

**รูปแบบความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก
สำหรับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในประเทศไทย
Sustainable Development Model for
Thai Herb Retail Business of the Community Enterprise**

ไพบุลย์ ปิรันธนโนวาท¹
นพ.เทอดศักดิ์ โรจน์สุรกิตติ²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินการ ปัญหาและอุปสรรคในธุรกิจค้าปลีกสำหรับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในปัจจุบัน ปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืน และพัฒนากลยุทธ์และรูปแบบการสร้างความยั่งยืน ของธุรกิจค้าปลีกสำหรับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในประเทศไทย ใช้การวิจัยแบบ ผสม (Mixed Methods) ในการดำเนินการวิจัย การวิจัยเชิงปริมาณใช้การ สืบจากวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศจำนวน 400 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อลดจำนวนตัวแปรและ จัดกลุ่มใหม่ ด้านการวิจัยคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 ท่าน ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง จากนั้นทำผลการศึกษาทั้งหมด มาจัดทำกลยุทธ์การพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์สร้างความยั่งยืนในธุรกิจค้าปลีก สำหรับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในประเทศไทย

277

วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ

¹นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

²อาจารย์ประจำและผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

ผลการศึกษา พบว่า

1. สถานการณ์การดำเนินการในปัจจุบัน พบว่า ยังอยู่ในระดับปานกลาง แต่เป็นการดำเนินการที่ช่วยส่งเสริมเกษตรกรไทยในระดับมหภาคได้ดี และยังเป็นการดำเนินการเสริมมากกว่ากิจกรรมการสร้างรายได้หลัก เนื่องจากการเติบโตธุรกิจสมุนไพรในประเทศยังไม่เติบโตเร็วนัก แม้จะมีทิศทางในทางที่ดี

2. ด้านปัญหาและอุปสรรคที่พบได้แก่ ปัญหาการขาดความรู้ ความเข้าใจทั้งของประชาชนและเจ้าหน้าที่ การรวบกิจการเป็นของตน การจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล การเป็นเจ้าของทรัพย์สินในการดำเนินการ ทรัพย์สินทางปัญญา การกำหนดตลาด ความสามารถในการจัดการและภาวะผู้นำ

3. ด้านองค์ประกอบต่อความยั่งยืน ได้แก่ ด้านวัตถุดิบ ด้านการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริหารจัดการ ด้านลูกค้า ด้านสมาชิกวิสาหกิจชุมชน และความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก

4. ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืน ได้แก่ นโยบายรัฐ หน่วยงานที่ดูแลและเป็นหุ้นส่วน คุณภาพและมาตรฐาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด เทคโนโลยี การสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณธรรมและจริยธรรม

รูปแบบความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกสำหรับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในประเทศไทยต้องเป็นการบูรณาการหน่วยงานรัฐและภาคประชาชน (Integrated Task force) ดังนั้น ข้อเสนอแนะจากการศึกษา ได้แก่ การสร้างหน่วยงานบูรณาการและดำเนินการการประชาสัมพันธ์ การสำรวจตลาดและคาดประมาณการความต้องการอย่างต่อเนื่อง การจัดทำแผนธุรกิจ การจัดทำคู่มือการดำเนินการสำหรับประชาชน การจัดอบรม การจดทะเบียนการรับรองการประสานงานการดำเนินการด้านทรัพย์สินทางปัญญาให้กับวิสาหกิจชุมชน

คำสำคัญ : ความยั่งยืน/ธุรกิจค้าปลีก/วิสาหกิจชุมชน/สมุนไพร/ประเทศไทย

Abstract

The objectives of this study were to study the current situation of Thai community enterprise of herb, analysis the problems and obstacles in Thai community enterprise of herb, delineate factors affected with the sustainable procedure including develop the strategic perspectives on such Thai community enterprise of herb. Mixed method as quantitative work through survey research as well as qualitative approaches based on in-depth interviewing were method conducted in this study. Four hundreds community enterpriser in all regions of Thailand were the sample in survey and thirty expert on Thai herb and the community enterprise were the key informant in interviewing. Data was analyzed by Factor analysis and arrange category with criteria in term of rubric scoring for indicating the sustainable standard criteria. Then, all finding had been developing the strategy and build sustainability in the retail business for Thai community enterprise of herb respectively.

The research results had revealed as follows :

1. The current situation of Thai community enterprise of herb is remain perform at moderate level. Be that as it may, it is an appropriate governmental action that contributes quality of life for the Thai farmers and also as supplementary rather than actions. A part from the internal problems are facing, primarily, it is due to growth in the domestic herbal business is not yet growing fast despite the positive direction.

2. An inevitable problems and obstacles encountered include the problem of a lack of real understanding of people and

officials toward the community enterprise, crawl affairs, registered as a legal entity, ownership of assets in operations, assignment of the intellectual property, market strategies, ability to manage, and leadership.

3. As for the key elements towards sustainability include raw materials, productions, product management, customer management, desirable qualifications of member of the community enterprises, and relationship among the members. Within the factors affected for the sustainable development, there are state policies, administrative agencies and partnership, quality and standards of products, product development, marketing, technology, value added management included honesty and ethics of community enterprise member, the leadership of the head of community enterprise, management, integrations with the contribution agencies,

Model for Thai community enterprise of herb has to base on an integrated task force committee on public and private sectors. Then, recommendations for this study are to public relation, marketing survey on herb demand, estimate both domestic and international herb needs, and set up business plan and handbook for the community enterpriser, training, certify the safety and quality on herb products, cooperation in intellectual property for herb in community enterprise,

Keywords : Model/Sustainable Development/Retail Business/Thai Community Enterprise

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการประเมินความเสี่ยงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ประเทศไทยจะเผชิญกับความเสี่ยงที่ต้องเตรียมการสร้างภูมิคุ้มกันให้ประเทศ ขณะที่เศรษฐกิจในประเทศส่วนใหญ่อยู่ในภาคเกษตรมีรายได้น้อย ดังนั้นการสร้างภูมิคุ้มกันของประเทศ จำเป็นต้องสร้างและใช้ประโยชน์จากภูมิคุ้มกันประเทศ คือ (1) สังคมไทยมีค่านิยมและวัฒนธรรมที่ดีงาม และ(2) ชุมชนท้องถิ่น ที่เป็นกลไกเป็นพลังหลักในการพัฒนาฐานรากของประเทศ ชุมชนพึ่งตนเองและบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมในระดับท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผ่านยุทธศาสตร์ความเข้มแข็งภาคเกษตร และยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่มีคุณภาพและยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักนายกรัฐมนตรี, 2555)

ในโครงสร้างการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีฐานการเกษตรเช่นประเทศไทย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถือได้ว่าเป็นกลไกหลักในการเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ เป็นแหล่งการจ้างงานที่สำคัญ อีกทั้งยังเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศ มีจุดแข็งด้านความคล่องตัว ยืดหยุ่น สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์แวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีความสามารถและความเชี่ยวชาญด้านทักษะงานฝีมือและงานบริการ (Craftsmanship and Hospitality) และด้านการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย นอกจากนี้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการจ้างงานส่วนใหญ่ของประเทศ เป็นแหล่งฝึกอาชีพแรงงานประเภทต่าง ๆ ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการใช้ทรัพยากรและยังมีบทบาทในการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 39 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด และมีมูลค่าการส่งออกโดยตรงคิด

เป็นส่วนส่วนกว่าร้อยละ 29 ของมูลค่าการส่งออกรวม (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557) แต่แม้ว่าภาครัฐให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น แต่การส่งเสริมดังกล่าวยังคงจำกัดอยู่ในภาคการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ยังมีข้อจำกัดด้านงบประมาณการพัฒนองค์ความรู้ความเชี่ยวชาญ และความเข้าใจปัญหาและความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของบุคลากรภาครัฐและเอกชนที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554) การดำเนินการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นมักจะดำเนินการในลักษณะธุรกิจค้าปลีก ซึ่งการดำเนินการค้าปลีกสมัยใหม่นั้นถือเป็นช่องทางกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้ทำให้เกิดร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยใช้ (1) แนวคิดกลยุทธ์การลดต้นทุน (Low Cost Leader Strategy) โดยมีการแข่งขันขยายสาขากระจายไปยังชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งรูปแบบการกระจายสินค้าได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

การดำเนินการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจค้าปลีกนั้นดำเนินการหลากหลายและใช้ชุมชนเป็นฐานจึงเป็นการดำเนินการธุรกิจค้าปลีกสำหรับวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้รัฐได้พิจารณาเห็นว่า หากให้วิสาหกิจชุมชนดำเนินการในลักษณะที่นำพืชผลทางการเกษตรจากชุมชนมาใช้แปรรูปและจัดขายจะเป็นรูปแบบการดำเนินการที่เหมาะสมสำหรับสังคมไทยที่มีรากฐานด้านการเกษตรและยังมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับนโยบายของรัฐบาลและแผนยุทธศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” อีกทั้ง “สร้างสมดุลการพัฒนา” มีกรอบแนวคิดในการผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทยครอบคลุมมิติเชิงพื้นที่ (สำนักงานคณะกรรมการ

พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักนายกรัฐมนตรี, 2555) ทั้งนี้ พืชสมุนไพรเป็นสิ่งที่ตรงตามเป้าประสงค์หลักด้านที่ 4 คือ ศูนย์กลางสินค้า ประเภสมุนไพร (Product Hub: Herbal) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาการปลูกสมุนไพรตามมาตรฐาน GAP โรงงานการผลิตสมุนไพรไทยตามมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) มาตรฐานศูนย์กลางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพ ศูนย์กลางการศึกษาทางการแพทย์ (Clinical trial) รองรับสมุนไพรไทยให้เป็นไปตามแผนงานการพัฒนาศักยภาพด้านการค้าระหว่างประเทศและสุขภาพ (สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ และสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข, 2557)

ประเทศไทยมีศักยภาพการผลิตพืชสมุนไพรมีชนิดของสมุนไพรที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง จำนวน 4,087 ชนิดและมีการนำมาใช้เป็นสมุนไพรในตำรับยาถึง 974 ชนิด ปัจจุบันมีการแปรรูปสมุนไพรเพื่อเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์ยา อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง เครื่องหอม และนวดประคบ โดยรัฐบาลคาดการณ์ว่าการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติโดยมีเป้าหมายประการหนึ่ง คือ การพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทยจะสามารถทำรายได้เข้าประเทศไม่ต่ำกว่าปีละ 50,000-60,000 ล้านบาท ซึ่งจะส่งผลต่อฐานะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ (สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข, 2557) กอปรกับในปัจจุบันมีกระแสของความนิยมในสมุนไพรที่เพิ่มมากขึ้นรวมไปถึงประเทศไทยเป็นประเทศที่มีพืชสมุนไพรหลากหลายประเภท โดยการใช้ยาสมุนไพร (Herbal Medicine) รวมถึงการจัดโปรแกรมอาหารธรรมชาติ (Natural Food) รวมทั้งกระแสการแพทย์ทางเลือก มีการนำสมุนไพรมาใช้สามารถเป็นได้ทั้งรูปของอาหารเพื่อสุขภาพ สมุนไพรเสริมอาหาร การแพทย์ทางเลือกหรือเครื่องสำอาง นอกจากนี้ ประเด็นท้าทายทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ทำให้ทั้งภาคธุรกิจและภาคสังคมได้รับประโยชน์ทั้งคู่

และเป็นไปอย่างยั่งยืน วิสาหกิจชุมชนมีวิธีการจัดสรรทรัพยากรใหม่ที่จะช่วยให้การลงทุนทางสังคมเพื่อผลประโยชน์ในระยะยาว สามารถสร้างรายได้ อีกทั้งมีทรัพยากรของตัวเองและมีแนวโน้มที่จะแบ่งปันร่วมกัน เพื่อพัฒนาขีดความสามารถและปรับปรุงการให้บริการในระบบเศรษฐกิจในท้องถิ่น

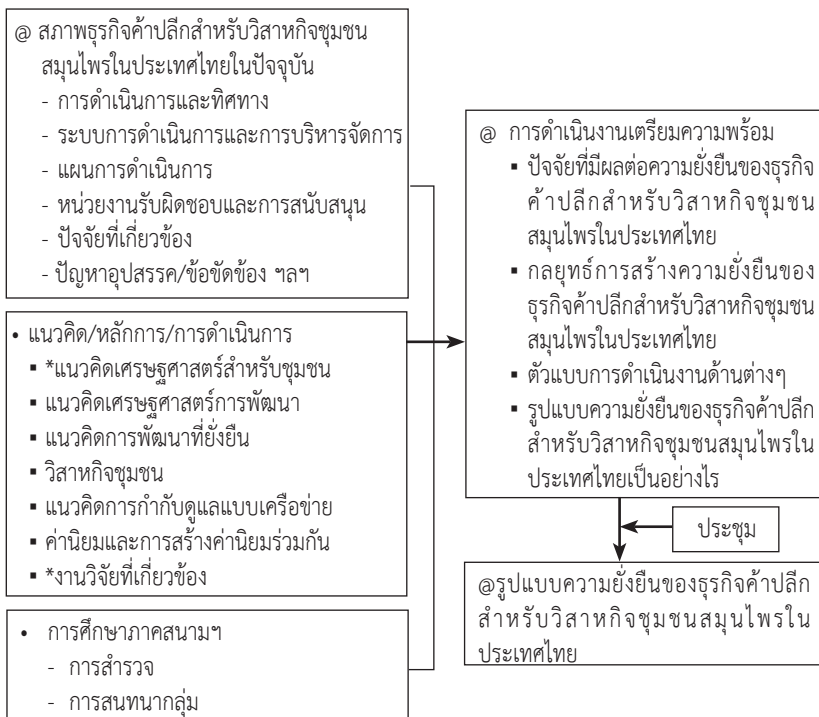
จากความสำเร็จและเหตุผลข้างต้น การศึกษาเรื่องรูปแบบการสร้าง ความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกสำหรับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในประเทศไทยจึงมีความสำคัญกับสถานการณ์ในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นแนวคิดเพื่อหาองค์ประกอบความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกสำหรับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในประเทศไทย เพื่อสร้างวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรให้มีความเข้มแข็ง มีภูมิคุ้มกัน มีโอกาสที่เท่าเทียมกันในการแสวงหารายได้ อีกทั้งสร้างสมดุลการพัฒนาในทุกมิติ และเป็นแนวทางสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ หรือปรับกลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีกสำหรับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในประเทศไทยให้มีความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินการ ปัญหา อุปสรรคและปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกสำหรับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์และเสนอรูปแบบการสร้างความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกสำหรับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในประเทศไทย

กรอบแนวคิด (Conceptual Framework)

แนวทางการดำเนินการเป็นไปตามกรอบ ดังนี้



ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ

(1) วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในประเทศไทย ที่ได้จดทะเบียนตามข้อมูลการจดทะเบียนของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการอนุมัติการจดทะเบียนของกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2558) (ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2558) มีจำนวนประชากรวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนจำนวน 4,436 แห่ง และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยใช้เขตประเทศและภูมิภาค จากนั้นเจาะจงสุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรตามสัดส่วนที่กำหนด ได้จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย

(2) ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อย 10 ปี และบทบาททั้งการกำหนดนโยบาย การดำเนินการ การประเมินผล และการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

วิธีการศึกษา

ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) เริ่มจากการสำรวจข้อมูลด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจค้าปลีกสำหรับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในประเทศไทยกับสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในประเทศไทยจำนวน 400 คน ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) นำข้อมูลมาวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) เพื่อลดจำนวนตัวแปรและจัดกลุ่มใหม่เพื่อการสร้างตัวแบบและวิเคราะห์ นำตัวแปรไปจัดกลุ่มสร้างตัวแบบการสร้างความยั่งยืนจัดลำดับโดยใช้ Rubric scoring

ด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 30 ท่านหรือจนกว่าจะอิ่มตัว (Creswell, 2013; Onwuegbuzie and Collins, 2007) เพื่อตรวจสอบยืนยันข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structure) จากนั้นผู้วิจัยนำผลลัพธ์ในแต่ละขั้นตอนมาร่างกลยุทธ์และรูปแบบการสร้างความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกสำหรับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในประเทศไทย

ผลการศึกษา

1) การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณใช้การสำรวจจากวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศจำนวน 400 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือใน

การเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อลดจำนวนตัวแปรและจัดกลุ่มใหม่ ผลการวิจัยมีดังนี้

1.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นผู้หญิงคิดเป็นร้อยละ 83.8 โดยมีอายุ 51 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 91.5 มีอาชีพเกษตรกรรม เช่น ทำนา ทำไร่ เพาะปลูก มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.8 กลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 40.8 มีหนี้สินของครัวเรือนต่ำกว่า 50,000 บาท กลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 91.5 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา หรือต่ำกว่า ด้านการเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 95.1 เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เช่น กลุ่มที่สมาชิกร่วมผลิต ร่วมตัดสินใจ ร่วมกันบริหาร โดยมีอายุสมาชิกในวิสาหกิจชุมชน 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.5 และส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 82.4 มีประเภทสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเป็นหุ้นส่วนวิสาหกิจชุมชนเท่านั้น

1.2 การทดสอบค่าความเหมาะสมของข้อมูล KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ซึ่ง KMO คือค่าที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลตัวอย่างที่จะนำมาวิเคราะห์โดยเทคนิค Factor Analysis โดยค่า KMO ต้องมีค่าระหว่าง $0 < KMO < 1$ โดยค่า KMO เข้าใกล้ 1 แสดงว่ามีความเหมาะสม หรือมีค่ามากกว่า 0.5 จากการทดสอบทางสถิติมีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square = 10170.406 ได้ค่า Significance = 0.000 มีค่า KMO = 0.851 ซึ่งมากกว่า 0.5 และเข้าสู่ 1 จึงสรุปได้ว่า ข้อมูลมีความเหมาะสมกับเทคนิค Factor Analysis ในระดับมาก และจากการทดสอบเมตริกซ์เอกลักษณ์ (Identity matrix) ด้วยค่าสถิติทดสอบของบาร์เลท (Bartlett's test of sphericity) พบว่า ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square) ที่ใช้ทดสอบความเหมาะสมของรูปแบบองค์ประกอบ (Goodness of fit the factor) มีค่า $df = 3160$ นำตัวแปรที่มีสหสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นอย่างมีนัยสำคัญ ไปสกัดตัวประกอบ (Factor Extraction) และหมุนแกนองค์ประกอบ (Factor Rotation) จึงนำ

ข้อมูลไปทำการสกัดตัวประกอบ (Factor Extraction) วิธีการสกัดองค์ประกอบหลัก (Principle Component Method : PCA) และหมุนแกนองค์ประกอบ (Factor Rotation) โดยให้แกนขององค์ประกอบตั้งฉากกัน เพื่อให้องค์ประกอบมีความเป็นอิสระต่อกันด้วยวิธี Varimax และได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) และค่าความร่วมกัน (Communality) ของแต่ละตัวแปรจากการสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ด้วยวิธีการสกัดองค์ประกอบหลัก (Principle Component Method) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่า Extraction Communality อยู่ในระดับที่สามารถอธิบายความผันแปรได้หมด โดยตัวแปรที่มีค่า Extraction Communality สูงสุด คือ $X_{76} = 0.862$ และตัวแปรที่มีค่า Extraction Communality ต่ำสุด คือ $X_{72} = 0.617$ พบว่ามีเพียง 16 Factor แรกเท่านั้น ที่มีค่า Eigenvalue มากกว่า 1

1.3 ปัจจัย 16 ด้าน ประกอบด้วย การบริหารจัดการ ภาวะผู้นำ ความโปร่งใสในการดำเนินการ แหล่งวัตถุดิบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความคุ้มค่า การอบรมและพัฒนาบุคลากร การคำนึงประโยชน์ส่วนรวม การมีส่วนร่วมที่เสมอภาค ความรู้ความเข้าใจในกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เครือข่าย การจัดทำหมาย กลยุทธ์ การบริหารจัดการสินค้าและบริการ ความต้องการลูกค้าและสมาชิกพึ่งพาตนเอง

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

จากการที่การวิจัยครั้งนี้เป็นการออกแบบวิจัยโดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน โดยเริ่มจากการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การสำรวจจากผู้ดำเนินการวิสาหกิจชุมชนจำนวน 400 คน ทั่วประเทศ ส่วนนี้จะเป็นการประมวลผลในส่วนข้อมูลจากการใช้การดำเนินการในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 30 ท่าน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้าง (Semi-Structural Interviewing Guideline) ทั้งนี้การสัมภาษณ์จะประกอบด้วยการสอบถามถึงข้อเท็จจริง (Facts) ที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ถึงมุมมอง ความคิดเห็น และโลกทรรศน์ (Worldview)

ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นผู้วิจัยนำมาประมวลจำแนกตามวัตถุประสงค์และคำถามการวิจัย ซึ่งมีรายการดังนี้

2.1. สถานการณ์ธุรกิจค้าปลีกสำหรับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรไทย

ก) ด้านวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ และเป็นการจัดการระบบการผลิตและบริโภคที่มีอยู่ในชีวิตประจำวันและเป็นการจัดการระบบการผลิตและบริโภคที่มีอยู่ในชีวิตประจำ ไม่ได้เป็นนิติบุคคลตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ การสนับสนุนจึงไม่เป็นระบบและไม่มีเอกภาพ ส่งผลให้มีปัญหาในการดำเนินงานเพราะวิสาหกิจชุมชนบางแห่งไม่เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานรัฐหรือภาคเอกชน และบางครั้งมีการสนับสนุนจากภาครัฐแต่ไม่ตรงความต้องการที่แท้จริง มีกฎหมายคือ พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 จึงได้ถูกประกาศใช้อย่างเป็นทางการและมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2548 เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว วิสาหกิจชุมชนสามารถแบ่งตามลักษณะการประกอบการเป็นหลัก สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน และวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมและหน่วยงานด้านวิสาหกิจชุมชนโดยตรง ได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้มีการดำเนินการใน 2 บทบาท คือ สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน ทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงงานที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน โดยทั้งเชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ และเชื่อมโยงกับจังหวัดโดยที่ในระดับจังหวัดก็จะมีคณะกรรมการระดับจังหวัดมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธาน

ข) ด้านสมุนไพร

ในด้านสถานการณ์การผลิตนั้น ในประเทศไทยมีแหล่งผลิตพืชสมุนไพรกระจายทั่วประเทศ จากรายงานปี 2557 พื้นที่ปลูกสมุนไพรเป็นการค้า รวม 34,936 ไร่ ผลผลิตรวม 295,304 ตัน เกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพรมี

จำนวน 9,015 ครัวเรือน ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนผลิตพืชสมุนไพร จำนวน 315 กลุ่ม และวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพร เพื่อเพิ่มมูลค่าหลากหลายประเภท จำนวน 1,929 กลุ่ม ในปัจจุบัน ขาดความชัดเจนเรื่องตลาดสมุนไพร ประกอบกับการผลิตพืชสมุนไพรส่วนใหญ่อยู่ในลักษณะพืชผสมผสานในครัวเรือนมากกว่าการผลิตระบบการค้าทำให้ไม่มีการรายงานข้อมูล

1.2 ปัญหาและอุปสรรคที่ประสบในปัจจุบัน

ก. ด้านวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย ปัญหาเรื่องความเข้าใจตลาดเคลื่อนของประชาชน ปัญหาการขาดความเข้าใจในระบบและกลไกวิสาหกิจชุมชน ปัญหาเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขาดความเข้าใจ ปัญหาการรวบกิจการวิสาหกิจชุมชนเป็นของตนเองของผู้นำ ปัญหาด้านการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลของวิสาหกิจชุมชน ปัญหาการเป็นเจ้าของทรัพย์สินในวิสาหกิจชุมชน ปัญหาด้านการเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาของวิสาหกิจชุมชน ปัญหาความสามารถในการจัดการหรือปัญหาภาวะผู้นำรวมทั้งปัญหาการไม่สามารถกำหนดตลาดสำหรับการดำเนินการได้

ข) ด้านสมุนไพร ปัญหาอุปสรรค พบว่า ได้แก่ ปัญหาด้านการขาดระบบข้อมูลด้านสมุนไพรที่ใช้ประโยชน์ในสังคมไทย ปัญหาการขาดความรู้และทักษะในกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานของเกษตรกรส่วนใหญ่ การขาดการจัดการการตลาดวัตถุดิบร่วมกันระหว่าง เกษตรกร ภาครัฐ และผู้ประกอบการ การขาดการเชื่อมโยงข้อมูลกัน ผลิตภัณฑ์สมุนไพรหลายประเภทยังมีปัญหาหลายด้าน เช่น กฎหมาย งานวิจัยรองรับ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค เป็นต้น การผลิตแบบอินทรีย์และรับรองมาตรฐาน การขาดการจัดทำแผนงาน/โครงการต้นแบบบูรณา พัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ขาดระบบฐานข้อมูลและคลังความรู้ด้านการผลิต กลุ่มผู้ผลิต ข้อมูลวัตถุดิบสมุนไพร และผู้ค้า อนุรักษ์และขยายพันธุ์สมุนไพรที่จำเป็น เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และกระจายพันธุ์

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการสร้างความยั่งยืน อันดับสำคัญที่สุดเป็นด้านการบริหารการจัดการ (Management) กับภาวะผู้นำ (leadership) เป็นหลัก ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานการศึกษาของไพศาล มุ่งสมัคร และคณะ (2556) ที่พบว่า รูปแบบการจัดการที่ประสบผลสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีระดับความสำเร็จการจัดการอยู่ในระดับสูงสอดคล้องกับภาวะผู้นำทุกด้านไม่ว่า ด้านการจัดซื้อ/การผลิต ด้านการปฏิบัติการ ด้านการจัดส่งสินค้า ด้านการตลาดและการขาย ด้านการบัญชี/การเงิน ด้านการจัดการทุนชุมชน ด้านข่าวสาร/การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์และเมื่อพิจารณาในภาพรวมทั้งหมดของตัวชี้วัดดังกล่าวจะแสดงให้เห็นคุณภาพ และศักยภาพของการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม โดยสามารถประสานงานเครือข่ายให้มีความสำเร็จในระดับสูง ข้อค้นพบนี้ยังไปสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรนภา พรหมมา และคณะ (2549)

นอกจากนี้การนำเอาหลัก Demand Supply มาใช้ เพราะการปลูกพืชสมุนไพรในชุมชนกระทำได้ยาก ยิ่งชุมชนในชนบทส่วนใหญ่เป็นภาคเกษตรเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว การจัดหาวัตถุดิบด้านสมุนไพรไม่ยาก แต่ต้องมีความแน่นอนและชัดเจน ด้านการตลาดหรือความต้องการของตลาด (Demand) ต้องชัดเจนและต่อเนื่อง หากชัดเจนแล้วการจะให้วิสาหกิจชุมชนผลิตมาป้อนตลาดได้ดีและมีความยั่งยืน

ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานการศึกษาของฐปนรรษ์ ชูเลิศ (2550) ที่ศึกษาพบว่า การมีระบบการจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าเป็นเงื่อนไขสำคัญในการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนที่ต่อเนื่อง

ในด้านการตลาดซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งนั้น เป็นเงื่อนไขสำคัญสำหรับการสร้างความยั่งยืน นอกจากนี้ในการดำเนินการด้านการตลาดก็ต้องชัดเจน เพราะสมุนไพรที่ใช้มีตลาดต่างกัน เช่น สมุนไพรสำหรับขาย และสมุนไพรสำหรับผู้หญิงก็มีความแตกต่างกัน หรือสมุนไพรสำหรับผู้สูงอายุก็เช่นกัน ดังนั้น การวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับเงื่อนไขทางการตลาดก็เป็น

สิ่งสำคัญ เพราะจะเป็นตัวกำหนดถึงชนิดและประเภทของสมุนไพรและปริมาณที่ควรผลิตด้วยผลการศึกษาสอดคล้องกับงานการศึกษาของ มนเทียรโรหิตเสถียร (2549) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์จากผ้าในจังหวัดเชียงใหม่ ได้กล่าวว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจคือ การบริการลูกค้า ความเร็วของตลาด และนวัตกรรม ปัจจัยแห่งความสำเร็จนี้จะสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านการตลาดและยังสอดคล้องกับงานของสุกัญญา อธิปอนันต์ (2550) เรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง โดยพบว่า ด้านการพัฒนาการตลาด ได้แก่การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด จัดทำแผนพัฒนาการตลาด สำรวจตลาด ทดสอบผลิตภัณฑ์ ขยายช่องทางการตลาด ส่งเสริมการขาย สร้างความมั่นใจและประชาสัมพันธ์เป็นเงื่อนไขสำคัญที่ขาดไม่ได้

เงื่อนไขที่จะช่วยให้การพัฒนาสมุนไพรไทยให้ได้คุณภาพและยั่งยืนอีกประการหนึ่ง ก็คือ การต้องให้หน่วยงานหรือองค์กรที่จะสร้างคุณค่าเข้าไปช่วยหรือส่งเสริมโดยเฉพาะ เช่น ด้านเกษตรอุตสาหกรรม เนื่องจากการผลิตในวิสาหกิจชุมชนจะทำน้อยและอาจจะประสบปัญหาในด้านคุณภาพของสินค้าอาจรวมไปถึงด้านราคา ซึ่งการผลิตน้อยจะทำให้ต้นทุนสูง การตั้งราคาก็จะต้องสูงตามไปด้วย ทำให้การขายทำได้ยาก ได้ปริมาณน้อย ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานการศึกษาของ พิรพงษ์ ปราบริปู (2547, หน้า 18-19) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานธุรกิจชุมชนกลุ่มตีเหล็กบ้านฝายมูล อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนมีปัญหาด้านการเงินมีเงินทุนสำรองในการบริหารธุรกิจน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรียานุช ป้องภัย (2547), สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรพงษ์ ปราบริปู (2547, หน้า 18-19) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานธุรกิจชุมชนกลุ่มตีเหล็กบ้านฝายมูล อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่านพบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนมีปัญหาด้านการเงินมีเงินทุนสำรองในการบริหารธุรกิจน้อย ดังนั้นรัฐจำเป็นต้องเข้ามาช่วยเหลืออย่างมากและสอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพย์ ไชยสมศรี (2550, หน้า 2) ที่ได้กล่าวถึง การพัฒนา

วิสาหกิจชุมชน การบริหารจัดการรวมทั้งการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจึงมีบทบาทสำคัญ เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านในชุมชนหรือครอบครัว ทำให้ขาดประสบการณ์ ความรู้ด้านการบริหารจัดการศักยภาพในการบริหารจัดการกลุ่มยังมีอยู่โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบางกลุ่มจึงไม่สามารถอยู่รอดได้ บ้างก็ประสบปัญหาในการบริหารจัดการกลุ่ม เช่น ปัญหาเงินทุน การระดมทุนจากสมาชิกในกลุ่มและจากการกู้ยืม ก่อให้เกิดปัญหาด้านหนี้สิน การผลิตสินค้าที่ขาดความรู้ ทางการจัดการการตลาดจึงเกิดปัญหาให้สินค้าที่ผลิตไม่สามารถจำหน่ายได้ ขาดความต่อเนื่องในการผลิตสินค้า ไม่เป็นที่รู้จัก และเมื่อไม่มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์จึงไม่ได้รับความสนใจ ปัญหาแรงงานในการผลิตที่เข้าและออกบ่อยทำให้การจัดการด้านบัญชีขาดระบบ ไม่มีการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องทำให้ไม่สามารถรับรู้รายได้รายจ่ายที่แท้จริง ทำให้ผลการดำเนินงานประสบภาวะขาดทุน บางกลุ่มต้องเลิกกิจการไป ศักยภาพการจัดการวิสาหกิจชุมชนถือว่ามีความสำคัญในการบริหารกิจการ เพราะจะเป็นมือที่ช่วยให้กิจการอยู่รอดอย่างเข้มแข็งต่อเนื่อง ดังนั้นการบริหารงานที่มีกระบวนการจัดการองค์การและใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่ดี มีการติดต่อประสานงานทำกิจกรรมร่วมกันโดยอาศัยปัจจัยหลายอย่าง ได้แก่ คน เงินวัสดุ สิ่งของ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรสูงสุด ก็จะเป็นการสร้างศักยภาพการบริหารจัดการให้กับองค์กรและเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหา ปรับปรุงธุรกิจให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

นอกจากนี้ ประเด็นผลการศึกษาที่เน้นการสร้างเครือข่ายองค์ประกอบความยั่งยืนนั้นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนต้องประกอบการสร้างเครือข่ายทั้งแนวราบและแนวดิ่ง ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานการศึกษาของข้อค้นพบดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุวิชญ์ ทองยี่ม (2544) และสถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม (2548) ที่ได้จัดทำโครงการส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียงและประชาคมจังหวัดโดยองค์กรเหล่านี้ดำเนินกิจกรรมในลักษณะของการสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายชุมชนมากกว่ากิจกรรมเพื่อสร้างอาชีพและ

เศรษฐกิจชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถพัฒนาและค้นหากลุ่มแกนนำที่เข้าไปทำงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยวัฒน์ หน่อรัตน์ (2546) ที่พบว่า สวัสดิการชุมชนเครือข่ายแบบชุมชนชนบทเป็นองค์ประกอบเพื่อแลกเปลี่ยนกับ ชุมชน หมู่บ้านชนบทอื่น ๆ ในทำนองเดียวกัน ญัฐพันธ์ เจริญนันทน์ และคณะ (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาขีดความสามารถเชิงพาณิชย์ของสินค้าชุมชน พบว่า สภาพในการประกอบวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่รอการสนับสนุนหรือกระตุ้นจากเครือข่ายภายนอกมิได้เกิดขึ้นจากแรงขับ

ด้านสมาชิกวิสาหกิจชุมชน องค์ประกอบความยั่งยืนนั้นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนต้องประกอบด้วยการไม่เห็นแก่ตัว ไม่เอารัดเอาเปรียบบุคคลอื่น มีการแข่งขันกันอย่างเป็นธรรม มีความเมตตากรุณา ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น มีอิสระในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานการศึกษาของรัชณี รูปหล่อ และคณะ (2558) ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและเติบโตของวิสาหกิจชุมชนต้องมาจากการที่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนต้องรักและสามัคคี รวมทั้งร่วมแรงร่วมใจในการดำเนินการ ด้านการผลิตสินค้า องค์ประกอบความยั่งยืนต้องมีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสินค้าตรงตามความต้องการลูกค้า มีกรรมวิธีการผลิตที่เฉพาะของท้องถิ่นที่ไม่เหมือนที่อื่น สอดคล้องกับงานการศึกษาของ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2556) ที่พบว่า การดำเนินการวิสาหกิจชุมชนควรต้องดำเนินการจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นหลักก่อนและยังสอดคล้องกับงานของสุตาณี คาดี และคณะ (2547) พบว่า องค์ความรู้ที่ได้รับการสืบทอดจากบรรพบุรุษ เป็นแหล่งก่อเกิดการเรียนรู้สั่งสมจนกลายเป็นองค์ความรู้และมีการพัฒนาต่อเนื่อง องค์ความรู้ในการสกัดน้ำมันงา จากเดิมโดยอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านลูกค้า องค์ประกอบความยั่งยืนต้องสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้รับประโยชน์มากกว่าความคาดหวัง สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า ต้องมีระบบดูแลและ

รับผิดชอบต่อผู้บริโภคในทุก ๆ กระบวนการของสินค้าและบริการ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า อาทิเช่น ขายตรงไปยังผู้บริโภค ผู้ค้าปลีก หรือองค์กรหน่วยงานราชการ การซื้อขายสินค้าและบริการโดยส่งข้อมูลด้วยสื่อ เป็นต้น ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานการศึกษาของวิทยา จันทะวงศ์ศรี (2547) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก องค์กรประกอบความยั่งยืนนั้นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนต้องประกอบสมาชิกมีความเคารพซึ่งกันและกัน ให้ความสำคัญต่อประโยชน์ของส่วนรวม ไม่ยึดถือเอาประโยชน์ส่วนตนเป็นหลัก สมาชิกมีความไว้วางใจกัน เชื่อมโยงการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและชุมชนเมืองให้สนับสนุนซึ่งกันและกัน

ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์

ก) ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ในเชิงรุก (Aggressive-strategy) การจัดทำมาตรฐานสมุนไพรไทยให้เป็นระบบมาตรฐานสากลทั้งด้านคุณภาพ ความปลอดภัย การพัฒนาระบบฐานข้อมูลหรือ Website เชิงวิทยากรด้านการแพทย์และสาธารณสุขมาให้ความรู้ด้านสมุนไพรของต่างประเทศ วางแผนการผลิตพืชสมุนไพรที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงอายุ จัดให้วิสาหกิจชุมชนพบผู้ประกอบการโดยตรง ดำเนินการสำรวจตลาดความต้องการพืชสมุนไพรของจีนและแนวโน้มการเติบโต นำเอาข้อมูลและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพืชสมุนไพรทั้งที่เป็นด้านอาหาร เวชสำอางและด้านยารักษาหรือ การแพทย์ทางเลือกเข้ามาผสมผสานหรือบูรณาการเข้ากับแผนแม่บทชุมชน ประสานการดำเนินการด้านวิสาหกิจชุมชนกับการดำเนินการด้านเกษตร อุตสาหกรรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกับหน่วยงานที่ดำเนินการด้านการแพทย์และสาธารณสุขในทุกระดับและการบูรณาการระหว่างสถานพยาบาลในการนำสมุนไพรเป็นสิ่งที่ช่วยในการบำบัดและฟื้นฟูสุขภาพ ทั้งด้านยาสมุนไพร การใช้สมุนไพรและการแพทย์แผนไทยในโรงพยาบาล

ข) ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ในเชิงการตั้งรับหรือป้องกันตัว (defensive strategy) ได้แก่ การตรวจสอบด้านกฎ ระเบียบต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรค ประชุมและวางแผนแนวทางการดำเนินการออกแบบใหม่ (Redesign) หรือสร้างแผนที่การดำเนินการ (Roadmap) ใหม่ ประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจกับเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้เข้าใจมากขึ้น สำรวจระดับชาติ (National survey) และการปิกมุดเชิงพื้นที่ (Geographic Information system) ดำเนินการให้หน่วยงานด้านเภสัช จัดทำรายละเอียดเกี่ยวกับมาตรฐาน GMP-PIC/S ที่เป็นมาตรฐานของสหภาพยุโรป ประสานงานกับสถาบันอุดมศึกษา

ค) ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ในเชิงการกลยุทธ์การพลิกตัว (turnaround-oriented strategy) แนวทางดำเนินการ ได้แก่ ดำเนินการด้านการรับรองการขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชนเป็นนิติบุคคล สร้างกระบวนการต้นแบบใหม่ด้าน Start up และด้าน Entrepreneur ให้กับวิสาหกิจชุมชน ประชาสัมพันธ์ทั้งข้อมูลข้อเท็จจริงด้านความต้องการของตลาดต่างประเทศ ส่งเสริมพืชสมุนไพรที่เหมาะสมกับการใช้สมุนไพรไทยเพื่อการรักษาโรคและสร้างเสริมสุขภาพ ร่วมกับการใช้ยาและแนวการรักษาของการแพทย์ออก ระเบียบรองรับในด้านการเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาของวิสาหกิจชุมชน ในการให้ความคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญา เพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการ การจัดการเพื่อนำไปสู่เป้าหมาย จัดทำตลาดวัตถุดิบสมุนไพรเพื่อให้วิสาหกิจดำเนินการผลิตวัตถุดิบและส่งเข้าตลาดแทน จัดทำระบบข้อมูลด้านสมุนไพรที่ใช้ประโยชน์ในสังคมไทย อบรมกระบวนการผลิตหรือการแปรรูป

ง) ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ในเชิงการกลยุทธ์การแตกตัวหรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification strategy) แนวทางดำเนินการ ได้แก่ จัดหาโปรแกรมสำเร็จรูปให้กับประชาชนได้เข้าไปศึกษาเรียนรู้และด้านการสร้างมาตรฐานด้านสมุนไพร ทำฐานข้อมูลการแปรรูปสมุนไพรที่สามารถเรียนรู้ทั้งด้านการผลิตและการแปรรูปเพื่อการค้า ฝึกอบรมเชิญผู้แทนด้านการค้าหรือ

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่สามารถเป็นหุ้นส่วนด้านการผลิตเพื่อส่งผลิตจากพื้นที่ต่าง ๆ ทำแผนการสร้างฐานข้อมูลเพื่อการผลิต ให้ทุนการศึกษาเพื่อการจัดทำแผนการดำเนินการ (Roadmap) ประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่ดำเนินการในพื้นที่ เช่น กรมส่งเสริมการเกษตรจัดการฝึกอบรมมาตรฐาน GMP-PIC/S ที่เป็นมาตรฐานของสหภาพยุโรป หน่วยงานในกระบวนการที่เกี่ยวข้องร่วมและดำเนินการเพื่อสร้างเครือข่ายและพันธมิตรในการดำเนินงาน อาจต้องประสานขอความร่วมมือช่วยดำเนินการติดตามหรือประสานการดำเนินการด้านการตลาดกับห้างสรรพสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

6.2 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัย

1. จากการศึกษา พบว่า ในด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนนั้น ยังประสบปัญหาจากการขาดความรู้ ความเข้าใจในด้านการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาด การส่งเสริมการขาย ฯลฯ ทำให้วิสาหกิจชุมชนหลายแห่งแม้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพแต่ขาดช่องทางการตลาดทำให้ไม่สามารถพัฒนาและสร้างความยั่งยืนในการดำเนินการ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กองวิสาหกิจชุมชน ควรประสานงานกับสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ ที่มีการจัดการเรียนการสอนด้านการตลาด ด้านวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร โดยประสานงานและเลือกวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรเป็นกรณีศึกษา (Case Study) จากนั้น ดำเนินการออกแบบวางแผนกลยุทธ์และบริหารจัดการด้านการตลาดให้ ซึ่งนักศึกษาเองจะได้เรียนรู้และดำเนินการจากประสบการณ์จริง ส่วนวิสาหกิจชุมชนก็มีความรู้เพิ่มขึ้นและสามารถดำเนินการด้านการตลาดได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย สถาบันอุดมศึกษาได้ชื่อเสียงและงานบริการวิชาการแก่สังคม

2. จากการศึกษา พบว่า สมุนไพรไทยยังไม่ได้ได้รับความนิยมเท่าที่ควร เนื่องจากยังประสบปัญหาด้านการแปรรูป ด้านความปลอดภัยและความเชื่อถือจากประชาชน โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ ๆ ทั้ง ๆ ที่มีสรรพคุณ คุณค่ามากและหาง่าย ราคาถูก แต่ด้วยการขาดการรับรองและข้อบ่งชี้ทางเภสัช ดังนั้น รัฐควร

กำหนดให้หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงดำเนินการ ประสานการดำเนินการ และวางแนวทางบูรณาการวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรกับเภสัชอุตสาหกรรม เพื่อศึกษาวิจัยให้การรับรอง และวางแนวทางในการพัฒนาเป็นต้นตำรับหรือสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการใช้เกี่ยวกับสุขภาพและเวชสำอาง ซึ่งการนำเอาพืชสมุนไพรมาใช้ในการป้องกันและการรักษา ทดแทนการใช้เคมี

3. จากการศึกษา พบว่า ภาวะผู้นำ (Leadership) ของวิสาหกิจชุมชน นั้น มีบทบาทอย่างสูงต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการดำเนินการ รวมทั้งการสร้างความต่อเนื่องและความยั่งยืนและภาวะผู้นำวิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ซึ่งอาจจะเกิดจากบุคคลที่เคยทำงาน มีประสบการณ์การเรียนรู้ ฯลฯ ดังนั้น รัฐควรจัดโครงการฝึกอบรมภาวะผู้นำให้กับวิสาหกิจชุมชน เพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้กับวิสาหกิจชุมชนทุกแห่งและสร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้นำด้วยกัน โดยอาจเลือกเอาวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรมาดำเนินการและให้ผู้ที่ฝึกอบรมได้ทำการถ่ายทอด (Train the trainer) เนื่องจากภาวะผู้นำแม้จะเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ แต่ก็สามารถเพิ่มเติมสร้างเสริมกระบวนการคิด มุมมอง และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เสริมสร้างทักษะที่จะนำไปสู่การพัฒนาได้ ทั้งการสร้างการเติบโตและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม

4. จากการศึกษา พบว่า สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ลูกค้าให้ความสนใจ คือ เรื่องความปลอดภัย (Safety) ซึ่งจะต้องมีหน่วยงานหรือองค์กรที่มาให้ตรวจสอบและออกเอกสารรับรอง เหมือนเครื่องหมาย อ.ย. ในการเป็นหลักประกันชัดเจน ดังนั้น จึงควรมีหน่วยงานที่สามารถตรวจสอบและรับรองที่เป็นมาตรฐานระดับสากล (World Class) เพื่อให้การรับรองและตรวจสอบ รวมทั้งเพื่อยืนยันถึงการปราศจากการปลอมปนในผลิตภัณฑ์สมุนไพร หรือมีผลต่อร่างกายมนุษย์ ไม่ว่าในระยะสั้นหรือระยะยาว รวมทั้งแจ้งไปให้วิสาหกิจชุมชนด้านสมุนไพรทั้งหมดทราบ เพื่อส่งมาตรวจและขอเอกสารรับรอง อันจะเป็นการสร้างความ

เชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคและชื่อเสียงต่อวิสาหกิจชุมชนนั้น ๆ เองด้วยเช่นกัน

5. จากการศึกษาพบว่า ผลผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากวิสาหกิจชุมชนได้รับการดำเนินและมองคุณค่าไม่สูงมากนัก เกิดจากรูปลักษณะทั้งบรรจุภัณฑ์ (Package) และการออกแบบต่าง ๆ ที่ยังไม่ชวนให้ซื้อหรือมีไว้ในครอบครอง ผิดกับหลายประเทศที่ผลิตภัณฑ์หลายประเภทมียอดขายสูง เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ที่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ที่ดึงดูดและชวนให้ซื้อหาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการจัดการฝึกอบรมด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ รวมทั้งการชักชวนให้วิสาหกิจชุมชนแบบก้าวหน้าให้มีการออกแบบและพัฒนา รวมทั้งอาจมีการจัดหาตัวอย่าง บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม รวมทั้งแหล่งการจัดซื้อจัดจ้างในราคาถูกให้วิสาหกิจชุมชนสมุนไพร

6. จากการศึกษา พบว่า ประเทศไทยยังไม่ได้มีเอกลักษณ์ด้านสมุนไพรที่เด่นชัดและสร้าง Signature ที่ชัดเจน อย่างในบางประเทศ อาทิ โสมเกาหลี ทานาคาของเมียนมาร์ เป็นต้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการศึกษาและกำหนดเอกลักษณ์ให้เป็นสมุนไพรประจำชาติ พร้อมทั้งเผยแพร่และส่งเสริมไม่ว่าจะเป็นสมุนไพรประจำชาติ พร้อมทั้งเผยแพร่และส่งเสริมไม่ว่าจะเป็นสมุนไพรด้านความสวยความงาม สมุนไพรด้านสุขภาพ ให้ต่างชาติเกิดความสนใจและอยากได้ อยากแสวงหาและสอบถาม หากเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย โดยอาจใช้ผนวกไปกับสิ่งที่มีชื่อเสียงและเอกลักษณ์ของไทย เช่น มวยไทย โดยอาจมีการสร้างเรื่องราว (Story) ประกอบไปด้วย พร้อมทั้งเสนองานวิจัยให้สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อและความต้องการกับนักท่องเที่ยว

6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยต่อไป

1. ในประเทศต่าง ๆ ที่มีการพัฒนาและส่งออกสมุนไพรได้มีการจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์สมุนไพร แม้ในกลุ่มประเทศเอเชีย อย่างเกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ดังนั้น ควรให้สถาบันอุดมศึกษามีการศึกษาเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศต่าง ๆ ที่สามารถนำข้อมูลมาจัดทำแนวทางการสร้าง

มาตรฐานผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรได้เรียนรู้และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาให้สามารถผลิตได้ตามมาตรฐาน

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมวิชาการเกษตร ควรมีการศึกษาความต้องการ และตลาดสมุนไพรสำหรับกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม อาทิ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้สูงอายุ กลุ่มผู้หญิง กลุ่มผู้ชาย ฯลฯ เพื่อจะได้ทราบความต้องการชนิดและประเภทสมุนไพร ตลอดจนเป็นข้อมูลให้วิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ได้ใช้ในการกำหนดแผนการผลิตและวางแนวทางการผลิต การบริหารจัดการ ตลอดจนการกำหนดกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ให้มีความหลากหลาย

3. แนวคิดเรื่องวิสาหกิจชุมชน (Community enterprise) เป็นแนวคิดและการดำเนินการในหลากหลายประเทศ ซึ่งประเทศต่าง ๆ ดำเนินการและประสบความสำเร็จด้วยดี จึงควรให้สถาบันอุดมศึกษามีการศึกษาผลสำเร็จของการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนของประเทศต่าง ๆ เพื่อถอดบทเรียน (Lesson to be learnt) นำมาปรับประยุกต์กับประเทศไทย ซึ่งจะทำให้สามารถเข้าใจและนำมาปรับใช้กับประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม อาทิ การสร้างคุณค่า (Value added) การสร้างเอกลักษณ์ (Signature) ปัญหาและการแก้ปัญหา ภาวะผู้นำ หรือการสร้างกลยุทธ์และส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2557. รายงานการศึกษาขั้นสุดท้าย (Final Report) การจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ค้นวันที่ 18 พฤศจิกายน 2557

สมาคมค้าปลีกไทย. 2556. บริโภคชะลอตัวอุตสาหกรรมค้าปลีกเฉา วอนรัฐบาลออกมาตรการกระตุ้น หวังเพิ่มยอดขาย ใ้คงสุดท้าย. ข่าวสารค้าปลีก, วันที่ 21 พฤศจิกายน 2556. ค้นวันที่ 28 กรกฎาคม 2557

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2554. **แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3** (พ.ศ. 2555-2559) เมษายน 2554.

Aaker, David A. 2005. **Strategic Market Management**. London: John Wiley & Sons, Inc.

Acemoglu, Daron. 2010. Theory, General Equilibrium, and Political Economy in Development Economics. **Journal of Economic Perspectives**. 24(3): 17-32.

Albareda, Laura., Lozano, Josep M., Tencati, Antonio., Midttun, Atle., and Perrini, Francesco. 2008. The Changing Role of Governments in Corporate Social Responsibility: Drivers and Responses. **Business Ethics: A European Review**. 17(4): 347–363.

Baumol William J. 1959. **Business Behavior, Value and Growth**. New York: Macmillan.

Becker, Gary S. 1962. Irrational Behavioural and Economic Theory. **Journal of Political Economy**. 70(1): 1-13.

Onwuegbuzie, Anthony J. and Collins, Kathleen M.T. 2007. A Typology of Mixed Methods Sampling Designs in Social Science Research. **The Qualitative Report**. 12(2): 281-316.

Plano Clark, Vicki L. and Creswell, John W. 2010. **Understanding Research: A Consumer's Guide**. New Jersey: Pearson.