

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องการจัดการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสำหรับสินค้าประเภทของใช้และของประดับตกแต่งในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์หัวหน้าชุมชนหรือหัวหน้ากลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 38 ราย โดยสามารถทำการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลได้ตามขอบเขตที่ต้องการศึกษา ปรากฏผลการวิเคราะห์และแปลผลเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ชื่อชุมชนหรือสถานประกอบการ ประเภทของชุมชนหรือสถานประกอบการ ระยะเวลาดำเนินการ จำนวนสมาชิกของธุรกิจหรือสถานประกอบการ จำนวนทุนเริ่มแรก จำนวนทุนหมุนเวียนใช้จ่ายในการทำกิจกรรมทางธุรกิจของชุมชน และการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (ตาราง 4.1- 4.6)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการจัดการด้านการตลาดของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง ระดับ 3-5 ดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด (ตาราง 4.7 – 4.33)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการจัดการการผลิตของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทของใช้และของประดับตกแต่งโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 3-5 ดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการวางแผนการผลิต การจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบ การควบคุมการผลิตและการจัดการเกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชน (ตาราง 4.34 - 3.46)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการดำเนินงานด้านการจัดการของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทของใช้และของประดับตกแต่งโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 3-5 ดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการวางแผน การจัดการองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการและควบคุมการทำงานของสมาชิกในชุมชน (ตาราง 4.47-4.63)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลการดำเนินงานด้านบุคลากรของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทของใช้และของประดับตกแต่งโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 4ระดับ 3-5 ดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการสรรหาคัดเลือก การดูแลรักษาจิตใจสมาชิกในการทำงานและการพัฒนาบุคลากรของชุมชน (ตาราง 4.64-4.70)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลการดำเนินงานด้านการเงินและบัญชีของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทของใช้และของประดับตกแต่งโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 3-5 ดาว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเงินและบัญชี ประกอบด้วยแหล่งที่มาของเงินทุน การวางแผนการบริหารทางการเงินและรายละเอียดทางการเงินอื่น ๆ ของชุมชน (ตาราง 4.71-4.86)

ส่วนที่ 7 ข้อมูลการบริหารจัดการด้านการความรู้ของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทของใช้และของประดับตกแต่งโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 3-5 ดาว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมเข้าอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะในการทำงาน การจัดการทีมงานกับระดับความสามารถ การถ่ายทอดความรู้ระหว่างการปฏิบัติงาน การประเมินผลงาน และการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการปฏิบัติงานกับกลุ่มเครือข่าย (ตาราง 4.86-4.96)

4.1 ลักษณะทั่วไปของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ

ประเภทของชุมชนหรือสถานประกอบการในโครงการฯ จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ทำการดำเนินงานเป็นกลุ่ม จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 60.53 ทำการดำเนินงานเป็น SMEs จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.47 ดังแสดงในตาราง 4.1 สาเหตุที่ส่วนใหญ่จดทะเบียนเป็นประเภทกลุ่มเนื่องจากได้รับสิทธิประโยชน์ในด้านการขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการมากกว่า

ระยะเวลาในการดำเนินการของชุมชนหรือผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการฯ โดยการแยกตามประเภท ประเภทกลุ่ม ตั้งแต่เริ่มโครงการจนมาถึงปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะมีการดำเนินงานมากกว่า 5 ปี ขึ้นไปมีจำนวน 14 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 60.87 รองลงมามีการดำเนินงานมากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปีจำนวน 7 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.43 ประเภท SMEs ส่วนใหญ่จะมีการดำเนินงานมากกว่า 5 ปี ขึ้นไปมีจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมามีการดำเนินงานเริ่ม 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปีมีจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.2

จำนวนสมาชิกของธุรกิจหรือสถานประกอบการประเภทกลุ่ม 60 คนขึ้นไปมีมากที่สุด มีจำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 34.78 และรองลงมามีจำนวนสมาชิกน้อยกว่า 20 คน มีจำนวน 6 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 26.09 ตามลำดับ ส่วนจำนวนพนักงานจำนวนสมาชิกของธุรกิจหรือสถานประกอบการประเภท SMEs ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกน้อยกว่า 20 คน มีจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.33 มีจำนวนสมาชิก 40-59 คน เป็นลำดับต่อมา จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.67

ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.3 จากผลการศึกษาที่ได้จะเห็นได้ชัดว่าจำนวนสมาชิกของธุรกิจหรือพนักงานนั้นมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด สถานประกอบการประเภทกลุ่มส่วนใหญ่แล้วจะมีจำนวนสมาชิก 60 คน ขึ้นไป เนื่องจากเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มของชาวบ้านที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จึงไม่มีการกีดกัน แต่ส่วนจำนวนพนักงานจำนวนสมาชิกของธุรกิจหรือสถานประกอบการประเภท SMEs นั้นกลับมีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 20 คน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากผู้ประกอบการจะมีการเพิ่มลดจำนวนพนักงานตามกำลังการผลิตในแต่ละช่วง

ตาราง 4.1 จำนวนร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง ระดับ 3-5 ดาว จังหวัดเชียงใหม่

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่ม	23	60.53
SMEs	15	39.47
รวม	38	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.2 แสดงระยะเวลาดำเนินการของสถานประกอบการ

ระยะเวลา	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	0	0.00	1	6.67
1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี	2	8.70	3	20.00
มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	7	30.43	2	13.33
มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป	14	60.87	9	60.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนสมาชิกของธุรกิจหรือสถานประกอบการ

จำนวนสมาชิก	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 คน	6	26.09	14	93.33
20 – 29 คน	0	0.00	0	0.00
30 – 39 คน	5	21.47	0	0.00
40 – 59 คน	4	17.39	1	6.67
60 คน ขึ้นไป	8	34.78	0	0.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

ทุนเริ่มแรกของผู้ประกอบการประเภทกลุ่มนั้น จากการสำรวจพบว่า มีทุนเริ่มแรกในสัดส่วนที่มากที่สุด คือมีทุนเริ่มแรก 10,000 – 30,000 บาท มีจำนวน 9 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 39.13 ลำดับต่อมา มีทุนเริ่มแรกไม่เกิน 10,000 บาท มีจำนวน 7 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.43 ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs เริ่มจากมากกว่า 50,000 บาท มีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมา มีทุนเริ่มแรกไม่เกิน 10,000 บาท มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.67 ดังแสดงในตาราง 4.4

ปัจจุบันชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการใช้เงินทุนหมุนเวียนโดยแยกตามประเภท จากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนมากใช้เงินทุนหมุนเวียนต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 16 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 69.57 และใช้เงินทุนหมุนเวียน 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 5 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 21.74 เป็นลำดับรองลงมา ส่วนผู้ประกอบการประเภท SMEs ส่วนมากใช้เงินทุนหมุนเวียนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.00 และจำนวน 10,001 – 30,000 บาท จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.67 เป็นลำดับต่อมา ดังแสดงในตาราง 4.5 การส่วนใหญ่กลุ่มผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท มีทุนหมุนเวียนต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทนั้น แสดงถึงสภาพคล่องของธุรกิจอยู่ในเกณฑ์ที่ดี

การส่งผลิตภัณฑ์เพื่อขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.) ของชุมชนหรือผู้ประกอบการพบว่า ชุมชนหรือผู้ประกอบการประเภทกลุ่มได้ส่งผลิตภัณฑ์เพื่อขอ มผช. ในสัดส่วนที่มากกว่า

ผู้ประกอบการที่ไม่ได้ขอ มผช. จำนวน 19 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 82.61 ส่วนผู้ประกอบการประเภท ได้ส่งผลิตภัณฑ์เพื่อขอ มผช.เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 ดังแสดงในตาราง 4.6 จากการศึกษาที่ได้จะเห็นว่าผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท ต่างก็ให้ความสำคัญกับการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากการรับรองความมีคุณภาพของภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสร้างความมั่นใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่าผลิตภัณฑ์ของตนมีคุณภาพได้มาตรฐาน และเป็นช่องทางในการเจาะกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้นด้วย

ตาราง 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนทุนประกอบการแรกเริ่มของกลุ่มผู้ประกอบการ

จำนวนทุนประกอบการแรกเริ่ม	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	7	30.43	4	26.67
10,000 – 30,000 บาท	9	39.13	2	13.33
30,001 – 50,000 บาท	1	4.35	2	13.33
มากกว่า 50,000 บาท	6	26.09	7	46.67
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของทุนประกอบการหมุนเวียนของกลุ่มผู้ประกอบการ

จำนวนทุนประกอบการหมุนเวียน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	0	0.00	0	0.00
10,000 – 30,000 บาท	2	8.70	4	26.67
30,001 – 50,000 บาท	5	21.74	2	13.33
มากกว่า 50,000 บาท	16	69.57	9	60.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของการส่งผลิตภัณฑ์เพื่อขอ มผช. ของกลุ่มผู้ประกอบการ

การส่งผลิตภัณฑ์เพื่อขอ มผช.	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขอ	19	82.61	12	80.00
ไม่ขอ	4	17.39	3	20.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

4.2 การจัดการด้านการตลาดของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ

การให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.87 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่าการที่มีผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่ได้และเป็นพื้นฐานที่รักษาลูกค้าไว้ รวมถึงสามารถขยายฐานลูกค้าจากการบอกต่อกันของกลุ่มลูกค้าเดิมโดยไม่จำเป็นต้องทำการตลาดด้านอื่นมากนัก รองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ย 2.52 เป็นปัจจัยที่จะทำต่อมาเพื่อช่วยในการเพิ่มยอดขายลำดับที่ 3 คือปัจจัยด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ย 2.39 ซึ่งช่วงคะแนนไม่ต่างกันมากนักกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายผู้ประกอบการให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้ายผู้ประกอบการไม่ให้ความสำคัญมากนัก จะเน้นการขายเองมากกว่า ไม่ให้ความสำคัญว่าลูกค้าจะเป็นกลุ่มใดที่มาติดต่อซื้อขายด้วย ดังแสดงในตาราง 4.7ก

การให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs ให้ความสำคัญลำดับแรกและปัจจัยสองเช่นเดียวกับชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ย 3.80 และ 2.52 ตามลำดับ ซึ่งเหตุผลก็เช่นเดียวกับผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม แต่ต่างที่ผู้ประกอบการประเภท SMEs ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเป็นลำดับ 3 และปัจจัยด้านราคาเป็นลำดับสุดท้าย สาเหตุเนื่องมาจากผู้ประกอบการประเภท SMEs ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่สามารถเพิ่มยอดขายและรายได้ให้กับธุรกิจเป็นอย่างดีรวมถึงสามารถบริหารสภาพคล่องไว้ล่วงหน้าได้ ดังแสดงในตาราง 4.7ข

ตาราง 4.7ก แสดงจำนวนและคะแนนเฉลี่ยและลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการการ ประเภทกลุ่ม

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	ความสำคัญ								รวมคะแนนถ่วงน้ำหนัก/จำนวนของกลุ่ม	ลำดับความสำคัญ
	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3		อันดับ 4			
	จำนวน	ถ่วงน้ำหนัก (x 4)	จำนวน	ถ่วงน้ำหนัก (x 3)	จำนวน	ถ่วงน้ำหนัก (x 2)	จำนวน	ถ่วงน้ำหนัก (x 1)		
ด้านผลิตภัณฑ์	20	80	3	9	0	0	0	0	3.87	ลำดับ 1
ด้านราคา	0	0	14	42	4	8	5	5	2.39	ลำดับ 3
ด้านการจัดจำหน่าย	0	0	1	3	13	26	9	9	1.09	ลำดับ 4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3	12	5	15	6	12	9	9	2.52	ลำดับ 2

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการการประเภทกลุ่ม จำนวน 23 กลุ่ม

ตาราง 4.7๗ แสดงจำนวนและคะแนนเฉลี่ยและลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการการ ประเภท SMEs

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	ความสำคัญ								รวมคะแนนถ่วงน้ำหนัก/ จำนวนของ SMEs	ลำดับ ความสำคัญ
	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3		อันดับ 4			
	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 4)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 3)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 2)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 1)		
ด้านผลิตภัณฑ์	12	48	3	9	0	0	0	0	3.80	ลำดับ 1
ด้านราคา	0	0	4	12	3	6	8	8	1.73	ลำดับ 4
ด้านการจัดจำหน่าย	0	0	3	9	11	22	0	0	2.07	ลำดับ 3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2	8	5	15	1	2	7	7	2.13	ลำดับ 2

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการการประเภท SMEs จำนวน 15 ราย

การวางแผนด้านการตลาดของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม มีการวางแผนด้านการตลาดในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 14 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 60.87 ส่วนผู้ประกอบการประเภท SMEs ก็มีการวางแผนทางการตลาดในสัดส่วนที่มากที่สุดเช่นเดียวกัน จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 ดังแสดงในตาราง 4.8 จากผลการศึกษาที่ได้ สาเหตุเนื่องมาจาก การวางแผนด้านการตลาดเป็นส่วนใหญ่นั้นเนื่องจากเห็นว่าการมีการวางแผนไว้นั้นเพื่อจะดูว่าการดำเนินงานที่ผ่านมาเป็นอย่างไร และสามารถวางแผนต่อไปได้ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถวิเคราะห์ตลาดในปัจจุบันเพื่อหาโอกาสในตลาดที่คาดหวัง ส่วนผู้ประกอบการบางส่วนที่ไม่มีการวางแผนด้านการตลาดนั้น เนื่องจากส่วนใหญ่การผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า จึงไม่มีการหาลูกค้าใหม่หรือกลยุทธ์ทางการตลาดเลย

ตราหือ (Brand) สินค้าของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า สินค้าของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม จะไม่มีตราหือในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 16 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 69.57 สำหรับสินค้าของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs ก็เช่นเดียวกัน ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีตราหือ จำนวน 9 คิดเป็นร้อยละ 60.00 ดังแสดงในตาราง 4.9 จากผลการศึกษาที่ได้จะเห็นว่าผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท ส่วนใหญ่ยังไม่มีตราหือเป็นของตนเอง เนื่องผู้ประกอบการไม่เห็นความสำคัญของการมีตราหือ จึงแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการเหล่านั้นยังขาดความรู้ถึงประโยชน์ของตราหือ ซึ่งตราหือจะทำให้สินค้ามีความโดดเด่นไม่ซ้ำใครยิ่งขึ้น โดยตราหือจะเป็นตัวแทนของจุดเด่นของสินค้าที่จับต้องได้ในรูปลักษณะพิเศษ เพื่อสร้างกระแสนิยมบนตัวของสินค้าแทนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งอาจต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมากเพื่อให้สินค้านั้นรู้จักในระยะแรก ตราหือจึงเป็นแนวทางช่วยประหยัดต้นทุนและเข้าสู่บริโภคนได้ดีสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่

ตาราง 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามกิจกรรมการวางแผนงานด้านการตลาด

การวางแผนงานด้านการตลาด	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการวางแผน	9	39.13	5	33.33
มีการวางแผน	14	60.87	10	66.67
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละกลุ่มผู้ร่วมประกอบการจำแนกตามการแสดงตราชี้หือ

การติดตราชี้หือ (Brand) สินค้า	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีตราชี้หือ	7	30.43	6	40.00
ไม่มีตราชี้หือ	16	69.57	9	60.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการพบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบอยู่เสมอในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 18 กลุ่ม หรือคิดเป็นร้อยละ 78.26 และมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบบ้างเล็กน้อย นาน ๆ ครั้ง เป็นจำนวน 5 กลุ่ม หรือคิดเป็นร้อยละ 21.74 ทางด้านผู้ประกอบการ SMEs ก็เช่นเดียวกัน ได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบอยู่เสมอ จำนวน 11 หรือคิดเป็นร้อยละ 73.33 และมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบบ้างเล็กน้อย นาน ๆ ครั้ง เป็นจำนวน 4 หรือคิดเป็นร้อยละ 26.67 ดังแสดงในตาราง 4.10 จากผลการศึกษาที่ได้จะเห็นว่าผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภทส่วนใหญ่มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบอยู่เสมอ แต่สิ่งที่สำคัญคือ ในขณะที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องให้ลูกค้าได้พิสูจน์ด้วย เพื่อให้สามารถวัดผลได้ว่าแบบไหนหรือสินค้าตัวไหนดี แล้วจึงเลือกแบบนั้นมาพัฒนาต่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า

การออกแบบผลิตภัณฑ์พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบเป็นเอกลักษณ์ของตนเองมากที่สุด จำนวน 22 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 55.00 และออกแบบตามคำสั่งของลูกค้าเป็นลำดับต่อมา จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 25.00 ด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบเป็นเอกลักษณ์ของตนเองในสัดส่วนมากที่สุดเช่นเดียวกัน จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.48 รองมาคือการออกแบบโดยดัดแปลงจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (ประยุกต์ใช้) จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.43 และออกแบบตามคำสั่งของลูกค้า จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.09 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.11 จากผลการศึกษาที่ได้จะเห็นว่าผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท มีวิธีการออกแบบสินค้าเป็นเอกลักษณ์ของตนเองเพื่อให้เกิดความแตกต่างกับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาดหรือต่างจากผู้ผลิตรายอื่น เพื่อไม่ให้เกิดการลอกเลียนแบบ

ตาราง 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาสินค้า	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบอยู่เสมอ	18	78.26	11	73.33
พัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบบ้างเล็กน้อย นาน ๆ ครั้ง	5	21.74	4	26.67
ยังคงรูปแบบเดิม	0	0.00	0	0.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ประกอบการจำแนกตามวิธีออกแบบของสินค้า

วิธีการออกแบบสินค้า	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง	22	55.00	10	43.48
ตามแบบคู่แข่ง	0	0.00	0	0.00
ดัดแปลงจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง	5	12.50	7	30.43
ตามคำสั่งของลูกค้า	10	25.00	6	26.09
ตามคำแนะนำของนักออกแบบหรือเจ้าหน้าที่ของทางราชการ	3	7.50	0	0.00
รวม	40	100.00	23	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์พบว่า ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าในชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีรูปแบบเบื้องต้นธรรมดาเป็นลำดับแรก จำนวน 12 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 52.17 และมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มเป็นลำดับต่อมา จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 47.83 ทางด้านผู้ประกอบการประเภทSMEs ส่วนมากมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 และมีรูปแบบเบื้องต้นธรรมดา จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.67 ดังแสดงในตาราง 4.12 จากผลการศึกษาที่ได้จะเห็นว่าผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท ส่วนใหญ่จะมีรูปแบบเบื้องต้นธรรมดา รองลงมามีรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม ซึ่งผู้ประกอบการประเภทกลุ่มจะมีสัดส่วนมากกว่า เนื่องจากได้รับการช่วยเหลือและให้คำแนะนำจากสถาบันการศึกษาต่าง เช่น สถาบันราชภัฏ ซึ่งรูปแบบบรรจุภัณฑ์นั้นก็เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสร้างแบรนด์ ซึ่งจะช่วยให้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้

ตาราง 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ของสินค้า

รูปแบบบรรจุภัณฑ์	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม	11	47.83	11	73.33
มีรูปแบบเบื้องต้นธรรมดา	12	52.17	4	26.67
ไม่มีบรรจุภัณฑ์	0	0.00	0	0.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

จากการการศึกษาในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จะตัวบอกถึงความสามารถของกิจการได้ เนื่องจากสินค้าประเภทของใช้และของประดับตกแต่งของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีโครงสร้างของตลาดเป็นแบบกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด มีผู้ขายมากมาย สามารถเข้าตลาดได้อย่างเสรีและผู้ผลิตแต่ละรายเผชิญกับเส้นอุปสงค์ที่มีชันน้อย ความยืดหยุ่นมาก กำไรที่ได้เป็นบวกในระยะสั้น เพราะจะมีผู้ผลิตรายอื่นเข้ามาผลิตมากขึ้นจนกำไรที่ได้จะกลายเป็นเพียงกำไรปกติในระยะยาว ดังนั้นหากผู้ประกอบการสามารถสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ได้ก็จะทำให้ผู้ประกอบการเผชิญกับเส้นอุปสงค์ที่ชันขึ้นมากกว่าที่

เป็นอยู่ ทำให้ผู้ประกอบการมีอำนาจทางการตลาดมากขึ้นหรืออำนาจที่จะขึ้นราคาเหนือต้นทุนเพิ่มได้

กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่มพบว่า กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการเป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทยในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 21 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองมาเป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกต่างประเทศ จำนวน 19 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 39.58 ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการเป็นกลุ่ม ส่วนมีกลุ่มลูกค้าเป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกต่างประเทศ จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองมาเป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทยจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.31 ดังแสดงในตาราง 4.13 จากผลการศึกษาที่ได้จะเห็นว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการประเภทกลุ่มเป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทย ส่วนผู้ประกอบการ SMEs มีกลุ่มลูกค้าเป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกต่างประเทศและเป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทยในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความสำคัญช่องทางการตลาดมากกว่าด้านราคา ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้มากขึ้น มีโอกาสในการเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น รายรับมากขึ้น รวมถึงเกิดการผลิตรายได้มากขึ้น ส่งผลให้เกิดการผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น ต้นทุนการผลิตก็จะลดลง เมื่อรายรับเพิ่มขึ้นต้นทุนก็จะลดลง กำไรที่ได้ก็มากขึ้นด้วย

ตาราง 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้า	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกชุมชนและบริเวณใกล้เคียง	3	6.25	0	0.00
เป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทย	21	43.75	11	42.31
เป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกต่างประเทศ	5	10.42	2	7.69
เป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกต่างประเทศ	19	39.58	13	50.00
รวม	48	100.00	26	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การพยากรณ์ยอดขาย พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนใหญ่มีการพยากรณ์ยอดขายโดยใช้พยากรณ์จากการส่งเสริมด้านการตลาดของภาครัฐ เช่น การจัดงานแสดงสินค้า จำนวน 9 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 32.41 รองมาจะพยากรณ์จากสถานการณ์โดยทั่วไป เช่น คู่แข่ง ระดับราคาวัตถุดิบ จำนวน 8 กลุ่มหรือคิดเป็นร้อยละ 28.57 ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการพยากรณ์จากสถานการณ์โดยทั่วไปในสัดส่วนที่มากที่สุด เช่น คู่แข่ง ระดับราคาวัตถุดิบ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาจะพยากรณ์ยอดขายโดยพยากรณ์จากยอดขายเดิม จำนวน 8 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 33.33 ดังแสดงในตาราง 4.14

ตาราง 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการพยากรณ์ยอดขายของแต่ละกลุ่มสินค้า

วิธีพยากรณ์ยอดขาย	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พยากรณ์จากยอดขายเดิม	4	14.29	8	33.33
ใช้พยากรณ์จากการส่งเสริมด้านการตลาดของภาครัฐ	9	32.41	3	12.50
พยากรณ์จากสถานการณ์โดยทั่วไป	8	28.57	9	37.50
และการพยากรณ์โดยวิธีอื่น ๆ	7	25.00	4	16.67
รวม	28	100.00	24	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การตั้งราคาสินค้า พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนมากทำการตั้งราคาสินค้าด้วยการตั้งตามต้นทุน จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 74.19 ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs ตั้งตามเป้าหมายใจการทำกำไรเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาจะทำการตั้งราคาสินค้าด้วยการตั้งตามต้นทุน จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 ดังแสดงในตาราง 4.15 จากผลการศึกษาที่ได้ ผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนมากจะตั้งราคาตามต้นทุน แต่ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่มีการตั้งราคาตามเป้ากำไร โดยมองว่าสินค้าที่ออกมาแต่ละตัว ถ้าเป็นสินค้าที่ออกมาใหม่และสามารถทำกำไรได้มาก ก็จะตั้งราคาสูงถึงแม้ว่า

ต้นทุนของสินค้าตัวนั้นจะต่ำก็ตาม เมื่อมาได้สักระยะหนึ่งและเกิดการเรียนแบบจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ ก็จะลดราคาลงมาหรือหาตลาดในการกระจายสินค้าใหม่ เช่น กระจายไปยังตลาดที่มีนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติประกอบกับสินค้าตัวนั้นยังไม่มีในตลาดก็จะตั้งราคาสูงด้วย ซึ่งจากต่างจากผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ถึงแม้ว่าจะเปลี่ยนตลาดใหม่ก็จะบวกต้นทุนค่าขนส่งเข้าไปและเพิ่มราคาไม่มาก ดังนั้นจึงทำกำไรได้น้อยกว่าผู้ประกอบการประเภท SMEs

ตาราง 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการตั้งราคาสินค้า

วิธีการตั้งราคา	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งตามต้นทุน	23	74.19	5	33.33
ตั้งตามความต้องการของตลาด	0	0.00	2	13.33
ตั้งตามผู้นำตลาด	3	9.68	0	0.00
ตั้งตามคู่แข่ง	2	6.45	1	6.67
ตั้งตามเป้าหมายในการทำกำไร	3	9.68	7	46.67
วิธีอื่นๆ	0	0.00	0	0.00
รวม	31	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ราคาของสินค้าของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ราคาของสินค้าของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีราคาสินค้ามีราคาเท่ากับกลุ่มผู้ขายรายอื่นในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 12 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 52.17 รองลงมาราคาสูงกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าชนิดเดียวกัน จำนวน 7 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.34 สำหรับผู้ประกอบการประเภท SMEs ส่วนมากมีราคาสูงกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าชนิดเดียวกัน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมามีราคาเท่ากับกลุ่มผู้ขายรายอื่น จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 ดังแสดงในตาราง 4.16 จากผลการศึกษาที่ได้ ราคาสินค้าของผู้ประกอบการประเภทกลุ่มโดยเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการรายอื่นแล้วมีราคาเท่าๆกัน เนื่องจากหากราคาสินค้าของกลุ่มมีราคาสูงกว่าก็เกรงจะทำให้ขายได้น้อยลง

จึงเน้นที่คุณภาพของสินค้ามากกว่า แต่ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs ส่วนมากมีการตั้งราคาสินค้าที่สูงกว่าผู้ขายรายอื่นในสินค้ากลุ่มเดียวกัน เนื่องจากผู้ประกอบการมีความมั่นใจในตัวสินค้าของกิจการว่ามีคุณภาพและมีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น แต่หากสินค้าตัวไหนที่มีมากในท้องตลาดและมีลักษณะใกล้เคียงกันก็จะมีราคาต่ำลงแต่ก็ยังคงสูงกว่าเล็กน้อย ซึ่งสอดคล้องกับวิธีการตั้งราคาสินค้าของผู้ประกอบการประเภท SMEs ด้วย

ตาราง 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับราคาของสินค้า

ระดับราคาสินค้า	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สูงกว่าผู้ขายรายอื่น	7	30.34	12	80.00
เท่ากับผู้ขายรายอื่น	12	52.17	2	13.33
ต่ำกว่าผู้ขายรายอื่น	4	17.39	1	6.67
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

แหล่งจำหน่ายสินค้าของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม พบว่า มีแหล่งจำหน่ายสินค้าในตลาดภายในประเทศที่เป็นตลาดภายในจังหวัดที่ผลิตเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 19 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 61.29 รองลงมาคือแหล่งจำหน่ายในตลาดภายในประเทศที่เป็นตลาดต่างจังหวัด จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 32.26 ด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs พบว่า มีแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ตลาดในประเทศที่เป็นตลาดภายในจังหวัดที่ผลิตเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.29 ในตลาดต่างประเทศ จำนวน 9 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 32.14 ดังแสดงในตาราง 4.17 จากผลการศึกษาที่ได้จะเห็นว่า ผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท ส่วนใหญ่มีแหล่งจำหน่ายสินค้าอยู่ในจังหวัดที่ผลิต แต่ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs มีแหล่งจำหน่ายสินค้าสัดส่วนค่อนข้างกระจายไม่แตกต่างกันมากนัก ส่วนตลาดในต่างประเทศนั้น โดยเปรียบเทียบแล้วผู้ประกอบการประเภท SMEs จะมีสัดส่วนสูงกว่าผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ซึ่งเริ่มโดยการออกงานแสดงสินค้าหรือไปทัวร์พาณิชย์ในต่างประเทศ โดยได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐ ดังนั้นจึงสามารถขยายฐานลูกค้าได้มากกว่า และยอดจำหน่ายก็มากขึ้นด้วย

ตาราง 4.17 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามแหล่งในการจำหน่ายสินค้า

แหล่งจำหน่ายสินค้า	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดต่างประเทศ	2	6.45	9	32.14
ตลาดในประเทศที่เป็นตลาดต่างจังหวัด	10	32.26	8	28.57
ตลาดในประเทศที่เป็นตลาดภายในจังหวัดที่ผลิต	19	61.29	11	39.29
รวม	21	100.00	28	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สัดส่วนของกลุ่มค้าภายในประเทศและต่างประเทศ จากการสำรวจพบว่า ส่วนใหญ่มีสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าภายในประเทศมากกว่าต่างประเทศมากที่สุด จำนวน 18 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 78.26 รองลงมาคือสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าภายในประเทศเท่ากับต่างประเทศ จำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 17.39 ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs มีสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าภายในประเทศมากกว่าต่างประเทศ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 เท่าๆกับสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าภายในประเทศเท่ากับต่างประเทศ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 ดังแสดงในตาราง 4.18 จากผลการศึกษาที่ได้ สัดส่วนของกลุ่มลูกค้าภายในประเทศมากกว่าต่างประเทศของผู้ประกอบการประเภทกลุ่มมีมากที่สุด แต่ผู้ประกอบการบางรายสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าภายในประเทศน้อยกว่าต่างประเทศและเท่ากัน เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่เป็นงานฝีมือที่ต้องให้ความสำคัญและให้เวลานาน จึงทำให้สินค้านี้มีราคาสูง ลูกค้าส่วนใหญ่จึงเป็นลูกค้าที่ชาวต่างประเทศที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง ทางด้านผู้ประกอบการ SMEs สัดส่วนของกลุ่มลูกค้าภายในประเทศมากกว่าต่างประเทศและสัดส่วนของกลุ่มลูกค้าภายในประเทศเท่ากับต่างประเทศไม่ต่างกัน ซึ่งก็สอดคล้องกับแหล่งจำหน่ายด้วยเช่นกัน โดยผู้ประกอบการ SMEs มีความพยายามที่จะขยายตลาดไปต่างประเทศแต่ก็ยังคงให้ความสำคัญกับลูกค้าในประเทศด้วย

วิธีการหาลูกค้าในต่างประเทศพบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ทำการหาลูกค้าในต่างประเทศโดยการหาลูกค้าเองโดยใช้กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด เช่น การออกงานแสดงสินค้าต่าง ๆ จำนวน 15 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 51.72 และหาลูกค้าโดยการให้หน่วยงาน

ราชการและองค์กรต่าง ๆ แนะนำให้ จำนวน 14 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 48.28 ตามลำดับ ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs ทำการหาลูกค้าในต่างประเทศโดยการหาลูกค้าเองโดยใช้กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด เช่น การออกงานแสดงสินค้าต่าง ๆ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 และหาลูกค้าโดยการให้หน่วยงานราชการและองค์กรต่าง ๆ แนะนำให้ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.19 การผลการศึกษาที่ได้ หากทางราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความช่วยเหลือให้เป็นรูปธรรมมากกว่านี้ก็จะดีกว่านี้

ตาราง 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการหาลูกค้าในต่างประเทศ

สัดส่วนของกลุ่มค้า	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สัดส่วนของกลุ่มลูกค้าภายในประเทศมากกว่าต่างประเทศ	18	78.26	6	40.00
สัดส่วนของกลุ่มลูกค้าภายในประเทศน้อยกว่าต่างประเทศ	1	4.35	3	20.00
สัดส่วนของกลุ่มลูกค้าภายในประเทศเท่ากับต่างประเทศ	4	17.39	6	40.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการหาลูกค้าต่างประเทศ

วิธีการหาลูกค้าต่างประเทศ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หาลูกค้าเองโดยใช้กิจกรรมทางการตลาด	15	51.72	20	80.00
หน่วยงานราชการและองค์กรต่าง ๆ แนะนำให้	14	48.28	5	20.00
รวม	29	100.00	34	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

วิธีการหาลูกค้าในประเทศของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า มีการหาลูกค้าเองโดยใช้กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 57.50 หาลูกค้าโดยการให้หน่วยงานราชการและองค์กรต่าง ๆ แนะนำให้ จำนวน 17 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 42.50 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs หาลูกค้าเองโดยใช้กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.95 และหาลูกค้าโดยการให้หน่วยงานราชการและองค์กรต่าง ๆ แนะนำให้ จำนวน 4 คิดเป็นร้อยละ 21.05 ตามลำดับดัง แสดงในตาราง 4.20 จะเห็นว่าผู้ประกอบการประเภทกลุ่มนั้นได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการมากกว่า เนื่องจากหน่วยงานเหล่านี้เห็นว่าผู้ประกอบการประเภทกลุ่มยังขาดความรู้ในเรื่องของการหาตลาดในต่างประเทศอยู่มาก จึงผลักดันให้สามารถส่งออกได้ ซึ่งการช่วยเหลือเหล่านี้ ผู้ประกอบการ SMEs ก็ได้รับการช่วยเหลือทางด้านนี้มาแล้วจนสามารถที่จะดำเนินการด้วยตนเองได้แล้ว

ตาราง 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามวิธีการหาลูกค้าในประเทศ

วิธีการหาลูกค้าในประเทศ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หาลูกค้าเองโดยใช้กิจกรรมทางการตลาด	23	57.50	15	78.95
หน่วยงานราชการและองค์กรต่าง ๆ แนะนำให้	17	42.50	4	21.05
รวม	40	100.00	19	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการภายในประเทศ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนมากจะมีการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าส่ง ไปยังผู้ค้าปลีก เพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภค จำนวน 16 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองมาจะมีการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีกไปยังผู้บริโภค จำนวน 9 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 32.14 ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าส่ง ไปยังผู้ค้าปลีก เพื่อจำหน่าย

ให้ผู้บริโภคนิสัยส่วนที่มากที่สุด จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองมา มีช่องทางการจัดจำหน่ายโดยตรงให้ผู้บริโภคเอง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.21 จากการศึกษาที่ได้จะเห็นว่า ผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าส่งไปยังผู้ค้าปลีก เพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคมากที่สุด เนื่องจากการขายผู้ค้าส่งสามารถขายได้ครั้งละมากๆ ซึ่งการผลิตก็สามารถทำได้เต็มที่มากขึ้น จะสามารถลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลง

ตาราง 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามวิธีการจัดจำหน่ายภายในประเทศ

ช่องทางการจัดจำหน่าย	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชุมชนไปยังผู้ซื้อหรือผู้บริโภคโดยตรง	3	10.71	4	20.00
ชุมชนผ่านผู้ค้าปลีกไปยังผู้บริโภค	9	32.14	2	10.00
ชุมชนผ่านผู้ค้าส่งไปยังผู้ค้าปลีกเพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภค	16	57.14	14	70.00
วิธีอื่นๆ	0	0.00	0	0.00
รวม	28	100.00	20	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการในต่างประเทศ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนมากจะจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าส่ง ไปยังผู้ค้าปลีก เพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภค จำนวน 17 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 60.71 รองมา จะมีการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีกไปยังผู้บริโภค จำนวน 5 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 17.86 ด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs ส่วนใหญ่มีการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าส่ง ไปยังผู้ค้าปลีก เพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภค จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.59 และมีการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าปลีกไปยังผู้บริโภค เป็นลำดับต่อมา จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.53 ดังแสดงในตาราง 4.22 การที่ผู้ประกอบการประเภท SMEs มีช่องทางการจำหน่ายจากชุมชนผ่านผู้ค้าปลีกไปยังผู้บริโภคมากเป็น

ลำดับรองลงมา เนื่องจากผลของการออกงานแสดงสินค้าในต่างประเทศจึงได้ลูกค้าที่เป็นลูกค้าขายปลีก

ตาราง 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามวิธีการจัดจำหน่ายในต่างประเทศ

ช่องทางการจัดจำหน่าย	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชุมชนไปยังผู้ซื้อหรือผู้บริโภครโดยตรง	6	21.43	1	5.88
ชุมชนผ่านผู้ค้าปลีกไปยังผู้บริโภคร	5	17.86	4	23.53
ชุมชนผ่านผู้ค้าส่งไปยังผู้ค้าปลีกเพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคร	17	60.71	12	70.59
วิธีอื่น ๆ	0	0.00	0	0.00
รวม	28	100.00	17	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

วิธีการจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม สัดส่วนที่มากที่สุดจะมีวิธีการจำหน่ายสินค้าโดยการร่วมงานแสดงสินค้าของชุมชนในรายการและสถานที่ต่าง ๆ ที่ภาคราชการหรือเอกชนจัดขึ้น จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 41.82 รองมาจะจัดจำหน่ายสินค้าในที่ทำการหรือร้านค้าของชุมชน จำนวน 21 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 38.18 ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs สัดส่วนที่มากที่สุดจะมีวิธีการจัดจำหน่ายสินค้าในที่ทำการหรือร้านค้าของชุมชน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.00 และรองลงมาจำหน่ายสินค้าโดยการร่วมงานแสดงสินค้าของชุมชนในรายการและสถานที่ต่าง ๆ ที่ภาคราชการหรือเอกชนจัดขึ้น จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.00 ดังแสดงในตาราง 4.23 สาเหตุที่วิธีการจัดจำหน่ายสินค้าโดยร่วมงานแสดงสินค้าที่ภาคราชการหรือเอกชนจัดขึ้นมีสัดส่วนมากที่สุด เนื่องจากบางรายไม่มีหน้าร้านเป็นของตนเอง ส่วนมากการผลิตจะผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าและผลิตเก็บไว้เป็นสินค้าคลังไว้เพื่อจำหน่าย

ตาราง 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามวิธีการจำหน่ายสินค้าในแต่ละประเภทของผู้ประกอบการ

วิธีการจัดจำหน่ายสินค้า	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ที่ทำการหรือร้านค้าของชุมชน	21	38.18	14	56.00
ร่วมงานแสดงสินค้าที่ภาคราชการหรือเอกชนจัดขึ้น	23	41.82	11	44.00
ศูนย์ราชการที่ทางราชการจัดสร้างให้	11	20.00	0	0.00
รวม	55	100.00	25	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การให้ความสำคัญในการทำการส่งเสริมการตลาดสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่มให้ความสำคัญในการทำการส่งเสริมการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์เป็นลำดับแรก คะแนนถ่วงน้ำหนักเฉลี่ย 3.26 เนื่องจากได้ผลมากที่สุด เช่น การออกงานแสดงสินค้าต่างๆสามารถทำยอดขายและมีการสั่งซื้อจากลูกค้าในเวลาต่อมาได้มากที่สุด ลำดับต่อมาให้ความสำคัญการส่งเสริมการตลาดโดยการทำโฆษณาและใช้พนักงานหรือสมาชิกในชุมชน คะแนนถ่วงน้ำหนักเฉลี่ย 3.00 และ 2.74 ตามลำดับ เนื่องจากการขายโดยใช้พนักงานของผู้ประกอบการประเภทกลุ่มนั้นจะมีการผลัดเปลี่ยนของสมาชิกซึ่งไม่มีความเชี่ยวชาญในการขายมากนักจึงใช้การโฆษณาจะผลกว่า และให้ความสำคัญส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม

เป็นลำดับสุดท้าย คะแนนถ่วงน้ำหนักเฉลี่ย 1.00 เพราะจะทำให้ภาพลักษณ์สินค้าของกลุ่มผู้มีคุณภาพลดลงจึงให้ความสำคัญน้อยที่สุดดังแสดงในตาราง 4.24ก

การให้ความสำคัญในการทำการส่งเสริมการตลาดสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ให้ความสำคัญในการทำการส่งเสริมการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์เป็นลำดับแรก คะแนนถ่วงน้ำหนักเฉลี่ย 3.40 เนื่องจากได้ผลมากที่สุด เช่น การออกงานแสดงสินค้าต่างๆสามารถทำยอดขายและมีการสั่งซื้อจากลูกค้าในเวลาต่อมาได้มากที่สุด ลำดับต่อมาให้ความสำคัญการส่งเสริมการตลาดโดยใช้พนักงานและการทำโฆษณา คะแนนถ่วงน้ำหนักเฉลี่ย 2.87 และ 2.07 ตามลำดับ เนื่องจากการขายโดยใช้พนักงานของผู้ประกอบการประเภท SMEs นั้น จะมีการพนักงานที่มีความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในการขายและเป็นผู้ที่มีความเข้าใจในตัวสินค้าของกิจการเป็นอย่างดีจึงใช้ได้ผลและทำยอดขายได้มากกว่าการโฆษณา และให้ความสำคัญส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นลำดับสุดท้าย คะแนนถ่วงน้ำหนักเฉลี่ย 1.67 เพราะจะทำให้ภาพลักษณ์สินค้าของกลุ่มผู้มีคุณภาพ แต่ในลูกค้าบางรายก็มีการ ลด แลกให้อยู่บ้าง เพื่อเป็นเอาใจลูกค้า ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.24ข

ตาราง 4.24ก แสดงจำนวน คะแนนเฉลี่ยและลำดับความสำคัญของการส่งเสริมการตลาดของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการการประเภทกลุ่ม

กิจกรรม ส่งเสริมการตลาด	ความสำคัญ								รวมคะแนนถ่วง น้ำหนัก/จำนวน ของกลุ่ม	ลำดับ ความสำคัญ
	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3		อันดับ 4			
	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 4)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 3)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 2)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 1)		
การโฆษณา	6	24	11	33	6	12	0	0	3.00	ลำดับ 2
การขายโดยพนักงาน	7	28	3	9	13	26	0	0	2.74	ลำดับ 3
การส่งเสริมการขาย	0	0	0	0	0	0	23	23	1.00	ลำดับ 4
การประชาสัมพันธ์	10	40	9	27	4	8	0	0	3.26	ลำดับ 1

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการการประเภทกลุ่ม จำนวน 23 ราย

ตาราง 4.24 ข แสดงจำนวน คะแนนเฉลี่ยและลำดับความสำคัญของการส่งเสริมการตลาดของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs

กิจกรรม ส่งเสริมการตลาด	ความสำคัญ								รวมคะแนนถ่วง น้ำหนัก/จำนวน ของ SMEs	ลำดับ ความสำคัญ
	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3		อันดับ 4			
	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 4)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 3)	จำนวน	ถ่วงน้ำหนัก (x 2)	จำนวน	ถ่วงน้ำหนัก (x 1)		
การโฆษณา	2	8	3	9	4	8	6	6	2.07	ลำดับ 3
การขายโดยพนักงาน	3	12	7	21	5	10	0	0	2.87	ลำดับ 2
การส่งเสริมการขาย	2	8	0	0	4	8	9	9	1.67	ลำดับ 4
การประชาสัมพันธ์	8	32	5	15	2	4	0	0	3.40	ลำดับ 1

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs จำนวน 15 ราย

การทำกรโหมขณาและประชาสัมพันธ์ของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่มมีใช้กรร่วมงานแสดงสินค้ำ จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 31.51 รองลงมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 12 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 16.44 และ ใช้วิธีอื่น ๆ จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 13.70 เช่น กรบอกกล่าวหรือปากต่อปาก บางราย ก็มีรายการทีวีมาถ่ายทำ เช่น รายการเกมส์แก้จน ตามลำดับ ทางด้านกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ ประเภท SMEs ใช้กรร่วมงานแสดงสินค้ำเป็นหลัก จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.81 และใช้ใบปลิวแผ่นพับ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.43 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.25 จากผลการศึกษาที่ได้ กรใช้สื่ออินเทอร์เน็ตนั้นได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการเป็นหลัก ส่วนใบปลิวและ แผ่นพับนั้นเป็นส่วนประกอบมีในการออกงานแสดงสินค้ำต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลให้กับลูกค้าทราบ ว่า กิจการยังมีสินค้ำที่เด่นๆอะไรอีกบ้างที่ทางกิจการต้องการจะนำเสนอและสามารถจะติดต่อกับ กิจการอย่างไรหลังจากที่งานแสดงสินค้ำนั้นๆเสร็จสิน

ตาราง 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามวิธีการทำ การโหมขณาประชาสัมพันธ์

วิธีการโหมขณาประชาสัมพันธ์	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้สื่อวิทยุ	8	10.96	1	2.38
ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต	12	16.44	10	23.81
ใช้สื่อวารสาร	5	6.85	2	4.76
ร่วมงานแสดงสินค้ำ	23	31.51	14	33.33
ใช้ป้ายโหมขณา	6	8.22	1	2.38
ใช้สื่อหนังสือพิมพ์	0	0.00	0	0.00
ใช้ใบปลิวแผ่นพับ	9	12.33	9	21.43
อื่น ๆ	10	13.70	7	16.67
รวม	73	100.00	42	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การควบคุมและประเมินผลการดำเนินงานด้านการตลาด พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีการควบคุมและประเมินผลการดำเนินการด้านการตลาด จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 43.48 ไม่มีการควบคุมและประเมินผลงานด้านการตลาด จำนวน 13 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 56.52 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ไม่ต่างกันมากนัก ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ส่วนมากมีการควบคุมและประเมินผลการดำเนินการด้านการตลาด จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 ไม่มีการควบคุมและประเมินผลงานด้านการตลาด จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.26 จากผลการศึกษาที่ได้ ผู้ประกอบการประเภทกลุ่มส่วนใหญ่ไม่มีการควบคุมและประเมินผลด้านการตลาด แต่จะมีการสรุปผลยอดขายจากการออกแสดงสินค้าต่างๆในแต่ละครั้ง ส่วนผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการควบคุมและประเมินผลงานด้านการตลาดเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากต้องการจะรักษายอดขายไว้ไม่ให้ต่างไปจากเดิมมากนัก หากมียอดขายต่ำกว่าเดิมมากก็จะมีภาระหาสาเหตุว่าเกิดจากอะไรและพยายามหาตลาดใหม่เพื่อกระจายสินค้าได้มากขึ้น

ตาราง 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามการควบคุมและประเมินผลงานด้านการตลาด

การควบคุมและประเมินผลงานด้านการตลาด	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	10	43.48	10	66.67
ไม่มี	13	56.52	5	33.33
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนมากไม่มีการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า จำนวน 16 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 69.57 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ส่วนมากไม่มีการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าเช่นกัน จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 ดังแสดงในตาราง 4.27 จากผลการศึกษาที่ได้ ทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท ส่วนมากจะยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าไว้ จึงควรจะมีการให้คำแนะนำจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้านี้มีส่วนสำคัญใน

การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะทำให้กิจการสามารถวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มได้ และสามารถพัฒนาแนะนำเสนอสินค้าได้อย่างตรงความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม ซึ่งจะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ส่งผลดีต่อกิจการในระยะยาวด้วย ส่วนผู้ประกอบการที่มีการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าไว้นั้น จะเป็นในลักษณะการเก็บข้อมูลจากการขาย เช่น การเก็บใบเสร็จในการส่งของทุกครั้งไว้ รวมถึงรายชื่อ ที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ของลูกค้า เป็นต้น

ตาราง 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า

การจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	7	30.43	5	33.33
ไม่มี	16	69.57	10	66.67
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การสอบถามความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับสินค้า จากการสำรวจพบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ไม่มีการสอบถามความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าเป็นส่วนใหญ่ที่สุด จำนวน 15 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 65.22 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ส่วนใหญ่มีการสอบถามความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าของกิจการ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.00 ดังแสดงในตาราง 4.28 จากผลการศึกษาที่ได้ จะเห็นว่าผู้ประกอบการประเภท SMEs ส่วนมากจะมีการสอบถามความต้องการของลูกค้า แต่ผู้ประกอบการที่ไม่มีการสอบถามความต้องการของลูกค้าจะทำการออกแบบแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เอง แล้วจึงประเมินผลจากยอดขาย ดังนั้นจึงควรมีการให้คำแนะนำและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทำการสอบถามความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับสินค้า เพราะจะทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกิจการได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น สอบถามโดยตรงจากผู้บริโภคโดยตรง หรืออาจจะจัดทำสินค้าตัวอย่างขึ้นมาส่งไปวางตามแหล่งจำหน่ายของกิจการและให้ลูกค้าติชมแล้วพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เป็นต้น

ตาราง 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามการสอบถาม ความ ต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับสินค้า

การสอบถามความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับสินค้า	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	8	34.78	9	60.00
ไม่มี	15	65.22	6	40.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การจัดส่งสินค้า พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนใหญ่มีการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า จำนวน 22 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 95.65 ทางด้านผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs มีการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าเป็นส่วนมากเช่นกัน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.33 ดังแสดงในตาราง 4.29 จากผลการศึกษาที่ได้ จะเห็นว่าผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท มีการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าในสัดส่วนที่มากถึงร้อยละ 90 กว่า เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่าการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า นั้นถือเป็นบริการอย่างหนึ่งที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ถึงแม้ว่าจะทำให้มีต้นทุนเพิ่มขึ้นก็ตาม แต่เป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง

ตาราง 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า

การจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	22	95.65	14	93.33
ไม่มี	1	4.35	1	6.67
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การจัดส่งของขวัญให้กับลูกค้า พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม มีการจัดส่งของขวัญให้กับลูกค้าประจำในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ในสัดส่วนที่มากกว่า จำนวน 19 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 82.61 สำหรับผู้ประกอบการประเภท SMEs ก็เช่นกัน มีการจัดส่งของขวัญให้กับลูกค้าประจำในโอกาสพิเศษต่าง ๆ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 ดังแสดงในตาราง 4.30 จากการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการที่มีการจัดส่งของขวัญให้กับลูกค้าประจำในเทศกาลต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เนื่องจากการเป็นความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อสร้างความจงรักภักดีกับกิจการได้ทางหนึ่ง

การจัดเก็บข้อมูลของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับนับจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม มีการจัดเก็บข้อมูลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับนับจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 18 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 78.26 ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการจัดเก็บข้อมูลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับนับจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำเช่นกัน จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 66.67 ดังแสดงในตาราง 4.31 สาเหตุที่ผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท ส่วนมีการจัดเก็บข้อมูลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับนับจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำ ก็เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อซื้อขาย สามารถปรับเปลี่ยนให้เร็วและดีขึ้น ซึ่งจะทำการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนไม่สะดุด โดยเป้าหมายหลักก็คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าหรือให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

ตาราง 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามการจัดส่งของขวัญให้กับลูกค้าประจำในโอกาสต่าง ๆ

การจัดส่งของขวัญให้กับลูกค้าประจำ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	19	82.61	12	80.00
ไม่มี	4	17.39	3	20.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามการจัดเก็บข้อมูลที่เข้ามาเกี่ยวข้องนับจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำ

การจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	18	78.26	10	66.67
ไม่มี	5	21.74	5	33.33
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาการจัดการทางการตลาด จากการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่มประสบปัญหาทางการตลาดดังนี้คือ ประสบปัญหาในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 2.13 เกี่ยวกับการขาดค่าใช้จ่ายทางการตลาด หากมีเงินทุนในการทำการดำเนินงานด้านการตลาดเพิ่มขึ้นก็จะทำให้สามารถพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการมากขึ้น สามารถเข้าถึงลูกค้าและกระจายสินค้าได้มากขึ้น ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นตามมา ปัญหาการขาดความรู้ในการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.91 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับปัญหาด้านมาตรฐานคุณภาพสินค้าในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.19 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดสถานที่จำหน่ายสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.39 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรู้ในการขาดความรู้ความสามารถในการหาตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.61 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรู้ในการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.52 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.48 การกำหนดราคาสินค้า ประสบปัญหาในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.61 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.32 จากผลการศึกษาปัญหาด้านการตลาดของผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม กิจกรรมทางการตลาดหลายๆกิจกรรมยังอยู่ในระดับปานกลาง แต่ทางหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญที่จะให้คำแนะนำและช่วยเหลือผู้ประกอบการด้วย เนื่องจากกิจกรรมทางการตลาดนั้นมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งควรจะทำให้เป็นรูปธรรมขึ้นมา และให้ความช่วยเหลือให้ครบวงจร โดยเน้นการสร้างความรู้และความเข้าใจสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เช่น การสนับสนุนเรื่องเงินทุนนั้นควรมีหน่วยงานที่เป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำการนำเงินทุนไปใช้ในการจัดการด้านตลาดอย่างถูกวิธีและได้ผลมากที่สุด เพื่อไม่เป็นการแก้ปัญหที่ปลายเหตุ

ตาราง 4.32 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาการจัดการทางด้านการตลาดที่ชุมชนหรือผู้ประกอบการประเภทกลุ่มประสบ

ปัญหาหรือกิจกรรมทางด้านการตลาด	ระดับปัญหา									ค่าเฉลี่ย
	มาก (3)		ปานกลาง (2)		น้อย (1)		รวมคะแนนที่ ถ่วงน้ำหนัก	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
การพัฒนารูปแบบสินค้า	0	0.00	8	34.78	9	39.13	25	6	26.09	1.09 (ปานกลาง)
มาตรฐานคุณภาพสินค้า	0	0.00	4	17.39	13	56.52	21	6	26.09	0.91 (น้อย)
การกำหนดราคาสินค้า	0	0.00	2	8.70	10	43.48	14	11	47.83	0.61 (น้อย)
การขาดความรู้ความสามารถในการหาตลาด	5	21.74	9	39.13	4	17.39	37	5	27.74	1.61 (ปานกลาง)
การขาดค่าใช้จ่ายในการตลาด	10	43.48	8	34.78	6	26.09	47	0	0.00	2.04 (มาก)
การขาดสถานที่จำหน่าย	2	8.70	11	47.83	4	17.39	32	6	26.09	1.39 (ปานกลาง)
การขาดความรู้ในการส่งเสริมการตลาด	5	21.74	12	52.17	5	21.74	44	1	4.35	1.91 (ปานกลาง)
การขาดความรู้ในการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้า	4	17.39	8	34.78	7	30.34	35	4	17.39	1.52 (ปานกลาง)
การขาดความรู้ในการจัดเก็บฐานข้อมูลกลุ่มผู้ผลิต	5	21.74	6	26.09	7	30.34	34	5	21.74	1.48 (ปานกลาง)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม จำนวน 23 กลุ่ม

ปัญหาการจัดการทางการตลาด จากการสำรวจพบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทSMEsประสบปัญหาทางการตลาดดังนี้คือ ประสบปัญหาในระดับมาก เกี่ยวกับการขาดความรู้ในการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.27 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรู้ความสามารถในการหาตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.87 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดค่าใช้จ่ายทางการตลาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.73 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดสถานที่จำหน่ายสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.53 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขาดความรู้ในการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.40 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.33 ประสบปัญหาในระดับปานกลาง เกี่ยวกับปัญหาด้านมาตรฐานคุณภาพสินค้าและเกี่ยวกับการขาดความรู้ในการจัดเก็บฐานข้อมูลกลุ่มผู้ผลิต คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.20 ประสบปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 0.60 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.33 จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ทำให้ทราบว่ากรณีที่ปัญหาเกี่ยวกับการขาดความรู้ในการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก เนื่องจากหากมีความรู้เรื่องการส่งเสริมการตลาดมากกว่านี้ก็จะทำให้สามารถจัดการด้านการตลาดได้ดีกว่านี้และได้ผลลัพธ์ที่น่าพอใจมากกว่าเป็นอยู่ ซึ่งการตลาดนั้นผู้ประกอบการมองว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้กิจการสามารถเติบโตได้ ส่วนปัญหาด้านอื่นๆอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 4.33 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาการจัดการทางด้านการตลาดที่ชุมชนหรือผู้ประกอบการประเภท SMEs ประสบ

ปัญหาหรือกิจกรรมทางด้านการตลาด	ระดับปัญหา									ค่าเฉลี่ย
	มาก (3)		ปานกลาง (2)		น้อย (1)		รวมคะแนนที่ ถ่วงน้ำหนัก	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
การพัฒนารูปแบบสินค้า	0	0.00	9	60.00	2	13.33	20	4	26.67	1.33 (ปานกลาง)
มาตรฐานคุณภาพสินค้า	0	0.00	6	40.00	9	40.00	18	3	20.00	1.20 (ปานกลาง)
การกำหนดราคาสินค้า	0	0.00	2	13.33	5	33.33	9	8	53.33	0.60 (น้อย)
การขาดความรู้ความสามารถในการตลาด	2	13.33	9	60.00	0	0.00	28	4	16.67	1.87 (ปานกลาง)
การขาดค่าใช้จ่ายในการตลาด	3	20.00	9	60.00	2	13.33	26	2	13.33	1.73 (ปานกลาง)
การขาดสถานที่จำหน่ายสินค้า	0	0.00	11	73.33	1	6.67	23	3	20.00	1.53 (ปานกลาง)
การขาดความรู้ในการส่งเสริมการตลาด	5	33.33	5	33.33	4	26.67	34	1	6.67	2.27 (มาก)
การขาดความรู้ในการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้า	3	20.00	6	40.00	0	0.00	21	6	40.00	1.40 (ปานกลาง)
การขาดความรู้ในการจัดเก็บฐานข้อมูลกลุ่มผู้ผลิต	4	26.67	3	20.00	0	0.00	18	8	53.33	1.20 (ปานกลาง)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs จำนวน 15 ราย

4.3 จัดการการผลิตของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ

การวางแผนการผลิต พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีการวางแผนการผลิตในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 19 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 82.61 และทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ส่วนใหญ่มีการวางแผนการผลิตเช่นกัน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 ดังแสดงในตาราง 4.34 จากการศึกษาที่ได้ ผู้ประกอบการประเภทกลุ่มมีการวางแผนการผลิตในสัดส่วนมากที่สุดใกล้เคียงกับสัดส่วนของผู้ประกอบการ SMEs โดยผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม จะมีการวางแผนการผลิตในการประชุมประจำเดือนและประจำปี บางรายจะเป็นการวางแผนในระยะสั้น ส่วนผู้ประกอบการ SMEs จะมีการวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว

ตาราง 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการวางแผนการผลิต

การวางแผนการผลิต	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	19	82.61	12	80.00
ไม่มี	4	17.39	3	20.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

วิธีการกำหนดจำนวนการผลิต พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนมากมีการกำหนดจำนวนการผลิตตามความต้องการมากน้อยของตลาดโดยมีการเพิ่มลดจำนวนพนักงาน จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 47.83 รองลงมาผลิตตามความต้องการมากน้อยของตลาดโดยไม่มีการเพิ่มลดจำนวนพนักงาน จำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 34.78 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs มีการกำหนดจำนวนการผลิตตามความต้องการมากน้อยของตลาดโดยมีการเพิ่มลดจำนวนพนักงานเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาผลิตตามความต้องการมากน้อยของตลาดโดยไม่มีการเพิ่มลดจำนวนพนักงาน จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.67 ดังแสดงในตาราง 4.35 สาเหตุที่ผู้ประกอบการประเภทกลุ่มมีวิธีการกำหนดจำนวนการผลิตโดยผลิตตามความต้องการมากน้อย

ของตลาดโดยไม่มีการเพิ่มลดจำนวนพนักงาน เนื่องจากการทำงานเป็นกลุ่ม บางกลุ่มที่มีสมาชิกไม่มาก หากมีการสั่งซื้อจำนวนมากก็จะเปิดรับสมาชิกเพิ่มแต่ก็มีไม่บ่อยนัก ดังนั้นจะเห็นว่าผู้ประกอบการประเภท SMEs สามารถลดต้นทุนได้มากกว่า

ตาราง 4.35 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามวิธีการกำหนดจำนวนการผลิต

วิธีการกำหนดจำนวนการผลิต	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตตามความต้องการมากน้อยของตลาดโดยมีการเพิ่มลดจำนวนพนักงาน	4	17.39	10	66.67
ผลิตตามความต้องการมากน้อยของตลาดโดยไม่มีการเพิ่มลดจำนวนพนักงาน	11	47.83	4	26.67
ผลิตเท่าเดิมตลอดการเก็บรักษาสินค้าคงเหลือบางเวลา	8	34.78	1	6.67
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตสินค้าของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ใช้วัตถุประสงค์ที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรหรือทรัพยากรธรรมชาติเบื้องต้นเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 19 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 70.37 ใช้ชิ้นส่วนวัสดุหรือสินค้ากึ่งสำเร็จรูปในสัดส่วนรองลงมา จำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 14.81 ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs ใช้วัตถุประสงค์ที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรหรือทรัพยากรธรรมชาติเบื้องต้นในสัดส่วนที่มากที่สุดเช่นกัน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.87 และใช้ชิ้นส่วนวัสดุหรือสินค้ากึ่งสำเร็จรูป จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.74 ดังแสดงในตาราง 4.36

การสำรวจวัตถุประสงค์ไว้รองรับจำนวนการผลิตของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่าชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม มีการสำรวจวัตถุประสงค์ไว้มากกว่าร้อยละ 15 ของการผลิตที่คาดการณ์ไว้ในอนาคตในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 43.48 รองลงมาจะสำรวจวัตถุประสงค์ไว้มากกว่าร้อยละ 10 แต่ไม่เกินร้อยละ 15 ของการผลิตที่คาดการณ์ไว้ในอนาคต จำนวน 7 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.34 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ

ประเภท SMEs มีการสำรองวัตถุดิบไว้มากกว่าร้อยละ 15 ของการผลิตที่คาดการณ์ไว้ในอนาคต ในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 และรองลงมาจะสำรองวัตถุดิบไว้มากกว่าร้อยละ 10 แต่เกินร้อยละ 15 ของการผลิตที่คาดการณ์ไว้ในอนาคต จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 ดังแสดงในตาราง 4.37

การจัดหาวัตถุดิบของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม อันดับแรกมีการจัดหาวัตถุดิบจากหลายพื้นที่รวมกัน จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 47.83 และรองลงมามีการจัดหาวัตถุดิบจากภายในท้องถิ่น จำนวน 9 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 39.13 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs อันดับแรกมีการจัดหาวัตถุดิบจากหลายพื้นที่รวมกัน จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 และรองลงมามีการจัดหาวัตถุดิบจากภายในท้องถิ่น จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 ดังแสดงในตาราง 4.38 จากผลการศึกษาที่ได้ ผู้ประกอบการบางรายยังต้องมีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากท้องถิ่นด้วย เนื่องจากภายในท้องถิ่นเริ่มคลาดแคลน และบางสั่งซื้อมาจากต่างประเทศ เนื่องจากวัตถุดิบบางอย่างเป็นแบบที่ลูกค้ากำหนดมา ซึ่งหากสั่งจากในประเทศมีราคาแพงกว่าการสั่งจากต่างประเทศเอง

ตาราง 4.36 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าของชุมชน

ลักษณะวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุดิบที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติเบื้องต้น	19	70.37	14	60.87
ชิ้นส่วน วัสดุหรือสินค้าสำเร็จรูป	4	14.81	5	21.74
สินค้าสำเร็จรูป	4	14.81	4	17.39
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00
รวม	27	100.00	23	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง 4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการ
 สำรองวัตถุดิบไว้รองรับจำนวนการผลิต

การสำรองวัตถุดิบ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีสำรองไว้ไม่เกิน 5% ของการผลิตที่คาดการณ์ไว้ในอนาคต	3	13.04	2	13.33
มีสำรองไว้มากกว่า 5 % แต่ไม่เกิน 10% ของการผลิตที่คาดการณ์ไว้ในอนาคต	3	13.04	2	13.33
มีสำรองไว้มากกว่า 10 % แต่ไม่เกิน 15% ของการผลิตที่คาดการณ์ไว้ในอนาคต	7	30.34	5	33.33
มีสำรองไว้มากกว่า 15% ของการผลิตที่คาดการณ์ไว้ในอนาคต	10	43.48	6	40.00
ไม่มีสำรองไว้	0	0.00	0	0.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.38 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการจัดหา
 วัตถุดิบของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ

แหล่งวัตถุดิบ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุดิบภายในท้องถิ่น	9	39.13	2	13.33
วัตถุดิบจากต่างประเทศ	0	0.00	1	6.67
วัตถุดิบจากท้องถิ่นอื่นภายในประเทศ	3	13.04	1	6.67
วัตถุดิบจากหลายพื้นที่รวมกัน	11	47.83	11	73.33
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การจัดซื้อวัตถุดิบ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ทำการจัดซื้อจากผู้ค้าปลีกในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 25 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 65.79 รองลงมาจะซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตวัตถุดิบ จำนวน 7 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 18.42 ทางด้านผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ทำการจัดซื้อจากผู้ค้าส่ง จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาจะซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตวัตถุดิบ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.82 ดังแสดงในตาราง 4.39 จากผลการศึกษาที่ได้ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท โดยผู้ประกอบการประเภทกลุ่มจะสั่งซื้อวัตถุดิบจากผู้ค้าปลีกในสัดส่วนที่มากที่สุด แต่ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs จะทำการซื้อวัตถุดิบในการผลิตจากผู้ค้าส่งในสัดส่วนที่มากที่สุด แสดงถึงความสามารถในการลดต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการประเภท SMEs เนื่องจากในการซื้อสินค้าจากผู้ส่งจะซื้อได้ในราคาที่ถูกลงกว่าตามส่วนเหลือมทางการตลาด ดังนั้นผู้ประกอบการ SMEs ก็จะสามารถทำกำไรได้มากขึ้นด้วย

ตาราง 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการจัดซื้อวัตถุดิบจากที่ต่าง ๆ

การจัดซื้อวัตถุดิบ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จากผู้ผลิตวัตถุดิบ	7	18.42	7	31.82
จากผู้ค้าปลีก	25	65.79	3	13.64
จากผู้ค้าส่ง	6	15.79	12	54.55
รวม	38	100.00	22	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ลักษณะการจัดซื้อวัตถุดิบ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่มซื้อวัตถุดิบเป็นประจำจากรายเดิมและไม่ได้ซื้อประจำตามความเหมาะสมทั้ง 2 อย่างในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 17 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 73.91 และซื้อวัตถุดิบเป็นประจำจากรายเดิม จำนวน 6 กลุ่ม

คิดเป็นร้อยละ 26.09 ตามลำดับ ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ที่ซื้อวัตถุดิบเป็นประจำจากรายเดิมและไม่ได้ซื้อประจำตามความเหมาะสมทั้ง 2 อย่างในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาจะซื้อวัตถุดิบเป็นประจำจากรายเดิม จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 ดังแสดงในตาราง 4.40 จากผลการศึกษาที่ได้ผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท มีลักษณะของการซื้อวัตถุดิบตามความเหมาะสมทั้ง 2 อย่าง ในสัดส่วนที่มากที่สุดของผู้ประกอบการแต่ละประเภท เนื่องจากบางครั้งร้านค้าที่เคยซื้อเป็นประจำนั้นไม่มีของที่เราต้องการหรือหมด จึงต้องซื้อจากที่อื่น

ตาราง 4.40 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามลักษณะการจัดซื้อวัตถุดิบ

ลักษณะการซื้อวัตถุดิบ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อเป็นประจำจากรายเดิม	6	26.09	6	40.00
ไม่ได้ซื้อประจำ	0	0.00	1	6.67
ตามความเหมาะสมทั้ง 2 อย่าง	17	73.91	8	53.33
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

การจัดการกับวัตถุดิบของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่มส่วนใหญ่ มีการจัดการกับวัตถุดิบโดยการจัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ จำนวน 19 กลุ่ม หรือคิดเป็นร้อยละ 82.61 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ส่วนใหญ่ก็เช่นกัน มีการจัดการกับวัตถุดิบโดยการจัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ จำนวน 12 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 80.00 ดังแสดงในตาราง 4.41 จากผลการศึกษาที่ได้ ผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท สัดส่วนที่ใกล้เคียงกันของผู้ประกอบการที่การจัดแยกวัตถุดิบของผู้ประกอบการแต่ละประเภท ซึ่งการจัดแยกวัตถุดิบนี้จะนำไปสู่การดำเนินการในการผลิตได้อย่างต่อเนื่องไม่สะดุด และหากวัตถุดิบที่สั่งซื้อมา มีการชำรุดหรือไม่ได้มาตรฐานก็สามารถส่งกลับคืนและขอเปลี่ยนได้ จึงเป็นการควบคุมการผลิตไปในตัวด้วย

วัตถุดิบที่เสียหายของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่มส่วนใหญ่ มีวัตถุดิบที่เสียหายใช้ทำการผลิตไม่ได้ จำนวน 18 กลุ่ม

คิดเป็นร้อยละ 78.26 โดยเฉลี่ยมีวัตถุดิบที่เสียหายร้อยละ 6 ของวัตถุดิบทั้งหมด ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ส่วนใหญ่ก็มีวัตถุดิบที่เสียหายใช้ทำการผลิตไม่ได้เช่นเดียวกัน จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.67 โดยเฉลี่ยมีวัตถุดิบที่เสียหายร้อยละ 7 ของวัตถุดิบทั้งหมด ดังแสดงในตาราง 4.42

ตาราง 4.41 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการใช้ระบบจัดการกับวัตถุดิบ

การจัดการกับวัตถุ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ	19	82.61	12	80.00
ไม่จัดแยกหรือตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ	4	17.39	3	20.00
อื่น ๆ	0	0.00	0	0.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.42 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามวัตถุดิบเสียหายใช้ทำการผลิตไม่ได้

วัตถุดิบที่เสียหาย	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	18	78.26	13	86.67
มี	5	21.74	2	13.33
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในกระบวนการผลิตของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการพบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาช่วยให้

กระบวนการผลิตประสบความสำเร็จขึ้นในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 14 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 60.87 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ก็มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาช่วยให้กระบวนการผลิตประสบความสำเร็จขึ้นในสัดส่วนที่มากที่สุดเช่นเดียวกัน จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.67 ดังแสดงในตาราง 4.43 ซึ่งเทคโนโลยีที่นำมาเข้ามาช่วยในการผลิตนั้นสามารถทำให้ประหยัดเวลา ต้นทุน และงานยังทำให้การทำงานเป็นระบบมากขึ้น เช่น เครื่องจักรตอก สว่านไฟฟ้า เตอบไม้ เครื่องกลึงไม้ เครื่องขัดไม้ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น

ตาราง 4.43 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต

การใช้เทคโนโลยี	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	14	60.87	13	86.67
ไม่มี	9	39.13	2	13.33
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การจัดการกับสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่มส่วนใหญ่ มีการจัดการโดยการขายราคาถูกกว่าปกติ จำนวน 17 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 65.38 รองลงมาจะมีการจัดการโดยการทำการแปรรูปเป็นสินค้าอื่น จำนวน 5 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 19.23 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs จัดการโดยการทำการแปรรูปเป็นสินค้าอื่นเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.67 ดังแสดงในตาราง 4.44 จากการศึกษาที่ได้ จะเห็นว่าผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม จะการจัดการกับสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานโดยการขายในราคาถูก เพื่อเป็นการเพิ่มรายรับให้กับกิจการโดยไม่ต้องนำไปแปรรูปใหม่ซึ่งอาจทำให้มีต้นทุนสูงขึ้น ส่วนทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs จะการจัดการกับสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานโดยการแปรรูปเป็นสินค้าอื่นในสัดส่วนที่มากที่สุดแทนที่จะขายในราคาถูก เนื่องจากการขายในราคาถูกกว่านั้นอาจจะขายได้และมีผู้ยินดีจะซื้อจะตาม แต่หากเป็นสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีคุณภาพ ก็อาจจะเป็นภาพลักษณะที่ไม่ดีต่อกิจการได้ จึงนำกลับมาแปรรูปเป็นสินค้าอื่น ซึ่งสามารถทำได้และกำไรได้ดีกว่า

ตาราง 4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการจัดการกับสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน

การจัดการกับสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทิ้ง	1	3.85	0	0.00
ทำการแปรรูปเป็นสินค้าอื่น	5	19.23	13	86.67
บริจาคให้สมาชิกหรือองค์กรต่าง ๆ	3	11.54	0	0.00
ขายราคาถูกลงกว่าปกติ	17	65.38	2	13.33
นำมาตัดแปลงเป็นวัสดุอุปกรณ์การใช้งานในชุมชน	0	0.00	0	0.00
อื่น ๆ	0	0.00	0	0.00
รวม	26	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ปัญหาการจัดการด้านการผลิตของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ประสบปัญหาทางด้านการผลิตในเรื่องวัตถุดิบที่มีราคาแพงในระดับปานกลาง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.83 ปัญหานี้มีความชัดเจนมากขึ้นในปัจจุบัน เช่น ราคาน้ำมันที่แพงขึ้น ซึ่งทำให้ผู้ผลิตได้รับผลกระทบไม่ทางตรงก็ทางอ้อม แต่ก็ยังไม่มีการผู้ประกอบการก็ยังสามารถรับได้ถึงแม้จะขายในราคาเดิมก็ยังมีกำไรอยู่ ในสินค้าบางชนิดนั้นก็จำเป็นขึ้นราคาเนื่องมิต้นทุนในการผลิตสูงขึ้นมาก แต่ลูกค้าก็เข้าใจและขอขายก็ลดลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ประสบปัญหาทางด้านการผลิตในเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบ ในระดับปานกลาง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.39 ผู้ประกอบการบางรายเริ่มการขาดแคลนวัตถุดิบมากขึ้น จากเดิมเป็นวัตถุดิบที่สามารถหาได้ในท้องถิ่นแต่ปัจจุบันลดน้อยลงเนื่องเกิดผลิตกันมากขึ้น และกลายเป็นสังคมเมืองกันมากขึ้น จึงทำการสั่งซื้อมาจากท้องถิ่นอื่น ทำให้มีต้นทุนค่าขนส่งเพิ่มขึ้น ประกอบ

กับการที่ต้องสั่งคราวละมากๆ เพื่อจะสามารถซื้อได้ในราคาถูกและพยายามประหยัดต้นทุนค่าขนส่งให้มากที่สุด ส่งผลให้ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นตามก็คือต้นทุนการเก็บรักษากันเอง แต่ก็ยังคงมีปัญหาไม่มากนัก ประสบปัญหาทางการผลิตในเรื่องขั้นตอนการผลิตไม่เหมาะสม ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.70 ประสบปัญหาทางการผลิตในเรื่องขาดแคลนเครื่องจักรอุปกรณ์ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.96 ประสบปัญหาทางด้านกำลังการผลิตไม่เพียงพอและไม่ต่อเนื่อง ในระดับปานกลาง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.30 ดังแสดงในตาราง 4.45

ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ ประเภทSME พบว่า ประสบปัญหาทางการผลิตในเรื่องวัตถุดิบที่มีราคาแพง ในระดับมาก คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 2.07 ซึ่งลักษณะของปัญหาก็เช่นเดียวกับกับผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม แต่ผู้ประกอบการประเภท SMEs ถือว่าเป็นปัญหามาก เนื่องจากมีต้นทุนค่าขนส่งเพิ่มขึ้นอย่างมาก เมื่อสินค้าบางตัวก็จำเป็นต้องขึ้นราคา และสินค้ายังขายราคาเดิมอยู่นั้น ทำให้กำไรที่ได้ก็ลดลงด้วย ยอดการสั่งซื้อจากต่างประเทศก็ลดลงเนื่องจากค่าเงินของประเทศเราแข็งค่าขึ้น จึงทำให้ความสามารถในการใช้หนี้ของกิจการลดลง ประสบปัญหาทางการผลิตในเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบ ในระดับปานกลาง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.82 ประสบปัญหาทางการผลิตในเรื่องขั้นตอนการผลิตไม่เหมาะสม ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.80 ประสบปัญหาทางการผลิตในเรื่องขาดแคลนเครื่องจักรอุปกรณ์ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.87 ประสบปัญหาทางด้านกำลังการผลิตไม่เพียงพอและไม่ต่อเนื่อง ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.00 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.46

ตาราง 4.45 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัญหาการจัดการทางด้านการผลิตที่ชุมชนหรือผู้ประกอบการประเภทกลุ่มประสบ

ปัญหาหรือกิจกรรมทางด้านการตลาด	ระดับปัญหา									ค่าเฉลี่ย
	มาก (3)		ปานกลาง (2)		น้อย (1)		รวมคะแนนที่ ตั้งน้ำหนัก	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
วัตถุดิบมีราคาแพง	5	21.74	9	39.13	9	39.13	42	0	0.00	1.83 (ปานกลาง)
การขาดแคลนวัตถุดิบ	4	17.39	5	21.74	10	43.48	32	4	17.39	1.39 (ปานกลาง)
ขั้นตอนการผลิตไม่เหมาะสม	0	0.00	1	4.35	14	60.87	16	8	34.78	0.70 (น้อย)
ขาดแคลนเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต	3	13.04	3	13.04	7	30.34	22	10	43.48	0.96 (น้อย)
การผลิตไม่เพียงพอและต่อเนื่อง	1	4.35	12	52.17	3	13.04	30	7	30.34	1.30 (ปานกลาง)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม จำนวน 23 กลุ่ม

ตาราง 4.46 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัญหาการ จัดการทางด้านการผลิตที่ชุมชนหรือผู้ประกอบการประเภท SMEs ประสบ

ปัญหาหรือกิจกรรมทางด้านการตลาด	ระดับปัญหา									ค่าเฉลี่ย
	มาก (3)		ปานกลาง (2)		น้อย (1)		รวมคะแนนที่ ถ่วงน้ำหนัก	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
วัตถุดิบมีราคาแพง	2	13.33	12	80.00	1	6.67	31	0	0.00	2.07 (มาก)
การขาดแคลนวัตถุดิบ	6	40.00	4	26.67	2	13.33	28	3	20.00	1.87 (ปานกลาง)
ขั้นตอนการผลิตไม่เหมาะสม	0	0.00	5	33.33	2	13.33	12	8	53.33	0.80 (น้อย)
ขาดแคลนเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต	2	13.33	2	13.33	3	20.00	13	8	53.33	0.87 (น้อย)
การผลิตไม่เพียงพอและต่อเนื่อง	2	13.33	3	20.00	3	20.00	15	7	46.67	1.00 (น้อย)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs จำนวน 15 ราย

4.4 การจัดการของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ

การวางแผนด้านการจัดการของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม มีการวางแผนด้านการดำเนินงานด้านการจัดการจำนวน 19 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 82.61 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มีมากกว่า ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการวางแผนด้านการดำเนินงานด้านการจัดการในสัดส่วนที่มากกว่า จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 ดังแสดงในตาราง 4.47 จากการศึกษาที่ได้ผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภท ได้มีการวางแผนด้านการจัดการเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแสดงถึงความพร้อมด้านหนึ่งผู้ประกอบการในโครงการฯด้านนี้

การวางแผนด้านการจัดการของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนมากมีการวางแผนการดำเนินงานเป็นรายเดือน จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 57.89 ซึ่งจะมีการวางแผนในการประชุมประเดือนของกลุ่ม และรองลงมาจะมีการวางแผนเป็นรายปี จำนวน 5 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 26.32 ซึ่งเป็นการวางแผนในการประชุมประจำปีของกลุ่ม ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการวางแผนการดำเนินงานเป็นรายเดือน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.55 ซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันกับผู้ประกอบการที่มีการวางแผนด้วยวิธีอื่นๆ เช่น วางแผนตามการสั่งซื้อของลูกค้า วางแผนการราย 15 วัน เป็นต้น จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.54 ดังแสดงในตาราง 4.48

ตาราง 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามการวางแผนด้านดำเนินงานด้านการจัดการของชุมชน

การวางแผนด้านการจัดการ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	19	82.61	11	73.33
ไม่มี	4	17.39	4	26.67
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามการ
ดำเนินการวางแผนงาน

การดำเนินการวางแผนงาน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แผนรายเดือน	11	57.89	6	54.55
แผนราย 3 เดือน	2	10.53	0	0.00
แผนราย 6 เดือน	0	0.00	0	0.00
แผนรายปี	5	26.32	0	0.00
อื่นๆ	1	5.26	5	45.54
รวม	19	100.00	11	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

เป้าหมายการดำเนินงานของธุรกิจของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม มีเป้าหมายในการเพิ่มหรือขยายฐานลูกค้าในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 20 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 19.80 รองลงมาคือมีเป้าหมายในการส่งเสริมอาชีพแก่สมาชิกและให้มีเป้าหมายให้ธุรกิจสามารถดำเนินอยู่ได้อย่างยั่งยืน จำนวน 19 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 18.81 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs มีเป้าหมายในการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สินค้าในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.29 รองลงมา มีเป้าหมายในการเพิ่มหรือขยายฐานลูกค้า จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.45 และมีเป้าหมายให้ธุรกิจสามารถดำเนินอยู่ได้อย่างยั่งยืน จำนวน 9 คิดเป็นร้อยละ 18.37 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.49 จากผลการศึกษา เป้าหมายการดำเนินงานของธุรกิจของผู้ประกอบการทั้ง 2 ประเภทค่อนข้างจะเป้าหมายหลายๆข้อกระจายกันไปในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs ก็มีลักษณะที่กระจายเช่นเดียวกัน เป้าหมายหลักๆ คือ พัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สินค้าและเพิ่มหรือขยายฐานลูกค้า

ตาราง 4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามเป้าหมายการดำเนินงานของธุรกิจ

เป้าหมายการดำเนินงานของธุรกิจ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มยอดขาย	13	12.87	9	18.37
เพิ่มกำไร	11	10.89	6	12.24
เพิ่มหรือขยายฐานลูกค้า	20	19.80	11	22.45
พัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สินค้า	19	18.81	12	24.29
ส่งเสริมอาชีพแก่สมาชิก	19	18.81	2	4.08
ธุรกิจสามารถดำเนินอยู่ได้อย่างยั่งยืน	19	18.81	9	18.37
รวม	101	100.00	49	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงานตลอดจนการรับผิดชอบงานของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ส่วนใหญ่แล้วชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่มมีการจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงานตลอดจนการรับผิดชอบงานหรือกลุ่มกิจกรรมอย่างชัดเจน จำนวน 21 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 91.30 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs มีการจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงานตลอดจนการรับผิดชอบงานหรือกลุ่มกิจกรรมอย่างชัดเจนในสัดส่วนที่มากกว่า จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 ดังแสดงในตาราง 4.50 จะเห็นว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีความชัดเจนในการมอบหมายฝ่ายงานตลอดจนการรับผิดชอบงานหรือกลุ่มกิจกรรม แต่ผู้ประกอบการประเภทกลุ่มมีบางรายที่ยังมีความไม่ชัดเจน เนื่องจากเป็นกลุ่มขนาดเล็ก มีสมาชิกไม่มาก ส่วนทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs ที่ยังมีความไม่ชัดเจนเนื่องจากต้องการที่จะสอนงานให้พนักงานสามารถทำงานได้ทุกหน้าที่ เพื่อความคล่องตัวในการทำงาน ประกอบมีจำนวนพนักงานหลักไม่มากนัก จึงไม่ยากต่อการควบคุม

ตาราง 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามความชัดเจนในการจัดแบ่งและมอบหมายฝ่ายงานตลอดจนการรับผิดชอบงาน

ความชัดเจนในการมอบหมายฝ่ายงาน ตลอดจนการรับผิดชอบงาน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	21	91.30	10	66.67
ไม่มี	2	8.70	5	33.33
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การแบ่งฝ่ายงานหรือกลุ่มกิจกรรม พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีการแบ่งฝ่ายงานเป็นฝ่ายการเงินในสัดส่วนที่เท่ากันแบ่งเป็นฝ่ายการผลิต ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 21 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 20.39 และรองมาแบ่งเป็นฝ่ายการตลาด จำนวน 18 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 17.48 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs มีการแบ่งเป็นฝ่ายการผลิตในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.41 และรองมาแบ่งเป็นฝ่ายการตลาด จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.47 ดังแสดงในตาราง 4.51 สาเหตุที่ผู้ประกอบการประเภทกลุ่มทุกรายที่มีการแบ่งฝ่ายงานที่ชัดเจนต้องมีฝ่ายการเงินและฝ่ายการผลิตนั้นคือการประกอบการเป็นประเภทกลุ่มนั้นจึงต้องมีความโปร่งใสในด้านการเงิน และการดำเนินงานด้านการผลิตนั้นจะต้องมีการแบ่งที่ชัดเจนเนื่องจากจะทำให้การผลิตเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ส่วนทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs ที่มีการแบ่งฝ่ายงานที่ชัดเจนนั้น ทุกๆรายจะมีฝ่ายการผลิต เนื่องจากให้ความสำคัญกับการผลิตเป็นอย่างมาก ต้องได้มาตรฐานมีคุณภาพและต้องต่อเนื่องไม่ให้เกิดการล่าช้า รองลงก็คือฝ่ายการตลาด จำเป็นต้องมีเพื่อเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด เนื่องจากหากทำการตลาดได้ดี ก็จะเป็นผลดีกับกิจการในการเพิ่มรายได้ และเมื่อผลิตจำนวนมากขึ้นก็จะเป็นการเพิ่มศักยภาพมากขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตก็จะลดลงด้วย

ระดับการบังคับบัญชาของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีหัวหน้าหรือประธานของชุมชน จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 45.10 มีหัวหน้าฝ่ายหรือหัวหน้างาน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.45 มีฝ่ายการผลิต จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.45 ตามลำดับ ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs มีหัวหน้าหรือประธานของชุมชน จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมามีฝ่าย

การผลิต จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.00 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.52 การศึกษาที่ได้ จะเห็นว่าต้องมีประธานทุกรายเพื่อให้เกิดอำนาจเด็ดขาด โดยผู้ประกอบการประเภทกลุ่มจะเลือก จากสมาชิกกลุ่ม รองลงมาคือคณะกรรมการที่จะมีในกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ เพื่อง่ายต่อการบริหาร

ตาราง 4.51 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการแบ่ง ฝ่ายงานหรือกลุ่มกิจกรรม

การแบ่งฝ่ายงาน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ฝ่ายการเงิน	21	20.39	4	11.76
ฝ่ายการผลิต	21	20.39	10	29.41
ฝ่ายบัญชี	17	16.50	7	20.59
ฝ่ายจัดซื้อ	14	13.59	4	11.76
ฝ่ายบุคคล	12	11.65	0	0.00
ฝ่ายการตลาด	18	17.48	9	26.47
รวม	103	100.00	34	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง 4.52 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามระดับ การบังคับบัญชา

ระดับการบังคับบัญชา	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หัวหน้าหรือประธานของชุมชน	23	45.10	15	71.43
คณะกรรมการ	14	27.45	1	4.76
หัวหน้าฝ่ายหรือหัวหน้างาน	14	27.45	5	23.81
รวม	67	100.00	31	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การพิจารณาค่าตอบแทนแก่สมาชิกของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม พิจารณาตามความยากง่ายของงานที่แต่ละคนทำได้แตกต่างกันในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 47.83 และรองลงมาจะพิจารณาค่าตอบแทนแก่สมาชิกตามระเบียบของกลุ่ม จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 43.48 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs พิจารณาตามความเชี่ยวชาญและผลงานในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.63 และรองลงมาจะพิจารณาตามความยากง่ายของงานที่แต่ละคนทำได้แตกต่างกัน จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.32 ดังแสดงในตาราง 4.53 จากผลการศึกษาที่ได้ ผู้ประกอบการประเภทกลุ่มจะพิจารณาค่าตอบแทนตามความยากง่ายของงานที่ทำได้แตกต่างกันเป็นหลัก เนื่องจากทางกลุ่มจะมีการกระจายงานให้กับสมาชิกรับผิดชอบเป็นรายชิ้นงาน หากเป็นงานยากก็ให้ค่าตอบแทนสูง แต่บางตำแหน่งงานก็จะให้ตามระเบียบของกลุ่ม เช่น หัวหน้าฝ่ายต่างๆ พนักงานบัญชี เป็นต้น ส่วนผู้ประกอบการประเภท SMEs จะพิจารณาค่าตอบแทนตามความเชี่ยวชาญและผลงานเป็นหลัก

ตาราง 4.53 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการพิจารณาค่าตอบแทน

การพิจารณาค่าตอบแทน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตามระเบียบของกลุ่ม	10	43.48	4	21.05
ตามความเชี่ยวชาญและผลงาน	2	8.70	10	52.63
ตามความยากง่ายของงานที่ทำได้แตกต่างกัน	11	47.83	5	26.32
รวม	23	100.00	19	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกหรือพนักงานของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม มีการจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเป็นรายชิ้นงาน (รายหน่วย) ในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 21 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา มีการจ่ายค่าตอบแทนเป็นรายวัน จำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 14.29 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ส่วนใหญ่จะมีการจ่ายค่าตอบแทนสมาชิกเป็นรายวัน จำนวน 13 ราย คิด

เป็นร้อยละ 52.00 และรองลงมาที่มีการจ่ายค่าตอบแทนคิดเป็นชิ้นงาน (รายหน่วย) จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.00 ดังแสดงในตาราง 4.54 จะเห็นว่าผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการจ่ายค่าแรงเป็นรายวันจึงมีการพิจารณาค่าตอบแทนตามความเชี่ยวชาญและผลงานของแต่ละคน

การจ่ายผลตอบแทนที่นอกเหนือจากการทำงานปกติของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ไม่มีการจ่ายผลตอบแทนที่นอกเหนือจากการทำงานปกติในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 13 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 56.52 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs มีการจ่ายผลตอบแทนที่นอกเหนือจากการทำงานปกติในสัดส่วนที่มากกว่า จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.00 ดังแสดงในตาราง 4.55

การควบคุมและติดตามการทำงานในด้านต่างๆ ของสมาชิกหรือพนักงานของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนใหญ่มีการควบคุมและติดตามการทำงานในด้านต่าง ๆ ของสมาชิกหรือพนักงาน จำนวน 20 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 86.96 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ทุกรายมีการควบคุมและติดตามการทำงานในด้านต่าง ๆ ของสมาชิกหรือพนักงาน จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 ดังแสดงในตาราง 4.56 การควบคุมและติดตามการทำงานในด้านต่างๆของสมาชิกหรือพนักงานนั้นเป็นผลต่อกิจการเพื่อให้การทำงานมีคุณภาพไม่เกิดการล่าช้า

ตาราง 4.54 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการจ่ายค่าตอบแทนแก่สมาชิกหรือพนักงาน

การจ่ายค่าตอบแทน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายชั่วโมง	1	3.57	0	0.00
รายวัน	4	14.29	13	52.00
รายเดือน	2	7.14	5	20.00
รายชิ้นงาน	21	75.00	7	28.00
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00
รวม	28	100.00	25	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง 4.55 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามการจ่ายผลตอบแทนที่นอกเหนือจากการทำงานปกติ

การจ่ายผลตอบแทนที่นอกเหนือจากการทำงานปกติ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	10	43.48	9	60.00
ไม่มี	13	56.52	6	40.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.56 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามการควบคุมและติดตามการทำงานในด้านต่าง ๆ ของสมาชิกหรือพนักงาน

การควบคุมและติดตามการทำงานในด้านต่าง ๆ ของสมาชิกหรือพนักงาน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	20	86.96	15	100.00
ไม่มี	3	13.04	0	0.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

เครื่องมือที่ใช้ในการควบคุมการทำงานของสมาชิกของชุมชน หรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ใช้คุณภาพงานเป็นตัวควบคุมการทำงานของสมาชิกของชุมชนในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 41.07 และรองมาใช้เวลาเป็นตัวควบคุมการทำงานของสมาชิกของชุมชน จำนวน 14 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 25.00 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ใช้คุณภาพงาน เป็นตัวควบคุมการทำงานของสมาชิกของชุมชนในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.56

และรองลงมาใช้ปริมาณงานเป็นตัวควบคุมการทำงานของสมาชิกของชุมชน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.22 ดังแสดงในตาราง 4.57

เทคนิคที่ใช้ในการควบคุมการทำงานของสมาชิกของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการพบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ใช้การควบคุมการผลิตเป็นตัวควบคุมการทำงานของสมาชิกของชุมชนในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 37.93 และรองมาใช้ในการควบคุมกระบวนการ และวิธีการปฏิบัติเป็นตัวควบคุมการทำงานของสมาชิกของชุมชน จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 34.48 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ใช้การควบคุมการผลิตเป็นตัวควบคุมการทำงานของพนักงานในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.18 และรองมาใช้ในการควบคุมกระบวนการและวิธีการปฏิบัติเป็นตัวควบคุมการทำงานของสมาชิกของชุมชน จำนวน 6 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 35.29 ดังแสดงในตาราง 4.58

ตาราง 4.57 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการควบคุมการทำงานของสมาชิกหรือพนักงาน

การควบคุมการทำงานของสมาชิก หรือพนักงาน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปริมาณงาน	11	19.64	6	22.22
คุณภาพงาน	23	41.07	15	55.56
เวลา	14	25.00	5	18.52
งบประมาณหรือค่าใช้จ่าย	8	14.29	1	3.70
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00
รวม	56	100.00	27	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง 4.58 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามเทคนิคการควบคุมการทำงานของสมาชิกหรือพนักงาน

เทคนิคการควบคุมการทำงานของสมาชิกหรือพนักงาน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การควบคุมการผลิต	11	37.93	7	41.18
การควบคุมตามหน้าที่	5	17.24	4	23.53
การควบคุมพฤติกรรม	3	10.34	0	0.00
การควบคุมกระบวนการและวิธีการปฏิบัติงาน	10	34.48	6	35.29
รวม	29	100.00	17	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การประเมินผลสมาชิกในกลุ่มของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีการประเมินผลสมาชิกในกลุ่มโดยพิจารณาจากความขยันและรับผิดชอบอย่างสม่ำเสมอในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 16 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 22.86 รองลงมาจะพิจารณาจากปริมาณและคุณภาพที่ทำ จำนวน 12 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 17.14 และพิจารณาจากด้านอื่นๆในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs มีการประเมินผลพนักงานโดยพิจารณาจากความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และพิจารณาจากปริมาณและคุณภาพที่ทำในสัดส่วนที่เท่ากันซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.40 และรองลงมาจะพิจารณาจากความขยันและรับผิดชอบอย่างสม่ำเสมอ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.28 ดังแสดงในตาราง 4.59

การรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์แนวโน้มการดำเนินงานของธุรกิจหรือชุมชนในอนาคตของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ส่วนใหญ่แล้วชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่มมีการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์แนวโน้มการดำเนินงานของธุรกิจหรือชุมชนในอนาคต จำนวน 18 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 78.26 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ส่วนใหญ่ไม่มีการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์แนวโน้มการดำเนินงานของธุรกิจหรือชุมชนในอนาคต จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.33 และมีการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์แนวโน้มการดำเนินงานของธุรกิจหรือชุมชนในอนาคตซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 ดังแสดงในตาราง 4.60

ตาราง 4.59 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการประเมินผลสมาชิกในกลุ่ม

การประเมินผลสมาชิกในกลุ่ม	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้ความสามารถเกี่ยวกับงานที่ทำ	11	15.71	7	14.89
ความสามารถนอกเหนือจากงานที่ได้รับมอบหมาย	6	8.57	3	6.38
ความขยันและรับผิดชอบอย่างสม่ำเสมอ	16	22.86	10	21.28
การให้ความร่วมมือกับผู้อื่น	8	11.43	3	6.38
ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	11	15.71	11	23.40
ปริมาณและคุณภาพที่ทำ	12	17.14	11	23.40
ผลประโยชน์ที่สมาชิกทำให้แก่ชุมชน	6	8.57	2	4.26
รวม	70	100.00	47	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง 4.60 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์แนวโน้มการดำเนินงานของธุรกิจหรือชุมชนในอนาคต

การรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์แนวโน้มการดำเนินงานของธุรกิจหรือชุมชนในอนาคต	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	18	78.26	7	46.67
ไม่มี	5	21.74	8	53.33
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัญหาการดำเนินงานด้านการจัดการของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่มพบว่า ประสบปัญหาทางการจัดการในเรื่องการขาดการวางแผนการทำงาน ในระดับปานกลาง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.17 ปัญหาทางการจัดการในเรื่องความไม่ชัดเจนของการแบ่งฝ่ายงานและการกำหนดแผนสายการบังคับบัญชา ในระดับปานกลาง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.35 ปัญหาทางการจัดการในเรื่องการประสานงานที่ดี ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.83 ปัญหาทางการจัดการในเรื่องการขาดความรักความสามัคคีในกลุ่มสมาชิก ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.48 ปัญหาทางการจัดการในเรื่องสมาชิกไม่ยอมรับในตัวหัวหน้าชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.52 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.61

ปัญหาการดำเนินงานด้านการจัดการของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs พบว่า ประสบปัญหาทางการจัดการในเรื่องการขาดการวางแผนการทำงาน ในระดับปานกลาง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.27 ปัญหาทางการจัดการในเรื่องความไม่ชัดเจนของการแบ่งฝ่ายงานและการกำหนดแผนสายการบังคับบัญชา ในระดับปานกลาง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.40 ปัญหาทางการจัดการในเรื่องการประสานงานที่ดี ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.93 ปัญหาทางการจัดการในเรื่องการขาดความรักความสามัคคีในกลุ่มสมาชิก ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.73 ปัญหาทางการจัดการในเรื่องสมาชิกไม่ยอมรับในตัวหัวหน้าชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.80 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.62

ตาราง 4.61 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาการดำเนินงานด้านการจัดการที่ชุมชนหรือผู้ประกอบการประเภทกลุ่มประสบ

ปัญหาหรือกิจกรรมทางด้านการจัดการ	ระดับปัญหา									ค่าเฉลี่ย
	มาก (3)		ปานกลาง (2)		น้อย (1)		รวมคะแนน ถ่วงน้ำหนัก	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
การขาดการวางแผนการทำงาน	0	0.00	10	43.48	7	30.43	27	6	26.09	1.17 (ปานกลาง)
ความไม่ชัดเจนในการแบ่งฝ่ายงานและ สายบังคับบัญชา	0	0.00	12	52.17	7	30.34	31	4	17.39	1.35 (ปานกลาง)
การประสานงานที่ดี	0	0.00	3	13.04	13	56.52	19	7	30.34	0.83 (น้อย)
การขาดความสามัคคีในกลุ่มสมาชิก	0	0.00	1	4.35	9	39.13	11	13	56.52	0.48 (น้อย)
สมาชิกไม่ยอมรับในตัวหัวหน้า	0	0.00	1	4.35	10	43.38	12	12	52.17	0.52 (น้อย)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม จำนวน 23 กลุ่ม

ตาราง 4.62 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาด้านการจัดการของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs ประสบ

ปัญหาหรือกิจกรรมทางด้านการจัดการ	ระดับปัญหา									ค่าเฉลี่ย
	มาก (3)		ปานกลาง (2)		น้อย (1)		รวมคะแนน ถ่วงน้ำหนัก	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
ขาดการวางแผนการทำงาน	1	6.67	5	33.33	6	40.00	19	3	20.00	1.27 (ปานกลาง)
ความไม่ชัดเจนในการแบ่งฝ่ายงานและ สายบังคับบัญชา	2	13.33	5	33.33	5	33.33	21	3	20.00	1.40 (ปานกลาง)
การประสานงานที่ดี	0	0.00	7	46.67	0	0.00	14	8	53.33	0.93 (น้อย)
ขาดความสามัคคีในกลุ่มสมาชิก	1	6.67	3	20.00	2	13.33	11	9	60.00	0.73 (น้อย)
สมาชิกไม่ยอมรับในตัวหัวหน้า	1	6.67	2	13.33	5	33.33	12	7	46.67	0.80 (น้อย)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs จำนวน 15 ราย

4.5 การจัดการด้านบุคลากรของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ

ความเพียงพอต่อการดำเนินงานของชุมชนของสมาชิกในชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนมากมีสมาชิกเพียงพอต่อการดำเนินงาน จำนวน 14 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 60.87 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs มีสมาชิกเพียงพอต่อการดำเนินงานเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 ดังแสดงในตาราง 4.63

ตาราง 4.63 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามความเพียงพอต่อการดำเนินงานของชุมชน

จำนวนสมาชิกต่อการดำเนินงาน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอ	14	60.87	10	66.67
ไม่เพียงพอ	9	39.13	5	33.33
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

นโยบายการรับสมัครของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า โดยปกติชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่มมีนโยบายรับสมัครอยู่ตลอดเวลา จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.74 มีนโยบายรับสมัครเมื่อต้องมีความต้องการหรือมีงาน จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.21 และมีนโยบายรับสมัครโดยเงื่อนไขอื่น ๆ เช่น การสมาชิกประจำปี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.74ตามลำดับ ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทSMEsไม่มีนโยบายรับสมัครอยู่ตลอด นโยบายรับสมัครเมื่อต้องมีความต้องการหรือมีงาน จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 และมีนโยบายรับสมัครโดยเงื่อนไขอื่น ๆเช่น เมื่อมีพนักงานเดิมลาออก จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.67 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.64

ตาราง 4.64 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการจำแนกตามนโยบายการรับสมาชิก

นโยบายการรับสมาชิก	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รับตลอดเวลา	5	21.74	0	0.00
รับเมื่อต้องมีความต้องการหรือมีงาน	13	56.21	11	73.33
อื่นๆ	5	21.74	4	26.67
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การกำหนดคุณสมบัติของพนักงานหรือสมาชิกใหม่ของชุมชน หรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนใหญ่มีการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานหรือสมาชิกใหม่ จำนวน 19 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 82.61 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs มีการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานหรือสมาชิกใหม่ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 ไม่มีการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานหรือสมาชิกใหม่ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.65

คุณสมบัติที่ใช้ในการประกอบการรับสมาชิกใหม่ของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ใช้คุณสมบัติประกอบในการรับสมาชิกใหม่ในเรื่องความสามารถ/ประสบการณ์เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 17 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 48.57 รองลงมาคือภูมิปัญญา จำนวน 13 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 37.14 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภท SMEs ใช้คุณสมบัติประกอบในการรับสมาชิกใหม่ในเรื่องความสามารถ/ประสบการณ์เป็นสัดส่วนที่มากที่สุดเช่นกัน จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 และรองลงมาคุณสมบัติที่ใช้ประกอบในการรับสมาชิกใหม่คือเรื่องภูมิปัญญา จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 คุณสมบัติประกอบในการรับสมาชิกใหม่ในเรื่อง เพศ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.67 คุณสมบัติประกอบในการรับสมาชิกใหม่ในเรื่อง การศึกษา จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.67 เนื่องจากพนักงานที่มีความรู้ในบางตำแหน่งงาน เช่น พนักงานบัญชี ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.66

ตาราง 4.65 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการจำแนกตามการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานหรือสมาชิกใหม่

การกำหนดคุณสมบัติของพนักงานหรือสมาชิกใหม่	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	19	82.61	10	66.67
ไม่มี	4	17.39	5	33.33
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.66 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามคุณสมบัติที่ใช้ในการรับสมาชิกหรือพนักงานใหม่

คุณสมบัติที่ใช้ในการรับสมาชิกใหม่	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	5	14.29	1	6.67
การศึกษา	0	0.00	1	6.67
ความสามารถ/ประสบการณ์	17	48.57	10	66.67
ฐานะทางการเงิน	0	0.00	0	0.00
อายุ	0	0.00	0	0.00
บุคลิกภาพ	0	0.00	0	0.00
ภูมิฐานะ	13	37.14	3	20.00
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00
รวม	35	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ปัจจัยที่จูงใจสมาชิกให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่าชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ใช้ปัจจัยเรื่องการเพิ่มหรือเปิดโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาฝีมืออบรมมากยิ่งขึ้น ในการจูงใจสมาชิกให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ จำนวน 13 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองมาคือปัจจัยเรื่องการเพิ่มค่าตอบแทนการทำงานล่วงเวลาในการจูงใจสมาชิกให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ จำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30.77 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทSMEs ใช้ปัจจัยเรื่องการเพิ่มค่าตอบแทนการทำงานล่วงเวลาในการจูงใจสมาชิกให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองมาคือปัจจัยเรื่องการเพิ่มหรือเปิดโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาฝีมืออบรมมากยิ่งขึ้นในการจูงใจสมาชิกให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.17 และปัจจัยเรื่องอื่น ๆ เช่นความรักสามัคคีกันและความมีน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกิจการในการจูงใจสมาชิกให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ดังแสดงในตาราง 4.67

ตาราง 4.67 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามปัจจัยที่จูงใจสมาชิกให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยที่จูงใจสมาชิกให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มค่าตอบแทนหรือเปอร์เซ็นต์จากการขาย	4	15.38	3	12.50
การเพิ่มค่าตอบแทนการทำงานล่วงเวลา	8	30.77	8	33.33
เปิดโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาฝีมือ	13	50.00	7	29.17
อื่น ๆ	1	3.85	6	25.00
รวม	26	100.00	24	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ปัญหาด้านการจัดการด้านบุคลากรของชุมชน พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ประสบปัญหาการจัดการด้านบุคลากรของชุมชนในเรื่องความรู้ความสามารถ ในระดับปานกลาง จำนวน คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.30 มีปัญหาด้านความขัดแย้งกับสมาชิกในระดับ

น้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.65 ปัญหาด้านความขัดแย้งระหว่างสมาชิกกับหัวหน้าชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ ประสบในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.61 มีปัญหาเรื่องผู้นำขาดความรู้ในการจัดองค์กร ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.96 มีปัญหาเรื่องผู้นำขาดการยอมรับจากสมาชิก ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.57 มีปัญหาเรื่องผู้นำไม่มีวิสัยทัศน์ ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.96 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.68

ปัญหาด้านการจัดการด้านบุคลากรของชุมชน พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทSMEs ประสบปัญหาการจัดการด้านบุคลากรของชุมชนในเรื่องความรู้ความสามารถ ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.20 มีปัญหาด้านความขัดแย้งกับสมาชิกในระดับปานกลาง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.80 มีปัญหาด้านความขัดแย้งระหว่างสมาชิกกับหัวหน้าชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.53 มีปัญหาเรื่องผู้นำขาดความรู้ในการจัดองค์กร ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.93 มีปัญหาเรื่องผู้นำขาดการยอมรับจากสมาชิก ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.73 มีปัญหาเรื่องผู้นำไม่มีวิสัยทัศน์ ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.87 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.69

ตาราง 4.68 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาการจัดการด้านบุคคลที่ชุมชนหรือผู้ประกอบการประเภทกลุ่มประสบ

ปัญหาหรือกิจกรรมทางการจัดการ ด้านบุคคล	ระดับปัญหา									ค่าเฉลี่ย
	มาก (3)		ปานกลาง (2)		น้อย (1)		รวมคะแนน ถ่วงน้ำหนัก	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
ความรู้ความสามารถของบุคลากร	0	0.00	10	43.48	10	43.48	30	3	13.04	1.30 (ปานกลาง)
ความขัดแย้งระหว่างสมาชิก	0	0.00	1	4.35	13	56.52	15	9	39.13	0.65 (น้อย)
ความขัดแย้งระหว่างสมาชิกกับหัวหน้า	0	0.00	0	0.00	14	60.87	14	9	39.13	0.61 (น้อย)
ผู้นำขาดความรู้ในการจัดการองค์กร	0	0.00	5	21.74	12	52.17	22	6	26.09	0.96 (น้อย)
ผู้นำขาดการยอมรับจากสมาชิก	0	0.00	0	0.00	13	56.52	13	10	43.48	0.57 (น้อย)
ผู้นำไม่มีวิสัยทัศน์	0	0.00	4	17.39	14	60.87	22	5	21.74	0.96 (น้อย)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม จำนวน 23 กลุ่ม

ตาราง 4.69 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของความสำคัญของปัญหาการจัดการด้านบุคคลของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs ประสบ

ปัญหาหรือกิจกรรมทางการจัดการ ด้านบุคคล	ระดับปัญหา									ค่าเฉลี่ย
	มาก (3)		ปานกลาง (2)		น้อย (1)		รวมคะแนน ถ่วงน้ำหนัก	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
ความรู้ความสามารถของบุคลากร	1	6.67	5	33.33	5	33.33	18	4	26.67	1.20 (ปานกลาง)
ความขัดแย้งระหว่างสมาชิก	1	6.67	3	20.00	3	20.00	12	8	53.33	0.80 (น้อย)
ความขัดแย้งระหว่างสมาชิกกับหัวหน้า	1	6.67	0	0.00	5	33.33	8	9	60.00	0.53 (น้อย)
ผู้นำขาดความรู้ในการจัดการองค์กร	0	0.00	2	13.33	10	66.67	14	3	20.00	0.93 (น้อย)
ผู้นำขาดการยอมรับจากสมาชิก	1	6.67	2	13.33	4	26.67	11	8	53.33	0.73 (น้อย)
ผู้นำไม่มีวิสัยทัศน์	0	0.00	4	26.67	5	33.33	13	6	40.00	0.87 (น้อย)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs จำนวน 15 ราย

4.6 การจัดการด้านการเงินและบัญชีของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ

แหล่งที่มาของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่าชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม มีแหล่งที่มาเงินทุนมาจากได้มาจากสมาชิกในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 51.11 รองลงมาได้มาจากหน่วยงานรัฐบาล จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 22.22 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs มีแหล่งที่มาเงินทุนมาจากหัวหน้าชุมชนหรือเจ้าของในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาได้มาจากสถาบันการเงิน (ทั้งของรัฐบาลและเอกชน) จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.05 และได้มาจากหน่วยงานรัฐบาล จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.52 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.70

ตาราง 4.70 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามแหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หัวหน้าชุมชนหรือเจ้าของ	3	6.67	15	71.43
สถาบันการเงิน(ทั้งของรัฐบาลและเอกชน)	7	15.66	4	19.05
สมาชิก	23	51.11	0	0.00
หน่วยงานรัฐบาล	10	22.22	2	9.52
อื่น ๆ	2	4.44	0	0.00
รวม	45	100.00	21	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ปัจจัยที่ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการใช้พิจารณาจัดหาหรือให้ได้มาซึ่งเงินทุน พบว่าชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม จะพิจารณาจากอัตราดอกเบี้ยในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองมาพิจารณาจากค่าใช้จ่ายในการกู้ยืมเงิน จำนวน 9 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 19.59 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs จะ

พิจารณาจากอัตราดอกเบี้ยในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.66 รองลงมาพิจารณาจากวงเงินที่กู้ยืมที่ได้ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.40 ดังแสดงในตาราง 4.71

การมีแผนการใช้จ่ายเงินของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จากการสำรวจพบว่า ชุมชนหรือผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนใหญ่มีการวางแผนการจ่ายเงินล่วงหน้า จำนวน 19 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 82.61 ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs พบว่า มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้าในสัดส่วนมากกว่า จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 ดังแสดงในตาราง 4.72

การมีแผนการใช้จ่ายเงินของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จากการสำรวจพบว่า ชุมชนหรือผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้าโดยแยกเป็นค่าใช้จ่ายต่างๆดังต่อไปนี้ คือมีค่าใช้จ่ายการผลิตมากที่สุด จำนวน 21 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 25.93 รองลงมาเป็นการจ่ายค่าแรง จำนวน 20 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 24.69 และค่าใช้จ่ายในการขาย จำนวน 16 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 19.75 ตามลำดับ ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้าโดยแยกเป็นค่าใช้จ่ายต่างๆดังต่อไปนี้ คือ มีค่าใช้จ่ายในการขายและการจ่ายค่าแรงในสัดส่วนที่เท่ากัน ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.85 และรองลงมาคือค่าใช้จ่ายการผลิต จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.23 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.73

ตาราง 4.71 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามปัจจัยที่ใช้พิจารณาจัดหาหรือให้ได้มาซึ่งเงินทุน

ปัจจัยที่กลุ่มผู้ร่วมประกอบการใช้พิจารณาจัดหาหรือให้ได้มาซึ่งเงินทุน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อัตราดอกเบี้ย	23	50.00	13	27.66
วงเงินที่กู้ยืมที่ได้	5	10.87	11	23.40
หลักประกันการกู้ยืมเงิน	5	10.87	7	14.89
ค่าใช้จ่ายในการกู้ยืมเงิน	9	19.59	9	19.15
ระยะเวลาในการชำระหนี้	4	8.70	7	14.89
อื่น ๆ	0	0.00	0	0.00
รวม	46	100.00	47	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.72 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามการวางแผนการใช้จ่ายเงินล่วงหน้า

การวางแผนการใช้จ่ายเงิน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการวางแผน	4	17.39	4	26.67
มีการวางแผน	19	82.61	11	73.33
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.73 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือผู้ประกอบการ จำแนกตามรายการใช้จ่ายเงิน

ชนิดของค่าใช้จ่าย	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การผลิต	21	25.93	10	19.23
การบริหารจัดการ	14	17.28	5	9.62
การประมาณการเงินสดหมุนเวียน	10	12.35	7	13.46
การขาย	16	19.75	15	28.85
การจ่ายค่าแรง	20	24.69	15	28.85
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	0	0	0	0.00
รวม	81	100	52	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม 38 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การจัดการบันทึกบัญชีและการเงิน งบดุล รายละเอียดการใช้จ่ายและรายการบัญชีอื่น ๆ ของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จากการสำรวจพบว่า ชุมชนหรือผู้ประกอบการประเภทกลุ่ม มอบหมายให้สมาชิกหรือกรรมการฝ่ายบัญชีและการเงินเป็นผู้จัดการบันทึกบัญชีและการเงิน งบดุล รายละเอียดการใช้จ่ายและรายการบัญชีอื่น ๆ ในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 22 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 95.65 ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs มอบหมายให้เจ้าของกิจการและ

มอบหมายให้สมาชิกหรือกรรมการฝ่ายบัญชีและการเงินเป็นผู้จัดการบันทึกบัญชีและการเงิน งบดุล รายละเอียดการใช้จ่ายและรายการบัญชีอื่น ๆ ในสัดส่วนที่เท่ากัน ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 ดังแสดงในตาราง 4.74

ตาราง 4.74 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการจัดการบันทึกบัญชีและการเงิน งบดุล รายละเอียดการใช้จ่ายและรายการบัญชีอื่น ๆ

การจัดการบันทึกบัญชีและการเงิน งบดุล รายละเอียดการใช้จ่ายและรายการบัญชีอื่น ๆ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หัวหน้าชุมชน	1	4.35	0	0.00
เจ้าของกิจการ	0	0.00	7	46.67
สมาชิกหรือกรรมการฝ่ายบัญชีและการเงิน	22	95.65	7	46.67
จ้างสำนักงานบัญชี	0	0.00	1	6.67
อื่น ๆ	0	0.00	0	0.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การจัดทำงบการเงินของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่มมีการจัดทำงบกำไรขาดทุนเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 12 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองมาจะจัดทำงบดุล จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 27.78 และจัดทำงบอื่น ๆ เช่น บัญชีอย่างง่าย จำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 22.22 ตามลำดับ ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการจัดทำงบกำไรขาดทุนในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาจะจัดทำงบดุล จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.00 และจัดทำงบกระแสเงินสดและจัดทำงบอื่น ๆ เช่น บัญชีอย่างง่ายในสัดส่วนที่เท่ากัน จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.75

การชำระค่าวัตถุดิบของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จากการสำรวจพบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่มชำระค่าวัตถุดิบโดยการจ่ายเป็นเงินสดในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 20 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 80.00 ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs ชำระค่าวัตถุดิบ

ดیبโดยการจ่ายเป็นเงินสดเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 และขอสินเชื่อ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.81 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.76

ตาราง 4.75 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามการจัดทำงบการเงิน

การจัดทำงบการเงิน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
งบกำไรขาดทุน	12	33.33	7	28.00
งบดุล	10	27.78	6	24.00
งบกำไรขาดทุน	3	8.33	2	8.00
งบกระแสเงินสด	3	8.33	5	20.00
อื่น ๆ	8	22.22	5	20.00
รวม	36	100.00	25	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.76 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ จำแนกตามการชำระค่าวัสดุดิบในแต่ละครั้ง

การชำระค่าวัสดุดิบในแต่ละครั้ง	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายเป็นเงินสด	20	80.00	14	66.67
จ่ายเป็นเช็ค	3	12.00	2	9.52
ขอสินเชื่อ	2	8.00	5	23.81
รวม	25	100.00	21	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม 38 รายและตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

หนี้สินค้างชำระของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จากการสำรวจพบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่มไม่มีหนี้สินค้างชำระจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.13 มีหนี้สินค้างชำระระยะสั้น จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 92.86 มีหนี้สินค้างชำระระยะยาว จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.14 ตามลำดับ ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs มีหนี้สินค้างชำระระยะสั้น จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีหนี้สินค้างชำระระยะยาว จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 และไม่มีหนี้สิน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.77

ตาราง 4.77 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามหนี้สินค้างชำระของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ

หนี้สินค้างชำระ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	9	39.13*	6	40.00**
มีแบบระยะสั้น	13	92.86	2	20.00
มีแบบระยะยาว	1	7.14	8	80.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม 38 ราย สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

* หมายถึง จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 23 ราย มีจำนวน 14 ราย ที่มีหนี้

** หมายถึง จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 15 ราย มีจำนวน 9 ราย ที่มีหนี้

ลักษณะของสัดส่วนเงินทุนกับรายได้ของชุมชน หรือกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนใหญ่มีสัดส่วนมีเงินทุนและรายได้พอ ๆ กัน จำนวน 14 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 60.87 ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs ส่วนใหญ่มีสัดส่วนเงินทุนน้อยกว่ารายได้ จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.33 แต่ก็ใกล้เคียงกับมีสัดส่วนเงินทุนและรายได้พอ ๆ กัน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.78

การกำหนดวิธีการจ่ายเงินของลูกค้าของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนใหญ่กำหนดวิธีการจ่ายเงินของลูกค้าโดยการชำระทันที จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 65.71 ให้เครดิต จำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 11.43 และโดยวิธีอื่น ๆ เช่น จ่ายค้ำมัดจำล่วงหน้าก่อนร้อยละ 30 จำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 22.86

ตามลำดับ ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs ส่วนมากจะกำหนดวิธีการจ่ายเงินของลูกค้า โดยการชำระทันที จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.28 รองลงมาคือให้เครดิต จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.59 และโดยวิธีอื่น ๆ เช่น จ่ายค้ำมัดจำล่วงหน้าก่อนร้อยละ 30 จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.14 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.79

ตาราง 4.78 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามสัดส่วนเงินทุนกับรายได้

สัดส่วนเงินทุนกับรายได้	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เงินทุนมากกว่ารายได้	0	0.00	0	0.00
เงินทุนน้อยกว่ารายได้	9	39.13	8	53.33
เงินทุนและรายได้พอ ๆ กัน	14	60.87	7	46.67
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.79 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการกำหนดวิธีการจ่ายเงินของลูกค้า

การกำหนดวิธีการจ่ายเงินของลูกค้า	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชำระทันที(ด้วยเช็ค/เงินสด)เมื่อรับ/ส่ง สินค้า	23	65.71	14	48.28
ให้เครดิต	4	11.43	8	27.59
จ่ายเป็นงวด ๆ	0	0.00	0	0.00
อื่น ๆ เช่น จ่ายค้ำมัดจำล่วงหน้าก่อนร้อยละ 30	8	22.86	7	24.14
รวม	35	100.00	29	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม 38 ราย สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

หน้าที่ไม่สามารถติดตามได้หรือหนี้สูญของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการพบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีหน้าที่ไม่สามารถติดตามได้ จำนวน 14 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 60.87 เป็นเงินโดยเฉลี่ย 6,000 บาท และไม่มีหน้าที่ไม่สามารถติดตามได้ จำนวน 9 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 39.13 ตามลำดับ ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs มีหน้าที่ไม่สามารถติดตามได้ จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.67 โดยยอดของการค้างชำระเฉลี่ย 20,000 บาท และไม่มีหน้าที่ไม่สามารถติดตามได้ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.80

ตาราง 4.80 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามหน้าที่ไม่สามารถติดตามได้หรือหนี้สูญ

หน้าที่ไม่สามารถติดตามได้หรือหนี้สูญ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	14	60.87	13	86.67
ไม่มี	9	39.13	2	13.33
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การแก้ปัญหาต่อหน้าที่สงสัยว่าจะสูญของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ส่วนใหญ่แก้ปัญหาโดยการเจรจา จำนวน 13 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 56.52 รองลงมาแก้ปัญหาโดยยึดเอามัดจำและไม่ได้ดำเนินการใดๆ ในการแก้ปัญหาในสัดส่วนที่เท่ากัน จำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 17.39 ตามลำดับ ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs ส่วนใหญ่แล้วก็จะแก้ปัญหาโดยการเจรจาเช่นเดียวกัน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาแก้ปัญหาโดยการยึดเวลาการชำระหนี้ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.81

ตาราง 4.81 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการกำหนดการแก้ปัญหาต่อหนี้ที่สงสัยว่าจะสูญ

การกำหนดการแก้ปัญหาต่อหนี้ที่สงสัยว่าจะสูญ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ดำเนินการใดๆ	4	17.39	0	0.00
เจรจากับลูกหนี้	13	56.52	12	80.00
ยึดมัดจำ	4	17.39	1	6.67
แจ้งความ	0	0.00	0	0.00
ยืดเวลาการชำระหนี้	0	0.00	2	13.33
ตัดเป็นหนี้สูญ	2	8.70	0	0.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมในชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่าชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีค่าใช้จ่ายเรื่องค่าวัสดุคิดมากเป็นลำดับ 1 ด้วยคะแนนเฉลี่ย 5 ค่าใช้จ่ายเรื่องค่าการหีบห่อ ค่าใช้จ่ายเรื่องค่าไฟฟ้าและน้ำประปามาเป็นลำดับ 4 ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.52 และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าแรงมากเป็นลำดับ 2 ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.78 ดังแสดงในตาราง 4.82 ทางด้านผู้ประกอบการประเภทSMEs มีค่าใช้จ่ายเรื่องค่าวัสดุคิดมากเป็นลำดับ 1 ด้วยคะแนนเฉลี่ย 5.00 ค่าใช้จ่ายเรื่องค่าขนส่งมากเป็นลำดับ 3 ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.70 ค่าใช้จ่ายเรื่องค่าการหีบห่อมีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ด้วยคะแนนเฉลี่ย 1.6 ค่าใช้จ่ายเรื่องค่าไฟฟ้าและน้ำประปาเป็นลำดับ 4 ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.80 และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่น ค่าแรง ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.93 เป็นลำดับ 2 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.83

ตาราง 4.82 แสดงจำนวน คะแนนเฉลี่ยและลำดับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมของการส่งเสริมการตลาดของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วม
ประกอบการการประเภทกลุ่ม

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เกี่ยวกับกิจกรรม	ลำดับจากมากไปน้อย										รวมคะแนน ถ่วงน้ำหนัก/ จำนวนของ กลุ่ม	ลำดับค่าใช้จ่าย
	ลำดับ 1		ลำดับ 2		ลำดับ 3		ลำดับ 4		ลำดับ 5			
	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 5)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 4)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 3)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 2)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 1)		
ค่าวัสดุดิบ	23	115	0	0	0	0	0	0	0	0	5	ลำดับ 1
ค่าขนส่ง	0	0	8	32	5	15	5	10	5	5	2.70	ลำดับ 3
ค่าการหีบห่อ	0	0	0	0	4	12	12	24	7	7	1.87	ลำดับ 5
ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา	0	0	11	44	0	0	2	4	10	10	2.52	ลำดับ 4
อื่น ๆ เช่น ค่าแรงงาน	0	0	3	12	14	42	4	8	2	2	2.78	ลำดับ 2

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการการประเภทกลุ่ม จำนวน 23 ราย

ตาราง 4.83 แสดงจำนวน คะแนนเฉลี่ยและลำดับความสำคัญของการส่งเสริมการตลาดของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เกี่ยวกับกิจกรรม	ลำดับจากมากไปน้อย										รวมคะแนน ถ่วงน้ำหนัก/ จำนวนของ SMEs	ลำดับค่าใช้จ่าย
	ลำดับ 1		ลำดับ 2		ลำดับ 3		ลำดับ 4		ลำดับ 5			
	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 5)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 4)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 3)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 2)	จำนวน	ถ่วง น้ำหนัก (x 1)		
ค่าวัสดุดิบ	15	75	0	0	0	0	0	0	0	0	5	ลำดับ 1
ค่าขนส่ง	0	0	2	8	6	18	0	0	7	7	2.2	ลำดับ 4
ค่าการหีบห่อ	0	0	0	0	2	6	5	10	8	8	1.6	ลำดับ 5
ค่าไฟฟ้าและน้ำประปา	0	0	4	16	7	21	1	2	3	3	2.80	ลำดับ 3
อื่น ๆ เช่น ค่าแรงงาน	0	0	9	36	0	0	2	4	4	4	293	ลำดับ 2

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs จำนวน 15 ราย

การจัดสรรกำไรที่ได้จากการดำเนินงานของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีการจัดสรรกำไรให้แก่สมาชิกตามสัดส่วนการลงทุนหรือข้อตกลงของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำนวน 18 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 81.82 จัดสรรเป็นกำไรสะสมเพื่อการดำเนินงาน จำนวน 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 42.86 จัดสรรเป็นกำไรสะสมเพื่อการพัฒนากิจการ จำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 57.14 ตามลำดับ ทางด้านผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการจัดสรรกำไรให้แก่สมาชิกตามสัดส่วนการลงทุนหรือข้อตกลงของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.77 จัดสรรเป็นกำไรสะสมเพื่อการดำเนินงาน จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.71 จัดสรรเป็นกำไรสะสมเพื่อการพัฒนากิจการ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.29 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.84

ตาราง 4.84 แสดงจำนวน ร้อยละ ของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการจำแนกตามการจัดสรรกำไรที่ได้จากการดำเนินงาน

การจัดสรรกำไรที่ได้จากการดำเนินงาน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จัดสรรกำไรให้แก่สมาชิกตามสัดส่วนการลงทุนหรือข้อตกลงของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ	18	81.82	4	30.77
จัดสรรเป็นกำไรสะสมเพื่อการดำเนินงาน	3	42.86*	5	35.71**
จัดสรรเป็นกำไรสะสมเพื่อการพัฒนากิจการ	4	57.14*	9	64.29**

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

* หมายถึง จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 5 ราย

** หมายถึง จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 9 ราย

ปัญหาด้านการดำเนินการด้านการเงินและการบัญชีของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ประสบปัญหาการขาดเงินทุน ในระดับปานกลาง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.57 ประสบปัญหาในเรื่องการขาดความรู้ความสามารถในการบันทึกบัญชี ในระดับปานกลาง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.87 ประสบปัญหาในเรื่อง การขาดความรู้ความสามารถในการวางแผนตัดสินใจทางการเงิน ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.00

ประสบปัญหาในเรื่องการมีหนี้ค้างชำระเป็นจำนวนมาก ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.83 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.85

ปัญหาด้านการดำเนินการด้านการเงินและการบัญชีของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs ประสบปัญหาการขาดเงินทุน ในระดับปานกลาง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.27 ประสบปัญหาในเรื่องการขาดความรู้ความสามารถในการบันทึกบัญชี ในระดับปานกลาง คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 1.67 ประสบปัญหาในเรื่องการขาดความรู้ความสามารถในการวางแผนตัดสินใจทางการเงิน ในระดับปานน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.93 ประสบปัญหาในเรื่องการมีหนี้ค้างชำระเป็นจำนวนมาก ในระดับน้อย คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 0.80 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.86

ตาราง 4.85 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาการจัดการด้านการเงินและการบัญชีที่ชุมชนหรือผู้ประกอบการประเภทกลุ่มประสบ

ปัญหาหรือกิจกรรมทางการจัดการ ด้านการเงินและการบัญชี	ระดับปัญหา									ค่าเฉลี่ย
	มาก (3)		ปานกลาง (2)		น้อย (1)		รวมคะแนน ถ่วงน้ำหนัก	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
การขาดเงินทุน	0	0.00	14	60.87	8	34.78	36	1	4.35	1.57 (ปานกลาง)
ขาดความรู้ความสามารถในการบันทึกบัญชี	1	4.35	18	78.26	4	17.39	43	0	0.00	1.87 (ปานกลาง)
ขาดความรู้ในการวางแผนตัดสินใจทางการเงิน	0	0.00	5	21.74	13	56.52	23	5	21.74	1.00 (น้อย)
มีหนี้ที่กิจการค้างชำระเป็นจำนวนมาก	0	0.00	2	8.70	15	65.22	19	6	26.09	0.83 (น้อย)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการการประเภทกลุ่ม จำนวน 23 กลุ่ม

ตาราง 4.86 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาการจัดการด้านการเงินและการบัญชีของผู้ประกอบการประเภท SMEs ประสบ

ปัญหาหรือกิจกรรมทางการจัดการ ด้านการเงินและการบัญชี	ระดับปัญหา									ค่าเฉลี่ย
	มาก (3)		ปานกลาง (2)		น้อย (1)		รวมคะแนน ถ่วงน้ำหนัก	ไม่มีปัญหา (0)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
การขาดเงินทุน	0	0.00	8	53.33	3	20.00	19	4	26.67	1.27 (ปานกลาง)
ขาดความรู้ความสามารถในการบันทึกบัญชี	1	6.67	8	53.33	6	40.00	25	0	0.00	1.67 (ปานกลาง)
ขาดความรู้ในการวางแผนตัดสินใจทางการเงิน	0	0.00	4	26.67	6	40.00	14	5	33.33	0.93 (น้อย)
มีหนี้ที่กิจการค้างชำระเป็นจำนวนมาก	0	0.00	5	33.33	2	13.33	12	8	53.33	0.80 (น้อย)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการการประเภท SMEs จำนวน 15 ราย

4.7 การจัดการด้านความรู้ของชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการ

การส่งสมาชิกกลุ่มเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะในการทำงาน พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีการส่งสมาชิกกลุ่มเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะในการทำงาน จำนวน 20 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 89.96 และไม่มีการส่งสมาชิกกลุ่มเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะในการทำงาน จำนวน 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 13.04 ตามลำดับ ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการส่งสมาชิกกลุ่มเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะในการทำงาน จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.67 และไม่มีการส่งสมาชิกกลุ่มเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะในการทำงาน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.87

ตาราง 4.87 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการส่งสมาชิกกลุ่มเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะในการทำงาน

ส่งสมาชิกกลุ่มเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะในการทำงาน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	20	89.96	13	86.67
ไม่มี	3	13.04	2	13.33
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การจัดการประชุมก่อนทำงาน พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่มมีการจัดการประชุมก่อนที่จะทำงาน จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.48 และไม่มีการจัดการประชุมก่อนที่จะทำงาน จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.52 ตามลำดับ ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการจัดการประชุมก่อนที่จะทำงาน จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.00 และไม่มีการจัดการประชุมก่อนที่จะทำงาน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.88

ตาราง 4.88 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามจัดการประชุมก่อนทำงาน

จัดการประชุมก่อนทำงาน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	10	43.48	9	60.00
ไม่มี	13	56.52	6	40.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การจัดทีมงานในการทำงานแต่ละชิ้นงานให้เหมาะสมกับความสามารถของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีการจัดทีมงานในการทำงานแต่ละชิ้นงานในสัดส่วนที่มากกว่า จำนวน 18 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 78.26 เช่นเดียวกับผู้ประกอบการประเภท SMEs ที่มีการจัดทีมงานในการทำงานแต่ละชิ้นงาน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.33 ดังแสดงในตาราง 4.89

ตาราง 4.89 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการจำแนกตามการจัดทีมงานในการทำงานแต่ละชิ้นงาน

การจัดทีมงานในการทำงานแต่ละชิ้นงาน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	18	78.26	14	93.33
ไม่มี	5	21.74	1	6.67
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การสอนงานหรือการถ่ายทอดความรู้และวิธีการทำงานของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบ การ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบ การประเภทกลุ่ม มีการถ่ายทอดความรู้และวิธีการทำงานระหว่างการปฏิบัติงาน จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 100.00 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบ การประเภท SMEs มีการถ่ายทอดความรู้และวิธีการทำงานระหว่างการปฏิบัติงาน จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.90

ตาราง 4.90 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบ การจำแนกตามการสอนงานหรือการถ่ายทอดความรู้และวิธีการทำงาน

การสอนงานหรือการถ่ายทอดความรู้และวิธีการทำงาน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	23	100.00	15	100.00
ไม่มี	0	0.00	0	0.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การประเมินผลงานแต่ละชั้นของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบ การ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบ การประเภทกลุ่ม มีการประเมินผลงานแต่ละชั้น จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 100.00 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบ การประเภท SMEs มีการประเมินผลงานแต่ละชั้นในสัดส่วนที่มากกว่า จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 ดังแสดงในตาราง 4.91

เรียนรู้ร่วมกันหลังขึ้นงานสำเร็จของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบ การ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบ การประเภทกลุ่ม มีการเรียนรู้ร่วมกันหลังขึ้นงานสำเร็จในสัดส่วนที่มากที่สุด จำนวน 22 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 95.65 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบ การประเภท SMEs ส่วนใหญ่มีการเรียนรู้ร่วมกันหลังขึ้นงานสำเร็จเช่นเดียวกัน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 ดังแสดงในตาราง 4.92

ตาราง 4.91 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการประเมินผลงาน

การประเมินผลงาน	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	23	100.00	12	80.00
ไม่มี	0	0.00	3	20.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ตาราง 4.92 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามเรียนรู้ร่วมกันหลังขึ้นงานสำเร็จ

เรียนรู้ร่วมกันหลังขึ้นงานสำเร็จ	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	22	95.65	12	80.00
ไม่มี	1	4.35	3	20.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การแลกเปลี่ยนความรู้กันภายในกลุ่ม พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม ทุกกลุ่มและผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการแลกเปลี่ยนความรู้กันภายในกลุ่มเพื่อยกระดับฝีมือการทำงาน จำนวน 23 กลุ่ม จำนวน 15 ราย ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 100.00 ดังแสดงในตาราง 4.93

ตาราง 4.93 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการแลกเปลี่ยนความรู้กันภายในกลุ่ม

การแลกเปลี่ยนความรู้กันภายในกลุ่ม	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	23	100.00	15	100.00
ไม่มี	0	0.00	0	0.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การจัดให้มีการศึกษาดูงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถานที่ประกอบการอื่นของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีการจัดให้มีการศึกษาดูงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถานที่ประกอบการอื่นเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 86.96 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs ก็มีการจัดให้มีการศึกษาดูงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถานที่ประกอบการอื่นเช่นเดียวกัน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 ดังแสดงในตาราง 4.94

ตาราง 4.94 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการดูงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถานที่ประกอบการอื่น

การดูงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถานที่ประกอบการอื่น	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	20	86.96	12	80.00
ไม่มี	3	13.04	3	20.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการปฏิบัติงานต่างๆกับกลุ่มเครือข่ายของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่มทุกกลุ่ม มีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการปฏิบัติงานต่าง ๆ กับกลุ่มเครือข่าย จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการปฏิบัติงานต่าง ๆ กับกลุ่มเครือข่าย จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 และไม่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการปฏิบัติงานต่าง ๆ กับกลุ่มเครือข่าย จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.33 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.95

ตาราง 4.95 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการปฏิบัติงานต่าง ๆ กับกลุ่มเครือข่าย

การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการ ปฏิบัติงานต่าง ๆ กับกลุ่มเครือข่าย	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	23	100.00	7	46.67
ไม่มี	0	0.00	8	53.33
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

การแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ พบว่า ชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการประเภทกลุ่ม มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับหน่วยงานราชการต่าง ๆ จำนวน 23 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 100.00 ทางด้านชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการประเภท SMEs มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับหน่วยงานราชการต่าง ๆ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 และไม่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.96

ตาราง 4.96 แสดงจำนวนและร้อยละของชุมชนหรือกลุ่มผู้ร่วมประกอบการ จำแนกตามการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กับ หน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง	กลุ่ม		SMEs	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มี	23	100.00	12	80.00
ไม่มี	0	0.00	3	20.00
รวม	23	100.00	15	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

จากผลการศึกษาที่ได้ การจัดการความรู้เป็นตัวบ่งชี้ว่า กิจการสามารถจะลดต้นทุนการผลิตลง รวมถึงสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้บริโภค กล่าวคือ การจัดการความรู้นั้นทำให้สามารถดึงเอาความรู้ในคนออกมาสู่งาน การเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกหรือพนักงาน ทำให้เกิดความเชี่ยวชาญและชำนาญในการผลิต ทำให้สามารถลดต้นทุนในการผลิตลงได้เนื่องจากพนักงานหรือสมาชิกจะสามารถใช้เวลาในการผลิตในแต่ละชิ้นลดลง ความผิดพลาดในการทำงานก็จะลดลงด้วย ประกอบการสามารถให้เกิดความสร้างสรรค์ผลงานโดยการผสมผสานความที่เกิดจากการเรียนรู้ร่วมกันทั้งคนภายในองค์กรและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ซึ่งจะส่งผลให้ผลงานถูกพัฒนาให้กับความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคมากที่สุด