

## การศึกษาความต้องการพัฒนาธุรกิจชุมชนในเขตบางเขน

### THE STUDY OF NEED FOR THE DEVELOPMENT OF COMMUNITY BUSINESS ENTERPRISES IN BANGKHEN DISTRICT

เกรียงไกร โพธิ์มณี และสุภาภรณ์ พรหมฤาษี  
kriengkrai phomanee and Supaporn Plomelersee

อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร  
kaykakil@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการศึกษาความต้องการพัฒนาธุรกิจชุมชนในเขตบางเขน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบทางการตลาด ความต้องการของผู้ประกอบการ และความ ต้องการในการพัฒนาธุรกิจชุมชนของผู้ประกอบธุรกิจชุมชนในเขตบางเขน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจชุมชนที่ขึ้น ทะเบียนกับเขตบางเขน จำนวน 39 คน

ผลการวิจัยธุรกิจชุมชนในเขตบางเขนพบว่า รูปแบบทางการตลาดของธุรกิจชุมชน มีปัจจัยทางการตลาดสามารถอธิบายได้ 4 ปัจจัยคือ ด้านผลิตภัณฑ์มีการผลิตเป็น ครอบครัวสืบทอดกันมาทั้งในส่วนของบริษัท คุณภาพ วัตถุดิบการผลิต ชื่อตราสินค้ามีการผลิตออกมาจากความต้องการเสนอขายมากกว่าตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ด้านของราคาผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนจะมีรูปแบบของการคิดราคาขายจากการดูที่ต้นทุน การผลิตเป็นหลัก ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นลักษณะจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคโดยตรง ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดจะเป็นด้านที่ธุรกิจชุมชนให้ความสำคัญน้อยที่สุดเนื่องจากให้ ความเห็นว่าสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนมากจะได้มาจากผู้ซื้อประจำหรือมีการ บอกต่อแนะนำกันมาอยู่แล้ว

ความต้องการของผู้ประกอบการซึ่งเป็นความต้องการในการพัฒนาตนเองแบ่ง ออกเป็นด้านกระบวนการผลิต แรงงาน เครื่องมือ วัตถุดิบ เงินทุน ประสบการณ์ ความรู้ ด้านความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ รูปร่าง สีสีนของผลิตภัณฑ์ เอกลักษณ์ และความโดดเด่น การขายผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านมาตรฐานการผลิต ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านฉลาก หรือตราผลิตภัณฑ์ การขนส่งผลิตภัณฑ์ และด้านชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์

ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจชุมชนซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้องขอความช่วยเหลือในด้านดังต่อไปนี้ การช่วยเหลือจากรัฐ เงินสนับสนุนจากรัฐ การฝึกอบรม หรือการช่วยเหลือด้านความรู้จากหน่วยงานต่างๆ การจัดหาแหล่งเงินทุน ด้านเศรษฐกิจ ด้านความร่วมมือจากชุมชน ความเป็นผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ของจังหวัด ด้านการแข่งขัน ด้านการจัดหาสถานที่จำหน่าย และด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

### คำสำคัญ

ธุรกิจชุมชน, เขตบางเขน, ความต้องการพัฒนา

### ABSTRACT

The purposes of the study were to investigate 1) the marketing patterns, 2) the entrepreneurs' needs, and 3) the needs in the development of community business enterprises of the community business entrepreneurs in Bangkhen district. The samples were 39 licensed entrepreneurs. The instrument was an in-depth interview. The qualitative method was employed in this study.

The results were as follows:

The marketing patterns of community business enterprises could be explained based on 4 factors. as for the product factor, there was a succession of family production for packaging, quality, materials, brand, Supplies were more than demands of the customers. For the pricing factor, the community business entrepreneurs set the price of the products according to their production cost. as, for the distribution channel factor, there was a direct delivery of products from a producer to customer. Finally, for marketing promotion factor, the community business entrepreneurs paid the least attention to this factor they considered it a waste of money and many customers bought their products by word of mouth.

the entrepreneurs were demonstrated needs for self development which were producing process (workforce, tools, materials, capital, work experiences, knowledge), trend (shape, color, identity, standpoint, product

selling), product quality, production standard, packaging, labeling or branding, product distribution, and product fame.

The needs in the development of community business enterprises of the community business entrepreneurs were the government supports, government financial support, training, knowledge support from organizations, loan services, economy, community cooperation, provincial product identity, competitiveness, distribution channel, and governmental public relations.

### Keywords

Community business, Bangkokhen district, Needs in the Development.

### บทนำ

รัฐบาลได้จัดนำแนวพระราชดำริสมาใช้ในแผนบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2552-2554 ในส่วนนโยบายที่ 6 ส่วนที่ 6.1 ส่งเสริมและสนับสนุนโครงการวิจัยตามแนวพระราชดำริการวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทั้งงานวิจัยขั้นพื้นฐานและงานวิจัยประยุกต์สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครในยุทธศาสตร์ที่ 2 วิจัยสร้างสรรค์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อนำผลงานวิจัยไปใช้เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นที่ยั่งยืนการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนเพื่อให้เกิดการดำรงเลี้ยงชีพได้โดยไม่ต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอก แนวทางหนึ่งในการสร้างรายได้ให้กับชุมชนคือการสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนที่ผ่านมารัฐบาลได้สนับสนุนโครงการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้กับคนในชุมชนอย่างต่อเนื่องโดยยึดหลักการสร้างงานอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้เกิดกลุ่มธุรกิจชุมชนกระจายอยู่ท้องถิ่นทุกส่วนของประเทศ ก่อให้เกิดรายได้ และการสร้างงานให้กับคนในชุมชน

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครได้จัดทำโครงการ “การศึกษาความต้องการพัฒนาธุรกิจชุมชนในเขตบางเขน” มีวัตถุประสงค์เพื่อนำการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นโดยมุ่งตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่น ทำให้เกิดการนำผลงานวิจัยไปใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับความต้องการที่แท้จริงของท้องถิ่น คณะผู้วิจัยได้กำหนดกิจกรรมและเครื่องมือตามโครงการวิจัยเพื่อค้นหาความต้องการของท้องถิ่นในส่วนของการพัฒนาธุรกิจชุมชน เพื่อค้นหาความต้องการในการพัฒนาธุรกิจชุมชนของคนในท้องถิ่น

เพื่อนำความต้องการมาวิจัยและพัฒนาแก้ไขปัญหา หรือสร้างแนวคิดในการพัฒนาธุรกิจชุมชน ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่เขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานครการให้บริการแก่ท้องถิ่นถือเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งของมหาวิทยาลัย ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงทำการเลือกผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในเขตบางเขนเป็นชุมชนแรกในการจัดทำกิจกรรม ถือเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างรูปแบบการวิจัยและพัฒนาตามความต้องการของท้องถิ่นในส่วนของพัฒนาธุรกิจชุมชน เพื่อนำรูปแบบที่ได้จากการวิจัยในเขตบางเขนไปประยุกต์ใช้กับท้องถิ่นอื่นต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบทางการตลาดของธุรกิจชุมชนในเขตบางเขน
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในเขตบางเขน
3. เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาธุรกิจชุมชนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนใน

เขตบางเขน

การกำหนดตัวแปรในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1. รูปแบบทางการตลาด ประกอบด้วย ข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจชุมชนในเขตบางเขน ได้แก่ ชื่อกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ชื่อเจ้าของ หรือผู้ประกอบการ ตำแหน่งในกลุ่ม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจชุมชน ชนิดของธุรกิจชุมชน และข้อมูลทางการตลาดของธุรกิจชุมชน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย

2. ความต้องการของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย การผลิต เงินทุน ความต้องการในการพัฒนาตนเอง

3. ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมของชุมชนของภาครัฐของเอกชน ความต้องการในการช่วยเหลือจากภายนอก

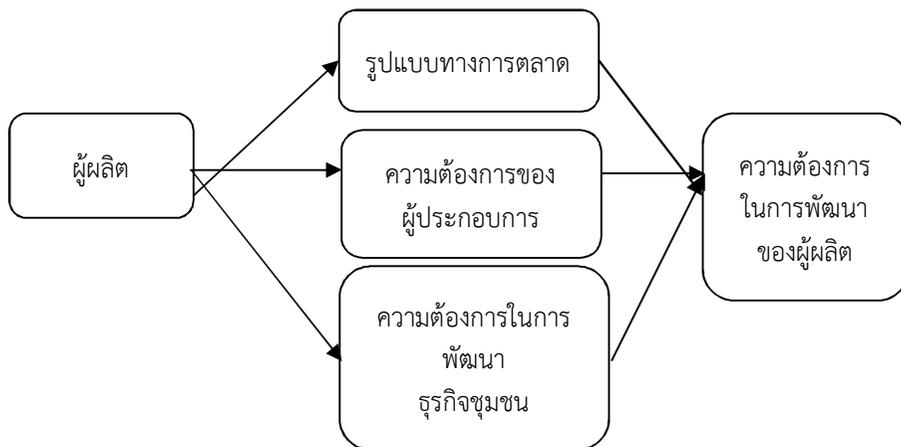
### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อใช้ประกอบการวางแผนนโยบายด้านการพัฒนาธุรกิจชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

2. เพื่อเป็นแนวทางในด้านการพัฒนาธุรกิจชุมชนในเขตพื้นที่บางเขน และขยายต่อไปยังเขตพื้นที่อื่นๆ

3. เพื่อเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งทางด้านวิชาการและวิชาชีพที่เกี่ยวข้องตลอดจนนิสิตนักศึกษา และผู้สนใจทั่วไปในการนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปประกอบการศึกษาวิจัยในด้านการพัฒนาธุรกิจชุมชนในอนาคต  
ขอบเขตของการวิจัย

### กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย



### นิยามศัพท์เฉพาะ

ธุรกิจชุมชน หมายถึง การรวมตัวของกลุ่มคนที่อยู่ในชุมชนเดียวกันได้ตกลงกันที่จะประกอบการธุรกิจโดยมุ่งเน้นใช้ทรัพยากรและความชำนาญของคนในชุมชนนั้นๆเป็นหลักโดยประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานจะมีการแบ่งปันให้กับสมาชิกที่เป็นผู้ร่วมดำเนินงาน

รูปแบบทางการตลาดของธุรกิจชุมชน หมายถึง ระบบของกิจกรรมที่บุคคลที่ประกอบธุรกิจในชุมชนทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการ โดยให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดมีปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ประกอบไปด้วย สินค้า/บริการ, ราคา, การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย

ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ขึ้นทะเบียนไว้กับเขตบางเขน

ความต้องการของผู้ประกอบการ หมายถึง องค์กรประกอบของธุรกิจชุมชนที่ผู้ประกอบการสามารถจัดทำได้ด้วยตนเอง ได้แก่ กระบวนการผลิต เครื่องมือ วัตถุดิบ การขายผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์

ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจชุมชน หมายถึง องค์กรประกอบของธุรกิจชุมชนที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุม หรือจัดทำได้ด้วยตนเอง ได้แก่ การช่วยเหลือหรือสนับสนุนจากรัฐ การฝึกอบรมหรือการช่วยเหลือด้านความรู้จากภายนอก ด้านการแข่งขัน และด้านความร่วมมือจากชุมชน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การศึกษาเอกสาร ค้นคว้าหนังสือ ตำรา บทความทางวิชาการ สื่อสิ่งพิมพ์และงานวิจัยต่างๆ เพื่อสร้างโครงสร้างและข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์

2. การสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ 1. ข้อมูลทั่วไป 2. ความต้องการของผู้ประกอบการ 3. ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจชุมชน 4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

### วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง “การศึกษาความต้องการพัฒนาธุรกิจชุมชนในเขตบางเขน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยการใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนที่อยู่ในเขตพื้นที่บางเขนจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 39 กลุ่ม

การเก็บและรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทบุคคล ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูล โดยมีการเตรียมแนวคำถามสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างไว้ล่วงหน้า จากนั้น ก่อนการเก็บข้อมูลจริงได้มีการโทรนัดหมายเพื่อขอความร่วมมือในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะเดินทางไปสัมภาษณ์ที่สถานประกอบการของธุรกิจชุมชนนั้น เก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วยเครื่องบันทึกเสียง การจดบันทึกคำสนทนา และการถ่ายภาพจนครบเมื่อสิ้นสุดการสัมภาษณ์ผู้วิจัยดำเนินการถอดข้อมูลและเขียนวิเคราะห์ประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะถูกบันทึกไว้ในเครื่องบันทึกเสียง และการจดบันทึกคำสนทนา โดยจะทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการเขียนเชิงพรรณนาบรรยายถึงความต้องการพัฒนาธุรกิจชุมชนในเขตบางเขนด้วยการกำหนดประเด็นหลักตามตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัย และทำการสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ รูปแบบทางการตลาดของธุรกิจชุมชนในเขตบางเขน ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในเขตบางเขนและความต้องการในการพัฒนาธุรกิจชุมชนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในเขตบางเขน

### สรุปผลการวิจัย

#### 1. รูปแบบทางการตลาดของธุรกิจชุมชนในเขตบางเขน

จากการวิจัย พบว่า รูปแบบทางการตลาดของธุรกิจชุมชนมีปัจจัยทางการตลาดสามารถอธิบายได้เป็น 4 เรื่อง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยที่รูปแบบทางการตลาดของธุรกิจชุมชน จะมุ่งเน้นในเรื่องของปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญเนื่องจากทางผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า ถ้าหากมีการผลิตที่ดีก็จะทำให้สามารถตั้งราคาได้ตามคุณภาพของการผลิต และในด้านของการส่งเสริมการตลาดจะมีความสำคัญน้อยที่สุด เนื่องจากทางผู้ประกอบการไม่ต้องการที่จะสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายเพื่อใช้ในการทำกิจกรรมในทุกๆ รูปแบบ

ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชนส่วนมากจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการผลิตเป็นครอบครัวสืบต่อกันมา ด้านผลิตภัณฑ์ทั้งในส่วนของบรรจุภัณฑ์ คุณภาพ วัตถุดิบการผลิต ชื่อตราสินค้า ฯลฯ จึงเป็นการถ่ายทอดกันมาเป็นส่วนมาก ดังนั้นผลิตภัณฑ์จึงมีการผลิตออกมาจากความต้องการเสนอขายและดูจากความสามารถในการผลิตมากกว่าที่จะมีการผลิตหรือออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อเป็นสำคัญ ส่วนในด้านของราคาผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนจะมีรูปแบบของการคิดราคาขายจากการดูจากต้นทุนการผลิตเป็นหลัก เนื่องจากไม่ต้องมีหลักการคิดราคาที่ยุ่งยากดูจากค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ซื้อวัตถุดิบเพื่อนำมาผลิตและค่าแรงในการผลิตเท่านั้นแล้วนำไปบวกกับกำไรที่ต้องการจะได้ออกมาเป็นราคาขาย ซึ่งราคาขายก็จะมีราคาแตกต่างกันไปในแต่ละของผลิตภัณฑ์เพราะธุรกิจชุมชนส่วนมากจะใช้เป็นงานฝีมือการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์มากกว่าการใช้เครื่องจักรในการผลิตไม่สามารถกำหนดราคาที่แน่นอนได้ จะมีเพียงบางธุรกิจที่สามารถกำหนดราคาได้เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เครื่องจักรในการผลิตและไม่ต้องใช้งานฝีมือการประดิษฐ์ เช่น น้ำมันเหลืองสมุนไพร เซ็งซิมอี๊ว และเกลือขัดผิวสมุนไพรชาเขียว เท่านั้นที่สามารถกำหนดราคาที่แน่นอนได้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจชุมชนส่วนมากแล้วจะมีช่องทางการจัดจำหน่ายจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคโดยตรง เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อผลิตภัณฑ์เพราะสนใจในผลิตภัณฑ์จริงๆ เป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะ และเป็นงานฝีมือ ดังนั้น บางธุรกิจก็มีหน้าร้านเพื่อนำเสนอให้กับผู้บริโภคได้เห็นผลิตภัณฑ์จริงบางธุรกิจที่ไม่มีหน้าร้านก็จะใช้การออกผลิตภัณฑ์ตามงานแสดงสินค้าที่ทางภาครัฐหรือเอกชนได้มีการจัดขึ้นแต่ยอดการซื้อผลิตภัณฑ์หลักไม่ได้มาจากการออกงานดังกล่าว แต่จะได้ยอดสั่งซื้อหลักจะได้มาจากการบอกต่อ หรือตัดสินใจซื้อหลังจากงานแสดงสินค้าเสร็จสิ้นไปแล้ว ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดจะเป็นด้านที่ธุรกิจชุมชนให้ความสำคัญน้อยที่สุดเนื่องจากให้ความเห็นว่าเป็นสิ่งค่าใช้จ่าย และผู้บริโภคส่วนมากจะได้มา จากผู้ที่ซื้อประจำหรือมีการบอกต่อแนะนำกันมาอยู่แล้ว ยอดของการผลิตก็ตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคได้ไม่มากจึงพอใจกับการผลิตในปัจจุบันที่เป็นอยู่ อาจจะมีการลดราคาในช่วงแต่ไม่ได้ทำการลดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขายแต่ต้องการที่จะออกผลิตภัณฑ์ใหม่จึงต้องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เก่าออกไปเท่านั้น ไม่ต้องการทำการส่งเสริมการตลาดเพื่อที่จะกระตุ้นยอดการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น

## 2. ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในเขตบางเขน

จากการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการในการพัฒนาตนเองแบ่งออกได้ เป็นเรื่องกระบวนการผลิต แรงงาน เครื่องมือ วัตถุดิบ เงินทุน ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ ความรู้ ภูมิปัญญา ด้านความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ ด้านเอกลักษณ์ ความโดดเด่น ด้านการขายผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านมาตรฐานการผลิต ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านฉลาก ตราสินค้า การขนส่ง และชื่อเสียง โดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของกระบวนการผลิตมาก เพราะเป็นองค์ประกอบของการประกอบธุรกิจที่ก่อให้เกิด ต้นทุนสูงหรือต่ำได้ การดัดแปลงกระบวนการผลิตให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการทำให้การผลิตสินค้าได้สะดวก ปัญหาที่เกิดจากกระบวนการผลิตคือ กระบวนการผลิตยังไม่เป็นแบบแผน ใช้วิธีดั้งเดิมทำให้มีความเสียหายของสินค้าหรือความไม่คุ้มค่าในการผลิต ด้านแรงงาน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะใช้แรงงานคนภายในครอบครัว หรือทำเองมีการจ้างแรงงานภายนอกน้อยเพราะในการผลิตผลิตภัณฑ์ จำเป็นต้องใช้ฝีมือในการผลิต

ด้านวัตถุดิบ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะพยายามหาวัตถุดิบจากแหล่งภายในท้องถิ่นหรือภายในประเทศ เพื่อให้ต้นทุนต่ำ และผู้ประกอบการจะคงวัตถุดิบเดิมตั้งแต่เริ่มทำไว้แม้ว่าราคาวัตถุดิบเดิมจะสูงขึ้นเพราะมีความเห็นว่าลูกค้าเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ โดยดูจากวัตถุดิบที่นำมาใช้ ปัญหาที่พบจะเป็นเรื่องของราคาวัตถุดิบไม่คงที่ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมถึงการที่ผู้ประกอบการมีจำนวนการสั่งซื้อต่ำทำให้ขาด

ความสามารถในการต่อรองด้านราคาต่อหน่วย ด้านเงินทุน เมื่อเกิดปัญหา เช่นอุทกภัยในปี พ.ศ. 2554 ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อได้เนื่องจากขาดเงินทุน มาซ่อมแซม หรือซื้อวัตถุดิบ ประสิทธิภาพ และความเชี่ยวชาญ เป็นหัวใจหลักของการ ประกอบธุรกิจชุมชน ผู้ประกอบการทุกรายให้ความสำคัญกับความเชี่ยวชาญ และ ประสิทธิภาพที่เกิดจากการลองผิดลองถูกมาอย่างยาวนาน ทำให้มีความชำนาญในการผลิต เกิดความเสียหายต่ำ และยังสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างหลากหลาย ปัญหาที่พบจะเป็นปัญหาด้านแรงงานที่มีประสิทธิภาพ

เมื่อมีการขยายการผลิตเพิ่มขึ้นมีการจ้างแรงงานมากขึ้น แต่ปัญหาในการฝึกให้ แรงงานมีฝีมือความเชี่ยวชาญใช้เวลานาน ต้นทุนสูง แต่การรักษาแรงงานที่มีฝีมือทำได้ยาก ทำให้ผู้ประกอบการหลายรายต้องลดการผลิตลงเพื่อให้สามารถผลิตได้โดยไม่ต้องจ้าง แรงงานภายนอก ด้านความรู้และภูมิปัญญา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะนำความรู้และภูมิ ปัญญาที่ได้ค้นคว้าเองมาใช้ในการพัฒนาการผลิต ปัญหาที่พบคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ ทันสมัยอาจทำให้เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หายไป ทำให้ลูกค้าไม่ยอมรับ ด้านรูปร่างและ สีสนของผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มี รูปร่างและสีสนที่แตกต่าง เพราะผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนมักจะมีผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึง กันการสร้างแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์จะดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ ผู้ประกอบการมีความ ต้องการในการพัฒนาด้านนี้มาก ปัญหาที่พบจะเป็นในเรื่องของการพัฒนามักจะเป็น ไปในทิศทางเดียวกันเพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่ก็จะได้รับองค์ความรู้ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์มาจากแหล่งเดียวกัน ด้านเอกลักษณ์และความโดดเด่น ผู้ประกอบการได้นำ เอกลักษณ์ความเป็นไทยมาใช้ในการสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ของตน โดยมุ่งเน้น ในการนำภูมิปัญญา และเอกลักษณ์มาสร้างเป็นจุดขาย ธุรกิจชุมชนในเขตกรุงเทพฯ มีลักษณะของเอกลักษณ์ไทยมากกว่าที่จะเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น ปัญหาที่พบคือ การหา ลูกค้าเพิ่มได้ แต่กำลังการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้เสียลูกค้าได้

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการทุกรายให้ความสำคัญใน การพัฒนา ผู้ประกอบการพยายามรักษามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้คงที่ มีการใช้วัตถุดิบ ตั้งแต่ดั้งเดิมโดยให้ความเห็นว่าลูกค้าให้การยอมรับในคุณภาพดั้งเดิม แม้ว่าราคาของ ผลิตภัณฑ์จะสูงขึ้นก็ตาม ผู้ประกอบการจะมีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่าง สม่าเสมอ ปัญหาที่พบ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่พึงพอใจในมาตรฐานการผลิตของตนอยู่แล้ว ทำให้เกิดการละเลยที่จะสร้างมาตรฐานการผลิตของตนเอง ด้านบรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่มีความต้องการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ของตนเอง ทำให้ลูกค้าให้ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าให้กับ

ผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเข้าร่วมการอบรมด้านบรรจุภัณฑ์ตามที่ภาครัฐจัดเพื่อนำมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของตน

### 3. ความต้องการในการพัฒนาธุรกิจชุมชนในเขตบางเขน

จากการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการมีความเห็นในการพัฒนาธุรกิจชุมชนในด้านการช่วยเหลือจากรัฐ เงินสนับสนุนจากรัฐ หรือองค์การต่างๆ การฝึกอบรม หรือการช่วยเหลือด้านความรู้จากหน่วยงานต่างๆ การจัดหาแหล่งเงินทุนด้านเศรษฐกิจด้านความร่วมมือจากชุมชน ความเป็นผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ของจังหวัดด้านการแข่งขัน ด้านการจัดหาสถานที่จำหน่ายให้ และด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐความต้องการพัฒนาธุรกิจชุมชนในภาพรวมในด้านความช่วยเหลือจากภาครัฐ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการให้รัฐเข้ามาช่วยเหลือในด้านต่างๆ โดยเฉพาะช่วยเหลือในการสร้างความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ ปัญหาที่พบจะเป็นเรื่องของการให้ความช่วยเหลือที่ไม่ต่อเนื่อง และไม่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการทำให้ผู้ประกอบการต้องช่วยเหลือตัวเองเป็นส่วนใหญ่ ด้านเงินสนับสนุนจากรัฐ หรือหน่วยงานต่างๆ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ต้องการให้รัฐนำเงินมาช่วยเหลือโดยตรง แต่ต้องการให้ช่วยเหลือผ่านการกู้ยืมที่มีดอกเบี้ยต่ำ ซึ่งผู้ประกอบการในเขตบางเขนส่วนใหญ่จะเป็นการทำธุรกิจแบบธุรกิจครอบครัว หรือธุรกิจขนาดกลางและย่อม ทำให้ได้เงินช่วยเหลือยาก ปัญหาที่พบจะเป็นการเข้าถึงแหล่งเงินได้ยาก ผู้ประกอบการหลายรายไม่ได้จดทะเบียนถูกต้อง ทำให้การได้รับเงินช่วยเหลือไม่ถึงมือผู้ประกอบการ การฝึกอบรม หรือความรู้จากหน่วยงานต่างๆ

ผู้ประกอบการทุกรายมีความเห็นตรงกันว่า การพัฒนาธุรกิจชุมชนต้องมีการให้ความรู้จากภาครัฐ โดยเฉพาะการจัดให้มีการฝึกอบรมให้ด้านต่างๆ ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้เหล่านั้นมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชนได้ ปัญหาที่พบส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของความต่อเนื่องในการจัดฝึกอบรม การคัดเลือกองค์ความรู้ที่จะนำมาใช้ในการฝึกอบรมที่จะตรงกับความต้องการในการนำความรู้นั้นไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชนได้อย่างแท้จริง

ผู้ประกอบการมีความเห็นตรงกันว่า การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันไม่รุนแรง แต่ที่มีการแข่งขันสูงจะเป็นการแข่งขันกับผู้ประกอบการเชิงพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่มีกำลังผลิตสูง และราคาต่ำทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการเลี่ยงการแข่งขัน ปัญหาที่พบจะเป็นเรื่องความช่วยเหลือจากรัฐเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ โดยเฉพาะการลดภาษีการค้า เพื่อช่วยให้มีกำไรสูงขึ้น และจากการที่ผลิตภัณฑ์ต้องใช้ฝีมืออย่างสูงในการผลิต ผลิตภัณฑ์ทำได้น้อย และต้องใช้เวลา ส่งผลให้มีราคาสูง ผู้บริโภคจึงมีการตัดสินใจซื้อไม่บ่อยครั้ง ด้านการจัดหาสถานที่จำหน่ายให้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีหน้าร้านเป็นของตนเอง แต่ยังมี

ความต้องการในการหาสถานที่จัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการให้ภาครัฐเข้ามาส่งเสริมประชาสัมพันธ์ โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค โดยเฉพาะในด้านชื่อเสียงของผู้ประกอบการต่างๆ การให้ข้อมูล รวมทั้งการบอกที่ตั้งของสถานที่จำหน่าย ปัญหาที่พบจะเป็นเรื่องของความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ ที่ผ่านมาแม้จะมีการประชาสัมพันธ์ แต่ก็ไม่ต่อเนื่องข้อมูลเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงก็ไม่มีติดตามผล ทำให้ลูกค้าไม่ให้ความสนใจ

### อภิปรายผลการวิจัย

รูปแบบทางการตลาดของธุรกิจชุมชน เป็นลักษณะการทำงานแบบภายในครอบครัวไม่มีการวางแผนการดำเนินงานที่เป็นรูปแบบเฉพาะเจาะจง ไม่มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมเนื่องจากต้องอิงจากปัจจัยการผลิตและวัตถุดิบเป็นหลัก ไม่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดเท่าที่ควร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิวลดา วงศ์ไพบูลย์ (2543) ที่ได้ทำการศึกษาการดำเนินงานธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ในวัตถุประสงค์ของการศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจได้ผลการวิจัยสรุปว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีการทำบัญชี ด้านการผลิต มีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า และผลิตตามความต้องการของตลาดในแต่ละช่วงเวลา วัตถุดิบที่ใช้สั่งจากท้องที่ใกล้เคียง ด้านการตลาดจะให้ความสำคัญของส่วนประสมด้านราคา ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขายตามลำดับ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง การกำหนดราคาขายขึ้นอยู่กับต้นทุนของสินค้า การส่งเสริมการขายโดยใช้วิธีการลดราคามากที่สุด

ในส่วนของการตลาดด้านของผลิตภัณฑ์จะมีการผลิตออกมาตามความพึงพอใจของผู้ประกอบการ เน้นการผลิตด้วยฝีมือที่ประณีตและระยะเวลาที่ยาวนานทำให้เกิดข้อจำกัดในขั้นตอนการผลิตสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และในบางครั้งต้องการที่จะเพื่อปริมาณการผลิตแต่ไม่สามารถทำได้ตามความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ วินัส ฤาชัย (2544) ได้ทำการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจชุมชนภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อการวิเคราะห์ด้านศักยภาพด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงิน ผลจากการศึกษาศักยภาพ ด้านการตลาดพบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพมากที่สุดคือกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีสินค้าหลากหลายและมีตราสินค้าเป็นของตนเอง มีบรรรจุภัณฑ์ที่รักษาคุณภาพได้

ความต้องการของผู้ประกอบการ ในการพัฒนาตนเองทั้งจากภายในตัวเอง และ จากความช่วยเหลือจากภายนอกจะมีความสอดคล้องกันในหลายประเด็นที่เป็นเรื่อง สืบเนื่องต่อกันมา โดยเฉพาะในปัญหาที่พบจะเน้นเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้าน การเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทนา คินนิมาน (2546, หน้า 129-130) ที่ศึกษาการ ให้ความช่วยเหลือด้านการเงินกับผู้ประกอบการที่พบว่า การปล่อยเงินกู้ของธนาคารเป็นไปได้ยาก เนื่องจากเงื่อนไขของธนาคารพาณิชย์ปกติมีเงื่อนไขที่ซับซ้อน และมีรายละเอียดใน การพิจารณาอนุมัติเงินยุ่งยาก และคุณสมบัติของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่เป็นธุรกิจ ครอบครัวยุค หรือธุรกิจขนาดกลางและย่อม โดยผู้ประกอบการหลายรายยังไม่ได้จดทะเบียน การค้าทำให้ขาดคุณสมบัติในการกู้ยืม แม้ที่ผ่านมารัฐบาลหลายยุคจะออกมาตรการ ช่วยเหลือด้านการเงินให้กับผู้ประกอบการ ตั้งแต่การปล่อยกู้ดอกเบี้ยต่ำ การแปลงความรู้ เป็นสินทรัพย์ รวมทั้งการประเมินความสามารถทางการชำระเงินที่ต่ำลง แต่ก็ยังพบว่า มาตรการเหล่านี้ยังไม่สามารถทำให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินกู้ได้อย่างแท้จริง ที่สำคัญ จากปัญหาทุกภัยใหญ่ในเขตบางเขนเมื่อปี พ.ศ. 2554 ที่ผ่านมา ผู้ประกอบการจำนวนมากที่ได้รับผลกระทบทั้งทางตรง และทางอ้อมก็ยังไม่สามารถหาเงินมาใช้ในการฟื้นฟู กิจการได้ ภาครัฐให้สัญญาในการช่วยเหลือแต่ก็ยังไม่เกิดเป็นรูปธรรมเพียงพอให้ ผู้ประกอบการสามารถหาแหล่งเงินกู้ได้

จากรูปแบบการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการที่เป็นธุรกิจครอบครัว หรือเป็น ธุรกิจส่วนตัวที่ไม่ใช่อยู่ในรูปแบบของธุรกิจชุมชนทำให้ขาดความร่วมมือจากคนในชุมชนไม่ สอดคล้องกับองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการประกอบธุรกิจชุมชน ได้แก่ การร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมรับประโยชน์ และร่วมประเมินผล (ปาริชาติ วลัยเสถียร, 2543, หน้า 143) ทำให้ผู้ประกอบการขาดโอกาสในการได้รับความช่วยเหลือ จากภาครัฐในการช่วยเหลือผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป กลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งการ ช่วยเหลือธุรกิจขนาดกลางและย่อม จากปัญหานี้การเข้าร่วมกลุ่มจะช่วยให้เกิดพลังในการ สร้างธุรกิจที่มีความเข้มแข็งได้

การพัฒนาผู้ประกอบการ ให้มีความสามารถทางแข่งขันเพื่อให้สามารถพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการผ่านการฝึกอบรม การดูงาน และการสอนปฏิบัติ ทำให้ ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนไปในทิศทางที่ภาครัฐกำหนดให้ การพัฒนาจึงไม่ เกิดขึ้นจากภายใน จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าผู้ประกอบการใช้กระบวนการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของตนเอง และเรียกร้องการสนับสนุนจากภาครัฐในด้านแหล่งเงินทุน หรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์แบบสำเร็จรูป มากกว่าที่จะพัฒนาตนเอง การปรับเปลี่ยน รูปแบบการสนับสนุนของภาครัฐไปสู่การพัฒนาผู้ประกอบการเท่านั้น ซึ่งเป็นแนวคิดที่

สอดคล้องกับปารีชาติ วลัยเสถียร (2543, หน้า 156-158) ที่มุ่งเน้นให้ธุรกิจชุมชนดำเนินการทั้งหมดด้วยคนในชุมชน และพึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอกเพียงบางส่วนที่ชุมชนทำไม่ได้เท่านั้น การมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายทั้งภาครัฐ ชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคจะทำให้เกิดการเชื่อมโยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถตอบสนองความต้องการของทั้งผู้ประกอบการ และผู้บริโภค จากการสังเกตพฤติกรรมเดิมของผู้ประกอบการที่มีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จะมุ่งเน้นการพัฒนาด้วยตัวเองเป็นหลักโดยไม่ให้ความสนใจความคิดเห็นของชุมชน หรือความช่วยเหลือจากภาครัฐ ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระบวนการดั้งเดิม เปลี่ยนโดยนำเครื่องจักรง่ายๆ ไม่ซับซ้อนเข้ามาช่วยลดแรงงานคน ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนจะมีลักษณะเป็นการดัดแปลง หรือลอกเลียนแบบมากกว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (Kotler, 2003, pp. 268 – 269) ทำให้การพัฒนาของกลุ่มผู้ประกอบการไม่ตรงกับความต้องการของตลาด

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

ข้อเสนอแนะสำหรับชุมชน และกลุ่มผู้ประกอบการ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้บริโภค ชุมชน และภาครัฐ จึงจะทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกิดจากภายในชุมชน มีความต่อเนื่อง แต่ในการทำให้เกิดการมีส่วนร่วมได้จำเป็นต้องอาศัยตัวแปรได้แก่ ผลประโยชน์ร่วมกัน และผู้ประสานงาน ซึ่งผลประโยชน์ที่ได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจะมีทั้งทางตรงต่อกลุ่มผู้ประกอบการ และทางอ้อมสู่ชุมชน ต้องทำให้ชุมชนเกิดความตระหนักถึงผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับจากการมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการ

จากนโยบายของรัฐที่ต้องการให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้ประกอบอาชีพทั้งกลุ่มอาชีพ และวิสาหกิจชุมชน จากการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการรวมกันตามนโยบายของรัฐ แต่พื้นฐานการประกอบธุรกิจชุมชนยังคงเป็นรูปแบบผู้ประกอบการรายย่อย มีการแยกกันดำเนินงาน หรือมีผู้นำทำการจ้างผู้ประกอบการในกลุ่มผลิตตามคำสั่ง จะเกิดการรวมกลุ่มเมื่อมีการของบประมาณ หรือมีการตรวจสอบจากภาครัฐ ทำให้การรวมกลุ่มกันเป็นไปแต่ในนาม การทำให้เกิดกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้มแข็งต้องทำให้กลุ่มผู้ประกอบการเห็นถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มกันอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากผลการวิจัยจะพบว่า ผู้ประกอบการทุกรายให้ความสำคัญกับการพัฒนาเป็นอันดับแรก แต่ปัญหาที่เป็นอุปสรรคใหญ่ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนคือ การพัฒนาจะ

เป็นไปอย่างไม่มีขั้นตอน เป็นการลองผิดลองถูก หรือยึดวิธีการแบบดั้งเดิมขาดการพัฒนา ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่เป็นระบบ ดังนั้นการทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องมีขั้นตอนอย่างถูกต้อง และเป็นระบบ

รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีประสิทธิภาพต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมของหลายฝ่าย โดยแต่ละฝ่ายจะมีหน้าที่ และความเกี่ยวข้องในการใช้กระบวนการพัฒนาชุมชนของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนกับกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถแบ่งหน้าที่ของแต่ละฝ่ายได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการ เป็นแกนกลางของการใช้รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ในเขตบางเขนเพื่อการพัฒนา มุ่งเน้นที่การเรียนรู้ทั้งจากภายใน และภายนอก พึ่งพาตนเองให้มากที่สุด และรับการสนับสนุนจากภายนอกด้านองค์ความรู้มากกว่าเงิน ให้ความสำคัญกับชุมชน แบ่งปันผลประโยชน์กับชุมชนอย่างเท่าเทียม ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์ความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และผลิตภัณฑ์ชุมชน

2. ชุมชน เป็นส่วนประกอบของรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ในเขตบางเขนที่สำคัญ เป็นผู้นำภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดที่หลากหลาย ข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ประเมินผล ผู้บริโภคกลุ่มแรก และร่วมรับประโยชน์จากการพัฒนา ชุมชนต้องมองถึงผลประโยชน์สืบเนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน การสร้างอาชีพในชุมชน รายได้จากภาษี สิ่งจูงใจนักท่องเที่ยว และการรักษาวิถีชีวิตของชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในทุกกระบวนการของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน มองภาพรวมของการแบ่งปันอย่างยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

3. ภาครัฐ มีหน้าที่หลักในการสร้างความมั่นคงให้กับชุมชน อาศัยธุรกิจชุมชนในการสร้างการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน ใช้กระบวนการคิดที่เริ่มต้นจากชุมชน ตอบสนองความต้องการของชุมชนผ่านทางองค์ความรู้ และการจัดหาผู้เชี่ยวชาญ สนับสนุนทางอ้อมให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ และชุมชน จัดหาแหล่งเงินทุนให้เกิดการหมุนเวียนในระบบการประกอบธุรกิจชุมชน ลดการช่วยเหลือแบบให้เปล่า และการช่วยเหลือทางตรง มุ่งเน้นให้กลุ่มผู้ประกอบการพึ่งพาตนเองเป็นอันดับแรก เป็นผู้สนับสนุนองค์ความรู้อย่างแท้จริง

4. ผู้บริโภค องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการประกอบธุรกิจชุมชน เป็นต้นทางของความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และเป็นปลายทางของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภคจะมีผ่านทางข้อมูลทั้งก่อนการใช้ และหลังรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของ

กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ในเขตบางเขน มุ่งเน้นการคืนกลับของข้อมูล ข้อเท็จจริง การใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างถูกต้อง ทำให้ได้ข้อมูลคืนกลับที่สามารถก่อให้เกิด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างถูกต้อง

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อการ ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่นให้เกิดความสมบูรณ์ของข้อมูล โดยเฉพาะการทดลอง จะทำให้เกิดความแม่นยำในการวิจัยมากขึ้น
2. ผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการสำรวจกับพื้นที่อื่นๆของ กรุงเทพฯ ได้ เพื่อให้เกิดแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความสามารถทางการ แข่งขัน รวมทั้งการนำเสนอผลต่อภาครัฐเพื่อใช้ในการจัดงบประมาณที่เหมาะสม ตรงกับ ความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการ
3. จากการลงวิจัยทำให้ทราบได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการวิจัย โดยเฉพาะปัจจัยที่ ควบคุมได้ยาก เช่น ปัญหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นในกรุงเทพฯ ปี พ.ศ. 2554 ทำให้การวิจัยล่าช้า กว่าที่กำหนด ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ต้องระวังปัจจัยเหล่านี้ให้มากขึ้นโดยจัดทำแผน ฉุกเฉินสำหรับการติดตามกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อรองรับการเหตุการณ์ที่ไม่สามารถ คาดการณ์ได้ และอาจจะเกิดขึ้นได้อีกในอนาคต

### เอกสารอ้างอิง

- นันทนา คินิมาน. (2546). **ความต้องการพัฒนาศักยภาพในการประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและย่อมของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาสังคมศาสตร์ เพื่อการพัฒนา สถาบันราชภัฏ ราชนครินทร์.**
- ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. (2543). **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของ นักพัฒนา. กรุงเทพฯ: นนทบุรี.**
- วินัส ฤาชัย. (2544). **การวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจชุมชน ภายใต้โครงการ “หนึ่ง ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**
- สีวลา วงศ์ไพบูลย์วัฒน์.(2543). **การดำเนินงานในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของ ผู้ประกอบการในอำเภอ เมืองแพร่ จังหวัดแพร่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**

Kotler, P. (2003c). **Marketing Insights from A to Z : 80 Concepts Every Manager Needs to Know**. New Jersey: John Wiley & Sons.