



## รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วง บ้านคำแก้ม ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

### The Economic Development Model of Community Enterprise Group That Raised Turkey in Khamkoem Village, At-samaat Sub-district, Mueang District, Nakhon Phanom Province

กรรณิกา สิงห์ศรี<sup>1</sup> และ เนียน คำมูลตรี<sup>2</sup>  
Kannika Singsri<sup>1</sup> and Nian Khammooltri<sup>2</sup>

#### Article History

Received : January 10, 2019

Revised : February 21, 2019

Accepted : February 27, 2019

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการการผลิตการตลาด 2) ศักยภาพของธุรกิจชุมชน และ 3) สร้างรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการเลี้ยงไก่วง บ้านคำแก้ม ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม กลุ่มเป้าหมายมี 2 กลุ่ม คือ คณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วง จำนวน 28 คน และกลุ่มผู้นำชุมชน จำนวน 20 คน ซึ่งทั้งสองกลุ่มใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง และเป็นบุคคลสำคัญในการให้ข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน และนำไปทดลองกับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มผู้เลี้ยงไก่วงมีความรู้ด้านการจัดการผลิตที่ดี ( $\mu = 4.01$ ) แต่ขาดความรู้ด้านการจัดการการตลาดที่ดี โดยเฉพาะช่องทางการจำหน่าย ( $\mu = 3.26$ ) 2) กลุ่มผู้เลี้ยงไก่วงมีศักยภาพด้านการผลิตในชุมชน ( $\mu=3.34$ ) มีศักยภาพด้านการขายผลผลิต ( $\mu=3.27$ ) ศักยภาพที่ก่อให้เกิดค่าจ้าง ค่าเช่า และกำไรของชุมชน ( $\mu=3.27$ ) และศักยภาพด้านการซื้อและการบริโภคของชุมชน ( $\mu=3.10$ ) ในระดับปานกลาง และ 3) รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้ (1) กลุ่มควรได้รับการอบรมเพื่อพัฒนาการจัดการระบบการบริหารจัดการด้านการเงิน (2) กลุ่มควรได้รับการอบรมการบริหารจัดการด้านการตลาดและมีพี่เลี้ยงที่เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดมาให้คำแนะนำเกี่ยวกับวางแผนการตลาดให้กับกลุ่ม (3) ผู้นำกลุ่มควรจัดเสวนาประชาคมประชาชนทั้งหมดในหมู่บ้านคำแก้มเพื่อให้ทราบความต้องการของชุมชนและส่งเสริมสนับสนุนความต้องการนั้น (4) กลุ่มควรระดมทุนจากประชาชนในหมู่บ้านคำแก้มหรือการกู้ยืมจากสถาบันการเงินที่คิดดอกเบี้ยในอัตราต่ำ (5) ภาครัฐควรมีหน้าที่เกี่ยวข้องควรจัดสรรงบประมาณเพื่อจัดงานเทศกาลกินไก่วงประจำปีอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งในจังหวัดนครพนม (6) ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารคำแก้ม ลาบไก่วง และผลิตภัณฑ์แปรรูปของกลุ่มให้ผู้บริโภคทั้งในจังหวัดและนักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงการเป็นหนึ่งในของดีเมืองนครพนม (7) กลุ่มต้องการสร้างแฟรนไชส์ ร้านอาหารคำแก้ม ลาบไก่วง

**คำสำคัญ :** การเลี้ยงไก่วง ; การจัดการผลิตและการตลาด ; กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ; การพัฒนาเศรษฐกิจ

<sup>1</sup> อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม, Lecturer, Faculty of Management and Information Technology, Nakhon Phanom University

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม, Assistant Professor, Faculty of Management and Information Technology, Nakhon Phanom University



## ABSTRACT

The purpose of this research were to 1) to investigate the production management and market, 2) to examine the potential of community business, and 3) to create an economic development model of community enterprise group that raised turkey in Khamkoem village, Atsamaat sub-district, Mueang district, Nakhon Phanom province, and the target group consisted of 28 turkey raising community enterprise group's committee members and 20 community leader group's members. Numbers of both groups were selected by purposive sample; and they were important people in providing information. The instrument in collecting data was a questionnaire. It was examined by 3 experts and taken to experiment with a non-sample group of 30 people and it led to a reliability coefficient of 0.95. Statistics used in data analysis were frequency, mean, percentage and standard deviation.

Findings of the research were the following. 1) The turkey raising group had good knowledge about production management ( $\mu = 4.01$ ), but lacked knowledge about good marketing management, especially about distribution channels ( $\mu = 3.26$ ). 2) The turkey raising group had production potential in the community ( $\mu=3.34$ ), potential in selling products ( $\mu=3.27$ ), potential to cause wages, rents and profits of the community ( $\mu=3.27$ ), and potential of purchasing and consumption of the community ( $\mu=3.10$ ). All of the above aspects of the potential were at moderate level. 3) The economic development model of community enterprise group was as follows: (1) the group should be trained to develop a financial management system; (2) the group should be trained in marketing management and have a mentor who specializes in marketing to provide advice on marketing planning for the group; (3) the group leaders should hold a meeting for discussion among all the people in Khamkoem village in order to know the needs of the community and meet those needs; (4) the group should raise funds from people in Khamkoem village or borrow from a financial institution that carries interest at a low rate; (5) the government sector with the relevant duties should allocate budget for the annual turkey eating festival at least once a year in Nakhon Phanom province; (6) there should be more public relations about Khamkoem restaurant, spicy minced turkey, and other processed products of the group to be recognized by consumers in the province and tourists as one of the good things in Nakhon Phanom; (7) the group wanted to create a franchise of spicy minced turkey and of Khamkoem restaurant.

**Keywords :** Turkey Raising ; Production and Marketing Management ; Community Enterprise Group ; Economic Development

## บทนำ

บ้านคำแก้ม ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม เป็นหมู่บ้านที่มีหลายกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีหน่วยงานจากทั้งภาครัฐและเอกชนมีส่วนร่วมในการจัดตั้งและดำเนินงาน ซึ่งการส่งเสริมให้จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจเป็นนโยบายของรัฐบาลและความต้องการของสมาชิกในชุมชนเพื่อแก้ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจชุมชน มีการแปรรูปผลผลิตโดยประยุกต์ใช้รูปแบบวิถีชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาสู่ผลิตภัณฑ์ ทำให้โดดเด่นมีอัตลักษณ์เฉพาะ (Sasong & Wingwon, 2016) ไก่วงเป็นสัตว์เศรษฐกิจ

ที่ได้รับการส่งเสริมและกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ตัวอย่างในการพัฒนาจังหวัดนครพนม มีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วง ดังนี้ 1) วิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงบ้านคำแก้ม อำเภอเมืองนครพนม 2) กลุ่มเกษตรกรเครือข่ายศูนย์ภูมิพลัง อำเภอเมืองนครพนม 3) วิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงหนองขี้เหล็ก อำเภอเรณูนคร 4) วิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงภู่งาม อำเภอบ้านแพง 5) วิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงดอนเตย อำเภอนาทม 6) วิสาหกิจชุมชนปศุสัตว์บ้านนาถ่อน อำเภอธาตุพนม 7) วิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงกลุ่มเกษตรกรเลี้ยงสัตว์อินทรีย์บ้านยอดโพธิ์ อำเภอเรณูนคร และ 8) เครือข่ายผู้เลี้ยงไก่วงบ้านดอนกลาง อำเภอปลาปาก



ตามลำดับ กลุ่มดังกล่าวประสบปัญหา เช่น การผลิตที่ขาดการวางแผนและการตรวจสอบคุณภาพ ขาดแหล่งจำหน่าย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีการพัฒนาเพิ่มเติม มีปัญหาภายในกลุ่มผู้เลี้ยงและขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี เป็นต้น จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้ามาศึกษา และหารูปแบบและแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจผู้เลี้ยงไก่วงในจังหวัดนครพนม ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษารูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงบ้านคำแก้ม เนื่องจากเป็นชุมชนต้นแบบการเลี้ยงไก่วงแบบครบวงจร และเป็นตลาดรับซื้อไก่วงที่เป็นรูปแบบในจังหวัดนครพนม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงในจังหวัดนครพนม และเพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนไปสู่ชุมชนเข้มแข็งซึ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

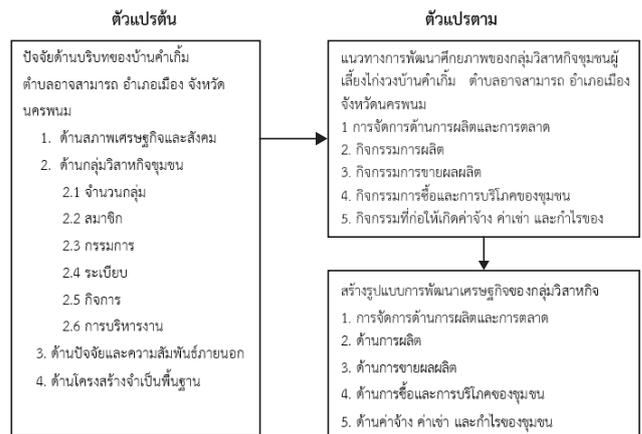
1. เพื่อศึกษาการจัดการการผลิตและการตลาด ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงบ้านคำแก้ม ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของธุรกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงบ้านคำแก้ม ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม
3. เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของธุรกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านการเลี้ยงไก่วง บ้านคำแก้ม ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

### กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาการจัดการการผลิตและการตลาด ศักยภาพของธุรกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงบ้านคำแก้ม โดยได้ดำเนินการสร้างแนวทางการพัฒนา ศักยภาพของธุรกิจชุมชนให้มีเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ตามแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ (Nathongkham, 2013) และวิสาหกิจชุมชนกับเศรษฐกิจพึ่งตนเอง: กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านบึงตะเซ่ พบปัญหาเรื่องการขาดความรู้กฎหมายขาดผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเรื่องการบริหารงาน ปัญหาด้านการตลาดการขาดงบประมาณ (Thongsphaew, 2013) ซึ่งเป็นปัญหาที่คล้ายกันกับวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วง บ้านคำแก้ม

การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน โดยพัฒนาตามแนวทางของต้นแบบ กลยุทธ์การตลาดเพื่อการค้าระดับประเทศ ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เป็นต้น (Inthasang & Atnawung, 2013) และกลยุทธ์การผลิต

และการตลาดสำหรับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนมะม่วงบ้านแฮด ซึ่งได้รับเสนอกลยุทธ์ด้านการตลาดให้มีการจัดงาน “วันมะม่วงบ้านแฮด” (Wongwan, 2013) ซึ่งเป็นแนวทางที่วิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงบ้านคำแก้มต้องการ ผู้วิจัยได้วางกรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงบ้านคำแก้ม ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 48 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ประเภทคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ประธานกรรมการ รองประธาน เลขานุการ เภรฎก และสมาชิกกลุ่ม รวม 28 คน ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล
2. ประเภทผู้นำชุมชน ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล คณะกรรมการหมู่บ้าน รวมทั้ง ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งสิ้นจำนวน 20 คน ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญในการให้ข้อมูล โดยจัดเวทีประชาคมและประชุมแบบกลุ่มย่อย เพื่อหาข้อสรุปการพัฒนา รูปแบบและเศรษฐกิจชุมชนบ้านคำแก้ม

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยการสร้างและการทดสอบเครื่องมือมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การสร้างแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ



ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นด้านการจัดการด้านการผลิตและการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วง บ้านคำเก็ม แบ่งเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ สถานภาพในกลุ่ม รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และประสบการณ์ในการอบรม ในรอบปีที่ผ่านมา แบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการจำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการจัดการด้านการผลิต ได้แก่ ด้านวางแผน ดำเนินการ ตรวจสอบ และด้านพัฒนาปรับปรุง การผลิต จำนวน 40 ข้อ

ตอนที่ 3 เกี่ยวกับการจัดการด้านการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ กำหนดราคา สถานที่หรือช่องทางจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด จำนวน 40 ข้อ

ตอนที่ 4 เกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงาน ประกอบด้วย ปัญหาด้านการผลิตสินค้า ตลาดสินค้า บริหารงาน การดำเนินงาน ของกลุ่ม และข้อเสนอแนะในการดำเนินงานของกลุ่ม เป็นคำถาม แบบปลายเปิด

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายประเภทผู้นำชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงบ้านคำเก็ม มีรายละเอียดดังนี้

แบบสัมภาษณ์ส่วนที่ 1 ประกอบด้วยความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพกลุ่ม รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่เหมาะสม และแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ที่มีประโยชน์ต่อประชาชนในระดับรากหญ้า เป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 5 ข้อ

แบบสัมภาษณ์ส่วนที่ 2 ประกอบด้วย ศักยภาพ กิจกรรมทางการผลิตของชุมชน กิจกรรมทางการขาย กิจกรรมทางการซื้อและการบริโภคของชุมชน และกิจกรรมที่ก่อให้เกิด ค่าจ้าง ค่าเช่า และกำไรของชุมชน เป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 8 ข้อ

แบบสัมภาษณ์ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความคิดเห็นด้านรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคำเก็ม โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา อาชีพหลัก และระยะเวลาบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (ปี) แบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคำเก็ม ประกอบด้วย ศักยภาพกิจกรรมการผลิต กิจกรรมการขายผลผลิต กิจกรรมการซื้อและการบริโภคของชุมชน และกิจกรรมที่ก่อให้เกิดค่าจ้าง ค่าเช่า และกำไรของชุมชน จำนวน 45 ข้อ

ตอนที่ 3 เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการพัฒนา ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคำเก็ม เป็นคำถามปลายเปิด

2. การนำเสนอผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความเหมาะสมของแบบสอบถาม และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จำนวน 3 คน ประกอบด้วย

3. ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปทดลองกับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

4. หาค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามโดยทดสอบความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบัค ได้ค่าความเชื่อมั่นด้านการจัดการการผลิตและการตลาด เท่ากับ 0.95 และ ด้านศักยภาพของธุรกิจ เท่ากับ 0.92

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย จัดเวทีประชาคมและประชุมแบบกลุ่มย่อยระหว่างวันที่ 25 พฤษภาคม ถึง 25 ธันวาคม 2560 เพื่อหาข้อบกพร่องและเสนอแนวคิดในการพัฒนา ซึ่งจะนำไปวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis เพื่อหารูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

กระบวนการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในตอนที่ 2 และที่ 3 ซึ่งเป็นมาตราส่วนประมาณค่ากำหนดเกณฑ์การประเมินเป็น 5 ระดับ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ( $\mu$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $\sigma$ )

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย กำหนดช่วงคะแนน (Siljaru, 2555) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนน

| คะแนนเฉลี่ย | ความหมาย   |
|-------------|------------|
| 4.50 – 5.00 | มากที่สุด  |
| 3.50 – 4.49 | มาก        |
| 2.50 – 3.49 | ปานกลาง    |
| 1.50 – 2.49 | น้อย       |
| 1.00 – 1.49 | น้อยที่สุด |



## สรุปผลการวิจัย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วง สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงบ้านคำเก็ม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกกลุ่ม

| ข้อมูลทั่วไป                       | จำนวน (คน) | ร้อยละ (%) |
|------------------------------------|------------|------------|
| <b>เพศ</b>                         |            |            |
| ชาย                                | 12         | 42.86      |
| หญิง                               | 16         | 57.14      |
| <b>อายุ</b>                        |            |            |
| 41-50 ปี                           | 18         | 64.29      |
| 51-60 ปี                           | 10         | 35.71      |
| <b>ระดับการศึกษา</b>               |            |            |
| ประถมศึกษา                         | 15         | 53.57      |
| มัธยมศึกษาตอนต้น                   | 9          | 32.14      |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย                  | 3          | 10.72      |
| ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) | 1          | 3.57       |
| <b>สถานภาพการสมรส</b>              |            |            |
| โสด                                | 3          | 10.71      |
| สมรส                               | 19         | 67.86      |
| หม้าย                              | 5          | 17.86      |
| หย่าร้างหรือแยกกันอยู่             | 1          | 3.57       |
| <b>สถานภาพในกลุ่ม</b>              |            |            |
| คณะกรรมการกลุ่ม                    | 9          | 32.14      |
| สมาชิกกลุ่ม                        | 19         | 67.86      |
| <b>รายได้ของครอบครัวต่อเดือน</b>   |            |            |
| ต่ำกว่า 5,000 บาท                  | 1          | 3.57       |
| 5,000-10,000 บาท                   | 26         | 92.86      |
| มากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป           | 1          | 3.57       |
| <b>ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก</b>     |            |            |
| ต่ำกว่า 5 ปี                       | 2          | 7.14       |
| 5-10 ปี                            | 25         | 89.29      |
| มากกว่า 10 ปีขึ้นไป                | 1          | 3.57       |
| <b>ประสบการณ์ในการอบรม</b>         |            |            |
| ต่ำกว่า 3 ครั้ง/ปี                 | 2          | 7.14       |
| 3-5 ครั้ง/ปี                       | 14         | 50.00      |
| มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป              | 12         | 42.86      |

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการผลิตและการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วง สรุปได้ดังนี้

2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการผลิต พบว่าผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\mu = 4.01$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ในทุกเรื่องเรียงตามลำดับ

คือ ด้านการตรวจสอบการผลิต ( $\mu = 4.04$ ) ด้านการดำเนินการผลิต ( $\mu = 4.01$ ) ด้านการวางแผนในการผลิต ( $\mu = 4.00$ ) และด้านการพัฒนาปรับปรุง ( $\mu = 3.99$ ) ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นด้านการจัดการการผลิต

| การจัดการการผลิต     | $\mu$       | $\sigma$   | ความหมาย   |
|----------------------|-------------|------------|------------|
| 1. การวางแผนการผลิต  | 4.00        | .20        | มาก        |
| 2. การดำเนินการผลิต  | 4.01        | .29        | มาก        |
| 3. การตรวจสอบการผลิต | 4.04        | .36        | มาก        |
| 4. การพัฒนาปรับปรุง  | 3.99        | .34        | มาก        |
| <b>รวม</b>           | <b>4.01</b> | <b>.24</b> | <b>มาก</b> |

2.2 ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการการตลาด พบว่าผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\mu = 3.77$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก คือ ราคา ( $\mu = 3.99$ ) ผลิตภัณฑ์ ( $\mu = 3.98$ ) และส่งเสริมการตลาด ( $\mu = 3.81$ ) ส่วนด้านสถานที่หรือช่องทางการจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง ( $\mu = 3.26$ ) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นด้านการจัดการการตลาด

| การจัดการการผลิต                   | $\mu$       | $\sigma$   | ความหมาย   |
|------------------------------------|-------------|------------|------------|
| 1. ผลิตภัณฑ์                       | 3.98        | .29        | มาก        |
| 2. ราคา                            | 3.99        | .43        | มาก        |
| 3. สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย | 3.26        | .47        | ปานกลาง    |
| 4. การส่งเสริมการตลาด              | 3.81        | .33        | มาก        |
| <b>รวม</b>                         | <b>3.77</b> | <b>.28</b> | <b>มาก</b> |

2.3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดการการผลิตและการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สรุปได้ดังนี้

2.3.1 ปัญหาด้านการจัดการการผลิต พบว่าไก่วงขุนโตไม่ทันกับความต้องการของลูกค้า

2.3.2 ปัญหาด้านการตลาด พบว่า สมาชิกกลุ่มมีปัญหาด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปของกลุ่ม

2.4 ข้อเสนอแนะจากผู้ให้ข้อมูล มีดังนี้

2.4.1 สมาชิกกลุ่มต้องการเพิ่มพูนความรู้ด้านการบริหารจัดการการตลาด



2.4.2 สมาชิกกลุ่มต้องการพี่เลี้ยงที่เชี่ยวชาญทางการตลาดมาให้คำแนะนำวางแผนการตลาดให้กับกลุ่ม

2.4.3 กลุ่มต้องการให้ภาครัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องจัดสรรงบประมาณเพื่อจัดงานเทศกาลกินไก่อ่งประจำปีอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

2.4.4 กลุ่มต้องการให้มีป้ายโฆษณาตามแยกไฟจราจรทางเข้าจังหวัด ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุและเคเบิลทีวีจังหวัดนครพนม เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารคำแก้มลาบไก่อ่ง และผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ให้ผู้บริโภคในจังหวัดและนักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงของดีเมืองนครพนม

2.4.5 กลุ่มต้องการสร้างแฟรนไชส์ร้านอาหารคำแก้ม ลาบไก่อ่ง เป็นของตนเอง

3. ความคิดเห็นด้านศักยภาพของธุรกิจกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่อ่ง ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\mu=3.25$ ) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านอยู่ในระดับปานกลางในทุกเรื่องเรียงตามลำดับดังนี้ ศักยภาพด้านกิจกรรมการผลิตในชุมชน ( $\mu=3.34$ ) ศักยภาพด้านกิจกรรมทางการขายผลผลิต ( $\mu=3.27$ ) ศักยภาพด้านกิจกรรมที่ก่อให้เกิดค่าจ้าง ค่าเช่า และกำไรของชุมชน ( $\mu=3.27$ ) และศักยภาพด้านกิจกรรมการซื้อและการบริโภคของชุมชน ( $\mu=3.10$ ) ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นด้านศักยภาพของธุรกิจ

| การพัฒนาศักยภาพ                           | $\mu$ | $\sigma$ | ความหมาย |
|---|-------|----------|----------|
| 1. ศักยภาพการผลิตในชุมชน                  | 3.34  | .65      | ปานกลาง  |
| 2. ศักยภาพการขายผลผลิต                    | 3.27  | .64      | ปานกลาง  |
| 3. ศักยภาพการซื้อและการบริโภคของชุมชน     | 3.10  | .80      | ปานกลาง  |
| 4. ศักยภาพค่าจ้าง ค่าเช่า และกำไรของชุมชน | 3.27  | .66      | ปานกลาง  |
| รวม                                       | 3.25  | .62      | ปานกลาง  |

4. ปัญหาและข้อเสนอแนะของรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคำแก้ม สรุปได้ดังนี้

ปัญหาในการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคำแก้ม ดังนี้

- 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่อ่ง ไม่ได้จ่ายปันผลให้สมาชิก จึงทำให้มีสมาชิกเข้าร่วมกลุ่มจำนวนน้อยเพียง 28 คน
- 2) มีเงินทุนหมุนเวียนน้อย
- 3) ขาดการวางแผนทางการเงินที่ดี

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคำแก้ม ดังนี้

1) ควรมีระบบการบริหารจัดการ ด้านการวางแผนการเงินที่ดี

2) ควรบริหารจัดการด้านการตลาดให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

3) ผู้นำกลุ่มควรจัดเสวนาประชาคมประชาชนทั้งหมดในหมู่บ้านคำแก้ม เพื่อทราบความต้องการของชุมชน

4) ควรระดมทุนจากประชาชนในหมู่บ้านหรือกู้ยืมจากสถาบันการเงินที่คิดดอกเบี้ยต่ำ

รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยการวิเคราะห์ SWOT Analysis จากเวทีประชาคมและประชุมแบบกลุ่มย่อย ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ SWOT Analysis จากเวทีประชาคมและประชุมแบบกลุ่มย่อย

| จุดแข็ง  | จุดอ่อน  |
|--|--|
| 1. กลุ่มได้จัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่อ่ง บ้านคำแก้ม และจดทะเบียนกลุ่ม  | 1. สมาชิกกลุ่มมีจำนวน น้อย   |
| 2. สมาชิกกลุ่มมีความรู้และประสบการณ์ในการเลี้ยงไก่อ่ง เช่น ผลิตอาหารเลี้ยงไก่อ่งเอง ทำให้ต้นทุนการเลี้ยงต่ำ  | 2. สมาชิกกลุ่มไม่มีความรู้ด้านการตลาด  |
| 3. สถานที่ตั้งกลุ่มอยู่ในเขตเทศบาลเมืองนครพนม มีพื้นที่กว้างขวาง และเดินทางสะดวกสบาย   | 3. กลุ่มไม่มีการวางแผนทางการเงินที่ดี  |
| 4. ร้านอาหารคำแก้ม ลาบไก่อ่ง อาหารมีรสชาติดีมาก และมีราคาถูก   | 4. กลุ่มไม่มีเงินจ่าย ปันผล  |
| 5. กลุ่มสามารถแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย เช่น เบคอนไก่อ่งรมควัน ไส้กรอกไก่อ่ง ไส้ฉั้ว และผลิตภัณฑ์แยกชิ้นส่วน มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีตราสินค้ารับรองมาตรฐานจาก อย. และ GMP                | 1. คนไทยส่วนใหญ่เชื่อว่า ไก่อ่ง เป็นสัตว์ปีกขนาดใหญ่ มีลักษณะน่าเกลียดจึงไม่เป็นที่นิยมรับประทาน |
| 6. กลุ่มมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในระดับจังหวัด ระดับภาค ให้ความร่วมมือในเรื่องการผลิต การตลาด และการวิจัย  | 6. ตลาดผู้บริโภคจำกัดเฉพาะกลุ่ม  |
| 7. กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนในระดับจังหวัด เช่น มหาวิทยาลัยนครพนม ipsis จังหวัดนครพนม ศูนย์ภูมิพลังเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการผลิตไก่อ่งโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เป็นต้น |  |
| 8. กลุ่มมีคู่แข่งด้านการตลาดน้อย (ร้านอาหาร)   |  |
| 9. กลุ่มผู้บริโภคประเทศลาว และเวียดนามนิยมรับประทานไก่อ่ง  |  |

แนวทางการพัฒนาสามารถสรุปได้ 7 ข้อ ดังนี้

1. กลุ่มควรได้รับการอบรมเพื่อพัฒนาการจัดการระบบการบริหารจัดการด้านการเงิน

2. กลุ่มควรได้รับการอบรมการบริหารจัดการด้านการตลาด และมีพี่เลี้ยงที่เชี่ยวชาญทางด้านตลาดมาให้คำแนะนำวางแผนการตลาดให้กับกลุ่ม



3. ผู้นำกลุ่มควรจัดเสวนาประชาคมประชาชนทั้งหมดในหมู่บ้านคำแก้ม เพื่อให้ทราบความต้องการของชุมชนและส่งเสริมสนับสนุนความต้องการนั้น

4. กลุ่มควรระดมทุนจากประชาชนในหมู่บ้าน หรือการกู้ยืมจากสถาบันการเงินที่คิดดอกเบี้ยในอัตราต่ำ

5. ภาครัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง เช่น พาณิชยจังหวัด ปศุสัตว์จังหวัด และมหาวิทยาลัยนครพนม เป็นต้น ควรจัดงานเทศกาลกินไก่วงอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในจังหวัดนครพนม

6. ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ โดยให้มีป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ มีสื่อประชาสัมพันธ์ทางวิทยุและเคเบิลทีวี เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารคำแก้ม ลาบไก่วง และผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ให้ผู้บริโภคทั้งในจังหวัดและนักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงการเป็นหนึ่งในของดีเมืองนครพนม

7. กลุ่มต้องการสร้างแฟรนไชส์ร้านอาหารคำแก้ม ลาบไก่วง เป็นของตนเอง

### อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านการจัดการการผลิตของผู้เลี้ยงไก่วงบ้านคำแก้ม ผู้เลี้ยงไก่วงได้รับการสนับสนุนแหล่งทุนจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษากลยุทธ์การผลิตและการตลาดมะม่วงสำหรับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนมะม่วง (Wongwan, 2013) พบว่า ได้รับจัดสรรแหล่งทุนเช่นเดียวกันจึงส่งผลดีต่อการบริหารจัดการการผลิต

ด้านการจัดการการตลาด มีจุดด้อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจำหน่าย ทั้งที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงบ้านคำแก้มเป็นศูนย์กลางการตลาดในการรับซื้อไก่วงจาก 6 วิสาหกิจและชมรมผู้เลี้ยงไก่วงในจังหวัดนครพนมและใกล้เคียง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและเจริญเติบโตของวิสาหกิจชุมชน (Rooplor, Phromtat & Wongwivitkun, 2015) พบว่า สถานที่หรือช่องทางการจำหน่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน

2. ด้านศักยภาพของธุรกิจกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วงสอดคล้องกับการติดตามประเมินผลการบูรณาการเครือข่ายเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน (Chaiumporn, 2015) พบว่า สมาชิกทุกคนมีอำนาจตัดสินใจที่เท่าเทียมกัน ทำให้กฎ/ระเบียบไม่ซับซ้อน

3. รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วง จากการจัดเวทีประชาคมและการประชุมแบบกลุ่มย่อย สอดคล้องกับการศึกษากลยุทธ์การผลิตและการตลาดมะม่วง (Wongwan, 2015) พบว่า มีความต้องการจัดงานเทศกาลประจำปีเช่นเดียวกัน

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญและส่งเสริมการผลิตดีมาก แต่ด้านการตลาด สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ยังไม่ได้รับการช่วยเหลือ ข้อเสนอแนะที่โดดเด่นจากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มต้องการให้ภาครัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องจัดสรรงบประมาณเพื่อจัดงานเทศกาลกินไก่วงประจำปีอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในจังหวัดนครพนม

2. ต้องการให้ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปของกลุ่มเข้าวางขายในร้านสะดวกซื้อ หรือธุรกิจการค้าสมัยใหม่ เป็นต้น

3. สมาชิกกลุ่มไม่มีความรู้ด้านการบริหารจัดการการตลาด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น มหาวิทยาลัยนครพนม พัฒนาชุมชนจังหวัด พาณิชยจังหวัด และหน่วยงานภาคเอกชน เป็นต้น ควรจัดอบรมให้ความรู้ในเรื่องดังกล่าวให้กับสมาชิกกลุ่ม

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการตลาด ดิจิทัลอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไก่วง บ้านคำแก้ม ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม



## References

- Aduldej, A. (2013). *Khwaṁsamret khōṅ wisāhakit chumchon klum phoḥ het bānchōṅg khoḥ rungruāṅg tambon rangka yai ‘amphōē phimāi chāṅwat Nakhōṅ Rāṭchasiṁā* [The success of Ban Chong Kho Rungrueang Mushroom Culture Community Enterprise Group in Rang Ka Yai Sub-District, Phimai District, Nakhon Ratchasima Province Unpublished Independent Study]. Khon Kaen University, Khon Kaen, Thailand.
- Chaiumporn, S. (2015). *Kāntittāṁ pramoēnphon kārabūn nā kān khruākhaī phūā phatthanaḥ wisāhakit chumchon* [Monitoring and Evaluation of Network Integration for Small-and Medium-sized Community Enterprises], *Journal of Social Development*. 17(2),69-86.
- Inthasang, C. & Atnawung. P. (2013). *Tonbāēp konlayut kāntalāt samrap phatthanaḥ phalittaphan wisāhakit chumchon phūā kānkhaḥ radap prathēt sū khwāmyangyūn ( kōṛani suksā : phalittaphan chumchon thī mī radap tamkwā sām dāo nai khēt ‘amphōē wang nam khīeo chāṅwat Nakhōṅ Rāṭchasiṁā )* [Marketing Strategy Model for Community Product to Develop National Trade to Sustainability. (Case Study : Community product are lower than three stars in Wangnamkhiao district Nakhon Ratchasima)]. Research report. Rajamangala University of Technology Isan, Nahon ratchasima, Thailand.
- Nathongkham, P. (2013). *Rūpbāēp kānphatthanaḥ kāndamnōēn ngān klum wisāhakit chumchon nai chāṅwat kān sin* [The Operating Development Format of Community Enterprise in Kalasin Province]. Mahasarakham Rajabhat University, Mahasarakham, Thailand.
- Rooplor, R., Phromtat. D. and Wongwiwitkun. W. (2015). *Nāoṭhāṅg kānphatthanaḥ sū khwāmyangyūn lāe chāroēn tōēptō khōṅg wisāhakit chumchon* [The Approach for Sustainable Development and Growth Community Enterprise], *RMUTP Research Journal Special Issue*. The 5<sup>th</sup> Rajamangala University of Technology National Conference, 158-171.
- Sasong, C. & Wingwon. B. (2016). *Khwāmruāmmū khōṅg phū mī sūān daisiā lāe phāēn thurakit thī mī botbāt nai kān khapkhluān klum wisāhakit nung tambon nung phalittaphan (OTOP) hai mī khwām daipriāp nai kān khāēngkhan yāṅg yangyūn* [Stakeholders' Collaboration and a Business Plan Play a Role in Driving the OTOP Enterprises Group to Sustainable Competitive Advantage], *Nakhon Phanom University Journal*. 6(1),124–133.
- Siljaru, T. (2012). *kānwichai lāe wikhrō khōmūn thāṅg sathiti dūai SPSS lāe AMOS* [Research and data analysis with SPSS and AMOS], 13. Nonthaburi : S.R. Print and Mass Production.
- Thongphraew, P. (2013). *Wisāhakit chumchon kap sētthakit chumchon phung ton ‘ēng : suksā kōṛani klum māēbān kasettrakōṅ bān bung takhē tambon khu yai mī ‘amphōē sanām chai khēt chāṅwat cha chōēng thē rā* [Community Enterprise and Economically Self-Reliant Communities: A Case Study of an Agriculturalist Housewife Group at Ban Bueng Take, Khu Yai Mi Subdistrict, Sanam Chaikhet District, Chachoengsao Province]. Ramkhamhaeng University, Bangkok, Thailand.
- Wongwan, K. (2013). *Konlayut kānphalit lāe kāntalāt mamūāṅ samrap kānphatthanaḥ klum wisāhakit chumchon mamūāṅ bānhāēdō ‘amphōē bānhāēdō chāṅwat Khōṅ Kāēn* [Production and marketing strategy for development of Ban Haet Community mango enterprise, Ban Haet District, Khon Kaen Province Unpublished Independent Study]. Khon Kaen University, Khon Kaen, Thailand.