

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด
Promotion of Ban Mao Community Enterprise Products, Sa Khu Subdistrict,
Suwannaphum District Roi Et Province

นนทวัฒน์ เชิงหอม

ผศ.ดร.สยามพร พันธไชย

ผศ.ดร.สุกานดา จันทวารีย์

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยสงฆ์ร้อยเอ็ด

Nonthawat Chernghom

Asst.Prof. Dr.Siamporn Phanthachai

Asst.Prof. Dr.Sukanda Junthavaree

Master of Public Administration Program RoiEt Buddhist college

Email: nonthawat.tony1065@gmail.com

วันที่รับบทความ: 31 กรกฎาคม 2565; วันที่แก้ไขบทความ 22 สิงหาคม 2565; วันที่ตอบรับบทความ: 22 สิงหาคม 2565

Received: July 31, 2022; Revised: August 22, 2022; Accepted: August 22, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า 2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า และ 3) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปและผู้ที่มีภูมิลำเนาและอาศัยในบ้านหม้า จำนวน 246 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้าและ สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 9 รูป/คน ผลการวิจัยพบว่า ระดับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า โดยรวมและรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน, การเปรียบเทียบระดับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้าของประชาชนที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน พบว่าไม่มีความแตกต่างกันแต่ประการใด, พบผลข้อเสนอแนะการวิจัย พบว่า 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานท้องถิ่นหรือกลุ่มชุมชนโดยรอบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของชุมชนในการจัดทำแผนพัฒนาหมู่บ้าน และ 3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้การรับรองมาตรฐานคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : การส่งเสริม, ผลิตภัณฑ์, วิสาหกิจชุมชน

Abstract

This research were 1) to study the level of public opinion towards the products of Ban Mao Community, 2) to compare people's opinions towards the products of Ban Mao Community Enterprise, and 3) to study the guidelines for promoting products of Ban Mao Community Enterprise, Sa Khu Sub-district, Suwannaphum District. Roi Et Province Population and the sample group includes people aged 18 years and over and those who domicile and live in Ban Mao of 246 people. The tools used in the research were as a questionnaire about people's opinions towards the products of Ban Mao Community Enterprise and In-depth interviews with 9 key informants/person. Level of promotion of Ban Mao Community Enterprise Products, Sa Khu Sub-district, Suwannaphum District Roi Et Province overall and in each aspect the results showed that Promotion of Ban Mao Community Enterprise Products, it is at a high level. When considering each aspect, it was found that at a high level in all aspects Comparison of the level of product promotion of Ban Mao Community Enterprise of people with gender, age, occupation, educational level monthly income different domiciles It was found that there was no difference in any way. The research proposals found that 1) relevant agencies should support networking with local agencies or surrounding community groups to increase product development efficiency; 2) relevant agencies should encourage people in the community to have Participate in solving the problems of the community in the preparation of village development plans, and 3) relevant agencies should come to support the development of products to be certified for more acceptable quality standards.

Keyword: promotion, product, community enterprise.

บทนำ

สังคมในศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากทั้งในประเทศไทยรวมถึงประเทศอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านวิทยาศาสตร์ สังคมและเทคโนโลยี ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้นกับสังคมไทยในปัจจุบันที่กำลังเผชิญกับปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ และประชาชนทุกระดับ ประสบปัญหาต่างๆ ปัญหาที่สำคัญคือเกิดจากประชาชนในระดับรากหญ้าซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศที่ต้องดิ้นรนกับการดำรงชีวิตที่ยากลำบากในสภาวะการณ์ที่เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564:ออนไลน์) การพัฒนานวัตกรรมชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งเพื่อช่วยแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนและเป็นแนวทางที่สร้างเศรษฐกิจสังคมและชุมชนให้มีความยั่งยืนเพราะเป็นการส่งเสริมให้

ชุมชนรู้จักใช้ทรัพยากรท้องถิ่นทำให้สามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้ซึ่ง วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ Small and Micro Community Enterprise) อมรรัตน์ อนันต์วรพงษ์ (2557 : 96) ได้ให้ความหมายว่าเป็นกิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรืออื่นๆที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชนและระหว่างชุมชนกล่าวคือวิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเองซึ่งทุนของชุมชนนั้นหมายรวมถึงทรัพยากรผลผลิตทางการเกษตรความรู้ภูมิปัญญาวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นอีกทั้งรัฐบาลพร้อมที่จะเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้สมัยใหม่ และมีการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดในประเทศและต่างประเทศ สร้างชุมชนให้มีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ (อุทัย ปริญาสุทธานันท์, 2560 :134)

วิสาหกิจชุมชนไม่ถือเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ จึงทำให้มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจด้วยเหตุนี้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 จึงได้ถูกประกาศใช้เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยระบุว่า “วิสาหกิจชุมชน” หมายความว่ากิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นๆที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดการศึกษาวิสาหกิจชุมชน จำเป็นต้องเข้าใจถึงลักษณะของวิสาหกิจชุมชนในเบื้องต้นด้วย โดย Seri Phongphit (Phongphit,S, 2021 : 144-146) อธิบายว่าวิสาหกิจชุมชนมีลักษณะดังนี้ประการแรก ชุมชนต้องเป็นเจ้าของกิจการ ประการที่สอง ริเริ่มสร้างสรรค์โดยชุมชน ประการที่สาม ใช้ทุนของชุมชนเป็นหลัก ประการที่สี่ใช้กระบวนการเรียนรู้เป็นฐานคิด ประการที่ห้า ใช้ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานเข้ากับภูมิปัญญาสากล ประการที่หก ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลัก ประการที่เจ็ดต้องเชื่อมโยงกับกิจกรรมของชุมชน และประการที่แปด ต้องพึ่งตนเองเป็นสำคัญทั้งยังจำแนกประเภทของวิสาหกิจชุมชนไว้ดังนี้ ประเภทแรก จำแนกตามลักษณะการประกอบการ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนขั้นพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อการอุปโภคและบริโภคในชีวิตประจำวันในชุมชนท้องถิ่นเป็นหลักและวิสาหกิจชุมชนขั้นก้าวหน้าเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อมออกสู่ตลาดภายนอกโดยเฉพาะโฮมสเตย์และบริการท่องเที่ยวในชุมชน ประเภทที่สอง จำแนกตามลักษณะพัฒนาการ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนระดับครอบครัว เป็นการประกอบกิจการเพื่อใช้อุปโภคและบริโภคในครอบครัว และวิสาหกิจชุมชนระดับชุมชนและเครือข่าย เป็นการประกอบกิจการโดยกลุ่มเพื่อใช้อุปโภคและบริโภคในชุมชนและเครือข่าย ด้วยลักษณะของวิสาหกิจชุมชนระดับชุมชนและเครือข่ายเช่นนี้จึงถือเป็นวิสาหกิจชุมชนขั้นก้าวหน้าแม้ว่าวิสาหกิจชุมชนจะมีความเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน (เทคโนโลยีชาวบ้าน, 2564:ออนไลน์) ถึงแม้ว่ารัฐบาลมีหน่วยงานและนโยบายในการให้ความช่วยเหลือธุรกิจ SMEs แต่ธุรกิจ SMEs บางส่วนยังประสบปัญหาอยู่มากซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการ

พัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนที่เป็นสมาชิกและเป็นต้นแบบให้กับวิสาหกิจกลุ่มอื่นๆ ได้นำไปเป็นต้นแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองได้เป็นอย่างดี (จิตพนธ์ ชุมเกต, 2560 : 2)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจและต้องการที่จะศึกษาถึงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ตลอดจนค้นหาแนวทางการหรือรูปแบบในการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดในรูปแบบต่างๆ อันจะส่งผลต่อการสร้างรายได้ต่อกลุ่มวิสาหกิจเองตลอดทั้งนำผลการศึกษาที่ได้ให้เป็นข้อมูลสารสนเทศในการเผยแพร่องค์ความรู้และผลิตภัณฑ์ให้กับวิสาหกิจกลุ่มอื่นๆ หรือประชาชนที่สนใจนำผลการวิจัยที่ได้รับในครั้งนี้เพื่อใช้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

ระเบียบวิธีวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร (Population) ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปและผู้ที่มีภูมิลำเนาและอาศัยในบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 639 คน (ที่ว่าการอำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด, 2565: ไม่มีเลขหน้า)

2) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) และวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างจากสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) (Yamane, Taro, 1963 : 581-585) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนเต็มไม่น้อยกว่า 246 คน

3) วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) การสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้หลักการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้บริโภครที่ใช้บริการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในระยนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมตรวจสอบโดยอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ แบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) อาชีพ 5) รายได้ต่อเดือน และ 6) ตำแหน่งในชุมชน เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด แบ่งออกเป็น 5 ตอน ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (สุรียรี ศรีโกการภิรมย์, 2546 : 140)

ส่วนที่ 3 เป็นข้อคำถามสำหรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือรายงานตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ร้อยเอ็ดถึงกลุ่มตัวอย่างเพื่อขออนุญาตพร้อมทั้งชี้แจงถึงจุดประสงค์ของการวิจัยให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับทราบ

2. ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามเสร็จ ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามชุดนั้น เพราะผู้วิจัยจะได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม โดยหากแบบสอบถามฉบับใดไม่สมบูรณ์ก็จะนำฉบับใหม่ไปแจกเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างตอบให้สมบูรณ์ครบทุกข้อจนได้แบบสอบถามครบถ้วนสมบูรณ์จำนวน 400 ฉบับ แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปเป็นเครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1) การวิเคราะห์เชิงสถิติพรรณนา (Descriptive Analysis) ดังนี้

(1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามประเภทตรวจสอบรายการ (Check List) ทำการลงรหัสข้อมูลตามคุณลักษณะของข้อมูล

(2) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้อธิบายถึงข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

จากนั้นทำการแบ่งช่วงระดับคะแนนด้วยวิธีการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ออกเป็น 5 ช่วง เพื่อแปลความหมายจากผลคะแนนเฉลี่ย (รังสรรค์ สิงห์เลิศ, 2551: 335)

2) การวิเคราะห์เชิงสถิติอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม มาประมวลผลข้อมูลวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติคอมพิวเตอร์ สถิติสำเร็จรูปทางการวิจัยทางสังคมศาสตร์มาประมวลผลข้อมูลวิเคราะห์โดยใช้สถิติอนุมานหรืออ้างอิง (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA or F-test) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffé)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 9 รูป/คน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ นักวิชาการ, นักพัฒนาชุมชน, บุคคลที่ตัวแทนกรรมการวิสาหกิจชุมชน, ผู้นำท้องถิ่นหรือผู้นำชุมชนบ้านหม้า

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

1) ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบความคิดในการสร้างแบบสัมภาษณ์

2. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้

3. ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์

4. สร้างแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) เพื่อนำมาวิเคราะห์

2) ลักษณะของเครื่องมือ แบบสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์ตามขั้นตอน ดังนี้

1) ขอนหนังสือจากผู้อำนวยการหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์

2) ทำการนัดหมาย วัน เวลา และสถานที่กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญสัมภาษณ์ตามที่กำหนดไว้

3) ข้อมูลทุติยภูมิ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสาร

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกโดยวิธีการ ดังนี้

- 1) นำข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์มาถอดเสียงและบันทึกเป็นข้อความ
- 2) นำข้อความจากการสัมภาษณ์และการจดบันทึกมาจำแนกเป็นประเด็นและเรียบเรียงเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย
- 3) วิเคราะห์คำสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Technique) ประกอบบริบท (Context)
- 4) สังเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยและนำเสนอต่อไป

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านเหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 41.22 เพศชายมีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 58.78, อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00, ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30, อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรวม จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00, รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30, ตำแหน่งในชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประชาชนทั่วไป จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.90 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 ระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านเหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมและรายด้าน ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านเหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.00$ S.D. =0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน	ระดับการส่งเสริม		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านประเภทผลิตภัณฑ์	4.01	0.34	มาก
2. ด้านราคาผลิตภัณฑ์	3.99	0.34	มาก
3. ด้านการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์	4.00	0.35	มาก

4. ด้านสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์	3.99	0.34	มาก
5. ด้านกระบวนการหรือส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์	4.01	0.34	มาก
รวม	4.00	0.34	มาก

2. ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ของประชาชนที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ภูมิถิ่นที่แตกต่างกัน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

3. ผลการข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า 1) ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ มีข้อเสนอแนะคือ ด้านผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า คุณภาพ ลักษณะ การออกแบบ ตรา/ยี่ห้อ บรรจุภัณฑ์ ขนาด บริการ การรับประกัน และการรับประกัน เป็นต้น 2) ด้านราคาผลิตภัณฑ์ มีข้อเสนอแนะคือ ราคาต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้า และสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ หรือนโยบายการตั้งราคาหรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน ประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคาได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุในรายการหรือราคาที่ระบุ ราคาที่ให้ส่วนลด ราคาที่มีส่วนยอมให้ ราคาที่มีช่วงระยะเวลาที่การชำระเงินและราคาเงื่อนไขให้สินเชื่อ 3) ด้านการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ มีข้อเสนอแนะคือ การพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดสำหรับการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของกลุ่มผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆสนับสนุนให้ผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับการอบรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด เป็นต้น รวมไปถึงควรเปิดตลาดนัดหรือร้านค้าชุมชนสำหรับผู้ที่มาศึกษาดูงาน ช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถนำไปขยายข้างนอกพื้นที่ เช่น ตามสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ซุปเปอร์มาเก็ต เป็นต้น

อภิปรายผล

1. ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

จากผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ที่เป็นเช่นนี้แสดงให้เห็นว่า ประชาชนในพื้นที่ชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดนั้นมีความเป็นผู้ที่มีความตั้งใจร่วมมือในการที่จะร่วมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นของชุมชนร่วมกันได้เป็นอย่างดี มีความเอาใจใส่ต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งเข้าไปมีส่วนในการดำเนินการในอันจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นยัง

เป็นที่นิยมของตลาดหรือยังได้รับความนิยมจากลูกค้าอยู่ วิธีการเหล่านี้อาจประกอบไปด้วย การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ การวิเคราะห์สถานภาพของผลิตภัณฑ์ การเพิ่มหรือการลดผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ในงานวิจัยฉบับนี้หมายความว่าถึงแนวทางส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ผลการวิจัยดังกล่าวไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และ อุทิศ สังขรัตน์ (2556:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา ผลการศึกษาสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนพบว่า ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคม เอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ส่วนปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และปัจจัยทางนิเวศวิทยา เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ในด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านทุนการผลิต โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนหน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่างๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอภิปรายได้ดังนี้

ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านประเภทผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรกคือข้อที่ถามว่า “ผลิตภัณฑ์มีการบรรจุหีบห่อที่สวยงามน่าซื้อ” รองลงมาคือ “ผู้ซื้อสามารถนำไปจำหน่ายต่อได้อีกเป็นอย่างดี” สุดท้ายคือ “ผลิตภัณฑ์ผลิตเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นพื้นฐาน” ที่เป็นเช่นนี้แสดงให้เห็นว่า ประชาชนในพื้นที่ชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นผู้ที่มีความสามารถในการกำหนดแยกแยะลักษณะการนำไปใช้ของผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถแบ่งสินค้าออกเป็นประเภทต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของสินค้าต่างๆที่จับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของสินค้าบริการหรือสินค้าอุตสาหกรรมของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหม้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งผลการวิจัยนี้ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรรัตน์ อนันต์วราพงษ์ (2557:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบางหัวเสือ จังหวัดสมุทรปราการ ตามแนวคิดพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ (Quantitative and Qualitative Research Methodologies) รวมทั้งระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ของชุมชน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวแนวคิดหลักเศรษฐกิจพอเพียง และการสร้างขีดความสามารถด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ชุมชน เพื่อเพิ่มความหลากหลายและสร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงและใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือชาวบ้านสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบางหัวเสือ คณะทำงานโครงการรักษ์ป่าสร้างคน 84 ตำบลวิทย์พอเพียง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เอกสาร แบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต แบบประเมินความพึงพอใจ การ

สนทนากลุ่มย่อย การจัดเวทีประชาคม และการถ่ายทอดเทคโนโลยีเชิงปฏิบัติการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่าความต้องการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนบางหัวเสือ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบรรจุกัญชี ได้แก่ ชาวไบขลุ่ ลูกประคบสมุนไพร สมุนไพร และน้ำอัญชันพร้อมดื่ม กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำมันหม่องนวดสมุนไพร และกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การออกแบบสัญลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์คือ รูปแบบหัวเสือเพื่อนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่อไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของ **อัจฉรา มลิวงศ์และขจรศักดิ์ วงศ์วิราช (2553:บทคัดย่อ)** ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นวดแผนไทยบ้านแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่าสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ มีความร่วมมือร่วมใจในการดำเนินงาน มีความเสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวม รวมทั้งมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภายใต้การสร้างการเรียนรู้แนวทางการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่วนแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านราคาผลิตภัณฑ์ พบว่า การส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรคภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านราคาผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรกข้อที่ถามว่า “อาจซื้อจำนวนมากขึ้นหากราคาลดอีก” รองลงมาคือ “ราคาแต่ละชิ้นมีความเหมาะสมกับคุณค่าที่เกิดกับชุมชนและสังคม” สุดท้ายคือ “ราคาขายต่อหน่วยสินค้าอาจมองได้ว่าผู้ผลิตอาจไม่คุ้มค่า” ที่เป็นเช่นนี้แสดงให้เห็นว่า ประชาชนในพื้นที่ชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรคภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดนั้นเป็นผู้ที่สามารถการประเมินการกำหนดในรูปของเงินตราสามารถสร้างความพอใจให้แก่ผู้ประเมินซึ่งในที่นี้หมายถึงลูกค้า ในอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแล้วทำการกำหนดอุปสงค์และอุปทานร่วมกันเป็นจำนวนเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ (สินค้าและ/หรือบริการ) โดยผู้ซื้อและผู้ขายตกลงกันได้เป็นอย่างดี ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ **ธพล พรหมสาขา ณ สกลนครและอุทิศ สังขรัตน์ (2556:บทคัดย่อ)** ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา ผลการศึกษาสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนพบว่า ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคม เอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ส่วนปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และปัจจัยทางนิเวศวิทยา เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ในด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านทุนการผลิต โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนหน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่างๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

ด้านการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ พบว่า การส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรคภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็น

รายข้อพบว่า อันดับแรกคือข้อที่ถามว่า “ทางกลุ่มได้มีการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่เสมอ” รองลงมาคือ “ตัดสินใจมาซื้อผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มนี้เพราะการบอกเล่าของเพื่อน” สุดท้ายคือ “ตัดสินใจซื้อสินค้ามากขึ้นขึ้น เพราะผู้ขายลดราคาให้” ที่เป็นเช่นนี้แสดงให้เห็นว่า ประชาชนในพื้นที่ชุมชนบ้านเหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดนั้นเป็นผู้ที่มีความเชื่อว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเหม้านี้ สามารถการดำเนินการใดๆอันจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นยังเป็นที่นิยมของตลาดหรือยังได้รับความนิยมจากลูกค้าอยู่ วิธีการเหล่านี้อาจประกอบไปด้วย การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ การวิเคราะห์สถานภาพของผลิตภัณฑ์ การเพิ่มหรือการลดผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ **สัญญา เคนาภูมิ (2558:บทคัดย่อ)** ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาประสิทธิผลของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) แนวทางกลยุทธ์เชิงรุก โดยการพัฒนาศักยภาพการผลิตและยกระดับมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์สู่ระดับประเทศและระดับสากล ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ขยายพัฒนาเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อส่งเสริมการกระจายสินค้า (2) แนวทางกลยุทธ์เชิงพัฒนา โดยการเสริมสร้างขีดความสามารถการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน สนับสนุนงบประมาณและบุคลากรในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน สร้างความร่วมมือเชิงบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ (3) แนวทางกลยุทธ์เชิงตั้งรับ โดยการพัฒนาศักยภาพแรงงานวิสาหกิจชุมชน พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนยกระดับมาตรฐานการผลิตให้สูงขึ้นและ (4) แนวทางกลยุทธ์เชิงพลิกแพลง โดยการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็ง วิจัยนวัตกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งและพึ่งตนเอง

ด้านสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ พบว่า การส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านเหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรกคือข้อที่ถามว่า “สถานที่ผลิตสินค้ามีความปลอดภัย” รองลงมาคือ “สถานที่ผลิตสินค้ามีความทันสมัย” สุดท้ายคือ “สถานที่ผลิตมีความสะอาด” ที่เป็นเช่นนี้แสดงให้เห็นว่า ประชาชนในพื้นที่ชุมชนบ้านเหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดนั้นเป็นผู้ที่มีความมั่นใจว่าสภาพแวดล้อมต่างๆ ของสถานที่แหล่งผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเหม้าได้แก่สิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัวผลิตภัณฑ์ในขณะที่ทำการผลิตทั้งที่เป็นสิ่งมีชีวิตและสิ่งที่ไม่มีชีวิตหรือที่สามารถสัมผัสจับต้องได้และไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตถึงจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดนั้นเองว่าเป็นสิ่งที่มีความเหมาะสมทั้งด้านสถานที่และความสะอาด เป็นต้น ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ **ธพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และ อุทิศ สังขรัตน์ (2556:บทคัดย่อ)** ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตกลุ่มทะเลสาบสงขลาพบว่า หน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่างๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

ด้านกระบวนการหรือส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์ พบว่า การส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านเหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านกระบวนการหรือส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรกคือข้อที่ถามว่า “มีการให้บริการทดลองใช้สินค้าตัวอย่าง” รองลงมาคือ “การชำระเงินมีความสะดวกสบาย” สุดท้ายคือ “มีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมาก” ที่เป็นเช่นนี้แสดงให้เห็นว่า ประชาชนในพื้นที่ชุมชนบ้านเหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดนั้นเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในกระบวนการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมไปถึงมีความเชื่อมั่นต่อกระบวนการในการให้บริการกล่าวคือการทำหน้าที่เจ้าของผลิตภัณฑ์จะเสนอขายเชิงธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชนบ้านเหม้าได้เป็นอย่างดี และเชื่อมั่นว่าจะส่งผลให้เกิดเจริญเติบโตทางธุรกิจของผลิตภัณฑ์ด้วย ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนครและอุทิศ สังขรัตน์ (2556:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา ผลการศึกษาสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนพบว่า ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคม เอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ส่วนปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และปัจจัยทางนิเวศวิทยา เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ในด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านทุนการผลิต โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนหน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่างๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

2. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากสมมติฐานการวิจัยที่ว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพและตำแหน่งหน้าที่ในชุมชนต่างกัันย่อมมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านเหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดต่างกันนั้น ผลการศึกษารายงานพบว่า ประชาชนในชุมชนบ้านเหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพและตำแหน่งหน้าที่ในชุมชนต่างกัันนั้นมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านเหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พิจารณาทั้งโดยรวมและรายด้านไม่มีความแตกต่างกันแต่ประการใด ที่เป็นเช่นนี้แสดงให้เห็นว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านไปในทิศทางเดียวกัน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สรวงพร กุศลสง(2555:บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอมุกบ้านดัวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ตำบลบ้านดัว อำเภอลำลูกเกด จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อศึกษาบริบทและรูปแบบของการผลิตผลิตภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและส่งเสริมการท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการถ่ายทอดความรู้ของกลุ่มแม่บ้านผ้าทอมุก อำเภอลำลูกเกด จังหวัดเพชรบูรณ์ จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านดัวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40-60 ปี

ด้านการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับ ป.6 และ ป.4 ส่วนอาชีพส่วนใหญ่มีอาชีพทำไร่นา สำหรับกลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของเครือข่ายกลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้ามุกนอกจากนี้พบว่า แม่บ้านส่วนใหญ่ได้รับการอบรมเกี่ยวกับความรู้การพัฒนาด้านอาชีพ คือ การตัดเย็บเสื้อผ้า การทำของชำร่วยและการเย็บกระเป๋าตามลำดับ ด้านสภาพปัญหา พบว่า ในการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอมุกของกลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านตัวประสบปัญหาเกี่ยวกับการผลิตผ้าทอไม่ทันความต้องการ รองลงมา คือ บุคลากรกลุ่มแม่บ้านจะทอผ้าเมื่อว่างจากงานทำไร่และขาดช่างเย็บผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมุก การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของชุมชนบ้านตัวที่กลุ่มแม่บ้านตั้งเป้าหมายไว้ คือ ต้องการให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจการทอผ้ามุกที่เป็นผลิตภัณฑ์และเอกลักษณ์ของจังหวัดเพิ่มขึ้นต้องการบุคคลที่รับผิดชอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมุกในรูปแบบที่ได้พัฒนาแล้วเพิ่มมากขึ้น สำหรับสินค้าที่กลุ่มแม่บ้านต้องการผลิตมากที่สุด คือ ชุดเสื้อผ้าราตรี เสื้อผ้าบุรุษ กระเป๋าแบบต่างๆ และผ้าหมอนอิง กลุ่มแม่บ้านได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และใช้เป็นเอกลักษณ์ประจำชุมชนบ้านตัว และเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชนให้เข้มแข็งได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยในเรื่อง “การส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด” ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นข้อเสนอแนะโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยสามารถจัดลำดับความสำคัญเพื่อเสนอแนะได้ดังนี้

- 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานท้องถิ่นหรือกลุ่มชุมชนโดยรอบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของชุมชนในการจัดทำแผนพัฒนาหมู่บ้าน
- 3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้การรับรองมาตรฐานคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยเรื่องการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการดังนี้

- 1) ควรสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานท้องถิ่นหรือกลุ่มชุมชนโดยรอบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 2) ควรสร้างคุณค่าในกับผลิตภัณฑ์นั้นควรเชื่อมโยงให้เข้ากับอัตลักษณ์ของพื้นที่

3) ควรจัดหาผลิตภัณฑ์ซึ่งมีราคาตั้งแต่ราคาปานกลางไปถึงราคาสูง เพื่อสอดคล้องกับรายได้ของผู้บริโภคที่แตกต่างกันในสังคม

4) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน สมาชิกกลุ่มควรนำหลักธรรมเรื่องอิทธิบาท 4 คือ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสาเข้ามาช่วยในการพัฒนาทุกครั้งจะทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมีคุณภาพดียิ่งขึ้น

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1) ควรศึกษาแนวทางการนำหลักธรรมด้านอื่นๆ เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดเพิ่มเติมอีก

2) ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนบ้านหม้า ตำบลสระคู อำเภอสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดเพิ่มเติมอีกครั้งหนึ่ง

3) ควรศึกษาการส่งเสริมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนใกล้เคียงอื่นๆต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร.(2564). แผนยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมการเกษตร ปี 2556-2559. สืบค้นเมื่อ 31 กรกฎาคม 2564 จาก: https://www.doae.go.th/about_detail.php?id. 2559

จิตพนธ์ ชุมเกต.(2560).การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดบุรีรัมย์. งานวิจัยคณะวิทยาการจัดการ, กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ที่ว่ากล่าวอำเภอสวรรณภูมิ.(2564).ข้อมูลประชากรอำเภอสวรรณภูมิ. จังหวัดร้อยเอ็ด.

เทคโนโลยีชาวบ้าน.(2564).วิสาหกิจชุมชนฯ บ้านหม้า แปรรูปข้าวเพิ่มมูลค่า. สืบค้นเมื่อ 31 กรกฎาคม 2564 จาก: https://www.technologychaoban.com/bullet-news-today/article_137072

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังข์รัตน์.(2556).แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา.รายงานการวิจัยภาควิชาสรีดศึกษา. คณะศิลปศาสตร์,สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

รังสรรค์ สิงห์เลิศ.(2551).ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ลัดดา ปินตา. (2560). การพัฒนาสมการโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออาชีพทำสวนเมี่ยงกรณีศึกษา ตำบลป่าแป๋ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่.วารสาร ธุรกิจปริทัศน์,ปีที่ 9(1) : 69-86.

สัญญา เคนาภูมิ. (2558). แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม. วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์, 2 (3), 68-85.

- อัจฉรา มลิวงศ์.(2553).การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
 นวดแผนไทย บ้านแม่ทะ อำเภอมะเข่ จังหวัดลำปาง.ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- อมรรัตน์ อนันต์วราพงษ์.(2557).รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านบางหัวเสือตามแนวพระราชดำริ
 เศรษฐกิจพอเพียง. รายงานวิจัย.กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- อุทัย ปริญาสุทธีนันท์. (2560). “วิสาหกิจชุมชน” ปฏิทรรศน์ในการแข่งขันทางธุรกิจ.วารสาร
 มหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย,ปีที่ 37(2) : 131-150.
- Phongphit,S.(2017).Community enterprises are not community businesses. (In Community
 Enterprise: Economic Foundation Mechanism. (3rd ed.).
- Yamane Taro.(1973).Statistics: An Introductory Analysis. Third edition. New York : Harper
 and Row Publication.