชุมชน	- เอกสารแสดงการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ - กิจกรรม, ภาพถ่าย
<b>องค์ประกอบย่อย 2.4 ความต่อเนื่อง (Continuity)</b>	
<b>ดัชนีประเมิน 2.4.1 การดำเนินการต่อเนื่อง</b>	
ข้อที่ 42 มีการปรับวิธีการดำเนินการจากประสบการณ์ที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่อง	- เอกสารเกี่ยวกับแผนงานหรือการดำเนินงานของกลุ่ม - ประวัติการดำเนินงานของกลุ่ม
ข้อที่ 43 มีการคิดวางแผนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง	- เอกสารเกี่ยวกับแผนงานหรือการดำเนินงานของกลุ่ม - ประวัติการดำเนินงานของกลุ่ม
<b>ดัชนีประเมิน 2.4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง</b>	
ข้อที่ 44 มีการคิดค้น พัฒนาคุณภาพและความหลากหลายผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	- แผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความต่อเนื่อง - ข้อมูลประวัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์
<b>ดัชนีประเมิน 2.4.3 ความสัมพันธ์กับชุมชนต่อเนื่อง</b>	
ข้อที่ 45 มีวิธีการทำให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญและการเข้ามามีส่วนร่วมกับธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง	- กิจกรรม, รูปภาพที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของชุมชน - ผลจากการสัมภาษณ์
<b>องค์ประกอบหลัก 3 ผลประกอบการ (Volume)</b>	
<b>องค์ประกอบย่อย 3.1 รายได้ (Income)</b>	
<b>ดัชนีประเมิน 3.1.1 การจัดการกับรายได้</b>	

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/สัมภาษณ์/ สังเกต
ข้อที่ 46 มีการจัดทำบัญชีเกี่ยวกับรายได้จากการขายไว้อย่างชัดเจน	- ข้อมูลด้านบัญชี
ข้อที่ 47 มีการนำข้อมูลด้านบัญชีไปใช้ประโยชน์ในการบริหารการเงินภายในกลุ่มสมาชิก	- เอกสารเกี่ยวกับการบริหารงาน
<b>องค์ประกอบย่อย 3.2 ปริมาณการขาย (Sales volume)</b>	
<b>ดัชนีประเมิน 3.2.1 การจัดการปริมาณการขาย</b>	
ข้อที่ 48 มีการจดบันทึกข้อมูลปริมาณการขาย	- ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้
ข้อที่ 49 มีการนำข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการขายไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการผลิตและการตลาด	- ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ - เอกสารเกี่ยวกับการบริหารงาน

จากโครงสร้างเกณฑ์ สามารถแบ่งออกตามช่วงคะแนนที่มีการคำนวณโดยใช้แนวทางการแบ่งช่วงชั้นคะแนนตามอัตรากำไร ดังนี้

ชั้นที่ 1 เกณฑ์การให้คะแนน

- ไม่มีหลักฐานไม่สามารถประเมินได้ ได้ 0 คะแนน
- มีหลักฐานสามารถประเมินได้ ได้ 1 คะแนน

ชั้นที่ 2 คำนวณความกว้างของอัตรากำไรชั้นของคะแนนของวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

ช่วงความกว้างของอัตรากำไรชั้นของคะแนน

$$\begin{aligned}
 &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{ช่วงคะแนน} \\
 &= (49 - 0) / 5 \\
 &= 9.8 \approx 10
 \end{aligned}$$

ดังนั้น สามารถกำหนดช่วงคะแนนเพื่อจัดระดับของวิสาหกิจชุมชน ด้วยความกว้างของช่วงคะแนนแต่ละชั้นเท่ากับ 10

ชั้นที่ 3 การจัดระดับตามช่วงคะแนน เพื่อใช้เป็นเกณฑ์การพิจารณาระดับ โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 1 คะแนน อยู่ในช่วงระดับคะแนนตั้งแต่ 0 – 9 อยู่ในระดับควรปรับปรุงอย่างยิ่ง

ระดับที่ 2 คะแนน อยู่ในช่วงระดับคะแนนตั้งแต่ 9.1 – 19 อยู่ในระดับควรปรับปรุง

ระดับที่ 3 คะแนน อยู่ในช่วงระดับคะแนนตั้งแต่ 19.1 – 29 อยู่ในระดับพอใช้  
ระดับที่ 4 คะแนน อยู่ในช่วงระดับคะแนนตั้งแต่ 29.1 – 39 อยู่ในระดับดี  
ระดับที่ 5 คะแนน อยู่ในช่วงระดับคะแนนตั้งแต่ 39.1 – 49 อยู่ในระดับดีมาก





## เกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการ

### เชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

#### คำชี้แจง :

แบบประเมินนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนมี 3 องค์ประกอบหลัก 9 องค์ประกอบย่อย และ 21 คัดนี้การประเมิน โดยแบบประเมิน แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 2 การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

#### ส่วนของผู้ประเมิน :

ชื่อ-สกุล ผู้ประเมิน .....ตำแหน่ง .....

หน่วยงาน ..... วัน เดือน ปี ที่ประเมิน .....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่รับการประเมิน

1. ชื่อกลุ่มธุรกิจชุมชน

.....

2. ชื่อผู้ให้ข้อมูล/ตำแหน่ง.....

3. ที่อยู่/ เบอร์โทรศัพท์.....

4. ปัจจุบันกลุ่มมีจำนวนสมาชิก..... คน ระยะเวลาในการดำเนินงาน .....ปี

5. ประเภทสินค้าสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารที่ธุรกิจชุมชนของท่านดำเนินการผลิตอยู่ คือ

.....

6. มูลค่าการขายสินค้าของธุรกิจชุมชนของท่านต่อปี.....

7. สินค้าของท่านมีการส่งออกหรือไม่  ส่งออก  ไม่ส่งออก

8. วัตถุประสงค์หลักของการผลิตสินค้าในกลุ่มธุรกิจชุมชนของท่านเป็นแบบใดเพื่อให้เกิดเป็นธุรกิจที่มีความสร้างสรรค์

เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทุนในชุมชน

เพื่อก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการดำเนินการ

เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ที่ดี

9. ปัจจุบันการดำเนินงานในธุรกิจชุมชนของท่านได้พึ่งพิงแหล่งเงินทุนใดบ้าง

ไม่ได้พึ่งพิง เลี้ยงตนเองได้

พึ่งพิงเงินทุนจากธนาคาร

พึ่งพิงจากสมาชิกของกลุ่ม

พึ่งพิงจากระบบสหกรณ์

อื่นๆ





## ตอนที่ 2 การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

### คำชี้แจงสำหรับผู้ประเมิน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องใดช่องหนึ่งในแต่ละข้อคำถามตามระดับความคิดเห็นของท่านและข้อเสนอแนะลงในช่องข้อเสนอแนะที่กำหนดดังต่อไปนี้

- 1 ไม่มีหลักฐาน ไม่สามารถประเมินได้
- 0 ไม่แน่ใจ
- 1 มีหลักฐาน สามารถประเมินได้

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/ สัมภาษณ์/สังเกต	1	0	-1	ข้อเสนอ แนะ
<b>องค์ประกอบหลัก 1 การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added)</b>					
<b>องค์ประกอบย่อย 1.1 กระบวนการ (Process)</b>					
<b>ดัชนีประเมิน 1.1.1 การวางแผน</b>					
ข้อที่ 1 มีแรงบันดาลใจ และเป้าหมายการดำเนินการที่เห็นได้อย่างชัดเจน	- เอกสารเกี่ยวกับเป้าหมายการดำเนินการของกลุ่มธุรกิจชุมชน - เอกสารการประชุม				
ข้อที่ 2 มีการกำหนดแผนธุรกิจชุมชน	- เอกสารเกี่ยวกับแผนธุรกิจชุมชน - ภาพถ่าย, เอกสารการประชุม				
ข้อที่ 3 มีการวางโครงสร้างบริหารจัดการ	- แผนผังโครงสร้างบริหารงาน - ภาพถ่าย, เอกสารการประชุม				

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/ สัมภาษณ์/สังเกต	1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
<b>ดัชนีประเมิน 1.1.2 การจัดการทรัพยากรบุคคล</b>					
ข้อที่ 4 มีการรับสมาชิกหรือ แรงงานที่อาศัยอยู่ในชุมชน เป็นหลัก	- เอกสารแสดงวิธีการ คัดเลือกคุณสมบัติสมาชิก  - เอกสารแสดงการ พิจารณาบุคคลเข้ามาเป็น สมาชิก				
ข้อที่ 5 มีการพัฒนาศักยภาพของ สมาชิกกลุ่มทั้งจากการจัด กิจกรรมอบรมภายในและ ภายนอกอย่างต่อเนื่อง	- เอกสาร โครงการอบรม หรือดูงาน  - จำนวนครั้งที่อบรมหรือดู งาน  - บอร์ดกิจกรรม, ภาพถ่าย				
ข้อที่ 6 มีวิธีการสร้างแรงจูงใจ ให้กับสมาชิกกลุ่มในการทำงาน	- เอกสารแสดงแผนการ บริหารงาน				
<b>ดัชนีประเมิน 1.1.3 การจัดหาและเลือกใช้วัสดุุดิบ</b>					
ข้อที่ 7 มีการกำหนดคุณภาพและ ความปลอดภัยของวัสดุุดิบ	- เอกสารแสดงเงื่อนไขและ ข้อกำหนดในการควบคุม คุณภาพวัสดุุดิบ				
ข้อที่ 8 มีการใช้วัสดุุดิบที่หาได้ใน ชุมชน และ ไม่เป็น พิษ ต่อ สิ่งแวดล้อม	- หลักฐานรายการวัสดุุดิบ ในชุมชน  - ภาพถ่ายแหล่งวัสดุุดิบใน ชุมชน				
ข้อที่ 9 มีการติดต่อผู้จัดหาวัสดุุดิบ จากภายนอกโดยมีมาตรฐาน กำหนด	- ข้อกำหนดเกี่ยวกับการ จัดหาวัสดุุดิบภายนอก				

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/ สัมภาษณ์/สังเกต	1	0	-1	ข้อเสนอ แนะ
ข้อที่ 10 มีการส่งเสริมให้สมาชิก เพาะปลูกวัตถุดิบภายในชุมชน	- ภาพถ่าย, เอกสารแสดง ข้อมูลการเพาะปลูก - ผลจากการสัมภาษณ์				
<b>ดัชนีประเมิน 1.1.4 การผลิต</b>					
ข้อที่ 11 มีวิธีการปรับกำลังการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการ ของตลาด	- เอกสารแสดงวิธีการ ควบคุมการผลิต				
ข้อที่ 12 มีวิธีการตรวจสอบ คุณภาพการผลิต	- เอกสารแสดงเครื่องมือที่ใช้ หรือแรงงานคน - เอกสารแสดงมาตรฐาน รับรองการผลิต - เอกสารแสดงขั้นตอนการ ผลิต				
ข้อที่ 13 มีการคิดวิธีการลดต้นทุน ในการผลิต	- หลักฐานแสดงการบำบัด ของเสีย เช่น การคัดแยก ขยะก่อนนำไปทิ้ง บ่อ บำบัดน้ำเสีย เครื่องกรอง อากาศ เป็นต้น				

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/ สัมภาษณ์/สังเกต	1	0	-1	ข้อเสนอ แนะ
<b>องค์ประกอบย่อย 1.2 ผลผลิต (Output)</b>					
<b>ดัชนีประเมิน 1.2.1 ลักษณะและความสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์</b>					
ข้อที่ 14 มีการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ ชุมชนให้มีเอกลักษณ์ แตกต่าง จากผลิตภัณฑ์ทั่วไปในท้องตลาด	- จำนวนและความ หลากหลายของผลิตภัณฑ์				
ข้อที่ 15 มีการผสมผสานองค์ ความรู้สมัยใหม่ในตัวผลิตภัณฑ์	- การใช้ประโยชน์จาก ผลิตภัณฑ์				
ข้อที่ 16 มีการใส่ความเป็นมาหรือ เรื่องราวลงในภาพลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์	- การนำเสนอความเป็นมา หรือเรื่องราวของผลิตภัณฑ์  - เอกสารหรือรางวัลที่ แสดงถึงความคิด สร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์				
<b>ดัชนีประเมิน 1.2.2 มาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์</b>					
ข้อที่ 17 ผลิตภัณฑ์ได้รับการ รับรองคุณภาพ	- เอกสาร, ใบรับรอง มาตรฐานจากหน่วยงาน ภาครัฐหรือในระดับชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์				

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/ สัมภาษณ์/สังเกต	1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
องค์ประกอบย่อย 1.3 ภูมิปัญญา (Wisdom)					
ดัชนีประเมิน 1.3.1 การสร้างกระบวนการจัดการความรู้					
ข้อที่ 18 มีการสร้างความรู้จาก ประสบการณ์ทำงาน	- เอกสาร โครงการอบรม หรือคู่มือ - จำนวนครั้งที่อบรมหรือคู่มือ งาน - บอร์ดกิจกรรม, ภาพถ่าย - การจัดกิจกรรม แลกเปลี่ยนความรู้				
ข้อที่ 19 มีการประยุกต์ใช้ภูมิ ปัญญาเดิมกับความรู้สมัยใหม่	- เอกสารการประชุม - จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน ความรู้ - หลักฐานผลิตภัณฑ์ที่ได้ จากการใช้ภูมิปัญญา ท้องถิ่นกับความรู้สมัยใหม่				
ข้อที่ 20 มีวิธีการจัดเก็บองค์ ความรู้	- หลักฐานแสดงการจัดเก็บ องค์ความรู้				
ข้อที่ 21 มีวิธีการแลกเปลี่ยนและ ถ่ายทอดองค์ความรู้แก่สมาชิก กลุ่ม	- หลักฐานการแลกเปลี่ยน ความรู้				
ข้อที่ 22 มีการนำไปใช้ประโยชน์ ในธุรกิจชุมชน	- หลักฐานผลิตภัณฑ์ที่ได้ จากการใช้ภูมิปัญญา ท้องถิ่นหรือองค์ความรู้ - จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน ความรู้				

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/ สัมภาษณ์/สังเกต	1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
<b>ดัชนีประเมิน 1.3.2 ลิขสิทธิ์ทางปัญญา</b>					
ข้อที่ 23 มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา	- ใบรับรองด้านทรัพย์สินทางปัญญาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - ใบประกาศนียบัตรด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น				
<b>องค์ประกอบหลัก 2 การดำเนินการที่เกิดคุณค่า (Valuable)</b>					
<b>องค์ประกอบย่อย 2.1 การส่งมอบและการสื่อสาร (Delivery)</b>					
<b>ดัชนีประเมิน 2.1.1 การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย</b>					
ข้อที่ 24 มีการนำผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายภายนอกชุมชน	- รายการแสดงจำนวนสถานที่จำหน่าย - บันทึกแสดงการออกงานแสดงสินค้า				
ข้อที่ 25 มีหน้าร้านแสดงสินค้าภายในชุมชน	- ภาพถ่ายหน้าร้านจำหน่ายภายในชุมชน				
ข้อที่ 26 มีการนำผลิตภัณฑ์ไปออกงานแสดงสินค้า	- บันทึกแสดงการออกงานแสดงสินค้า				
<b>ดัชนีประเมิน 2.1.2 วิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์</b>					
ข้อที่ 27 มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์	- หลักฐานแสดงประเภทและจำนวนของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์				
ข้อที่ 28 มีวิธีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น	- เอกสารแสดงการติดต่อกับหน่วยงานอื่น				
<b>ดัชนีประเมิน 2.1.3 ศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด</b>					
ข้อที่ 29 มีการศึกษาโอกาสและช่องทางการตลาด	- เอกสารเกี่ยวกับแผนทางการตลาด				

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/ สัมภาษณ์/สังเกต	1	0	-1	ข้อเสนอ แนะ
ข้อที่ 30 มีการศึกษาความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะจากมุมมอง ผู้บริโภคร่วมด้วยหลัก “SPAЕ” ได้แก่ การศึกษาแรงจูงใจ (Stimulus) การ รับรู้ถึงคุณภาพสินค้า (Perceived Quality) การรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ (Awareness) และการได้คุณค่าจาก ผลิตภัณฑ์ (Equity)	- ผลการประเมินความ คิดเห็นจากผู้บริโภค				
ข้อ 31 มีความสามารถ หรือวิธีการ ปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของ สถานการณ์ทางการตลาดเพื่อให้ ธุรกิจอยู่รอดได้	- ผลจากการสัมภาษณ์ - เอกสารเกี่ยวกับแผนทาง การตลาด				
<b>องค์ประกอบย่อย 2.2 ผลลัพธ์ (Outcome)</b>					
<b>ดัชนีประเมิน 2.2.1 ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน</b>					
ข้อที่ 32 มีการให้คำตอบแทนแก่ สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	- เอกสารแสดงการจ่าย คำตอบแทน				
ข้อที่ 33 มีการให้สวัสดิการแก่ สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน	- เอกสารแสดงหลักฐาน เกี่ยวกับการให้สวัสดิการ				
ข้อที่ 34 มีวิธีการนำเสนอให้สมาชิก ได้เข้าใจถึงผลประโยชน์ที่ได้รับ	- เอกสารเกี่ยวกับการ บริหารงาน - ผลการสัมภาษณ์				
<b>ดัชนีประเมิน 2.2.2 ประโยชน์ต่อชุมชน</b>					
ข้อที่ 35 มีวิธีการให้ผลตอบแทน ทางตรงหรือทางอ้อมในระดับ ชุมชนเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของ ชุมชน	- หลักฐานแสดงการ ช่วยเหลือชุมชนด้วยสิ่งของ กองทุน หรือการออกงาน สาธารณะในชุมชน				

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/ สัมภาษณ์/สังเกต	1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
<b>องค์ประกอบย่อย 2.3 เครือข่ายความร่วมมือ (Network)</b>					
<b>ดัชนีประเมิน 2.3.1 ความร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจชุมชน</b>					
ข้อที่ 36 มีการสนับสนุนระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน	- เอกสารแสดงจำนวนของกลุ่มธุรกิจชุมชนรายอื่นที่เป็นเครือข่าย - เอกสารแสดงความร่วมมือของธุรกิจชุมชนในเครือข่าย				
ข้อที่ 37 มีการใช้ระบบพี่เลี้ยงกับกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่น ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และให้คำปรึกษาทางด้านการจัดการ	- เอกสารการประชุม - เอกสารแสดงการให้ความร่วมมือในลักษณะระบบพี่เลี้ยง - ผลการสัมภาษณ์				
<b>ดัชนีประเมิน 2.3.2 ความร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า</b>					
ข้อที่ 38 มีการจัดจำหน่ายสินค้าโดยผ่านตัวกลางทางการค้า	- เอกสารจำนวนตัวกลางทางการค้าที่มีข้อตกลงร่วมกัน				
ข้อที่ 39 มีวิธีการเข้าถึง สร้างสัมพันธ์และติดต่อกับตัวกลางทางการค้า	- เอกสารเกี่ยวกับตัวกลางทางการค้า - ผลการสัมภาษณ์				
<b>ดัชนีประเมิน 2.3.3 ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก</b>					
ข้อที่ 40 มีการขอความช่วยเหลือและความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา หรือ หน่วยงานวิจัยภาครัฐและเอกชน	- เอกสารเกี่ยวข้องกับความร่วมมือเชิงวิชาการกับหน่วยงานภายนอก - รูปภาพประกอบ				



รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/ สัมภาษณ์/สังเกต	1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
ข้อ 41 มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ หรือให้ความร่วมมือในการพัฒนาการจัดการธุรกิจชุมชน	- เอกสารแสดงการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ - กิจกรรม, ภาพถ่าย				
<b>องค์ประกอบย่อย 2.4 ความต่อเนื่อง (Continuity)</b>					
<b>ดัชนีประเมิน 2.4.1 การดำเนินการต่อเนื่อง</b>					
ข้อที่ 42 มีการปรับวิธีการดำเนินการจากประสบการณ์ที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่อง	- เอกสารเกี่ยวกับแผนงานหรือการดำเนินงานของกลุ่ม - ประวัติการดำเนินงานของกลุ่ม				
ข้อที่ 43 มีการคิดวางแผนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง	- เอกสารเกี่ยวกับแผนงานหรือการดำเนินงานของกลุ่ม - ประวัติการดำเนินงานของกลุ่ม				
<b>ดัชนีประเมิน 2.4.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง</b>					
ข้อที่ 44 มีการคิดค้น พัฒนาคุณภาพและความหลากหลายผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	- แผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความต่อเนื่อง - ข้อมูลประวัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์				
<b>ดัชนีประเมิน 2.4.3 ความสัมพันธ์กับชุมชนต่อเนื่อง</b>					
ข้อที่ 45 มีวิธีการทำให้ชุมชนตระหนักถึงความสำคัญและการเข้ามามีส่วนร่วมกับธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง	- กิจกรรม, รูปภาพที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของชุมชน - ผลจากการสัมภาษณ์				

รายการประเมิน	หลักฐานพิสูจน์/กิจกรรม/ สัมภาษณ์/สังเกต	1	0	-1	ข้อเสนอ แนะ
<b>องค์ประกอบหลัก 3 ผลประกอบการ (Volume)</b>					
<b>องค์ประกอบย่อย 3.1 รายได้ (Income)</b>					
<b>ดัชนีประเมิน 3.1.1 การจัดการกับรายได้</b>					
ข้อที่ 46 มีการจัดทำบัญชีเกี่ยวกับ รายได้จากการขายไว้อย่างชัดเจน	- ข้อมูลด้านบัญชี				
ข้อที่ 47 มีการนำข้อมูลด้านบัญชี ไปใช้ประโยชน์ในการบริหาร การเงินภายในกลุ่มสมาชิก	- เอกสารเกี่ยวกับการ บริหารงาน				
<b>องค์ประกอบย่อย 3.2 ปริมาณการขาย (Sales volume)</b>					
<b>ดัชนีประเมิน 3.2.1 การจัดการปริมาณการขาย</b>					
ข้อที่ 48 มีการจดบันทึกข้อมูล ปริมาณการขาย	- ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวน ผลิตภัณฑ์ที่ขายได้				
ข้อที่ 49 มีการนำข้อมูลเกี่ยวกับ ปริมาณการขายไปประยุกต์ใช้ใน การวางแผนการผลิตและ การตลาด	- ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวน ผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ - เอกสารเกี่ยวกับการ บริหารงาน				

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....





ภาคผนวก ฎ  
หนังสือขออนุญาตที่เกี่ยวข้อง

มหาวิทยาลัยศิลปากร



ที่ ศธ 0520.303 / ๐914

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสิงคโปร์  
 วิทยาเขตสารสนเทศเพชราบุรี  
 1 หมู่ 3 ต.สามพระยา อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี  
 76120

๒๖ พฤศจิกายน 2558

เรื่อง ขก.ทำสัมภาระและเก็บค่าธรรมเนียม

เรียน

เนื่องด้วย นายจิรพนธ์ จุมนาคู นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสิงคโปร์ กำลังทำคุณูปการในนามมูลนิธิ "การพัฒนากิจกรรมประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย" โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและความต้องการของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนากิจกรรมประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน และวัดประสิทธิภาพเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไทย ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานวิจัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ทางคณะฯ จึงขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเจ้าสัมภาระและเก็บค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับหัวข้อดังกล่าว ระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม 2558 ถึง 31 มกราคม 2559

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ สิริวงศ์)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ  
 โทร. 0-3259-4031  
 โทรสาร 0-3259-4023

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายจิตพนธ์ ชุมเกตุ
ที่อยู่	บ้านเลขที่ 8 ซอยมาลัยแมน 1 ถนนมาลัยแมน ตำบลลำพญา อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
ที่ทำงาน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2549	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต วิชาเอกภาษาฝรั่งเศส คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
พ.ศ. 2551	สำเร็จการศึกษา Master of Information Science: Internet and E- Commerce Technology (International Program) มหาวิทยาลัยอีสต์แฮมป์ชัวร์
พ.ศ. 2555	ศึกษาต่อระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

