

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
Food and Drug Administration

วารสารอาหารและยา

ปีที่ 32 ฉบับที่ 3 (2568): กันยายน - ธันวาคม

THAI FOOD AND DRUG JOURNAL

Vol. 32 No. 3 (2025): September - December

<https://he01.tci-thaijo.org/index.php/fdajournal/index>

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล อย.ควอลิตี้ อวอร์ด กรณีศึกษา: จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ชมพูนุท เสียงแจ้ว¹¹กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ที่อยู่ติดต่อ: ชมพูนุท เสียงแจ้ว กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุราษฎร์ธานี ถนนการุณราชบุรี ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000 Applechompoonut@gmail.com

Developing the Potential of Grassroots Food Product Entrepreneurs to Get the FDA Quality Award: Case Study in Surat Thani Province

Chompoonut Siengjaew¹¹Consumer Protection and Pharmaceutical, Surat Thani Provincial Health Office**Contact address:** Chompoonut Siengjaew, Consumer Protection and Pharmaceutical, Surat Thani Provincial Health Office, Karunrat Road, Talat Subdistrict, Mueang District, Surat Thani, Surat Thani, 84000, Thailand, Applechompoonut@gmail.com**Received:** 18 June 2025, **Revised:** 18 August 2025, **Accepted:** 13 October 2025

Abstract

Background: The grassroots economy is crucial for strengthening the local economy, relying on trust in community leaders and government initiatives that support community enterprise projects. Despite the recognition of 10 food product entrepreneurs in Surat Thani province receiving the FDA Quality Award, there remains a lack of a concrete model or practical guidelines. This research therefore aims to develop such a guideline to serve as a prototype for other entrepreneurs.

Objectives: The objectives were to develop a model of grassroots community leader competencies to receive the FDA Quality Award, develop a model for communication and public relations to enhance the marketing competitiveness of community enterprise entrepreneurs, and propose knowledge and a development model for grassroots community enterprise operations towards sustainability.

Methods: This research uses a Research and Development (R&D) method, combining qualitative, quantitative, and participatory action research approaches. The study was conducted in Surat Thani province, with purposive sampling of three groups of participants: a group of 10 community leader entrepreneurs of food products in Surat Thani who have received the FDA Quality Award, to study community leader competency factors; a group of general grassroots food product entrepreneurs who consistently attended meetings with the Surat Thani Provincial Public Health Office (SPPHO), to study media usage behaviour;

and a group of 100 academic network members, researchers, lecturers, and food product entrepreneurs, to develop knowledge and a model for community enterprise operations.

Results: The research found that 10 key factors of grassroots community leaders contribute to receiving the FDA Quality Award. These were risk management, creative thinking, communication, self-development, marketing management, product management, social and cultural capital development, network management, financial and accounting management, and personality and integrity. Furthermore, the study on the media usage behaviour of the entrepreneurs found that the duration of the presentation was most important, with an average score of 4.05 out of 5, followed by content appropriateness and consistency, and story sequencing, with an equal average of 4.01. It was also found that the behaviour of consumers in the New Normal era is increasingly shifting towards online shopping. The sample group emphasised the importance of public relations media (average 3.99), expanding to international export markets (average 3.82), and finding new strategies to cope with potential fluctuations (average 3.72). Based on these findings, the researchers proposed four strategic approaches for the sustainable development of the grassroots food business: strategic planning, public participation, sustainable resource management, and evaluation and improvement. A model for developing the potential of grassroots food product entrepreneurs to receive the FDA Quality Award was also simulated in the form of the SURAT Model, consisting of five key components: Standard (S): Product manufacturing standards, Unity (U): Collaborative teamwork and solidarity within the network; Reading (R): Continuous study, research, training, and knowledge exchange; Ability (A): Diverse and well-rounded capabilities; and Technology (T): Keeping up with communication and various media technologies.

Conclusions: This research concludes that the development of grassroots food product entrepreneurs to receive the FDA Quality Award in Surat Thani province requires a combination of various factors, including the 10 leadership competencies and appropriate communication and marketing mechanisms, as well as the application of the four strategic approaches for sustainable business development and the SURAT Model. This will enhance competitive potential and lead to sustainable development.

Keywords: developing the potential, food product entrepreneurs, grassroots economy, Surat Thani

บทคัดย่อ

ความสำคัญ: เศรษฐกิจชุมชนฐานรากมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากความเชื่อมั่นในผู้นำชุมชนและการผลักดันจากภาครัฐผ่านโครงการวิสาหกิจชุมชน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี 10 ราย จะได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด แล้ว แต่ยังคงขาดการสร้างโมเดล (model) หรือแนวทางการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม งานวิจัยนี้ จึงมุ่งพัฒนาแนวทางดังกล่าวเพื่อเป็นต้นแบบให้แก่ผู้ประกอบการรายอื่น ๆ

วัตถุประสงค์: เพื่อพัฒนารูปแบบสมรรถนะผู้นำชุมชนเศรษฐกิจฐานรากให้ได้รับรางวัลอย. ควอลิตี้ อวอร์ด เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และ เพื่อเสนอองค์ความรู้และรูปแบบการพัฒนาการดำเนินงานผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนสู่ความยั่งยืน

วิธีการวิจัย: การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนาในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีระหว่างเดือนมีนาคม-เมษายน 2568 เป็นการผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ และเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงในตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชนที่เป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด จำนวน 10 ตัวอย่าง เพื่อศึกษาปัจจัยสมรรถนะผู้นำชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานรากทั่วไปที่เข้าร่วมประชุมกับ สสจ. สุราษฎร์ธานีอย่างต่อเนื่องเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อ และกลุ่มเครือข่ายนักวิชาการ นักวิจัย อาจารย์ และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหาร จำนวน 100 ตัวอย่าง เพื่อศึกษาองค์ความรู้และพัฒนารูปแบบการดำเนินงานผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

ผลการศึกษา: ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยสมรรถนะผู้นำชุมชนเศรษฐกิจฐานรากที่ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด ได้แก่ (1) การจัดการความเสี่ยง (2) ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (3) การติดต่อสื่อสาร (4) การพัฒนาตนเอง (5) การบริหารการตลาด (6) การจัดการผลิตภัณฑ์ (7) การพัฒนาทุนทางสังคมและวัฒนธรรม (8) การจัดการเครือข่าย (9) การจัดการการเงินและบัญชี และ (10) บุคลิกภาพส่วนตัวและคุณธรรมความซื่อสัตย์ มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด สำหรับการศึกษารูปแบบการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ พบว่า ให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการนำเสนอสูงสุดในระดับมาก เฉลี่ย 4.05 จากระดับ 5 รองลงมา ได้แก่ ความเหมาะสมของเนื้อหา และความต่อเนื่อง การลำดับเรื่องราว การนำเสนอ เฉลี่ยเท่ากับที่ 4.01 นอกจากนี้ ยังพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคชีวิตวิถีใหม่มีแนวโน้มการซื้อสินค้าออนไลน์เป็นหลักมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ควรมุ่งเน้นการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ เฉลี่ย 3.99 ขยายตลาดส่งออกต่างประเทศ เฉลี่ย 3.82 และหากกลยุทธ์ใหม่ในการรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจผันผวนได้ เฉลี่ย 3.72 ดังนั้น จากข้อค้นพบดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจอาหารระดับฐานรากให้ยั่งยืนตามบริบทของเศรษฐกิจชุมชนใน 4 ส่วน ได้แก่ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การมีส่วนร่วมของประชาชน การจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน และการประเมินผลและการปรับปรุง และได้จำลองโมเดลแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด ในรูปแบบของ SURAT Model ประกอบด้วย Standard มีมาตรฐานการผลิตสินค้า, Unity ความเป็นเครือข่ายที่ทำงานร่วมกัน เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน, Reading มีการศึกษา ค้นคว้าการสอน การอบรม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันอยู่เสมอ, Ability เป็นผู้ที่มีความสามารถหลากหลายรอบด้าน, and Technology เป็นผู้ที่เท่าทันเทคโนโลยีการสื่อสาร สื่อต่าง ๆ

สรุปผล: การพัฒนาผู้ประกอบการเศรษฐกิจฐานรากผลิตภัณฑ์อาหารให้ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ดของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ต้องอาศัยการผสมผสานปัจจัยต่าง ๆ ทั้งจากสมรรถนะผู้นำ กลไกการสื่อสารและการตลาดที่เหมาะสม รวมถึงการนำแนวทางเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจอาหารระดับฐานรากให้ยั่งยืนตามบริบทของเศรษฐกิจชุมชนใน 4 ส่วน และ SURAT Model มาปรับใช้เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหาร เศรษฐกิจฐานราก สุราษฎร์ธานี

บทนำ

สถานการณ์เศรษฐกิจชุมชนฐานรากของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2567 พบว่าปรับตัวเพิ่มขึ้นที่ระดับ 53.80 ซึ่งอยู่ในช่วงเชื่อมั่น โดยปรับขึ้นจากระดับ 47.70 ในปี พ.ศ. 2566 จากการวัดใน 3 มิติ คือ สถานะทางการเงิน ศักยภาพในการประกอบอาชีพ และ ภาวะเศรษฐกิจ โดยปัจจัยสำคัญมาจากประชาชนส่วนใหญ่เชื่อมั่นว่าหากได้รับโอกาสที่ดีขึ้นจะสามารถสร้างรายได้หรืออาชีพให้ดีขึ้นได้ สำหรับกลุ่มผู้นำชุมชนภาพรวมปี พ.ศ. 2567 มีระดับความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้นอยู่ที่ระดับ 54.70 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งอยู่ในระดับ 54.00 เนื่องจากมีระดับความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ในขณะที่ความเชื่อมั่นต่อศักยภาพในการประกอบอาชีพและสถานะทางการเงินลดลงเล็กน้อย เมื่อจำแนกกลุ่มสมาชิกในชุมชนตามภาค พบว่า ประชาชนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีระดับความเชื่อมั่นสูงสุดอยู่ในระดับ 61.70 รองมา คือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ อยู่ที่ระดับ 55.80 54.60 53.80 และ 52.60 ตามลำดับ โดยปัญหาที่เกิดขึ้นมากที่สุดต่อเนื่องในทุกปี คือ ด้านรายได้ ด้านการประกอบอาชีพ และด้านค่าครองชีพ¹

ปัญหาโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่มีความเหลื่อมล้ำทางสังคมทำให้สร้างความแตกต่างทางสังคม เกิดช่องว่างของรายได้และทรัพย์สิน ความไม่เสมอภาคในชุมชน ภาครัฐจึงผลักดันวิสาหกิจให้เกิดเป็นรูปธรรมมากขึ้นในชุมชน รวมถึงเสริมหลักการเศรษฐกิจพอเพียงที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญประชาชนในระดับฐานรากให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ด้วยการมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนช่วยเหลือกัน ในชุมชน วิสาหกิจชุมชนจึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง ก่อให้เกิดการยกระดับมาตรฐานการครองชีพและความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น² สอดคล้องกับแนวทางการแก้ไขปัญหาค่าครองชีพทางสังคมทำให้รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ในยุทธศาสตร์ที่ 4

ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ประเด็นที่ 4.1 เรื่องการลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างความเป็นธรรมในทุกมิติซึ่งจะต้องมีการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจฐานรากโดยเน้นระบบจัดการตนเองของเกษตรกร และมีกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ฐานรากเพื่อให้เกษตรกรเข้าถึงฐานทรัพยากร การวิจัย ความรู้ทั้งทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อพัฒนาการผลิต ตลอดจนเพิ่มช่องทางการตลาด³ ดังนั้นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อสร้างโอกาสและความเสมอภาคในสังคมเพื่อให้การเติบโตของประเทศที่ยั่งยืนอันเป็นผลจากการส่งเสริมสร้างเศรษฐกิจระดับชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง มีศักยภาพในการแข่งขัน สามารถพึ่งพาตนเองได้ทำให้เกิดการยกระดับมาตรฐานการครองชีพและความเป็นอยู่ของประชาชนในชุมชนให้ดีขึ้นอย่างเป็นสุข และเสมอภาค โดยทุกคนได้รับประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม⁴

ปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนนั้นคือผู้นำ ซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนในการปฏิบัติงานร่วมกับชุมชน จำเป็นต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถที่จะระดมพลและทรัพยากรในด้านต่าง ๆ เพื่อบริหารพัฒนาหรือร่วมกิจกรรมของชุมชน ให้ไปสู่จุดมุ่งหมายได้ดียิ่งขึ้น⁵ การพัฒนาความรู้และทักษะของผู้นำเป็นสิ่งที่จะต้องทำเป็นอย่างยิ่ง เพราะทำให้มีโลกทัศน์ใหม่ ต่องานพัฒนาควบคู่ไปกับการทำงานพัฒนาชุมชนมาประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสมในแต่ละชุมชน ผู้นำส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลที่มีความสนใจใฝ่รู้ ศึกษาและพัฒนาตนเองอยู่เสมอ อาจเป็นการสังเกตสิ่งที่ตนเองพบเห็นแล้วมาทดลองปฏิบัติ หรือผ่านการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลต่าง ๆ จัดกลุ่มพูดคุยสนทนา การบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนจะดำเนินไปสู่ความสำเร็จได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญคือผู้นำวิสาหกิจชุมชน หากผู้นำมีสมรรถนะที่ดี ย่อมนำพาให้การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนนั้นบรรลุวัตถุประสงค์โดยง่ายและสามารถแก้ไขปัญหาข้อขัดข้องในการดำเนินงานได้อย่างราบรื่นในทุกด้าน

รวมถึงการพัฒนาสมรรถนะผู้นำของผู้นำวิสาหกิจชุมชน ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ ที่สามารถสร้างผู้นำวิสาหกิจชุมชนที่มีสมรรถนะสูง โดยเฉพาะ 5 กลุ่มสมรรถนะประกอบด้วย 1) การจัดการทุนทางสังคม วัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ 2) การนำการจัดการบุคลิกภาพและคุณธรรม 3) ความคิดสร้างสรรค์ การสื่อสาร และการจัดการความเสี่ยง 4) การบริหารการตลาด และการพัฒนา 5) การแก้ปัญหาด้วยการอบรม และเสนอความคิดเห็น

ในประเด็นของผู้นำกับความสามารถในการสื่อสารนั้น สิ่งสำคัญคือผู้นำควรมีการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมที่ดีซึ่งการสื่อสาร กาญจนา แก้วเทพ⁷ กล่าวถึงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมว่าเป็นรูปแบบหนึ่งที่สำคัญของการสื่อสารชุมชน มีเป้าหมายเพื่อกระตุ้นให้ชุมชน มองเห็นคุณค่าของตนเอง เสริมสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม และให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึกลงถึงปัญหาวิธีการวิเคราะห์ปัญหา สำหรับแนวทางการสื่อสาร “การประชาสัมพันธ์” (Public Relations) เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนด้วยการสร้างสัมพันธ์ที่ดี พัฒนาส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน ก่อให้เกิดการรู้จักเกิดความรู้สึกที่ดี เกิดความน่าเชื่อถือ รวมทั้งการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความราบรื่นระหว่างองค์กรกับสาธารณชน⁸

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้จัดให้มีโครงการส่งเสริมจริยธรรมสถานประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 โดยมอบรางวัล “อย. ควอลิตี้ อวอร์ด” ให้แก่สถานประกอบการที่มีคุณธรรมและจริยธรรมในการผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพให้ได้มาตรฐานและปลอดภัย เพื่อเชิดชูเกียรติและเป็นกำลังใจแก่สถานประกอบการที่มีการดำเนินงานอย่างมีคุณภาพ และกระตุ้นให้ผลิตให้ได้มาตรฐานและปลอดภัยอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เป็นแบบอย่างที่ดีแก่รายอื่น⁹ โดยที่ผ่านมามีผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก จังหวัดสุราษฎร์ธานี 10 ราย

(11 รางวัล) ที่ได้รางวัล อย.ควอลิตี้ อวอร์ดระดับประเทศในปี พ.ศ. 2562 – 2567 ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ผ่านมามีประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี แต่ยังคงขาดโมเดลที่เป็นรูปแบบและแนวทางการปฏิบัติให้เห็นภาพที่แท้จริงจึงทำให้ผู้วิจัยต้องการพัฒนางานต่อเนื่อง ด้วยการท้าววิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด” เพื่อเสนอองค์ความรู้และรูปแบบการพัฒนาการดำเนินงานผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจฐานรากเป็นแนวทางพัฒนาไปยังพื้นที่อื่นหรือจังหวัดอื่นที่มีความสนใจ

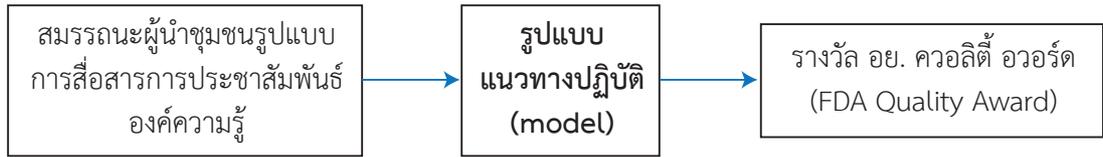
วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนารูปแบบสมรรถนะผู้นำชุมชนเศรษฐกิจฐานรากให้ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน
3. เพื่อเสนอองค์ความรู้และรูปแบบการพัฒนาการดำเนินงานผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนสู่ความยั่งยืน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ระหว่างเดือนมีนาคม-เมษายน 2568 เป็นการผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เชิงปริมาณ (quantitative research) และเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) การศึกษานี้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) สุราษฎร์ธานี กระทรวงสาธารณสุข เลขที่โครงการวิจัย STPH2025-58

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มที่ 1 ผู้นำชุมชนซึ่งเป็น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด ทุกประเภท สุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 10 ราย ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนผลิตและแปรรูป “สละลอยแก้ว” วิสาหกิจชุมชน กลุ่มรักขนมไทย เขาพุทธทองแม่ฮ่อง ผลิตภัณฑ์ “ขนมชั้น” วิสาหกิจ ชุมชนกลุ่มเกษตรกรทำสวนผสมผสานแบบยั่งยืน บางท่าข้าม ผลิตภัณฑ์ “ถั่วฝักยาว” ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่เห็ดบ้านนาเดิม ผลิตภัณฑ์ “ต้มโคล้งปลาเม็ง ตราผู้ใหญ่โต” บริษัท เหล่าบัณฑิต กรีน จำกัด ผลิตภัณฑ์ “ชากัญชง” บริษัท วิยะเครป โปรटकส์ จำกัด ผลิตภัณฑ์ “ปุกระป๋องพาสเจอร์ไรส์” วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านควนไทร ผลิตภัณฑ์ “เครื่องแกงเผ็ด ชนิดก้อน” สวนลุงสงค์ ผลิตภัณฑ์ “น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น” บริษัท ขนมไทย แม่ณิช จำกัด ผลิตภัณฑ์ “อะลัวทุเรียนไชระเบิด” วิสาหกิจชุมชนพรุไทยอันนบุรี ผลิตภัณฑ์ “น้ำผึ้ง”

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และสถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน เข้าร่วม ประชุมกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างต่อเนื่อง ไม่รวมที่ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด ระดับประเทศ ปี พ.ศ. 2562-2567 การสุ่ม อย่างง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 100 ราย

กลุ่มที่ 3 ศึกษาจากเครือข่ายที่มีส่วนร่วม อันประกอบด้วย 3 กลุ่มหลัก 1. นักวิชาการ 2. นักวิจัย 3. อาจารย์ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบ เฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ราย

เครื่องมือ

1. แบบสัมภาษณ์ ใช้ในกลุ่มตัวอย่างที่ 1 ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นคำถามแบบ ปลายปิดและปัจจัยสมรรถนะผู้นำชุมชนเศรษฐกิจ ฐานรากให้ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด เป็น คำถามแบบปลายเปิด ให้กลุ่มตัวอย่างเขียนบรรยาย ตามหัวข้อที่กำหนด ใช้เวลาในการตอบประมาณ 10-15 นาที

2. แบบสอบถามฉบับที่ 1 ในกลุ่มตัวอย่าง ที่ 2 เป็นคำถามแบบปลายปิด ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามแบบ ปลายปิดให้ตอบ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อ ได้แก่ ช่องทางในการรับสื่อออนไลน์มากที่สุด ช่องทาง ในการรับสื่อออฟไลน์มากที่สุด วัตถุประสงค์สำคัญ ในการเลือกรับสื่อ และการตัดสินใจในการเปิดอ่านสื่อ และส่วนที่ 3 รูปแบบการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดให้กับ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ลำดับคะแนน 5-1 ตามลำดับ และส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามแบบปลายเปิดให้เขียน บรรยายแนวทางเกี่ยวกับสื่อที่เหมาะสม สามารถ ตอบคำถามด้วยตัวเอง ใช้เวลาตอบประมาณ 5 นาที โดยมีการทดสอบเครื่องมือมีค่าความน่าเชื่อถือ ร้อยละ 95

3. แบบสอบถามฉบับที่ 2 สำหรับสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ 3 เพื่อเสนอองค์ความรู้และรูปแบบ การพัฒนาการดำเนินงานผู้ประกอบการวิสาหกิจ ชุมชนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนสู่ความยั่งยืน

เป็นคำถามแบบปลายปิด ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง บทบาทในเครือข่าย เป็นคำถามให้เลือกตอบเพียงข้อละ 1 คำตอบ และส่วนที่ 2 รูปแบบการพัฒนาการดำเนินงาน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด เป็นลักษณะ การตอบแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีการทดสอบเครื่องมือมีค่าความน่าเชื่อถือร้อยละ 85

ขั้นตอนการศึกษาและการรวบรวมข้อมูล
ขั้นตอนที่ 1 ศึกษารูปแบบสมรรถนะผู้นำ ชุมชนเศรษฐกิจฐานรากให้ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ เจาะลึกกลุ่มตัวอย่าง เฉพาะที่ได้รับ “รางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด” ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 – 2567 เท่านั้น¹⁰ ดำเนินการสัมภาษณ์ ด้วยตัวเอง

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษารูปแบบการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขัน ทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้แบบสอบถามฉบับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและ สถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน ตาม พ.ร.บ. โรงงาน พ.ศ. 2562 โดยส่งแบบสอบถามผ่าน Google ฟอร์ม

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษารูปแบบการพัฒนา การดำเนินงานผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจ ฐานรากของชุมชนสู่ความยั่งยืน ด้วยการวิจัยเชิง ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นกลุ่มที่มีส่วนร่วม ในการรวมกลุ่มในการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับ เศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด ใช้แบบสอบถามฉบับที่ 2 โดยผู้วิจัยสัมภาษณ์ด้วย ตัวเองไปพร้อมกับการเข้าร่วมประชุม โดยใช้เวลา ประมาณ 20-30 นาที

ขั้นตอนที่ 4 นำเสนอองค์ความรู้เพื่อพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับ เศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด

โดยการจำลองโมเดลแนวทางการพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจ ฐานราก ให้ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด เพื่อให้ ผู้ที่สนใจหรือจังหวัดอื่นนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติ **การวิเคราะห์ข้อมูล**

1. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. แปรคะแนนมาตราส่วนประมาณค่า จากสูตรการแบ่งช่วงแบบอันตรภาคชั้น (Class Interval) มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.50–5.00 (90–100%), 3.50–4.49 (70–89%), 2.50–3.49 (50–69%), 1.50–2.49 (30–49%) และ 1.00–1.49 (20–29%)¹¹ ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการ ประชุมกลุ่ม (focus group) โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) มีการจัดกลุ่มเนื้อหาหลักที่มีความหมายสอดคล้องใกล้เคียงกัน และตัดข้อมูลที่ ซ้ำซ้อนออก เพื่อนำมาเรียบเรียงตอบคำถามตาม ประเด็นปัญหาวิจัยโดยจัดทำตารางรายละเอียด การสัมภาษณ์ โดยใช้ผู้วิเคราะห์จำนวน 2 คน ตรวจสอบความตรงกันของแก่นสาระที่วิเคราะห์ เนื้อหาสาระจากคำตอบ¹¹

นิยาม

ผู้นำชุมชนเศรษฐกิจฐานราก หมายถึง ผู้นำชุมชนในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ผลิตอาหาร เพื่อจำหน่ายในประเทศที่มีความโดดเด่น เป็นแบบ อย่างที่ดี โดยมีการรักษาคุณภาพมาตรฐานการผลิต ด้วยดี มีการนำเอาระบบคุณภาพมาพัฒนา หรือ ควบคุมการผลิตให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ท้องตลาด มีคุณภาพ

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับ เศรษฐกิจฐานราก หมายถึง ผู้ประกอบการในพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อ จำหน่ายในประเทศที่มีการรักษาคุณภาพมาตรฐาน การผลิตด้วยดี โดยใช้ระบบคุณภาพในการพัฒนา หรือควบคุมการผลิตให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ท้องตลาด มีคุณภาพ

ผลการศึกษา

1. รูปแบบสมรรถนะผู้นำชุมชนเศรษฐกิจฐานรากที่ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด

ผลสรุปจากแบบสัมภาษณ์ ฉบับที่ 1 จากกลุ่มตัวอย่างที่ 1 จำนวน 10 คน โดยผู้นำชุมชนเศรษฐกิจฐานรากที่ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด เป็นกลุ่มที่มีความโดดเด่น เป็นแบบอย่างที่ดี มีการรักษาคุณภาพมาตรฐานการผลิตด้วยดี มีการนำเอาระบบคุณภาพมาพัฒนา หรือควบคุมการผลิตให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ท้องตลาดมีคุณภาพ จนได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด

ผลการวิจัย รูปแบบสมรรถนะผู้นำชุมชนเศรษฐกิจฐานรากที่ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้นำชุมชนเศรษฐกิจฐานรากที่ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ดส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 60.00 อายุระหว่าง 31-60 ปี ร้อยละ 80.00 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 80.00 รองลงมา ปริญญาโท ร้อยละ 10.00 และปริญญาเอก เท่ากัน ร้อยละ 10.00 ระยะเวลาในการทำธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก ส่วนใหญ่ 5-10 ปี ร้อยละ 40.00 รองลงมา น้อยกว่า 5 ปี และ มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 30.00 เท่ากัน ลักษณะธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ เป็นวิสาหกิจชุมชน บริษัทจำกัด

และห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 60.00 30.00 10.00 ตามลำดับ

ปัญหาเรื่องสมรรถนะผู้นำชุมชนเศรษฐกิจฐานรากที่ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด ส่วนใหญ่เป็นประเด็นเรื่อง การประเมินความเสี่ยงต่ำเกินไป ผู้นำขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ หรือมีอุปสรรคเรื่องสัญญาเอกสารไม่เสถียร ปัญหาการสื่อสารด้านภาษาเช่น ผู้นำขาดความรู้เรื่องภาษาอังกฤษ รวมถึงผู้นำชุมชนบางคนก็มีภาระหน้าที่เยอะทำให้ไม่ค่อยมีเวลาการจัดการสรรเวลาการเรียนรู้ ส่งผลทำให้ขาดการวางแผนการตลาดระยะยาว การผลิตสินค้าในรูปแบบผลิตภัณฑ์ สี สัน รสชาติ ยังคงรูปแบบเดิม เนื่องจากสืบทอดทางธุรกิจมักจะเป็นคนในครอบครัว ทำให้มีแต่สังคมดั้งเดิมไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง ผู้นำยังรู้จักเฉพาะคนในกลุ่มของตัวเอง ขาดการเปิดใจ เปิดรับกลุ่มอื่นภายนอกทำให้ ขาดระบบติดตาม ประเมินผล และไม่มีการวัดผลการดำเนินงานของเครือข่าย ไม่รู้ว่าเครือข่ายที่สร้างมานั้นเกิดผลจริงหรือไม่ การจัดการการเงินและบัญชีไม่เป็นระบบระเบียบที่ชัดเจน ซึ่งปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ผู้นำชุมชนเศรษฐกิจฐานรากที่ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด ได้นำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ปัจจัยสมรรถนะผู้นำชุมชนเศรษฐกิจฐานรากที่ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด

ปัจจัยสมรรถนะผู้นำ	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
1. การจัดการความเสี่ยง	1.1 การประเมินความเสี่ยงต่ำเกินไป	1.1.1 ควรเฝ้าระวังความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นมีการติดตามผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นทั้งระยะสั้นและระยะยาว 1.1.2 สรรหาที่ปรึกษาเพื่อช่วยประเมินความเสี่ยงที่คาดว่าจะเกิดขึ้น
2. ด้านความคิดเชิงสร้างสรรค์	2.1 ดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิมแบบรุ่นสู่รุ่น 2.2 ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่	2.1.1 ส่งเสริมคนรุ่นใหม่ให้มาจับบทบาทบริหารงาน 2.1.2 เปิดการขายตลาดออนไลน์ 2.2.1 เปิดรับเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการบริหารธุรกิจให้เกิดการแพร่ขยาย 2.2.2 สนับสนุนให้พนักงานทุกคนสามารถใช้คอมพิวเตอร์ได้
3. การติดต่อสื่อสาร	3.1 มีอุปสรรคเรื่องสัญญาเอกสารไม่เสถียร 3.2 ผู้นำขาดความรู้เรื่องภาษาอังกฤษ	3.1.1 ขอความช่วยเหลือหน่วยงานภาคเอกชนให้เข้ามาสนับสนุนสัญญาเอกสารให้ควบคุมทุกพื้นที่ 3.2.2 ส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ ทั้งภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น
4. การพัฒนาตนเอง	4.1 ผู้นำชุมชนมีภาระหน้าที่เยอะทำให้ไม่ค่อยมีเวลาการจัดการสรรเวลาการเรียนรู้	4.1.1 จัดสรรเวลาทำงาน พักผ่อน และกิจกรรมต่าง ๆ ให้สมดุล 4.1.2 ส่งเสริมการเรียนรู้นอกห้องเรียน
5. การบริหารการตลาด	5.1 ขาดการวางแผนการตลาดระยะยาว	5.1.1 ส่งเสริมการแสวงหาตลาดใหม่ ๆ มากขึ้น 5.1.2 ส่งเสริมช่องทางการขายในตลาดออนไลน์ให้มากขึ้น

ตารางที่ 1 ปัจจัยสมรรถนะผู้นำชุมชนเศรษฐกิจฐานรากที่ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด (ต่อ)

ปัจจัยสมรรถนะผู้นำ	ปัญหา	แนวทางแก้ไข
6. การจัดการผลิตภัณฑ์	6.1 รูปแบบผลิตภัณฑ์ สีสัน รสชาติ ยังคงรูปแบบเดิม	6.1.1 ส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย 6.1.2 ทำวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภค
7. การพัฒนาทุนทางสังคม และวัฒนธรรม	7.1 การสืบทอดทางธุรกิจมักจะเป็นคนในครอบครัวทำให้มีแต่สังคมดั้งเดิมไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง	7.1.1 เปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้ามาช่วยบริหารงานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 7.1.2 ดำเนินการจัดเวทีกิจกรรมเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน การติดต่อสื่อสารสัมพันธ์กันก่อให้เกิดความผูกพันกัน การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และการทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด
8. การจัดการเครือข่าย	8.1 ผู้นำยังรู้จักเฉพาะคนในกลุ่มของตัวเอง ขาดการเปิดใจ เปิดรับกลุ่มอื่นภายนอก	8.1.1 จัดเวทีสัมมนาให้มากขึ้น เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มอื่น ๆ 8.1.2 ส่งเสริมให้มีการทำงานร่วมกันของขบวนองค์กรชุมชนที่ทำงานในลักษณะเดียวกัน เพื่อให้เกิดพลังการเคลื่อนไหว หรือเป็นเครือข่ายแลกเปลี่ยนวัตถุประสงค์ แลกเปลี่ยนสินค้า หรือเป็นคู่ค้า ฐานการผลิตซึ่งกันและกัน 8.1.3 เสริมสร้างให้ชุมชนมีพลังมีความสามารถ มีศักยภาพ มีความเชื่อมั่น ที่จะดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของตนเองได้ โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ของชุมชน
	8.2 ขาดระบบติดตามประเมินผล ไม่มีการวัดผลการดำเนินงานของเครือข่ายไม่รู้ว่าการเครือข่ายที่สร้างมานั้นเกิดผลจริงหรือไม่	8.2.1 วางระบบติดตามผลอย่างเป็นรูปธรรม จัดทำ แผนติดตาม รายเดือน/ รายไตรมาส 8.2.2 มอบหมายผู้รับผิดชอบในแต่ละกิจกรรมให้ติดตามผลอย่างต่อเนื่อง 8.2.3 สรุปผลการดำเนินงานเพื่อการเรียนรู้และพัฒนา
9. การจัดการการเงินและบัญชี	9.1 การจัดการการเงินและบัญชี ยังไม่เป็นระบบระเบียบที่ชัดเจน	9.1.1 ใช้ระบบบัญชีการบริหารจัดการการเงิน 9.1.2 สรรหาตำแหน่งนักการเงิน นักบัญชีเพื่อช่วยในการจัดการระเบียบการเงิน ให้เป็นระบบ 9.1.3 การสนับสนุนงบประมาณสมทบกองทุนจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น กองทุนสวัสดิการชุมชน กองทุนผู้สูงอายุ กองทุนสวัสดิการชาวบ้าน กองทุนรักษากัน-รักษาดิน กองทุนฌาปนกิจ เป็นต้น 9.1.4 ให้ความรู้เรื่องการจัดทำบัญชีครัวเรือน 9.1.5 การจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ องค์กรการเงิน การสนับสนุนระบบสินเชื่อเพื่อการพัฒนา การบูรณาการกองทุน การแก้หนี้ของระบบ และสถาบันการเงินชุมชน เป็นต้น
10. บุคลิกภาพส่วนตัว และ คุณธรรมความซื่อสัตย์	10.1 ผู้นำบางคนขาดความซื่อสัตย์ ในการประกอบอาชีพ เห็นแต่พวกพ้องของตัวเอง	10.1.1 ส่งเสริมให้มีหน่วยงานตรวจสอบภายนอกเข้ามาตรวจสอบขั้นตอนการทำงาน ให้เกิดความชัดเจน ถูกต้องและโปร่งใส

2. รูปแบบการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

ผลสรุปจากแบบสอบถามฉบับที่ 1 จากกลุ่มตัวอย่างที่ 1 จำนวน 100 ตัวอย่าง เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจด้านคุณภาพในการผลิตสินค้า ให้ได้รับการยอมรับในวงกว้าง

ผลวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.00 อายุส่วนใหญ่ 31-60 ปี ร้อยละ 57.00 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.00 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 44.00 ส่วนใหญ่เป็นพนักงาน ลูกจ้าง ร้อยละ 58.00 และเจ้าของกิจการ ร้อยละ 42.00 ลักษณะธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ส่วนใหญ่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 49.00 รองลงมา เจ้าของคนเดียว ร้อยละ 41.00 และบริษัทจำกัด ร้อยละ 10.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ 15,001-30,000บาท ร้อยละ 43.00 รองลงมา มากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 42.00 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปผู้ประกอบการที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาการดำเนินงานผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน (n = 100)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	46	46.00
หญิง	54	54.00
อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	36	36.00
31-60 ปี	57	57.00
มากกว่า 60 ปี	7	7.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	44	44.00
ปริญญาตรี	56	56.00
ตำแหน่ง		
เจ้าของกิจการ	42	42.00
พนักงาน ลูกจ้าง	58	58.00
ลักษณะธุรกิจที่ดำเนินการอยู่		
เจ้าของคนเดียว	41	41.00
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	49	49.00
บริษัทจำกัด	10	10.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000	11	11.00
15,001-30,000	43	43.00
30,001-50,000	4	4.00
มากกว่า 50,000	42	42.00

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยคะแนนรูปแบบการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

ข้อ	ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1.	รูปแบบสี สัน ภาพและอักษร	3.25	1.130	ปานกลาง
2.	ความเหมาะสมของเนื้อหา	4.01	1.230	มาก
3.	ความต่อเนื่อง การลำดับเรื่องราว การนำเสนอ	3.68	1.320	มาก
4.	การใช้ตาราง นักร้อง บุคคลที่มีชื่อเสียง	3.03	1.100	ปานกลาง
5.	ตราสัญลักษณ์ เครื่องหมายทางการค้า	3.26	1.430	ปานกลาง
6.	การใช้เทคนิค เทคโนโลยีขั้นสูง	3.25	1.110	ปานกลาง
7.	การใช้ดนตรี เสียง ประกอบเรื่องราว	3.29	1.130	ปานกลาง
8.	ระยะเวลาในการนำเสนอ	4.05	1.210	มาก
9.	ช่องทางการสื่อสาร การติดต่อและตอบสนอง	3.67	1.320	มาก
10.	จำนวนสื่อ ปริมาณสื่อ และประเภทสื่อ	2.99	1.090	ปานกลาง
11.	ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ หน่วยงานเข้ามามีส่วนร่วมในสื่อ	3.23	1.410	ปานกลาง
	ภาพรวม	3.42	0.640	มาก

3. องค์ความรู้และรูปแบบการพัฒนาการดำเนินงานผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนสู่ความยั่งยืน

การศึกษาองค์ความรู้และรูปแบบการพัฒนาการดำเนินงานผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนสู่ความยั่งยืน จากแบบสอบถามฉบับที่ 2 ในตัวอย่างกลุ่ม 3 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการ

ผลการศึกษารูปแบบการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนพบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 3.42 ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ระยะเวลาในการนำเสนอมากที่สุด ที่ระดับมาก เฉลี่ย = 4.05 รองลงมา ความเหมาะสมของเนื้อหา อยู่ระดับมาก เฉลี่ย = 4.01 และความต่อเนื่อง การลำดับเรื่องราว การนำเสนอ อยู่ระดับมาก เฉลี่ย = 3.68 ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

เมื่อศึกษาถึงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อที่เหมาะสม พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคชีวิตวิถีใหม่ หลังภาวะวิกฤตโควิด-19 มีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าออนไลน์ จึงต้องพึ่งพาดตลาดออนไลน์เป็นหลัก การซื้อสินค้าผ่านระบบโซเชียลมีเดียเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ดังนั้น ผู้ประกอบการ นักธุรกิจ และนักสื่อสารการตลาดต้องปรับรูปแบบการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์การตลาดใหม่เพื่อให้รองรับผู้บริโภคยุคที่มีพฤติกรรมที่มีการใช้งานในเครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น

นักวิชาการ และผู้นำชุมชน ร้อยละ 31.00 30.00 และ 22.00 เป็นเพศชาย ร้อยละ 62.00 อายุ ระหว่าง 31–60 ปี ร้อยละ 53.00 รองลงมา ระดับ การศึกษาปริญญาตรีพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีบทบาท ในเครือข่ายส่วนใหญ่เป็นการให้ความรู้ และ สนับสนุนด้านนโยบาย ร้อยละ 52.00 และ 32.00 ดังตารางที่ 4

ค่าเฉลี่ยคะแนนรูปแบบการพัฒนาการ ดำเนินงานผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจ ฐานรากให้ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด ของกลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เฉลี่ย = 3.49 เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่าประเด็น มุ่งเน้นการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ มีคะแนนสูงสุด อยู่ในระดับมาก เฉลี่ย = 3.99 รองลงมาขยายตลาด ส่งออกต่างประเทศ อยู่ในระดับมาก เฉลี่ย = 3.82 และหากกลยุทธ์ใหม่ในการรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจผันผวนได้อยู่ในระดับมาก เฉลี่ย = 3.72 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเครือข่าย ที่มีส่วนร่วมในการเสนอองค์ความรู้และรูปแบบ การพัฒนาการดำเนินงานผู้ประกอบการวิสาหกิจ ชุมชนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนสู่ความยั่งยืน (n = 100)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	62	62.00
หญิง	38	38.00
อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	27	27.00
31–60 ปี	53	53.00
มากกว่า 60 ปี	20	20.00
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา	24	24.00
ปริญญาตรี	60	60.00
สูงกว่าปริญญาตรี	16	16.00
ตำแหน่ง		
ผู้นำชุมชน	22	22.00
ข้าราชการ	17	17.00
ผู้ประกอบการ	31	31.00
นักวิชาการ	30	30.00
บทบาทในเครือข่าย		
ให้ความรู้	52	52.00
ให้เงินทุน	5	5.00
สนับสนุนด้านนโยบาย	32	32.00
สนับสนุนเครื่องมือ	11	11.00

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยคะแนน รูปแบบการพัฒนาการดำเนินงานผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด

ข้อ	ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1.	การพัฒนาผู้นำให้มีศักยภาพรอบด้าน	3.31	1.160	ปานกลาง
2.	มุ่งเน้นการใช้สื่อ การประชาสัมพันธ์	3.99	1.230	มาก
3.	จัดอบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง	3.65	1.320	มาก
4.	หาเงินทุนสนับสนุน	3.02	1.140	ปานกลาง
5.	ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพิ่มจำนวนลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	3.40	1.410	ปานกลาง
6.	หาพื้นที่เพาะปลูกมากขึ้นเพื่อขยายธุรกิจ	3.47	1.200	มาก
7.	สร้างเครือข่ายให้เป็นวงกว้างระดับประเทศ	3.38	1.200	ปานกลาง
8.	หากกลยุทธ์ใหม่ในการรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจผันผวนได้	3.72	1.320	มาก
9.	มุ่งเน้นปรับปรุงสินค้าให้ได้มาตรฐาน	3.48	1.310	มาก
10.	ไวในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค	3.62	1.320	มาก
11.	ทำตลาดโดยเน้นตลาดออนไลน์	3.51	1.320	มาก
12.	แชร์ประสบการณ์การทำงาน เทคนิคการผลิต การตลาดให้กับสมาชิกในกลุ่ม	3.43	1.260	มาก
13.	ขยายตลาดส่งออกต่างประเทศ	3.82	1.310	มาก
14.	ประกอบธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม	3.41	1.330	มาก
15.	ทำงานเป็นทีม สร้างเครือข่ายขยายเป็นวงกว้าง	3.17	1.170	ปานกลาง
16.	การพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมและสร้างสรรค์	3.39	1.340	ปานกลาง
17.	การหาผู้ประกอบการต้นแบบ จังหวัดสุราษฎร์ธานี	3.54	1.270	มาก
ภาพรวม		3.49	0.420	มาก

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจอาหารระดับฐานรากให้ยั่งยืนตามบริบทของเศรษฐกิจชุมชน ดังนี้

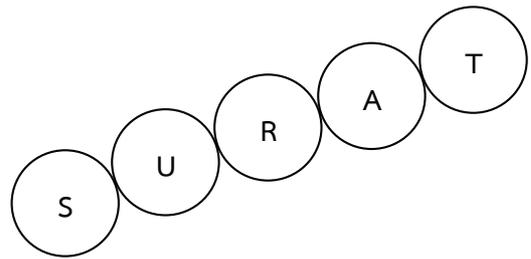
1. การวางแผนเชิงกลยุทธ์ : การพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืนจึงต้องเริ่มต้นจากการวางแผนที่ชัดเจนและมี กลยุทธ์ แผนเชิงกลยุทธ์ช่วยให้กำหนดเป้าหมายระยะยาวและแนวทางการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

2. การมีส่วนร่วมของประชาชน : การรวมความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาชุมชน การสร้างช่องทางให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจส่งผลให้การพัฒนามีความหลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน

3. การจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน : การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรที่ยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาชุมชน ซึ่งรวมถึงการจัดการสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

4. การประเมินผลและการปรับปรุง : การประเมินผลการดำเนินงานและการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะแนวทางที่ได้จากการประเมินผลจะช่วยให้การบริหารชุมชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเกิดความยั่งยืน

เมื่อจำลองโมเดลแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด ได้ดังรูปที่ 1 และตารางที่ 6



รูปที่ 1 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด ในรูปแบบ Surat Model

ตารางที่ 6 แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล อย. ควอลิตี้ อวอร์ด ในรูปแบบ Surat Model

Surat Model	กิจกรรม	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
S = Standard มีมาตรฐานการผลิตสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มการตรวจสอบ ตรวจวิเคราะห์คุณภาพผลิตภัณฑ์สินค้าทุกเดือน - รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) - วิทยากรเรื่องมาตรฐานสถานที่และผลิตภัณฑ์ - ส่งเสริมให้ความรู้ BDS-SP (ตัวแทนให้คำปรึกษาแนะนำภาคเอกชน) - งานแสดงสินค้า อย.ควอลิตี้ อวอร์ด - โครงการ ชาไทยสู่ชาโลก - โครงการอาหารส่งออก 	<ul style="list-style-type: none"> - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุราษฎร์ธานี - สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา - ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ 11 - อุตสาหกรรมจังหวัด - อุตสาหกรรมภาค 10
U = Unity ความเป็นเครือข่ายที่ทำงานร่วมกัน เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน	<ul style="list-style-type: none"> - จัดประชุมเครือข่ายทุกเดือน - มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แต่ละองค์กร แต่ละหน่วยงาน - งานส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการฐานราก 	<ul style="list-style-type: none"> - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุราษฎร์ธานี
R = Reading มีการศึกษา ค้นคว้าการสอน การอบรม การแลกเปลี่ยน เรียนรู้ กันอยู่เสมอ	<ul style="list-style-type: none"> - วิทยากรบรรยาย มาตรฐานสถานประกอบการ และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ต่อยอดนวัตกรรม และงานวิจัย - งานวิจัยอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> - สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุราษฎร์ธานี - สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา - มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ - มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
A = Ability เป็นผู้ที่มีความสามารถหลากหลายรอบด้าน	<ul style="list-style-type: none"> - คณะกรรมการขับเคลื่อน OTOP ด้วยองค์ความรู้ Knowledge Base OTOP (KBO) - คณะกรรมการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานพลังประชารัฐ (คสป.) - ประชุมคณะกรรมการตลาดร่วมการซื้อขายสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด - สำนักงานพาณิชย์จังหวัด

ตารางที่ 6 แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด ในรูปแบบ Surat Model (ต่อ)

Surat Model	กิจกรรม	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
T = Technology เป็นผู้ที่เท่าทันเทคโนโลยี การสื่อสาร สื่อต่าง	- จัดสรรงบประมาณ - ผลิตสื่อความรู้ - วิทยากรบรรยายมาตรฐานสถานที่และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ เวทีการประชุม - จัดทำ Youtube ออย.ควอลิตี้ อวอร์ด ผ่านช่องทาง Youtube : FDA SURATTHANI OFFICIAL	- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา - มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี - มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สรุปผล

ผลสรุปเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อพัฒนารูปแบบสมรรถนะผู้นำชุมชนเศรษฐกิจฐานรากให้ได้รับรางวัลออย. ควอลิตี้ อวอร์ด พบว่า ปัจจัยสมรรถนะผู้นำชุมชนเศรษฐกิจฐานรากที่ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ดได้แก่ (1) การจัดการความเสี่ยง (2) ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (3) การติดต่อสื่อสาร (4) การพัฒนาตนเอง (5) การบริหารการตลาด (6) การจัดการผลิตภัณฑ์ (7) การพัฒนาทุนทางสังคมและวัฒนธรรม (8) การจัดการเครือข่าย (9) การจัดการการเงินและบัญชี และ (10) บุคลิกภาพส่วนตัวและคุณธรรมความซื่อสัตย์ มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด

ผลสรุปเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน พบว่า ให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการนำเสนอสูงสุดในระดับมาก เฉลี่ย 4.05 จากระดับ 5 รองลงมา ได้แก่ ความเหมาะสมของเนื้อหา และความต่อเนื่อง การลำดับเรื่องราว การนำเสนอ เฉลี่ยเท่ากับที่ 4.01 นอกจากนี้ ยังพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคซีวีวีวีใหม่มีแนวโน้มการซื้อสินค้าออนไลน์เป็นหลักมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ควรมุ่งเน้นการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ เฉลี่ย 3.99 ขยายตลาดส่งออกต่างประเทศ เฉลี่ย 3.82 และหากกลยุทธ์ใหม่ในการรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจผันผวนได้ เฉลี่ย 3.72

ผลสรุปเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อเสนอองค์ความรู้และรูปแบบการพัฒนาการ

ดำเนินงานผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนสู่ความยั่งยืน พบว่าผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจอาหารระดับฐานรากให้ยั่งยืนตามบริบทของเศรษฐกิจชุมชนใน 4 ส่วนได้แก่ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การมีส่วนร่วมของประชาชน การจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน และการประเมินผลและการปรับปรุง และได้จำลองโมเดลแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด ในรูปแบบของ SURAT Model ประกอบด้วย Standard มีมาตรฐานการผลิตสินค้า, Unity ความเป็นเครือข่ายที่ทำงานร่วมกัน เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน, Reading มีการศึกษาค้นคว้าการสอน การอบรม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันอยู่เสมอ, Ability เป็นผู้ที่มีความสามารถหลากหลายรอบด้าน, and Technology เป็นผู้ที่เท่าทันเทคโนโลยี การสื่อสาร สื่อต่าง ๆ

อภิปรายผล

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด ของงานวิจัยนี้ค้นพบว่า ปัจจัยด้านการจัดการความเสี่ยง ด้านความคิดเชิงสร้างสรรค์ การติดต่อสื่อสาร การพัฒนาตนเอง การบริหารการตลาด การจัดการผลิตภัณฑ์ การพัฒนาทุนทางสังคมและวัฒนธรรม การจัดการเครือข่าย การจัดการการเงินและบัญชี บุคลิกภาพส่วนตัว และคุณธรรมความซื่อสัตย์มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารระดับเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับ

รางวัล อย. คออลิตี อวอร์ด ดังนั้นหากผู้นำชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพตามที่กล่าวอาจมีโอกาสนำให้การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ตนเองดูแลประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ สุธีรา อะทะวงษา¹² พบว่าสมรรถนะผู้นำด้านการจัดการความเสี่ยงนั้น ผู้นำจะมีพฤติกรรมที่มีความต้องการที่จะดำเนินกิจการให้บรรลุความสำเร็จ เป็นผู้ที่พัฒนากลยุทธ์ไปอย่างก้าวหน้าและสร้างกลยุทธ์โดยคำนึงถึงเป้าหมาย ตลอดจนมีการบริหารจัดการทรัพยากรขององค์กรซึ่งนำไปสู่การปรับปรุงองค์กรและสมาชิกให้ดีขึ้น และสร้างความเจริญเติบโตของธุรกิจ ต้องรู้จักการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จภายใต้ความไม่แน่นอน เป็นผู้นำที่สร้างวิสัยทัศน์ มีการระดมทุนจากสมาชิก เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและนำมาสู่ความผูกพันในองค์กร มีความสามารถในการตัดสินใจที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กรให้ประสบความสำเร็จ สมรรถนะผู้นำด้านการจัดการความเสี่ยง ผู้นำต้องยอมรับความคิดเห็นจากผู้มีส่วนร่วมในองค์กร สร้างความเชื่อมั่นให้สมาชิกในองค์กรในความสามารถ นำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย¹² ซึ่ง สอดคล้องกับฉัฐสิณี หาญกิตติชัย กล่าวถึงภาวะผู้นำของผู้นำวิสาหกิจชุมชน มีผลต่อประสิทธิผลของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเห็นว่าวิสาหกิจชุมชนจะประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลนั้น ปัจจัยที่สำคัญคือภาวะผู้นำของผู้นำวิสาหกิจชุมชน ในทางกลับกันถ้าผู้นำวิสาหกิจชุมชนขาดภาวะผู้นำ จะทำให้วิสาหกิจชุมชนประสบความล้มเหลวและไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การพัฒนาภาวะผู้นำของผู้นำวิสาหกิจ ชุมชนควรพัฒนาทุกด้าน แต่ที่สำคัญควรพัฒนาด้านภาวะผู้นำด้านการประกอบการ ได้แก่ การจัดการความเสี่ยง การติดต่อสื่อสาร การตัดสินใจ การคิดเชิงสร้างสรรค์ และการแก้ไขปัญหาซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากที่ผู้นำวิสาหกิจชุมชนจะได้นำไปบริหารจัดการวิสาหกิจ ชุมชนให้เกิดประสิทธิผลต่อไป และควรเน้นการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม ที่เกิดจากความต้องการและความเต็มใจของผู้นำวิสาหกิจชุมชนด้วย⁵

สอดคล้องกับ Natsudu และคณะ และ Saroso ที่ว่าการพึ่งพาตนเองและมีความคิดสร้างสรรค์เป็นการสร้างให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญของการตั้งถิ่นในการที่จะสร้างองค์กรเพื่อดำเนินงานโดยคนในชุมชนตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนด้วยตนเอง โดยภาครัฐให้การสนับสนุนความรู้ในด้านเทคนิค การตลาด และการเงิน¹³⁻¹⁴

จะเห็นได้ว่าแนวทางการสร้างสื่อ และ ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนควรให้ความสำคัญเรื่องระยะเวลาการนำเสนอเพื่อให้ผู้รับสารไม่รู้สึกเบื่อหน่าย สนใจติดตาม ควรเน้นเนื้อหาที่ตรงประเด็นกระชับแต่สร้างสรรค์เข้าใจได้ง่าย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

รูปแบบการพัฒนาการดำเนินงานผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจฐานราก ให้ได้รับรางวัล อย. คออลิตี อวอร์ด พบว่าผู้นำ ต้องมีความรู้และประสบการณ์ในการประกอบการวิสาหกิจชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเภทของวิสาหกิจชุมชนของกลุ่ม ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้ผู้นำควรสร้างวิสัยทัศน์และความคิดริเริ่มในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน มีความรับผิดชอบในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน มีการจัดสรรตำแหน่งงานที่เหมาะสมกับประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของสมาชิกโดยไม่เลือกปฏิบัติ รวมทั้งสามารถสื่อสารและประสานงานผู้เกี่ยวข้อง ทั้งหมดได้เป็นอย่างดี ตลอดจนสามารถแก้ปัญหาและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนได้

2. ข้อเสนอแนะต่อชุมชน องค์กรท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1 ควรมีการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ของผู้นำชุมชนในรูปแบบของเครือข่ายโดยมีคณะทำงานของชุมชน องค์กรชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการช่วยเหลือแชร์ข้อมูล ข่าวสารพร้อมทั้งการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมคิด ร่วมทำร่วมดำเนินงาน และร่วมรับผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

2.2 การพัฒนาองค์ความรู้ของชุมชน ให้เห็นถึงประโยชน์ของรูปแบบการสื่อสารการ ประชาสัมพันธ์ ตลาดออนไลน์ การซื้อสินค้าผ่าน ระบบโซเชียลมีเดีย ซึ่งในอนาคตจะเป็นส่วนหนึ่ง ในการดำเนินชีวิตของคนทุกคน

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาส่งเสริมให้มี นวัตกรรมทางการเงินเพื่อสนับสนุนแหล่งทุนให้กับ เศรษฐกิจชุมชน อาทิ ตลาดทุนในการทำหน้าที่ เป็นกลไกในการจัดสรรทรัพยากรด้านเงินทุนเพื่อ ตอบสนองความต้องการของผู้ระดม เงินทุนและ ผู้ลงทุน ผ่านเครื่องมือทางการเงินที่หลากหลาย ที่สามารถพัฒนาขึ้นให้มีความเหมาะสม

3.2 ควรมีการส่งเสริมให้มีกลไกการ เปิดเผยข้อมูลและกลไกราคาที่สามารถช่วยให้ชุมชน สามารถระดมเงินทุนที่เหมาะสมกับความต้องการ พัฒนาระบบกำกับระบบมาตรฐานบัญชี การใช้ รูปแบบสินเชื่อรูปแบบใหม่ ๆ ที่เหมาะสมและ สอดคล้องกับความต้องการของเศรษฐกิจชุมชน

เอกสารอ้างอิง

1. กรุงเทพมหานคร. เปิดผลสำรวจดัชนีเศรษฐกิจชุมชน ฐานรากปี 67 รายได้ไม่พอรายจ่าย [อินเทอร์เน็ต]: กรุงเทพมหานคร; [ไม่ทราบปีที่เผยแพร่] [เข้าถึงเมื่อ 10 ก.ค. 2568]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1145701>
2. รัชณี รูปหล่อ, ดุชนิ พรหมทัต, วัลภา ว่องวิวิธกุล. แนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและเจริญเติบโต ของวิสาหกิจชุมชน. วารสารวิชาการและวิจัย มทร. พระนคร 2556; (ฉบับพิเศษการประชุมวิชาการ มทร. ครั้งที่ 5):158–70.
3. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ; 2559.

4. กรมการพัฒนาชุมชน. แนวทางการจัดตั้งและ พัฒนากลุ่มอาชีพ. กรุงเทพฯ: เสริมสร้างความ เข้มแข็งชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน; 2560.
5. ฉัฐสิณี หาญกิตติชัย. ภาวะผู้นำประสิทธิผลของ วิสาหกิจชุมชนและตัวแบบการพัฒนาภาวะผู้นำด้าน การประกอบการ. วารสารเกษตร มสธ.; 2559:28-34.
6. ธนารักษ์ ไทยเจียมอารีย์, โสภภาพ กล่ำสกุล, วิภาณี เพื่อกบัวขาว. การพัฒนารูปแบบสมรรถนะ ผู้นำแห่งความสำเร็จในการจัดการวิสาหกิจชุมชน. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ 2563;5(7):313–327.
7. กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและ แนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ ลิฟ; 2547.
8. วิรัช ลภิตตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2549.
9. กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุราษฎร์ธานี. รายงาน ประจำปี 2567. สุราษฎร์ธานี: สำนักงานฯ; 2567.
10. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. สธ. มอบรางวัลสุดยอดแห่งปี “ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด ปีที่ 16” ให้สถานประกอบการดีเด่นและผลิตภัณฑ์ สุขภาพดีเด่น 177 รางวัล [อินเทอร์เน็ต]. นนทบุรี: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา; 2567 [เข้าถึงเมื่อ 13 พ.ค. 2568]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.fda.moph.go.th/news/qa2024>
11. กัลยา วานิชย์บัญชา. สถิติสำหรับงานวิจัย. สำนักงานพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2549.
12. สุธีรา อະทะวงษา. คุณลักษณะที่สำคัญของ การเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม. วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษย ศาสตร์และสังคมศาสตร์ 2556;13(1):175–83.
13. Natsuda K, Igusa K, Wiboonpongse A, Thoburn J. One Village One Product–rural development strategy in Asia: the case of OTOP in Thailand. Can J Dev Stud. 2012;33(3):369–85.
14. Saroso DS. The OVOP Approach to Improve SMEs Business Performance: Indonesia’s Experience. GSTF Bus Rev. 2013;2(3):69–74.