

สร้างวิสาหกิจชุมชนเสริมเศรษฐกิจฐานราก*

CREATE COMMUNITY ENTERPRISES TO STRENGTHEN THE GRASSROOTS ECONOMY

พระครูสิทธิสุตากร (สุเมต สิทธิเมธี)

Phrakru Sittisutakorn (Sumet Siddhimethi)

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช นครศรีธรรมราช ประเทศไทย

Faculty of Social Sciences, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Nakhon Si Thammarat Campus,

Nakhon Si Thammarat, Thailand

Corresponding author E-mail: 6403104011@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการสร้างวิสาหกิจชุมชนเสริมเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งในภาพรวม พบว่า ประเทศไทยกับปัญหาโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่สร้างความแตกต่างทางสังคม ทำให้เกิดช่องว่างของรายได้และทรัพย์สิน ส่งผลกระทบระยะยาวไปสู่ความเหลื่อมล้ำและความไม่เสมอภาคในชุมชน เพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีภาครัฐจึงสร้างและผลักดันวิสาหกิจให้เกิดขึ้นในชุมชน ร่วมกับการส่งเสริมหลักเศรษฐกิจพอเพียงที่ให้ความสำคัญประชาชนในระดับฐานรากให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ ด้วยการมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนช่วยเหลือกันในชุมชน วิสาหกิจชุมชนจึงมีส่วนในการส่งเสริมเศรษฐกิจในท้องถิ่นให้สามารถมีความเข้มแข็ง จะก่อให้เกิดการยกระดับมาตรฐานการครองชีพและความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น กรมพัฒนาชุมชนมีหน้าที่ผลักดันให้วิสาหกิจชุมชนของไทยก้าวไกลไปสู่ระดับโลก กระตุ้นและมอบคุณค่าความรู้ให้ผู้ประกอบการได้เรียนรู้และพัฒนาต่อเนื่องอย่างทันสมัย การนำภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีอยู่ในชุมชนมาถ่ายทอด เป็นการนำสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนมาสร้างมูลค่าเพิ่ม เพราะไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้ ซึ่งปัจจุบันโครงสร้างทางสังคมมีการเปลี่ยนแปลงจึงต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ เช่น การสร้างแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ การสร้างแบรนด์ให้น่าสนใจ ซึ่งผลที่คาดหวัง คือ การเพิ่มยอดขายและรายได้ของผู้ประกอบการชุมชน ทั้งนี้การตลาดจะมีการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคจะต้องมีมาตรฐานในการผลิตที่มีคุณภาพน่าเชื่อถือด้วยเช่นกัน เพื่อให้ผู้บริโภคยอมรับและมีความสะดวกสบาย เป็นการหนุนเสริมความเข้มแข็งของชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ เป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างชื่อเสียงให้คนไทยและประเทศไปด้วยกัน

คำสำคัญ: การพัฒนา, การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, การยกระดับเศรษฐกิจฐานราก

Abstract

This academic article aims to present the creation of community enterprises to strengthen the grassroots economy. Overall, it is found that Thailand has economic structural problems that create social differences. This causes a gap in income and assets. It has a long-term impact on inequality and inequity in the community. In order to have a good quality of life, the government creates and encourages enterprises to occur in the community. Together with promoting the principles of sufficiency economy that give importance to people at the grassroots level to be

* Received 30 August 2024; Revised 20 September 2024; Accepted 22 September 2024

able to rely on themselves. By participating in exchanging and helping each other in the community Community enterprises therefore play a part in promoting the local economy to be strong. It will cause the standard of living and well-being of the community to be improved. The Community Development Department is responsible for pushing Thai community enterprises to reach the world level stimulate and provide knowledge for entrepreneurs to learn and develop continuously in a modern way. Bringing the local wisdom that exists in the community to pass on It is about using what is available in the community to create additional value. Because Thailand has strong small and medium enterprises. Has high potential and can compete. Currently, the social structure has changed, so strategies must be adjusted, such as creating an online marketing platform. Creating an attractive brand The expected result is an increase in sales and income of community entrepreneurs. In order for marketing to have a good response from consumers, it must have reliable quality production standards as well. So that consumers accept and have convenience It promotes the strength of the community to be self-reliant. It creates jobs, creates income, and builds reputation for Thai people and the country together.

Keywords: Development, Promotion of Community Enterprises, Upgrading of The Grassroots Economy

บทนำ

ปัญหาเศรษฐกิจในประเทศไทยกับความเหลื่อมล้ำมีมานานแล้ว คราวเรือนส่วนใหญ่ในชนบทมีรายได้ต่อคนในครัวเรือนน้อย มีรายจ่ายมากเกิดหนี้ครัวเรือนสูงขึ้น ขณะที่รายได้ของกลุ่มคนจำนวนน้อยกลับมีมากติดอันดับโลก ทำให้มีสัดส่วนแตกต่างกันมาก นำมาซึ่งปัญหาด้านต่าง ๆ เกี่ยวพันกันเป็นลูกโซ่ รัฐบาลจึงนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ชาติ ด้านที่ 4 การสร้างโอกาสและความเสมอภาค เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ถ่ายทอดมาเป็นแผนแม่บทที่ 16 เศรษฐกิจฐานราก และกำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 มิติโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม หมายความว่า 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูงและสามารถแข่งขันได้ หมายความว่า 8 ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เด็ดขาดได้อย่างยั่งยืน และหมายความว่า 9 ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลงและมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอเหมาะสม (กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2566) การพัฒนาเศรษฐกิจในระดับฐานรากยังถือเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals-SDGs) ขององค์การสหประชาชาติที่กำหนดเป้าหมายสำคัญประการหนึ่ง คือ การมุ่งขจัดความยากจนทุกรูปแบบ (ภุชงค์ เสนานุช และคณะ, 2566)

วิสาหกิจชุมชนของไทยจึงเป็นหมวดหมู่ที่สำคัญในการพัฒนาเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานราก เพราะเศรษฐกิจและทุนชุมชน หมายถึง กลุ่มคนหรือชุมชนที่รวมกันทำงานอันเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายการบริโภค และการบริการโดยมีทุนทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน เช่น ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนกายภาพ ทุนธรรมชาติ เป็นต้น เป็นเครื่องมือการทำงานเพื่อประโยชน์ร่วมกันของกลุ่มคนในชุมชนหรือพื้นที่นั้น ๆ การพัฒนาเศรษฐกิจและทุนชุมชนมีเป้าหมาย สำคัญ 4 ระดับ คือ 1) ระดับครอบครัว ทุกครอบครัวมีคุณภาพชีวิตที่ดี กินอิ่ม นอนอุ่น ทุนมีหนี้ลดลง โดยดูได้จาก 4 ปัจจัยหลัก คือ อยู่ดีกินดี (ปากท้องอิ่ม) เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต ผลผลิตขายได้ มีรายได้ที่มั่นคงและสุขภาพร่างกายจิตใจแข็งแรง 2) ระดับกลุ่มองค์กร/ชุมชน/หมู่บ้าน มีกลุ่มองค์กรชุมชนด้านเศรษฐกิจและทุนชุมชนที่เข้มแข็ง มีความมั่นคงทางอาหาร ทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ สุขภาพกายใจแข็งแรง 3) ระดับพื้นที่ตำบล มีฐานงานเศรษฐกิจและทุนชุมชนที่เข้มแข็ง เพื่อนำไปสู่ชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง และ 4) ระดับจังหวัดมีการเชื่อมโยงเครือข่ายเศรษฐกิจและทุนชุมชน ที่สามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหาระดับนโยบาย เพื่อยกระดับให้เป็น



จังหวัดการตนเองด้านเศรษฐกิจและทุนชุมชน (สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน), 2558) เมื่อประยุกต์หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพราะเศรษฐกิจพอเพียง คือ ทำอะไรไม่ฟุ่มเฟือย ไม่ฟุ้งซ่าน ไม่ทำอะไรให้มันเกินไป เมื่อทำแล้วได้ผลในการกระทำถ้าทำได้ก็หมายความว่า ประหยัด สำหรับชาวบ้านคนที่ทำเศรษฐกิจนี้เอง (ชล บุนนาค และภุชญา กมลนรเทพ, 2562) จึงเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น มีการกระจายรายได้ในสู่ชุมชนและสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมให้มีความเข้มแข็ง

การพัฒนาและมุ่งส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากเป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญของรัฐบาลเกี่ยวกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและชุมชน โดยการจัดตั้งและสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) ขึ้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการเร่งด่วนของรัฐบาลที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยภาครัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เช่น การอบรมพัฒนาอาชีพเชิงธุรกิจ การช่วยเหลือในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เทคนิคการขอเงินกู้ภายใต้เศรษฐกิจชะลอตัว เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อกระจายผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต อีกทั้งเป็นการส่งเสริมและพัฒนาท้องถิ่นให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสร้างงาน สร้างรายได้ ด้วยการนำทรัพยากรและภูมิปัญญามาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีเอกลักษณ์และคุณภาพตามความต้องการของตลาดจากนโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคมที่มุ่งสร้างรายได้และความเจริญความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจโดยให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกันภาครัฐเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยมุ่งเน้นให้คนในชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ซึ่งแนวทางหนึ่งในการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของชุมชน คือ วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) ในการสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชนสามารถดำเนินการได้โดยการรวมกลุ่มของคนในชุมชนการร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชนหน่วยงานองค์กรต่าง ๆ เพื่อผสานความร่วมมือสนับสนุนและส่งเสริมให้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของชุมชนเกิดเป็นกลุ่มอาชีพที่สามารถสร้างรายได้และมีองค์ความรู้ในการบริหารจัดการด้านการตลาด รวมถึงความพยายามในการขับเคลื่อนให้ชุมชนได้ร่วมคิดร่วมทำร่วมทำงานเป็นทีมให้เกิดความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ (วรวิรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์, 2567) จากการสังเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวจึงมีข้อสรุป ได้แก่ ประเทศไทยกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทย เศรษฐกิจและทุนชุมชนสร้างวิสาหกิจชุมชนและการประยุกต์หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับ เศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน เพื่อให้เศรษฐกิจระดับชุมชนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพในการแข่งขัน สามารถพึ่งพาตนเองได้และส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศชาติ

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของกรมการพัฒนาชุมชน

เศรษฐกิจฐานราก คือ ระบบเศรษฐกิจของครัวเรือน ชุมชน ท้องถิ่น ที่มีความสามารถพึ่งตนเองได้ มีการพึ่งพาช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อซึ่งกันและกันมีคุณธรรม และเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในพื้นที่ ทั้งสังคม ผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน นอกจากนี้ เศรษฐกิจชุมชนฐานรากควรจะมีแนวทางการพัฒนาและการจัดการโดยชุมชนท้องถิ่นให้ครบวงจรมากที่สุด มีการค้นหา สร้าง พัฒนาทุนในชุมชนและกองทุนเงินที่เข้มแข็งมีความรู้ในงานอาชีพมีการผลิตพื้นฐาน การแปรรูป พัฒนาตัวผู้ผลิตผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ การตลาด การผลิตอาหาร และความจำเป็นพื้นฐานต่าง ๆ สำหรับคนในพื้นที่อย่างพอเพียง และพัฒนาต่อยอดเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือเป็นธุรกิจของชุมชน



การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก มีประเด็นการพัฒนา 2 ประเด็น ดังนี้

เรื่องที่ 1 จะมุ่งเน้นไปที่การปรับโครงสร้างกลไกเศรษฐกิจชุมชนฐานราก และเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง มีความเข้าใจ สามารถพึ่งพาตนเอง ช่วยเหลือเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน มีคุณธรรม มีการไหลเวียนของระบบเศรษฐกิจระหว่างกัน และเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ในพื้นที่ เกิดการสร้างอาชีพครัวเรือน ชุมชน และการกระจายรายได้ สามารถลดปัญหาความเหลื่อมล้ำและความไม่เสมอภาคของคนที่อยู่อาศัยในระดับชุมชน โดยมีเป้าหมาย คือ สร้างรายได้ของประชากรกลุ่มคนจนคนมีรายได้น้อย ให้เพิ่มขึ้นอย่างกระจายและอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้เกิดความสำเร็จได้นั้น กรมการพัฒนาชุมชนยึดหลักปรัชญาที่คนในหน่วยงานยึดมั่นในการปฏิบัติงาน ว่าคนทุกคนมีศักดิ์ศรีเท่าเทียมกัน และคนทุกคนสามารถเปลี่ยนแปลงและพัฒนาได้ถ้าให้โอกาส ทำให้มีบุคลิกลักษณะการทำงานในท่าทีที่เป็นมิตร เสมือนเป็นลูกเป็นหลาน เป็นญาติพี่น้องกับประชาชนทุกระดับในชุมชน และกรมการพัฒนาชุมชนมีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ระดับจังหวัด ระดับอำเภอและยังมีพัฒนาการประจำตำบล ทำให้อยู่ใกล้ชิดกับประชาชน สำหรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากในอนาคต มีแนวทางปฏิบัติในการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการกรมการพัฒนาชุมชน ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570)

เรื่องที่ 2 การส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มั่นคง เป็นแนวทางการพัฒนา ได้แก่ การสร้างและพัฒนากลไกขับเคลื่อนสัมมาชีพชุมชน หนุนเสริมเศรษฐกิจฐานราก พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง และมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยกลไกประชารัฐ และรวมกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชน สร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ในชุมชนและส่งเสริมช่องทางการตลาด ยกระดับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อเศรษฐกิจชุมชนอย่างครบวงจร ปรับระบบบริหารจัดการทุนชุมชนให้มีธรรมาภิบาล เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจของชุมชนให้พึ่งตนเอง และการแก้ไขปัญหาคอขวด ลดความเหลื่อมล้ำ ด้วยระบบปฏิบัติการเชิงรุกที่เข้าถึงประชาชนรายครัวเรือน โดยมีเป้าหมาย ที่เป็นเข็มมุ่งสำคัญ คือ มุ่งหวังให้เศรษฐกิจฐานรากมีความมั่นคง คนในชุมชนมีงาน มีอาชีพ มีรายได้และมีคุณภาพชีวิตที่ดี (กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2566ก)

ปัจจัยการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจำแนกตามคุณลักษณะของวิสาหกิจชุมชน พบว่า ประเภทของวิสาหกิจชุมชน จำนวนสมาชิกและระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันไม่สัมพันธ์กับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ผลการศึกษาแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ แนวทางเชิงรุก โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการพัฒนาแรงงาน แนวทางเชิงแก้ไข โดยการส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิตและบริการ แนวทางเชิงป้องกัน โดยการร่วมมือกับภาครัฐสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้และการพัฒนาสมรรถนะของทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่อง และการส่งเสริมการสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชน แนวทางเชิงรับ โดยการส่งเสริมการลงทุนระบบการผลิตด้านเทคโนโลยีและเครื่องจักร และสนับสนุนให้สมาชิกในวิสาหกิจชุมชนเกิดการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะมากยิ่งขึ้น (สรสินธุ์ ฉายสินสอน, 2567) แนวคิดเครือข่ายจึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน จากงานวิจัยของ ณรงค์ฤทธิ์ บุตรมาตา และคณะ ในเรื่องกลยุทธ์การจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครือข่ายนาอินทรีย์บ้านป่าชิงอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ที่เหมาะสม คือ 1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO) คือ การเสริมสร้างศักยภาพผู้นำและเครือข่าย โดยประธานกลุ่มใช้ความเป็นผู้นำและเครือข่ายที่แข็งแกร่งสร้างโอกาสในการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ 2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (ST) คือ การมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่โดยกลุ่มใช้โครงการต่าง ๆ เพื่อดึงดูดคนรุ่นใหม่เข้าสู่การเกษตร 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WO) คือ เพิ่มการมีส่วนร่วมของชุมชนและการประชาสัมพันธ์โดยการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของกลุ่มผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ของชุมชน และ 4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT) คือ การกระตุ้นให้คนในชุมชนมารวมกลุ่มทำกิจกรรมโดยสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของการรวมกลุ่มผ่านการประชุมต่าง ๆ (ณรงค์ฤทธิ์ บุตรมาตา และคณะ,

2567) สรุปว่า การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมุ่งประเด็นสำคัญ คือ ชุมชนพึ่งตนเองได้ โดยนำหลักเศรษฐกิจพอเพียง มาบูรณาการ เพื่อแก้ปัญหาจนกระจุก รวยกระจาย เมื่อทุกคนมีศักดิ์ศรีเท่ากันการพัฒนาจากภาครัฐจึงต้องมีความเท่าเทียม วิสาหกิจชุมชนจึงมีบทบาทขับเคลื่อนและเป็นกลไกที่สำคัญในการพัฒนา

วิสาหกิจชุมชนเสริมเศรษฐกิจฐานราก

กรมการพัฒนาชุมชนมีแนวทางในการขับเคลื่อนภารกิจงานต่าง ๆ ที่สำคัญทั้งในระดับกระทรวงและระดับกรม โดยปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 กรมการพัฒนาชุมชน มุ่งสู่วิสัยทัศน์ “เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง ชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ด้วยหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ตามที่แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี ได้แก่ การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้สามารถบริหารจัดการและพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน การส่งเสริมและยกระดับเศรษฐกิจฐานรากให้มั่นคง การสร้างความร่วมมือและส่งเสริมบทบาทเครือข่ายการพัฒนาชุมชนทั้งในและต่างประเทศ และการพัฒนาองค์กรให้ทันสมัย มีสมรรถนะสูงและมีธรรมาภิบาล บุคลากรมีอุดมการณ์และเชี่ยวชาญในงานพัฒนาชุมชน ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา 6 แนวทาง ประกอบด้วย 1) สร้างและพัฒนากลไกขับเคลื่อนสมาชิกชุมชนหนุนเสริมเศรษฐกิจฐานราก 2) พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง และมีขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยกลไกประชารัฐและการรวมกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชน 3) สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน และส่งเสริมช่องทางการตลาด 4) ยกระดับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อเศรษฐกิจชุมชนอย่างครบวงจร 5) ปรับระบบบริหารจัดการทุนชุมชนให้มีธรรมาภิบาล เพื่อการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจของชุมชนให้พึ่งตนเอง และ 6) แก้ไขปัญหาความยากจนลดความเหลื่อมล้ำ ด้วยระบบปฏิบัติการเชิงรุกที่เข้าถึงประชาชนรายครัวเรือน โดยมุ่งหวังให้เศรษฐกิจฐานรากมีความมั่นคง คนในชุมชนมีงาน มีอาชีพ มีรายได้และมีคุณภาพชีวิตที่ดี (กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2566ข) วิสาหกิจชุมชน คือ หนึ่งในรูปแบบของการรวมตัวกันของคนในชุมชน ตั้งแต่ 7 คน ขึ้นไป โดยมีหลักในการดำเนินงาน คือ ชุมชนจะเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการโดยชุมชนเอง กระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการจะเน้นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ร่วมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล และจำหน่ายทั้งภายในและภายนอกชุมชน หัวใจหลักของการดำเนินการจะอยู่บนพื้นฐานของการพึ่งตนเองและความพอเพียงและสามารถขยายออกสู่ชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม สรสินธุ์ ฉายสินสอน ในประเด็นนี้ พบว่า เศรษฐกิจฐานรากมีความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจชุมชน จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ คณิศร์ คำนวณ และคณะ ในเรื่อง สถานภาพและแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองโรง อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งลักษณะการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ตำบลหนองโรงมี 3 รูปแบบ คือ 1) มีการรวมกลุ่มเดิมอยู่แล้วหรือเป็นการรวมกลุ่มจากการประกอบอาชีพภายในครอบครัว 2) การรวมกลุ่มจากนโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐ และ 3) การรวมกลุ่มจากผู้นำที่ต้องการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในชุมชน ส่วนปัญหาที่พบในการพัฒนาความเข้มแข็งในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย การขาดการวางแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนและบริหารจัดการกลุ่มที่เป็นระบบ การขาดทักษะในการผลิตและการพัฒนาการรับรองผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐาน การขาดทักษะการบริหารจัดการทางด้านการตลาด และการขาดการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย 4 แนวทาง คือ 1) สมาชิกควรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มร่วมกัน 2) การพัฒนาสินค้าให้มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น 3) การใช้แนวทางตลาดนำการผลิตในการดำเนินงานกลุ่ม และ 4) การพัฒนาระบบบัญชีและการเงินให้ถูกต้อง (สรสินธุ์ ฉายสินสอน, 2567) และ คณิศร์ คำนวณ และคณะ สรุปว่า วิสาหกิจชุมชนเสริมเศรษฐกิจฐานรากต้องอาศัยภาครัฐ คือ กรมพัฒนาชุมชน ซึ่งมีบทบาทและหน้าที่โดยตรงในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากหรือเศรษฐกิจชุมชนให้มีความมั่นคง แต่ต้องอาศัยความร่วมมือและเครือข่ายการพัฒนาชุมชนทั้งในและต่างประเทศรวมทั้งต้องมีความทันสมัย วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นองค์กรที่เกิดโดยชุมชน จะมีบทบาทที่สำคัญใน



การแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจมีภาครัฐสนับสนุน ด้วยระบบบริหารจัดการทั้งการเงินและการตลาด (คณิ่งรัตน์ คำมณี และคณะ, 2567)

พัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

ตัวอย่างของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เครื่องแกงปักษ์ใต้บ้านโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา เป็นเครื่องแกงสูตรมะขามอ่อนและเครื่องแกงเผ็ดสูตรเห็ดหลินจือ โดยจากการสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภาพรวมของเครื่องแกงเผ็ดสูตรเห็ดหลินจืออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.53 และพึงพอใจภาพรวมของเครื่องแกงสูตรมะขามอ่อนอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.37 ซึ่งเครื่องแกงปักษ์ใต้บ้านโคกม่วง ได้นำเอาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มาใช้สนับสนุนกระบวนการสร้างคุณค่าของลูกค้า โดยใช้ผลิตภัณฑ์ในการสร้างคุณค่าทั้งประสบการณ์และทั้งการบริโภคอรรถประโยชน์หลักของสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่จะพัฒนาได้จะต้องสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภค ทั้งนี้ยังต้องมียุทธศาสตร์ประกอบอื่น ๆ ที่สำคัญ เช่น ศักยภาพทางการบัญชีและการตลาดสมัยใหม่เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การบริหารจัดการกลุ่มและสมาชิก คุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการ การบริหารจัดการทางบัญชีและการตลาด การสร้างความสามารถในการแข่งขันด้วยการตลาดสมัยใหม่ และความสัมพันธ์ของศักยภาพทางการบัญชีและการตลาดสมัยใหม่กับความสามารถในการแข่งขันเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนที่มีประสิทธิภาพ (พัทมน บุนยาศรัย และคณะ, 2567) และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านตำบลเขาศรีส อำเภอรามกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร ของเพ็ญศรี ยวงแก้ว และคณะ พบว่า บรรจุภัณฑ์เดิมเป็นรูปแบบถุงพลาสติกอ่อนที่แตกง่าย หกเลอะเทอะง่าย ขนาดใหญ่ไม่มีจุดเด่นเป็นของตนเอง และความต้องการของกลุ่ม คือ ต้องการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงมากกว่าเดิมเก็บรักษาได้ดียิ่งขึ้นมีฝาปิดมิดชิดและแสดงตราสัญลักษณ์ที่เป็นรูปแบบของกลุ่ม ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มแม่บ้านเขาศรีสได้ทำการเปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่เป็นกระปุกพลาสติกแข็งใสขนาดเหมาะสมกับการบริโภคมีตราสัญลักษณ์เป็นรูปกระต่าย และพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$) โดยด้านที่มากที่สุด ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมในการนำไปเป็นของฝากสินค้าเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการทำเป็นอาชีพเสริมรายได้ บรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้อีก และสินค้านี้มีคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย เช่น การนำบรรจุภัณฑ์มาใช้ซ้ำตามลำดับ (เพ็ญศรี ยวงแก้ว และคณะ, 2566)

การพัฒนาแบบการสื่อสารการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนจะทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้เป็นที่รับรู้ของผู้บริโภคมากขึ้น ในปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัย ยังคงใช้การประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม คือแบบปากต่อปาก การติดป้ายโฆษณาในแหล่งชุมชน รวมถึงการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการออกบูธเพื่อจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ ทั้งนี้ชุมชนมีความต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย โดยการสื่อสารผ่านการตลาดเชิงกิจกรรมเป็นหลักและใช้เครื่องมือทางการตลาดอื่น ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์เข้ามาบูรณาการเพื่อสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัยให้มีความโดดเด่นจากผลิตภัณฑ์ชุมชนทั่วไป (วรวิรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์, 2567) ในประเด็นที่คล้ายคลึงกันและมีส่วนส่งเสริมการตลาดได้ดี คือการพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ในการตลาดยุคดิจิทัลคงปฏิเสธไม่ได้ว่าแพลตฟอร์มการตลาดมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจ การพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการเข้าถึงตลาดของสินค้าชุมชน ซึ่งมักประสบปัญหาในการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ให้กว้างขวางพอและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ แพลตฟอร์มดังกล่าวจะประกอบด้วยฟังก์ชันต่าง ๆ ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการชุมชนสามารถจัดการสินค้าดำเนินการด้านการตลาดและทำธุรกรรมออนไลน์ได้ง่ายขึ้น



นอกจากนี้ยังมีเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินผลการดำเนินงาน และปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดได้ตามสถานการณ์สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตวิถีใหม่ของผู้บริโภค ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงกันของห่วงโซ่คุณค่า ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สังคม ได้ทันต่อเวลาและความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการตลาด การพัฒนาแพลตฟอร์มนี้เริ่มต้นจากการศึกษาความต้องการและปัญหาของผู้ประกอบการชุมชน เพื่อนำมาวางแผนและออกแบบฟังก์ชันการทำงานที่ตอบสนองต่อความต้องการ รวมถึงการอบรมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีความรู้และทักษะในการใช้งานแพลตฟอร์ม นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมต่อกับโซเชียลมีเดียและเครื่องมือค้นหาเพื่อเพิ่มโอกาส ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของชุมชนให้กว้างขวางยิ่งขึ้นส่งผลให้ตลาดเติบโตอย่างต่อเนื่อง ภายใต้พฤติกรรมผู้บริโภควิถีใหม่ที่ผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิต นอกจากนั้นผลที่คาดหวังจากการพัฒนาแพลตฟอร์มนี้ คือ การเพิ่มยอดขายและรายได้ของผู้ประกอบการชุมชนสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่นและการเพิ่มการรับรู้และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว (สมารณ์ นวลสุทธิ และคณะ, 2567) สรุปว่า ในจังหวัดสงขลาผลิตภัณฑ์เครื่องแกงปักษ์ใต้บ้านโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง เป็นสินค้าของชุมชนที่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคในระดับหนึ่ง เป็นการนำวัตถุดิบในชุมชนมาสร้างมูลค่าเพิ่ม แต่การพัฒนาด้านการตลาดมีความสำคัญที่จะขับเคลื่อนสินค้าออกสู่ภายนอก ซึ่งปัจจุบันโครงสร้างทางสังคมมีการเปลี่ยนแปลงจึงต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ เช่น การสร้างแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ ซึ่งผลที่คาดหวัง คือ การเพิ่มยอดขายและรายได้ของผู้ประกอบการชุมชน

สรุป

การศึกษาการสร้างวิสาหกิจชุมชนเสริมเศรษฐกิจฐานราก ประเทศไทยมีปัญหาโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่สร้างความแตกต่างทางสังคม คนรวยกระจุกคนจนกระจาย ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในชุมชนชนบทโดยเฉพาะด้านคุณภาพชีวิต ภาครัฐจึงได้กำหนดนโยบายเพื่อความเสมอภาคทางสังคมประเทศ กรมพัฒนาชุมชนจึงมีหน้าที่โดยตรงในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากหรือเศรษฐกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนของไทยจึงเป็นจุดหมายที่สำคัญในการพัฒนาเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานราก กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนในระดับรากหญ้าและเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ การขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนทั้งภายในและภายนอกชุมชน ในประเด็นแรกจะมุ่งไปที่การปรับโครงสร้างกลไกเศรษฐกิจชุมชนฐานรากและเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง มีความเข้าใจสามารถพึ่งพาตนเองช่วยเหลือเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน มีคุณธรรมมีการไหลเวียนของระบบเศรษฐกิจระหว่างกัน และเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ในพื้นที่ เกิดการสร้างอาชีพครัวเรือน ชุมชนและการกระจายรายได้ สามารถลดปัญหาความเหลื่อมล้ำและความไม่เสมอภาคของคนที่อยู่อาศัยในระดับชุมชน ในประเด็นที่สองจะส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มั่นคง แนวทางการพัฒนา ได้แก่ การสร้างและพัฒนากลไกขับเคลื่อนสัมมาชีพชุมชน หนุนเสริมเศรษฐกิจฐานราก พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งและมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยกลไกประชารัฐ และรวมกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชน สร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ในชุมชนและส่งเสริมช่องทางการตลาด นอกจากนี้ความร่วมมือและเครือข่ายจึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ภาครัฐต้องมีนโยบายและแผนการจัดการ ภาคเอกชนเข้าร่วมวิจัยและสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น และชุมชนต้องเรียนรู้และพัฒนาเพื่อก้าวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของโลก โดยชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นและการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง วิสาหกิจชุมชนเสริมเศรษฐกิจฐานรากจะสร้างความสมดุลพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในทุกด้านทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีได้อย่างมั่นคง

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2566ก). สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเสริมทัพข้าราชการใหม่ 176 ราย รุ่น 123 เน้นย้ำให้เป็นพัฒนากรที่ดี ช่วยกันขับเคลื่อนภารกิจของกรมการพัฒนาชุมชน ให้บรรลุวิสัยทัศน์ เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง ชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ด้วยหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. เรียกใช้เมื่อ 2 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.cdd.go.th>
- กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2566ข). การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและลด ความเหลื่อมล้ำของชุมชนอย่างยั่งยืน. เรียกใช้เมื่อ 2 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.thailandplus.tv>
- คณิศร คุ้มคำ และคณะ. (2567). สถานภาพและแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนา เศรษฐกิจฐานราก: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองโรง อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารวิทยาศาสตร์เกษตรและการจัดการ, 7(2), 5-15.
- ชล บุนนาค และภุชยนิศา กมลนรเทพ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (SufficiencyEconomy Philosophy: SEP) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable DevelopmentGoals: SDGs). เรียกใช้เมื่อ 15 กันยายน 2567 จาก <https://www.sdgmovement.com/2019/09/27/sep-and->
- ณรงค์ฤทธิ์ บุตรมาตา และคณะ. (2567). ในเรื่องกลยุทธ์การจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครือข่ายนาอินทรีย์บ้านป่า ชิงอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 8(6), 146-154.
- พัทธมน บุญยาศรัย และคณะ. (2567). การเพิ่มศักยภาพทางการบัญชีและการตลาดสมัยใหม่เพื่อขับเคลื่อน เศรษฐกิจชุมชนที่มีประสิทธิภาพสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในวิสาหกิจชุมชน จังหวัดเชียงราย. วารสาร สหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 7(3), 1543-1559.
- เพ็ญศรี ยวงแก้ว และคณะ. (2566). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านตำบล เขาชีริศ อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร. วารสารพิบูล, 2(1), 89-108.
- ภูซังค์ เสนานุช และคณะ. (2566). การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการ พัฒนาอย่างยั่งยืน. เรียกใช้เมื่อ 15 กันยายน 2567 จาก <https://www.sdgmovement.com>
- วรรัตน์ สัมพันธ์พงศ์. (2567). การพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัย ตำบลคลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. วารสาร วิทยาการจัดการปริทัศน์, 26(1), 112-124.
- สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). (2558). คู่มือสนับสนุนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและทุนชุมชน. กรุงเทพมหานคร: สำนักสนับสนุนขบวนองค์กรชุมชน สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน).
- สมาภรณ์ นวลสุทธิ และคณะ. (2567). การพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน. Journal of Roi Kaensarn Academi, 9(7), 1417-1432.
- สรสินธุ์ ฉายสินสอน. (2567). การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs). วารสารสมาคมนักวิจัย, 29(1), 98-116.