

แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมในองค์กรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์

Guidelines for Developing Entrepreneurial Potential and Organizational Innovation of Silk Weaving Community Enterprises in Kap Choeng District, Surin Province

พุดพิพงษ์ รับจันทร์^{1*} และ นวรัตน์ นิธิชัยอนันต์²

Phutthiphong Rabchan^{1*} and Nawarat Nitichayanant²

*Corresponding author, e-mail: Phutthiphong@srru.ac.th

Received: September 13th, 2025; Revised: October 31th, 2025; Accepted: December 30th, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและเพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมในองค์กรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม จังหวัดสุรินทร์ โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูลจากผู้นำหรือตัวแทนวิสาหกิจชุมชน จำนวน 15 คน ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ด้านการผลิต ไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยยังคงผลิตในรูปแบบเดิม ด้านการเงินและบัญชี ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานและการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องและเป็นระบบ ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ไม่มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก ด้านการตลาด ไม่มีแหล่งจำหน่ายสินค้าและตลาดรองรับสินค้าที่แน่นอน ด้านการจัดการ ขาดการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่ม นวัตกรรมในองค์กรขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์และการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมในองค์กรของวิสาหกิจชุมชน พบว่า ด้านการผลิต ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ด้านการเงินและบัญชี ควรมีการส่งเสริมการออมเงินจากสมาชิกและจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ ด้านการจัดการ ควรมีการวางแผนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ควรมีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้หลากหลายช่องทาง ด้านการตลาด ควรประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการขยายช่องทางการตลาด ด้านนวัตกรรมในองค์กร ควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาผสมผสานกับภูมิปัญญาดั้งเดิมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างความแตกต่างกับคู่แข่ง รวมถึงการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ, นวัตกรรมในองค์กร, วิสาหกิจชุมชน

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Lecturer, Bachelor of Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University.

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Assistant Professor, Bachelor of Business Administration Program, Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University.

Abstract

This research aimed to explore the barriers and obstacles of community entrepreneurs and systematically propose guidelines to developing entrepreneurial capabilities and organization innovations of silk weaving community enterprises in Kap Choeng District, Surin Province. Qualitative methodology was applied to capture information from 15 leaders or representatives of community enterprises using in-depth interviews and focus group discussion. The research findings indicated that the barriers and obstacles of community entrepreneurs regarding the production aspect were the lack of product development to maintain modernity, insufficient current capital in business operation and lack of accurate and systematic accounting as in finance and accounting aspect, inefficient communication of brand information or their products as in communication and public relation aspect, lack of certain distribution channels and markets as in marketing aspect, lack of business planning of the groups as in management aspect, and lack of new product development that enabled differentiation and added value to their products as in organization innovation aspect. The proposed guidelines in developing entrepreneurial capabilities and organization innovations of community enterprises can be classified in various aspects including the production aspect to promote modern product design in order to meet the market demand, in finance and accounting aspect to encourage the saving habit of members, implement systematic accounting, in management aspect to continuously plan the business operations, in communication and public relation to disseminating useful information in different communication channels, in marketing aspect to apply technologies in extending market channels, in organization innovation aspect to blend modern technologies with traditional wisdom and develop new products with the capacity to differentiate the enterprises among their competitors, and furthermore create products with identities to enable strengths and sustainability of the community enterprises.

Keywords: Entrepreneurs, Organization Innovation Community, Enterprises

บทนำ

รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญกับการเสริมศักยภาพของชุมชนผ่านการใช้ทุนทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยผลักดันให้เกิดวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็ง สามารถผลิตสินค้าและบริการจากทรัพยากรท้องถิ่นที่มีคุณภาพและมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว เช่น โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (OTOP) ที่มุ่งยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนไปสู่มาตรฐานสากล เพื่อสร้างรายได้ กระจายโอกาสทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมการพึ่งพาตนเอง Department of Agricultural Extension. (2019) การดำเนินนโยบายลักษณะนี้ยังช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและสร้างความภาคภูมิใจแก่คนในชุมชน ตลอดจนสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างรัฐ เอกชน และชุมชนให้เข้มแข็งมากขึ้น ถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้มีเสถียรภาพและลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในสังคมไทย

จังหวัดสุรินทร์เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ประกอบด้วยชาวไทยเชื้อสายลาว เขมร และส่วย แต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ล้วนมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดต่อกันมาและสะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะของกลุ่ม เช่น ชาวเขมรมี

ความโดดเด่นด้านการจักสานจากไม้ไผ่และหวาย รวมถึงการใช้สมุนไพรพื้นบ้านในการดูแลสุขภาพ ชาวส่วยมีชื่อเสียงด้านการเลี้ยงช้างซึ่งถือเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดสุรินทร์ และยังมีฝีมือด้านงานเครื่องเงินที่มีความประณีต ส่วนกลุ่มลาวมีความเชี่ยวชาญด้านการทอผ้าไหมที่มีลวดลายอันวิจิตรและสะท้อนเรื่องราวความเชื่อและวิถีชีวิตของชุมชน โดยเฉพาะ “ผ้าไหมยกทองโบราณจันทร์โสมมา” ของอำเภอลำทะเมนชัย ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ Department of Cultural Promotion (2019) การผสมผสานทุนทางชาติพันธุ์เหล่านี้จึงทำให้สุรินทร์มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีศักยภาพในการแข่งขัน หากได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นระบบก็จะสามารถก้าวไปสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างมั่นคง

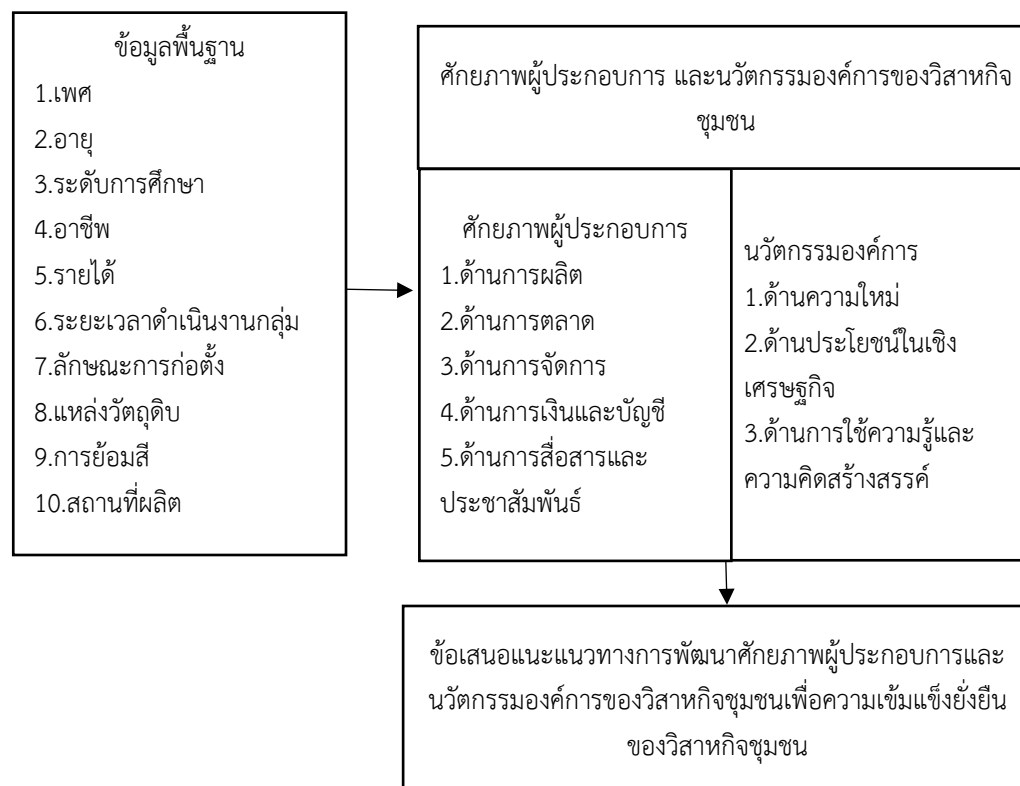
อย่างไรก็ตาม แม้ชุมชนในสุรินทร์จะมีทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่โดดเด่น แต่จากรายงานของ Department of Agricultural Extension (2019) พบว่าวิสาหกิจชุมชนยังเผชิญข้อจำกัดหลายด้าน ทั้งการบริหารจัดการที่ยังขาดระบบตรวจสอบและการมีส่วนร่วมของสมาชิก การตลาดที่มุ่งเน้นภายในท้องถิ่นและขาดการประชาสัมพันธ์ ขณะที่การผลิตยังคงประสบปัญหาขาดการพัฒนานวัตกรรมและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดสมัยใหม่ อีกทั้งงานศึกษาของ Apilak Thamwimutti and Teerawat Chantuk (2017) พบว่าปัญหาหลักคือการขาดความคิดสร้างสรรค์ในการนำเอกลักษณ์ชาติพันธุ์มาต่อยอดเป็นนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่า ทำให้วิสาหกิจชุมชนยังไม่สามารถพัฒนาตนเองสู่การแข่งขันในระดับประเทศและนานาชาติได้เต็มศักยภาพ ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการบูรณาการองค์ความรู้สมัยใหม่กับทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิม

ดังนั้น การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จในยุคปัจจุบันจึงไม่เพียงต้องอาศัยทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังจำเป็นต้องเสริมสร้างศักยภาพด้านการจัดการ การตลาด และนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการควรได้รับการสนับสนุนด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยี และการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ การพัฒนารูปแบบธุรกิจที่ผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นกับกลยุทธ์สมัยใหม่จะเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “แนวทาง การพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมในองค์กรของกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าไหม จังหวัดสุรินทร์” เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและการพึ่งพาตนเองของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมให้สามารถดำรงอยู่และแข่งขันได้ต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม จังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อหาแนวทาง การพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมในองค์กรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม จังหวัดสุรินทร์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1. แนวคิดวิสาหกิจชุมชน

แนวคิดวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีการประกอบการ ที่มีภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน โดยที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งด้านการผลิต การค้า และการเงิน และต้องการใช้ปัจจัยการผลิตและทรัพยากรทุกขั้นตอนเพื่อการเรียนรู้ของชุมชนให้เกิดดอกผลทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม การจัดการผลผลิต ซึ่งมีได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อการสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชน และความสงบสุขของสังคม (Kanyamon Inwang, 2019)

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมที่มีการรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชนตั้งแต่ 7 คน ขึ้นไป เพื่อร่วมกันทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกิน การอยู่ การประกอบอาชีพ การจัดการทรัพยากร การจัดการชุมชน ซึ่งกิจการของชุมชนเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า การแปรรูป การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการ โดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และการรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่นิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเกิดการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (Thanet Srivichailamphan, 2013)

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่าจะ

เป็นรูปนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (Department of Agricultural Extension, 2019)

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การผลิตสินค้า การให้บริการ หรือกิจการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลคนกลุ่มคนที่มีความผูกพัน หรือมีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการทั้งที่เป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างกำไรทางสังคม โดยมีการจัดการทุนของชุมชน คือ ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม และสังคมภายในชุมชน เพื่อการพึ่งตนเอง (Jintana Kanchanavisut, 2019)

สรุปได้ว่าวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการที่ดำเนินการโดยสมาชิกในชุมชนที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและร่วมกันประกอบกิจการเพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ในการพึ่งพาตนเองและกันเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

2. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมวิสาหกิจชุมชน

นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการสร้างหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการจัดการ และสิ่งอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้เกิดสิ่งใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาด โดยนวัตกรรมนี้จะเป็นตัวสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและผลกำไรให้กับองค์กรในระยะยาว (Kanokwan Phumai, 2016)

นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การสร้างสิ่งใหม่หรือการปรับปรุงและพัฒนาของเดิมที่มีอยู่แล้วขึ้นมาใหม่ ซึ่งจะต้องสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง โดยในที่นี้ไม่จำเป็นจะต้องเป็นเรื่องของนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์หรือบริหารเพียงเท่านั้น แต่ยังรวมถึงนวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมการบริหารอีกด้วย (Airin Rojanrak, 2016)

นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสู่สิ่งใหม่ หรือการปรับปรุงจากสิ่งเดิมที่เกิดจากการนำความรู้ ความคิดเริ่มสร้างสรรค์ไปพัฒนาให้เกิดคุณค่าต่อลูกค้า องค์กรและสังคม หรือ การทำสิ่งใหม่ที่ดีกว่าเดิม แท้จริงแล้ว นวัตกรรมไม่ใช่เพียงการผลิตสินค้าและบริหารใหม่ ๆ หรือการใช้เทคโนโลยีในการผลิตเพียงอย่างเดียว (Sammachiv Foundation, 2019)

นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กระบวนการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยนำแนวคิดด้านนวัตกรรมการตลาดมาประยุกต์ใช้ เช่น การปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ทั้งในด้านการลดต้นทุนและการสร้างคุณค่าใหม่ให้แก่สินค้าและบริการ กระบวนการดังกล่าวช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืนภายใต้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (Naidoo, 2010)

นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กระบวนการคิดค้นและปรับใช้แนวทางใหม่ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มชุมชน โดยใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน ผสานกับความรู้สมัยใหม่เพื่อสร้างคุณค่าเฉพาะตัว (Unique Proposition) ที่แตกต่างจากคู่แข่ง มุ่งเน้นความต้องการของลูกค้า (Customer Focus) และการเลือกตลาดเฉพาะกลุ่ม (Market Focus) เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนยังครอบคลุมถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิต (Modification) การพัฒนาความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product Variety) และการใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) เป็นเครื่องมือในการสร้างการรับรู้และขยายโอกาสทางการตลาด ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนสามารถอยู่รอด เติบโต และแข่งขันได้ (Michele, Audrey, and David, 2009)

สรุปได้ว่า นวัตกรรมวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่หรือการปรับปรุงสิ่งเดิม โดยอาศัย การผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นกับความรู้สมัยใหม่และทรัพยากรในพื้นที่ เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการจัดการ หรือรูปแบบการดำเนินงานที่สามารถนำไปใช้ได้จริง ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาด สร้างคุณค่าเฉพาะตัว และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ทั้งนี้ นวัตกรรมในวิสาหกิจชุมชนมิได้จำกัดอยู่เพียงด้านผลิตภัณฑ์ แต่ยังรวมถึงนวัตกรรมกระบวนการ การบริหารจัดการ และการตลาด เช่น การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถอยู่รอด เติบโต และพึ่งพาตนเองได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ภายใต้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

3. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพผู้ประกอบการ

ศักยภาพผู้ประกอบการ หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการกิจการหรือวิสาหกิจ ชุมชนให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและนำไปสู่ความสำเร็จ โดยครอบคลุมความสามารถหลายด้าน ได้แก่ 1) ด้านการจัดการกลุ่ม การจัดตั้งกลุ่มและการกำหนดโครงสร้างการบริหาร รวมถึงการแบ่งบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจน 2) ด้านการผลิต การสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการลูกค้าและมีคุณภาพตามมาตรฐาน 3) ด้านการตลาด การวางแผนและดำเนินกลยุทธ์เพื่อสร้างการรับรู้ แสวงหาลูกค้าใหม่ รักษาลูกค้าเดิม และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าและบริการ 4) ด้านการจัดการสินค้า การควบคุมคุณภาพ การจัดการระบบงาน และการพัฒนาต่อเนื่องเพื่อรักษามาตรฐานสินค้า 5) ด้านการเงินและบัญชี การบริหารเงินทุนหมุนเวียนการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ โปร่งใส และตรวจสอบได้ 6) ด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลเพื่อสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นทั้งภายในและภายนอก (Jintana Kanchanavisut, 2019)

ศักยภาพผู้ประกอบการ หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการในการขับเคลื่อนกิจการหรือวิสาหกิจให้ บรรลุความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ โดยประกอบด้วย 3 มิติสำคัญ ได้แก่ 1) ศักยภาพแห่งความสำเร็จ (Achievement Competencies) คือ ความสามารถในการแสวงหาโอกาส ความมุ่งมั่น รับผิดชอบต่อเป้าหมาย ฝ่าฟันอุปสรรค กล้าเผชิญ ความเสี่ยง และพยายามสร้างคุณค่าใหม่อย่างต่อเนื่อง 2) ศักยภาพแห่งการวางแผน (Planning Competencies) คือ ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน การวางแผนและติดตามงานอย่างเป็นระบบ รวมถึงการแสวงหาข้อมูล และองค์ความรู้มาใช้ในการตัดสินใจและแก้ปัญหา 3) ศักยภาพแห่งอำนาจ (Power Competencies) คือ ความสามารถในการชักจูง สร้างเครือข่าย โน้มน้าวและสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ร่วมงาน ตลอดจนมีความเชื่อมั่นในตนเองและภาวะผู้นำ (Supachai Muanpho and Teerasak Oun-aromlert, 2018)

สรุปได้ว่า ศักยภาพผู้ประกอบการ หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการในการแสวงหาโอกาสและสร้าง ความสำเร็จด้วยความมุ่งมั่น ความรับผิดชอบ ความกระตือรือร้น และความกล้าเสี่ยง ควบคู่กับการมีทักษะการวางแผน และการแก้ปัญหาอย่างถูกต้อง การแสวงหาข้อมูลเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ การสร้างเครือข่ายหรือพันธมิตรทางการค้า ตลอดจนการมีความเชื่อมั่นและพึ่งพาตนเอง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ การผลิต การจัดทำบัญชี และการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน อันนำไปสู่ความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน

4. แนวคิดวิสาหกิจชุมชนกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

วิสาหกิจชุมชนกับการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยนำเสนอความเป็นวิสาหกิจชุมชน โดยอาศัยลักษณะ 7 ประการ ดังนี้ (Thanet Srivichailamphan, 2013)

ลักษณะที่ 1 ชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินการหลัก ซึ่งกลุ่มต่างๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันก่อตั้งขึ้นและดำเนินการใน 2 ลักษณะ คือ กลุ่มซึ่งสมาชิกเป็นเจ้าของ หรืออีกลักษณะหนึ่งคือ กลุ่มที่มีการบริหารเหมือนธุรกิจเอกชน ผู้นำเป็น

เสมือนเจ้าของกิจการกลุ่มทั้งสองประเภทมีทั้งที่เกิดเองจากความต้องการของตนเองและเป็นกลุ่มจัดตั้ง ซึ่งการเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของ ดังจะพิจารณาได้จากที่กลุ่มเป็นองค์กรที่มีกฎกติกาและระเบียบให้สมาชิกต้องปฏิบัติตาม การมีคณะกรรมการรับผิดชอบในการทำหน้าที่ต่าง ๆ และสมาชิกมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทั้งในฐานะกรรมการและในการแสดงความคิดเห็น

ลักษณะที่ 2 ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยตามปกติไม่ว่ากลุ่มจะถูกจัดให้เป็นประเภทใดก็ตาม ประธานของกลุ่มจะมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะการผลิตและการตลาด ในกระบวนการผลิตซึ่งมีการใช้แรงงานจากชุมชน และการใช้วัตถุดิบในชุมชน ทั้งจากการจัดซื้อและจัดหาจากที่สาธารณะ เช่น สมุนไพร หน่อไม้ เปลือกไม้ เพื่อย้อมสีผ้า หรือผักหญ้าเพื่อเลี้ยงหมูป่า เป็นต้น และสำหรับการใช้แรงงานของชุมชนนั้นนอกจากจะสะท้อนความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนแล้วยังแสดงถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตอีกด้วย

ลักษณะที่ 3 ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมโดยชุมชน กลุ่มชุมชนมีสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีการคิดริเริ่มสิ่งใหม่น้อยกว่ากลุ่มกึ่งชุมชน และเมื่อมีการพัฒนาด้านนวัตกรรมบ้างซึ่งจะเกิดขึ้นนาน ๆ ครั้ง เช่น การดัดแปลงหรือประดิษฐ์เครื่องมืออุปกรณ์ แต่สำหรับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์นั้นเกิดขึ้นได้บ่อยกว่า อันเป็นผลสืบเนื่องจากระดับความง่ายของการสร้างสรรค์นั้นเอง โดยทั่วไปจะเห็นการเอาอย่างและลอกเลียนแบบเกิดขึ้นมากกว่าการพบเห็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และเป็นสาเหตุสำคัญที่กลุ่มไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ลักษณะที่ 4 มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล การนำภูมิปัญญามาใช้เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าฐานภูมิปัญญาที่อยู่ และนำมาใช้อย่างไร และมีการอนุรักษ์ และสืบทอดกันต่อไปอย่างไร ดชนีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่พัฒนาต่อยอด และภูมิปัญญาจากต่างถิ่นชี้ให้เห็นว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับการพัฒนาและใช้โดยกลุ่มกึ่งชุมชนมากที่สุด ซึ่งมากกว่าการใช้ภูมิปัญญาจากต่างถิ่นทั้งที่พัฒนาต่อยอดและไม่ได้พัฒนาต่อยอด ส่วนกลุ่มชุมชนนั้นมีการพัฒนาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และภูมิปัญญาที่นำมาจากต่างถิ่นใกล้เคียงกัน

ลักษณะที่ 5 บุคลากรเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ แบบเกื้อกูลกัน การบูรณาการกิจกรรมของกลุ่มมีทั้งการบูรณาการภายนอก และบูรณาการภายในของกลุ่ม สำหรับการบูรณาการภายนอกที่เห็นได้ชัดเจนเป็นรูปธรรม คือ การเป็นเครือข่ายระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกันเอง เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งกลุ่มธุรกิจชุมชนในลักษณะนี้เชื่อมโยงกันใน 2 ด้านเป็นหลัก คือ เครือข่ายการผลิต และเครือข่ายการตลาด บางกลุ่มสนใจที่จะเป็นเครือข่ายเฉพาะด้านการผลิต และบางเป็นเครือข่ายแลกเปลี่ยนสินค้าหรือร่วมกันในการออกงานแสดงสินค้า และน้อยกลุ่มที่ร่วมเป็นเครือข่ายสำหรับทั้งสองวัตถุประสงค์

ลักษณะที่ 6 การเรียนรู้เป็นหัวใจของกระบวนการทั้งหมด การเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญของการอยู่ได้ด้วยตนเอง และลดการพึ่งพาภายนอก ในปัจจุบันกลุ่มต่าง ๆ ต่างมุ่งแสวงหาความช่วยเหลือจากผู้อื่นแทนที่จะค้นหาศักยภาพของตนเองอย่างจริงจังและอาศัยศักยภาพของตนในการพัฒนาไปสู่ความยั่งยืน การเรียนรู้ส่วนใหญ่ คือ การรับการฝึกอบรม ซึ่งภาครัฐ และองค์กรเอกชนจัดขึ้นในด้านการผลิต การตลาด การออกแบบการเงินและบัญชี แต่น้อยกลุ่มที่มีศักยภาพดูดซับความรู้จากการอบรมช่วงสั้น ๆ และนำไปใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งที่ผ่านมาจุดอ่อนที่สุดของวิสาหกิจชุมชนอยู่ที่การขาดความรู้ด้านการตลาดและการเงินอย่างพอเพียง ข้อเสนอแนะสำหรับนักพัฒนา นักวิจัย ก็คือจะต้องรู้ให้ได้ว่ากลุ่มขาด

ความรู้ในมิติใด และการพัฒนากลุ่มจะต้องอาศัยความต่อเนื่องของการเรียนรู้ จึงจะเป็นประโยชน์ต่อการลดจุดอ่อนของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างตรงเป้าหมาย

ลักษณะที่ 7 การพึ่งตนเองเป็นเป้าหมาย โดยการพึ่งตนเองมีหลายระดับซึ่งกลุ่มอาจพึ่งตนเองในด้านการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรเท่าที่สามารถหาได้ด้วยตนเองเพื่อทำการผลิตภายใต้ทุนทางการเงินที่มีอยู่ และแสวงหาตลาดด้วยตนเอง โดยไม่อาศัยหน่วยงานใดๆ ถือเป็นการพึ่งตนเองทั้งหมด เมื่อกลุ่มก้าวต่อไปเพื่อแสวงหาข้อมูลจากหน่วยงานในด้านเทคนิคการผลิต ข้อมูลข่าวสารการตลาดและช่องทางการตลาด และเปิดรับโอกาสในการเข้าถึงตลาดแหล่งวัตถุดิบและแหล่งทุน นับว่าเป็นการพึ่งตนเองในระดับที่ก้าวหน้า สำหรับกลุ่มที่ประสงค์จะขยายกิจการของตนเองตามปกติ เมื่อกลุ่มจดทะเบียนกับหน่วยงานโดยหน่วยงานหนึ่งแล้วกลุ่มมักจะได้รับการสนับสนุนทางการเงิน และเทคโนโลยี และหรือโอกาสทางการตลาดด้วย การแสวงหาความรู้ ถือว่าเป็นการพึ่งตนเองอันเป็นผลจากการสนับสนุนในเบื้องต้น

ดังนั้นการพัฒนาความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนเป็นการพัฒนาแบบบูรณาการ โดยชุมชนสามารถจัดตั้งกลุ่มของตนเองและมีส่วนในการเป็นเจ้าของและร่วมทำให้เกิดความสำเร็จ โดยมีกระบวนการดำเนินการในชุมชน พร้อมกับการสร้างสรรค์ทำให้เกิดนวัตกรรม การพัฒนาสิ่งใหม่จากภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล มีการเชื่อมโยงกิจกรรมบูรณาการทั้งภายในและภายนอกกลุ่ม มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและพึ่งตนเองตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงเป็นฐานการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมอำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 6 กลุ่ม กลุ่มตัวอย่างคือผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ประธานและตัวแทนสมาชิกกลุ่มจำนวน 142 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้การวิจัยเชิงปริมาณโดยมีแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำคัญในเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมในองค์การของวิสาหกิจชุมชน อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมได้จากการใช้แบบสอบถามที่เน้นการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขที่ยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบและข้อสรุปของการวิจัยโดยเป็นคำถามที่เป็นลักษณะปลายปิดและปลายเปิด โดยลักษณะคำถามปลายปิดเป็นคำถามแบบกำหนดให้เลือกตอบ ส่วนคำถามปลายเปิดจะเปิดโอกาสให้ผู้ตอบระบุคำตอบและแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือหลัก ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบมีโครงสร้าง การสังเกต (Observation) ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยการเก็บข้อมูลดำเนินการดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก สัมภาษณ์ประธานและตัวแทนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม จำนวน 12 คน เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน
2. การสังเกต ใช้วิธีการสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและสะท้อนสภาพจริงของการดำเนินงาน

3. การสนทนากลุ่ม มีผู้เข้าร่วมจำนวน 15 คน ประกอบด้วยนักวิชาการ 1 คน ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มละ 2 คน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน 1 คน และเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอ 1 คน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและหาแนวทางพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ และนำไปวิเคราะห์ผลทางสถิติ นำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มมาจัดระบบจากการสนทนากลุ่มโดยเชื่อมโยงหาความสัมพันธ์ของข้อมูลมาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ร่วมกับเอกสารงานวิจัยแนวคิดและทฤษฎี เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมในองค์การของวิสาหกิจชุมชน อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ เพื่อนำไปสู่การสร้างความสำเร็จและยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

1. สภาพปัญหาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์

สภาพปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ดังนี้

1.1 ด้านการเงินและบัญชี ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประสบปัญหาขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน และปัญหาการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง เนื่องจากกลุ่มไม่ได้มีการระดมเงินจากสมาชิกอย่างต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มไม่มีเงินทุนไว้สำหรับการดำเนินงานของกลุ่ม

1.2 ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนไม่มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก นอกจากนี้ขาดการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

1.3 ด้านการตลาด ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนไม่มีแหล่งจำหน่ายสินค้าและตลาดรองรับสินค้าที่แน่นอน ขาดการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายช่องทาง

1.4 ด้านการผลิต โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนผลิตสินค้าในรูปแบบเดิม ๆ และไม่มีการต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย

1.5 ด้านการจัดการ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขาดการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่ม เนื่องจากสมาชิกขาดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่มและการเสียสละเวลาให้กับกิจกรรมของกลุ่ม ในขณะเดียวกันขาดการประชุมกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

1.6 ด้านนวัตกรรมในองค์การ ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยมุ่งผลิตผลิตภัณฑ์ตามรูปแบบเดิมใช้กระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม ขาดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ และการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

2. เสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมในองค์การ เพื่อความเข้มแข็งและยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์

เสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมในองค์การ เพื่อความเข้มแข็งและยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ดังนี้

2.1 ด้านการเงินและบัญชี ควรมีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบเพื่อให้ทราบสถานะทางการเงิน ทราบรายรับ-รายจ่ายรวมถึงได้ทราบถึงต้นทุนการผลิตที่แท้จริง เพื่อการวางแผนด้านการเงินได้ถูกต้องและสามารถบริหารจัดการทุนได้อย่างเป็นระบบ

2.2 ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ควรมีเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับประยุกต์ใช้ในการสร้างการรับรู้ สร้างแรงกระตุ้นและจูงใจต่อผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น โดยการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายช่องทาง เช่น วิทยุกระจายเสียงชุมชน แผ่นพับ การโฆษณา การจัดทำเว็บไซต์ เพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

2.3 ด้านการตลาด ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ เช่น การขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก ออนไลน์ เป็นต้น เพื่อเป็นการขยายโอกาสทางการตลาดและการขยายฐานลูกค้าในการค้าและเข้าถึงสินค้าได้สะดวกรวดเร็วมากขึ้น ควรผสมผสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดให้มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดให้มีการจำหน่ายสินค้าอย่างต่อเนื่อง

2.4 ด้านการผลิต ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยการนำภูมิปัญญาดั้งเดิมผสมผสานกับภูมิปัญญาร่วมสมัยในการออกแบบผลิตภัณฑ์และควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย

2.5 ด้านการจัดการ ควรมีการวางแผนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและพัฒนาทักษะความรู้แก่ผู้นำและสมาชิกอย่างต่อเนื่องให้มีความสามารถในการจัดการกลุ่มให้มีประสบความสำเร็จ พร้อมกับปลูกจิตสำนึกของสมาชิกในความร่วมมือมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม และการมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่ม ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความเข้มแข็งและการเติบโตของกลุ่ม

2.6 ด้านนวัตกรรมในองค์กร ควรมีนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาผสมผสานกับภูมิปัญญาดั้งเดิมในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ และควรสร้างสรรค์พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่สร้างความแตกต่างกับคู่แข่ง ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม ควรมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและนวัตกรรมของกลุ่มวิสาหกิจของผ้าไหมในจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งพบว่าปัญหาสำคัญคือการสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ยังขาดความคิดสร้างสรรค์และการนำนวัตกรรมมาต่อยอด แนวทางการพัฒนาที่เสนอคือการเสริมองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และการสร้างเครือข่ายการตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และนวัตกรรมในองค์กรของวิสาหกิจชุมชน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

สภาพปัญหาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่ง จังหวัดสุรินทร์ ด้านการเงินและบัญชี ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน ที่เพียงพอและการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ไม่มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก ด้านการตลาดไม่มีแหล่งจำหน่ายสินค้าและตลาดรองรับสินค้าที่แน่นอน ด้านการผลิต โดยผลิตสินค้าในรูปแบบเดิม ๆ และไม่มี การต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ด้านการจัดการขาดการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่ม ด้านนวัตกรรมในองค์กร ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่สร้างความแตกต่าง ขาดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ และการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Apilak Thamwimutti and Teerawat Chantuk (2017)

ปัญหาสำคัญของวิสาหกิจชุมชน คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มจากเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ยังประสบข้อจำกัดด้านความคิดสร้างสรรค์และการนำนวัตกรรมมาใช้ในการต่อยอดอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Ratchanee Ruplor, Dusadee Promtat, and Wanlapa Wongwiwattakul (2013) ศึกษาแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและเจริญเติบโตของวิสาหกิจชุมชน พบว่า ปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความล้มเหลวของวิสาหกิจชุมชนคือ ขาดแคลนเงินทุน ขาดระบบการบริหารจัดการที่ดี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความต่อเนื่อง ไม่สามารถสร้างตลาดได้ ไม่มีตลาดที่แน่นอน ไม่มีการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นจุดอ่อนที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนเติบโตช้า และสอดคล้องกับการศึกษาของ Natthathai Thao-trakul (2018) ขาดบรรทัดฐานที่สวงาม สะอาด ไม่มีตราสินค้าในการสร้างความน่าเชื่อถือ และที่สำคัญขาดการเล่าเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน เพื่อสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมในองค์กรของวิสาหกิจชุมชน ด้านการจัดการ ควรมีการวางแผนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและพัฒนาทักษะความรู้แก่ผู้นำและสมาชิกอย่างต่อเนื่อง ด้านการเงินและบัญชี ควรมีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ควรนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับประยุกต์ใช้ที่หลากหลายช่องทาง เช่น วิทยุกระจายเสียงชุมชน แผ่นพับ การโฆษณา การจัดทำเว็บไซต์ เพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น ด้านการตลาด ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ เช่น การขายสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก ออนไลน์ เป็นต้น ด้านการผลิต ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ด้านนวัตกรรมในองค์กร ควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาผสมผสานกับภูมิปัญญาดั้งเดิมในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ และควรสร้างสรรค์พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่สร้างความแตกต่างกับคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Panadda Photinam (2017) ศึกษาการศึกษาและพัฒนากิจการการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า เงินนับเป็นจุดเริ่มต้นของต้นทุนของการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งการบริหารด้านการเงินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวข้องกับ การจัดทำงบประมาณ การจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย การมีส่วนร่วมในการวางแผนด้านการเงินการระดมเงิน และการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ดังนั้นการบริหารด้าน การเงินจึงเป็นกลไกที่สำคัญในการดำเนินกิจการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านการตลาดจะเกี่ยวข้องกับการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ราคาของผลิตภัณฑ์เป็นมาตรฐานเดียวกัน การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการขาย กิจกรรมและกระบวนการต่างๆในการบริหารด้านการตลาดดังกล่าว ส่งผลให้การบริหารด้านการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลประสบความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์สอดคล้องกับการศึกษาของ Charinrat Voravong and Farida Aellahee (2019) การบริหารจัดการ ควรเป็นการบริหารจัดการภายในและภายนอกกลุ่มโยวางโครงสร้างระบบงานให้ชัดเจน ระบุหน้าที่ ตำแหน่ง เพื่อให้มีความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่งงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Minrada Khotsriwong and Sataporn Mongkolsrisawat (2016) ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะบ้า อำเภอยางตลาด จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความเป็นเลิศทางผลิตภัณฑ์ ต้องอาศัยการพัฒนาแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และเป็นสากลมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับ Teerasak Oun-aromlert, et al (2015) ศึกษาการพัฒนาแบบการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง พบว่าควรคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในกระบวนการทำงาน รวมถึงการผสมผสานกันระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีใหม่ที่เกิดขึ้น โดยการขับเคลื่อนหรือส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างและแนวคิดการบริหารจัดการกลุ่ม อันเป็นประโยชน์ในการนำมาปรับประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทและสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อไป

2. ศึกษาการเพิ่มมูลค่าและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และเป็นแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เชิงวิชาการ

1. ทราบถึงศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์กรของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ในการนำไปสู่การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้สามารถก้าวเข้าสู่วิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับที่สูงขึ้นอย่างเข้มแข็ง

2. ทราบถึงปัญหา อุปสรรค ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมในอำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปสร้างรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เชิงนโยบาย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนได้แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และนวัตกรรมในองค์กรของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมในอำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมให้มีศักยภาพมากขึ้น รวมถึงสามารถแก้ไขปัญหาที่สอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างแท้จริง

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำเป็นข้อมูลสารสนเทศไปใช้ประโยชน์ในการจัดทำนโยบายของจังหวัดสุรินทร์ ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Kanokwan Phumai. (2016). *A study of supporting factors for organizational innovation creation in the context of commercial banks* (Master's thesis, Thammasat University). College of Innovation, Thammasat University.
- Department of Agricultural Extension. (2019). *Summary report on the number of community enterprises/community enterprise networks classified by area*. Retrieved October 28, 2019, from <https://smce.doae.go.th/ProductCategory/SmceCategory.php>
- Department of Cultural Promotion. (2019). *Cultural heritage of the year 2019*. Department of Cultural Promotion Publishing.
- Kanyamon Inwang. (2019). *Community enterprise management*. Retrieved June 10, 2019, from <https://www.bloggang.com/mainblog.php?id=kanyamon&month=24-01-2015&group=12&gblog=1>
- Charinrat Vorravong, & Farida Aellahee. (2020). A sustainable management model of pandanus handicraft products: A case study of Ban Phongbulo community, Sateng Nok Sub-district,

- Mueang District, Yala Province. *Journal of Accounting and Management, Mahasarakham University*, 12(4), 55–66.
- Jintana Kanchanavisut. (2019). *Community enterprise pathways for occupational development and self-reliance* (3rd ed.). Bangkok: Meen Service Supply.
- Natthathai Thao-trakul. (2018). Brand and packaging design of community business groups in Mae Sariang District, Mae Hong Son Province. *Journal of Accounting and Management, Mahasarakham University*, 11(2), 100–117.
- Teerasak Oun-aromlert, et al. (2015). Development of a model for creating sufficiency economy-based innovation to enhance sustainable competitiveness of community enterprises: A case of processing product groups in the Lower Central Provinces. *Silpakorn Educational Research Journal*, 7(2), 79–92.
- Thanet Srivichailamphan. (2013). *Community economic development*. Chiang Mai University. (Mimeograph).
- Panadda Photinam. (2017). Study and development of organic agricultural marketing in Kalasin Province. *Journal of Local Administration*, 6(1), 290–308.
- Sammachiv Foundation. (2019). *Innovation: Secrets to creating product value in community enterprises*. Retrieved April 5, 2019, from <https://www.right-livelihoods.org/scoop/>
- Minrada Khotsriwong, & Sataporn Mongkolsrisawat. (2016). Developing community enterprises towards success: A case study of Ban Wai Lueam silk weaving group, Maba Sub-district, Thung Khao Luang District, Roi Et Province. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(3), 1632–1645.
- Supachai Muanpho, & Teerasak Oun-aromlert. (2018). Developing community entrepreneurs' potential based on the creative economy concept. *Silpakorn Educational Research Journal*, 10(1), 131–144.
- Ratchanee Ruplor, Dusadee Promtat, & Wanlapa Wongwiwattakul. (2013). Approaches to sustainable development and growth of community enterprises. *RMUTP Academic and Research Journal, Special Issue: The 5th RMUT Conference*, 158–171.
- Apilak Thamwimutti, & Teerawat Chantuk. (2017). Innovative and creative human capital of community enterprise entrepreneurs. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(1), 1572–1589.
- Airin Rojanrak. (2016). *The relationship between organizational innovativeness and innovation capability: A case study of the Office of the Civil Service Commission* (Master's thesis, Chulalongkorn University). Faculty of Political Science, Chulalongkorn University.
- Michele O', Dwyer Audrey, Gillmore, & David Carson. (2009). Innovative marketing in SMEs : an empirical study. *Journal of Strategic Marketing*. 17(5). 383-396.
- Naidoo, V. (2010). Firm survival through a crisis: The influence of market orientation, marketing innovation and business strategy. *Industrial Marketing Management*, 39(8), 1311–1320.