

# การวิจัยเชิงสำรวจ

## เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชนในเขตพื้นที่

### ความเป็นมาและความสำคัญ

ธุรกิจชุมชน ถือได้ว่าเป็นองค์การทางธุรกิจในระดับรากหญ้าที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อ ระดับความมั่นคงและมั่งคั่งทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย ซึ่งจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นเมื่อปี 2540 ส่งผลให้รัฐบาลเริ่มให้ความสำคัญต่อธุรกิจชุมชนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากหากธุรกิจชุมชนมีความเข้มแข็งนั้นก็เท่ากับว่าระบบพื้นฐานทางเศรษฐกิจของประเทศมีความแข็งแกร่งเช่นกัน ดังนั้นจึงส่งผลให้ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ชุมชนต่าง ๆ ได้มีความตื่นตัวที่จะพัฒนาธุรกิจชุมชนของตนเองขึ้นมา ก่อให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นเนื่องจากพื้นฐานทางสังคมและความชำนาญการที่คล้ายคลึงกันของประชาชนในสังคมไทย ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมามีลักษณะที่สามารถทดแทนกันได้

ด้วยการดำเนินธุรกิจชุมชนโดยส่วนใหญ่ มักจะเป็นการรวมตัวกันของคนในท้องถิ่น เพื่อร่วมกันสร้างงานสร้างอาชีพ โดยอาศัยทรัพยากรและความรู้ที่ได้จากการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ซึ่งในบางครั้งก็สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม บางครั้งอาจต้องใช้เวลาในการศึกษา โดยที่ไม่ทราบถึงแนวทางในการดำเนินงาน เพียงแต่อาศัยประสบการณ์และการเรียนรู้ด้วยตนเอง เมื่อเกิดข้อผิดพลาด อาจจะไม่แก้ไขได้ หรืออาจต้องเลิกทำธุรกิจ โดยที่ไม่รู้ว่าเกิดจากสาเหตุอะไรและมีแนวทางแก้ไขปัญหาอย่างไร ดังนั้น ผู้ประกอบการ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการประเมินตนเองในทุกๆด้านในการจัดการธุรกิจ เพื่อให้ทราบปัญหาและสภาพการดำเนินงานที่แท้จริง เพื่อจะได้หาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมและเป็นระบบ การได้รับการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในเชิงวิชาการถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะทำให้ผู้ประกอบการมีหลักการและหลักเกณฑ์ที่จะสามารถประเมินตนเองและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจได้ ซึ่งความรู้ความเข้าใจที่เริ่มจากตนเองจะทำให้เข้าใจสภาพการดำเนินงานที่แท้จริง และสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นได้ล่วงหน้า รวมถึงสามารถวางแผนการดำเนินธุรกิจได้อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

ดังนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงเกิดขึ้นจากแนวคิดที่ว่า หากเราสามารถให้ค่านิยามที่ชัดเจนถึงลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชน จะทำให้เราสามารถดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับธุรกิจนั้น ๆ และจะสามารถสร้างแนวทางเพื่อเป็นบรรทัดฐานแห่งการดำเนินและคงอยู่ของธุรกิจชุมชนต่อไปในอนาคต

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชนในเขตพื้นที่
2. เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนให้สามารถศึกษาประเมินตนเอง
3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง
4. เพื่อสร้างเครือข่ายทางวิชาการระหว่างมหาวิทยาลัยในภูมิภาค และสร้างนักวิจัยใหม่

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชนในพื้นที่
2. ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสามารถประเมินตนเอง และมีความเข้าใจในปัญหาพื้นฐานของการจัดการเชิงธุรกิจ
3. ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนทราบแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง โดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและเป็นระบบ
4. ทำให้เกิดเครือข่ายทางวิชาการระหว่างมหาวิทยาลัยในภูมิภาค และชุมชนเกิดความร่วมมือกันและสร้างเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจในพื้นที่

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาลักษณะทั่วไปและปัญหาพื้นฐาน รวมถึงการประเมินตนเองของธุรกิจชุมชนในการจัดการเชิงธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง และสามารถถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสมอย่างเป็นระบบ โดยได้ทำการวิจัยธุรกิจชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลบ้านท่าเนียนและตำบลบ้านยาง อ.คีรีรัฐนิคม จ.สุราษฎร์ธานี ซึ่งจะใช้วิธีการสัมภาษณ์โดยให้แบบสอบถามกับสมาชิกของธุรกิจชุมชนที่อยู่ในระดับบริหารงานหรือมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจชุมชนที่ตนสังกัดอยู่ และจะให้การฝึกอบรมเพื่อเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน โดยมุ่งประเด็นที่จะให้ธุรกิจชุมชนสามารถประเมินตนเองเพื่อทราบถึงปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของธุรกิจชุมชนได้

## นิยามศัพท์

1. ลักษณะทั่วไป: ลักษณะของธุรกิจชุมชนที่ทำการศึกษา โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจำนวนสมาชิก วิธีการดำเนินงาน ลักษณะการก่อตั้งกิจการ นโยบาย และแนวทางการจัดการทางธุรกิจ

2. ธุรกิจชุมชน: ธุรกิจที่เกิดจากการรวมตัวของประชาชนในหมู่บ้านหรือละแวกใกล้เคียง เพื่อดำเนินงานทางด้านธุรกิจทั้งประเภทซื้อมาขายไป หรือผลิตเพื่อขาย โดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น เพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพและสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นกับสมาชิกในชุมชน

## วิธีการดำเนินงาน

การศึกษาวิจัยเรื่อง "ลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชน" ผู้ทำการศึกษามีระเบียบวิธีวิจัยและขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมมีรายละเอียดดังนี้

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยถึงลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชน ซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อพยายามอธิบายคุณลักษณะในด้านต่างๆ ของธุรกิจชุมชน โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) คือ การสอบถามกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม โดยที่ผู้ศึกษาวิจัยจะทำการสัมภาษณ์จากตัวแทนของผู้นำกลุ่มธุรกิจชุมชนแต่ละกลุ่มธุรกิจ นอกจากนี้ยังได้มีการจัดการอบรมให้กับทางกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีอีกด้วย ซึ่งผู้ทำการศึกษาได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการศึกษาวิจัยและการถ่ายทอดเทคโนโลยี ดังมีรายละเอียดในเรื่อง ประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า การทดสอบเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวัดตัวแปรที่ศึกษา และแนวทางการดำเนินกิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยี ดังที่ จะกล่าวต่อไป

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### ประชากร

เป็นผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนหรือสมาชิกของธุรกิจชุมชนที่อยู่ในตำบลบ้านท่าเนียบ และตำบลบ้านยาง อำเภอศรีวิชัย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

### กลุ่มตัวอย่าง

เป็นผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน หรือสมาชิกของธุรกิจชุมชนที่อยู่ในตำบลบ้านท่าเนียบและตำบลบ้านยาง ที่ถูกเลือกมาจากกลุ่มประชากร

### ขนาดตัวอย่าง

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้มีจำนวนกลุ่มธุรกิจรวมทั้งสิ้น 22 กลุ่ม จึงทำให้มีขนาดของตัวอย่างที่น้อย ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงได้ตัดสินใจใช้ตัวอย่างทั้งสิ้น 22 ตัวอย่างเท่ากับจำนวนกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการฯ

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เลือกใช้วิธีการสุ่มแบบตามวัตถุประสงค์ (Purposive Sampling) คือ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจะต้องเป็นสมาชิกของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ โดยที่จะต้องมียานพาหนะที่อยู่ในระดับผู้บริหารของกลุ่มธุรกิจนั้น ๆ

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถามจำนวน 22 ชุด ซึ่งแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ ซึ่งประกอบด้วย 6 ส่วนย่อย คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อศึกษาปัจจัยภายในของธุรกิจชุมชน โดยครอบคลุมส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ประการ อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งในส่วนที่ 1 นี้ จะประกอบไปด้วย 4 ส่วนย่อยดังนี้

- ส่วนย่อยที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งครอบคลุมถึงเพศ รายได้ ระดับการศึกษา และตำแหน่งงานในกลุ่มธุรกิจที่ตนสังกัดอยู่

- ส่วนย่อยที่ 2 เป็นคำถามเพื่อให้ผู้ตอบนิยามธุรกิจชุมชนของตนเองว่าเป็นประเภทใด ซึ่งในที่นี้แบ่งเป็นสองประเภท คือ ผลิตเพื่อขาย และซื้อมาขายไป
- ส่วนย่อยที่ 3 เป็นคำถามเพื่อให้กลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไปทำการวิเคราะห์ตนเอง ซึ่งจะครอบคลุมปัจจัยภายในของธุรกิจทั้งหมด เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด
- ส่วนย่อยที่ 4 เป็นคำถามเพื่อให้กลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขายไปทำการวิเคราะห์ตนเอง ซึ่งจะครอบคลุมปัจจัยภายในของธุรกิจทั้งหมด เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเพื่อศึกษาถึงปัจจัยภายนอกของธุรกิจชุมชน โดยครอบคลุมประเด็นที่สำคัญได้แก่ พฤติกรรมผู้บริโภค คู่แข่งขัน การช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐบาล เป็นต้น ซึ่งในส่วนนี้ประกอบด้วย 2 ส่วนย่อยได้แก่

- ส่วนย่อยที่ 5 เป็นการวิเคราะห์ตนเองของธุรกิจซื้อมาขายไป เกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่จะก่อให้เกิดโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงาน
- ส่วนที่ 6 เป็นการวิเคราะห์ตนเองของธุรกิจผลิตเพื่อขายไป เกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่จะก่อให้เกิดโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงาน

### การทดสอบเครื่องมือ

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้มีการทดสอบเครื่องมือ ซึ่งก็คือแบบสอบถาม ทั้งทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) ดังนี้

#### 1. ความเที่ยงตรง (Validity)

ทำการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยการตรวจสอบถึงความครอบคลุมของแบบสอบถาม ว่าสามารถครอบคลุมวัตถุประสงค์และเรื่องที่จะทำการศึกษได้ครบถ้วนแล้วหรือไม่ นอกจากนี้ยังได้มีการนำไปให้นักวิชาการและผู้รู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษา เพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามก่อนการนำออกไปทำการสอบถามจริง

## 2. ความเชื่อมั่น (Reliability)

ได้มีการนำแบบสอบถามที่ได้จัดทำเรียบร้อยแล้วไปทำการทดสอบเบื้องต้น (Pre-test) จำนวน 10 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะตรงตามกลุ่มตัวอย่างจริงที่กำหนดไว้ เมื่อช่วงวันที่ 25-28 พฤษภาคม 2547 เพื่อทดสอบถึงความเข้าใจในแบบสอบถาม รวมทั้งเพื่อนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหลังจากที่ได้นำแบบสอบถามที่ได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างมาประมวลผลแล้ว ปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 89.29% ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า แบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ สามารถใช้ในการศึกษาคั้งนี้ได้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้การเก็บข้อมูลช่วงเวลาเดียว (Cross-sectional Approach) กับกลุ่มตัวอย่าง โดยมีผู้เก็บแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 6 คน คือ ตัวกลุ่มผู้วิจัย 4 คน และผู้ช่วยนักวิจัย 2 คน ให้เป็นผู้เก็บแบบสอบถาม ณ ห้องประชุม 1 อาคารบริหาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เขตการศึกษาสุราษฎร์ธานี ในวันที่ 4 มิถุนายน 2547 ซึ่งเป็นวันที่มีการอบรมเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีตามโครงการให้กับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนตามเป้าหมายของโครงการฯ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการศึกษาในคั้งนี้ จะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อประมวลผลข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูลโดยทำการตรวจดูความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม
2. การลงรหัส โดยการนำแบบสอบถามที่มีความถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสก่อน

นำไปประมวลผลข้อมูล

3. การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาลงรหัสแล้วบันทึกเข้าแฟ้มข้อมูล จากนั้นประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งการประมวลผลคั้งนี้เนื่องจากมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนน้อยจึงใช้การวิเคราะห์เพียงค่าสถิติอย่างง่ายได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละเท่านั้น

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาคั้งนี้ได้ใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ โดยมีรายละเอียดคั้งนี้

1.1 การแจกแจงความถี่ เป็นการแจกแจงความถี่ของลักษณะที่สนใจที่เป็นไปได้ทั้งหมดซึ่งจะนับจากจำนวนข้อที่กลุ่มตัวอย่างตอบ

1.2 ค่าร้อยละ โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{ความถี่สะสมของคำตอบที่ } i}{\text{ความถี่ทั้งหมด}} \times 100$$

## ผลการดำเนินงาน

การศึกษาวิจัยเรื่อง ลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชน เป็นการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนจากธุรกิจชุมชนของตำบลบ้านยาง และตำบลบ้านท่าเียน อำเภอศีร์ษะภูมิ จังหวัดสุราษฎร์ธานี รวมทั้งสิ้น 22 ธุรกิจ โดยผลการวิจัยได้มีการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ข้อมูลดังนี้

### ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 22 ชุด สามารถสรุปลักษณะโดยทั่วไปของธุรกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง(ผู้ตอบแบบสอบถาม) ได้ดังนี้

ตารางที่ 7.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 30	0	0.00
30-40	9	40.91
41-50	7	31.82
51-60	4	18.18
มากกว่า 60	2	9.09
รวม	22	100.0

จากจำนวนตัวแทนกลุ่มธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 22 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากร้อยละ 40.91 มีอายุ 30 – 40 ปี รองลงมา มีอายุ 41 - 50 ปี ร้อยละ 31.82

ตารางที่ 7.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ย

รายได้เฉลี่ย (บาทต่อเดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 3,000	1	4.54
3,000-6,000	9	40.91
6,001-9,000	5	22.73
9,001-12,000	5	22.73
มากกว่า 12,000	2	9.09
รวม	22	100.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากร้อยละ 40.91 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000-6,000 บาท รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 6,001-9,000 และ 9,001-12,000 บาท ในสัดส่วนที่เท่ากันคือร้อยละ 22.73

ตารางที่ 7.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกษตรกรเลี้ยงสัตว์	0	0.00
เกษตรกรเพาะปลูก	17	77.27
กำนันผู้ใหญ่บ้าน/อบต.	0	0.00
ธุรกิจส่วนตัว	1	4.55
อื่น ๆ	4	18.18
รวม	22	100.00

ในด้านอาชีพหลักของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าร้อยละ 77.27 ของกลุ่มตัวอย่างมีอาชีพเป็นเกษตรกรเพาะปลูก รองลงมา ร้อยละ 18.18 มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ รับจ้างทั่วไป

ตารางที่ 7.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	6	27.27
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	4	18.18
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3	5	22.73
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/ ปวช.	5	22.73
ปวส./ อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	1	4.55
อื่น ๆ	1	4.54
รวม	22	100.00

สำหรับระดับการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างประมาณร้อยละ 27.27 จบการศึกษาต่ำกว่าระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 รองลงมาจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีที่ 6 และ ปวช.

ตารางที่ 7.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่งงานในกลุ่มธุรกิจ

ตำแหน่งงานในกลุ่ม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่ปรึกษา	0	0.00
ประธานกลุ่ม	8	36.36
รองประธานกลุ่ม	1	4.54
คณะกรรมการ	7	31.82
ผู้จัดการ	0	0.00
รองผู้จัดการ	0	0.00
พนักงาน/ เจ้าหน้าที่	2	9.09
สมาชิกผู้ถือหุ้น/ ร่วมทุน	1	4.55
อื่น ๆ	3	13.64
รวม	22	100.00

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างในประเด็นของตำแหน่งงานที่มีอยู่ในกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากร้อยละ 36.36 เป็นประธานกลุ่มธุรกิจ และอีกร้อยละ 31.82 เป็นคณะกรรมการของธุรกิจชุมชน

### ประเภทของธุรกิจชุมชน

ตารางที่ 7.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	จำนวน (องค์กร)	ร้อยละ
ซื้อมาขายไป	5	22.73
ผลิตเพื่อขาย	17	77.27
รวม	22	100.00

จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 22 กลุ่มธุรกิจ พบว่ามี 17 ธุรกิจดำเนินธุรกิจแบบผลิตเพื่อขาย คิดเป็นร้อยละ 77.27 ส่วนอีก 5 กลุ่มธุรกิจดำเนินธุรกิจแบบซื้อมาขายไป คิดเป็นร้อยละ 22.73

## การวิเคราะห์ตนเองสำหรับกิจการซื้อขายไป

ตารางที่ 7.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อขายไป) จำแนกตามลักษณะของกิจการ

ลักษณะของกิจการ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ห้างหุ้นส่วน	0	0.00
สหกรณ์	0	0.00
กลุ่มอาชีพ/ กลุ่มแม่บ้าน/ กลุ่มเกษตรกร	5	100.00
บริษัท	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	5	100.00

จากกลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินธุรกิจชุมชนแบบซื้อขายไปพบว่าทั้งหมดมีลักษณะการดำเนินกิจการในรูปแบบกลุ่มอาชีพ/กลุ่มแม่บ้าน หรือกลุ่มเกษตรกร

ตารางที่ 7.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อขายไป) จำแนกตามจำนวนผู้ก่อตั้ง

จำนวนผู้ลงทุน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
2-6 คน	0	0.00
7-10คน	0	0.00
10-15 คน	0	0.00
มากกว่า 15 คน	5	100.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่าในการจัดตั้งกลุ่มอาชีพจะมีผู้ร่วมก่อตั้งมากกว่า 15 คน คือมี 17 คน 90 คน 23 คน 69 คน และ 133คน

ตารางที่ 7.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามจำนวนพนักงานในร้าน

จำนวนพนักงาน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	0	0.00
1-2 คน	2	40.00
3-4 คน	0	0.00
5-6 คน	0	0.00
มากกว่า 6คน	3	60.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินธุรกิจแบบซื้อมาขายไปร้อยละ 60.00 มีจำนวนพนักงานมากกว่า 6 คน

ตารางที่ 7.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามตำแหน่งงานในกลุ่มธุรกิจ (n=5)

ตำแหน่งงานในกลุ่มธุรกิจ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ผู้จัดการ/ประธานกลุ่ม	5	100.00
รองผู้จัดการ/รองประธานกลุ่ม	5	100.00
หัวหน้าฝ่ายการตลาด / ขาย	1	20.00
หัวหน้าฝ่ายการเงิน/บัญชี	3	60.00
หัวหน้าฝ่ายบุคคล	0	0.00
รองหัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ	0	0.00
พนักงานประจำร้าน	4	80.00
อื่น ๆ (ลูกจ้างชั่วคราว, เลขานุการ, เหนี่ยวญิก)	2	40.00

จากแบบสอบถามพบว่าตำแหน่งงานที่มีอยู่ในกลุ่มธุรกิจส่วนมากได้แก่ตำแหน่งผู้จัดการ/ประธานกลุ่ม ตำแหน่งรองผู้จัดการ/รองประธานกลุ่ม

ตารางที่ 7.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการซื้อขายไป) จำแนกตาม การคัดเลือกผู้บริหาร

การคัดเลือกผู้บริหาร	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
จากจำนวนหุ้นที่ถือ	0	0.00
จากการสรรหา	2	40.00
จากการเลือกตั้ง	3	60.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่า การคัดเลือกผู้บริหารกลุ่มส่วนมากมาจากการเลือกตั้ง และมีบางกลุ่มที่ได้มาโดยการสรรหา

ตารางที่ 7.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการซื้อขายไป) จำแนกตาม ระดับการศึกษาต่ำสุดพนักงาน

ระดับการศึกษาต่ำสุดพนักงาน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	3	60.00
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	1	20.00
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3	1	20.00
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/ ปวช.	0	0.00
ปวส. / อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	0	0.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าพนักงานในกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทซื้อขายไปมี การศึกษาต่ำสุดคือต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 6

ตารางที่ 7.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการที่เข้ามาขายไป) จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดพนักงาน

ระดับการศึกษาสูงสุดพนักงาน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่6	0	0.00
ชั้นประถมศึกษาปีที่6	0	0.00
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่3	1	20.00
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่6/ปวช.	0	0.00
ปวส./อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	4	80.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าพนักงานในกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทที่เข้ามาขายไปมี การศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 7.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการที่เข้ามาขายไป) จำแนกตามเงินเดือนเฉลี่ย

เงินเดือนเฉลี่ย	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่มี	2	40.00
น้อยกว่า 1,000 บาท/เดือน	1	20.00
1,000 - 3,000 บาท/เดือน	0	0.00
3,001-5,000 บาท/เดือน	0	0.00
มากกว่า 5,000 บาท/เดือน	2	40.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามตัวแทนกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทที่เข้ามาขายไปพบว่าเงินเดือนเฉลี่ยที่ได้รับต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาทโดยกลุ่มธุรกิจชุมชนจะจัดสรรร้อยละ 30 จากกำไรที่ได้ให้เป็นเงินเดือนพนักงาน และมีกลุ่มที่ยังไม่มีเงินเดือนให้พนักงาน เพราะเพิ่งเริ่มกิจการ

ตารางที่ 7.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการที่เข้ามาขายไป) จำแนกตาม  
สวัสดิการของพนักงาน

สวัสดิการของพนักงาน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	0	0.00
ประกันสังคม	0	0.00
อื่น ๆ	5	100.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ เรื่องสวัสดิการของพนักงานพบว่ามีการให้สวัสดิการอื่น ๆ คือ ค่ารักษาพยาบาล กองทุนช่วยเหลือในกรณีที่สมาชิกป่วย หรือคนในครอบครัวของสมาชิกเสียชีวิต แต่ก็ยังมีกลุ่มธุรกิจชุมชนจำนวน 3 กลุ่มที่ไม่มีสวัสดิการให้กับพนักงาน

ตารางที่ 7.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการที่เข้ามาขายไป) จำแนกตาม  
บทลงโทษพนักงาน

บทลงโทษ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ตักเตือนก่อน	3	60.00
ตัดเงินเดือน	0	0.00
ไล่ออก	0	0.00
อื่น ๆ	2	40.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่าเมื่อพนักงานทำผิดพบว่าส่วนมากจะมีการตักเตือนพนักงานก่อน และมีบางกลุ่มธุรกิจที่ไม่มีบทลงโทษในกรณีที่พนักงานกระทำผิด

ตารางที่ 7.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการที่เข้ามาขายไป) จำแนกตาม  
การอบรมพนักงานของกิจการ

การฝึกอบรม	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ให้การฝึกอบรมก่อนปฏิบัติงาน	1	20.00
มี ให้เรียนรู้จากการทำงานจริง	1	20.00
มีระหว่างการทำงาน	1	20.00
อื่น ๆ	2	40.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ธุรกิจชุมชนตัวอย่างจะให้การฝึกอบรมพนักงานในทุกรูปแบบ รวมทั้งมีธุรกิจชุมชน 1 กลุ่มที่ไม่มีการฝึกอบรมพนักงาน และมีการฝึกอบรมโดยการประชุมพนักงานด้วย

ตารางที่ 7.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามขนาดพื้นที่ของร้าน

ขนาดพื้นที่ของร้าน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
9-16 ตารางเมตร	1	20.00
17-24 ตารางเมตร	1	20.00
25-32 ตารางเมตร	1	20.00
มากกว่า 32 ตารางเมตร	2	40.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกิจการธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไป พบว่ามี 2 กิจการที่มีพื้นที่มากกว่า 32 ตารางเมตรคือมีขนาด 800 ตารางเมตรสำหรับปั้มน้ำมัน และ 60 ตารางเมตร

ตารางที่ 7.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามการแยกส่วนของห้องทำงานออกจากหน้าร้าน

ห้องทำงาน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
มี	1	20.00
ไม่มี	4	80.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าส่วนมากร้อยละ 80.00 ไม่มีการแยกห้องทำงานในส่วนที่เป็นสำนักงานออกจากหน้าร้าน

ตารางที่ 7.20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการที่เข้ามาขายไป) จำแนกตามสถานที่ตั้งธุรกิจ

ที่ตั้งธุรกิจ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ตั้งอยู่บนถนนสายหลัก/ทางแยก	4	80.00
ตั้งอยู่ใกล้ อปต./สถานที่ราชการ	0	0.00
ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน/วัด	1	20.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามกลุ่มตัวแทนธุรกิจชุมชนประเภทที่เข้ามาขายไปพบว่าร้อยละ 80.00 จะมีการตั้งกิจการอยู่บนถนนสายหลักหรือทางแยก ส่วนอีกร้อยละ 20.00 จะตั้งอยู่ใกล้กับโรงเรียนหรือวัด

ตารางที่ 7.21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการที่เข้ามาขายไป) จำแนกตามการบันทึกบัญชี

การบันทึกบัญชี	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่มี	0	0.00
มี	5	100.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าธุรกิจชุมชนประเภทที่เข้ามาขายไปทั้งหมดจะมีการจดบันทึกบัญชี

ตารางที่ 7.22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการที่เข้ามาขายไป) จำแนกตามประเภทบัญชีที่มีการบันทึกข้อมูล (n=5)

ประเภทบัญชีที่มีการบันทึกข้อมูล	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
บัญชีรายวันการซื้อสินค้า	4	80.00
บัญชีรายวันการขายสินค้า	4	80.00
บัญชีลูกหนี้	2	40.00
บัญชีเจ้าหนี้	2	40.00
บัญชีสินค้าคงเหลือ	4	80.00
บัญชีกำไรขาดทุนประจำปี	3	60.00
บัญชีงบบุคลากร	1	20.00
อื่น ๆ (บัญชีเบ็ดเตล็ด)	1	20.00

จากแบบสอบถามพบว่า ร้อยละ 80.00 ของกลุ่มธุรกิจประเภทซื้อมาขายไปมีการจับบันทึกบัญชีรายวันการซื้อสินค้า บันทึกบัญชีรายวันการขายสินค้า และบันทึกสินค้าคงเหลือ

ตารางที่ 7.23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามความถี่ของการทำบัญชี

ความถี่ของการทำบัญชี	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ทุกวัน	4	80.00
ทุกสัปดาห์	0	0.00
ทุกเดือน	1	20.00
ทุกครึ่งปี	0	0.00
ทุกปี	0	0.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับความถี่ของการทำบัญชีพบว่าส่วนมากของกลุ่มตัวอย่างมีการบันทึกบัญชีทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ส่วนที่เหลือมีการบันทึกบัญชีทุกเดือน

ตารางที่ 7.24 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามเงินทุนหมุนเวียนในกิจการเฉลี่ยต่อเดือน

เงินทุนหมุนเวียนในกิจการ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	0	0.00
5,000 - 15,000 บาท	2	40.00
15,001 - 25,000 บาท	0	0.00
มากกว่า 25,000 บาท	3	60.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่ากิจการธุรกิจชุมชนส่วนมากมีเงินทุนหมุนเวียนในกิจการเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท คือมีประมาณ 50,000-600,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 7.25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการที่เข้ามาขายไป) จำแนกตามแหล่งที่มาของเงินทุน

ที่มาของเงินทุน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
จากการร่วมทุนของสมาชิก	3	60.00
จากหน่วยงานภาครัฐ	1	20.00
จากการกู้ธนาคารพาณิชย์/สถาบันการเงิน	0	0.00
จากการกู้นอกระบบ	0	0.00
อื่น ๆ	1	20.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่า ร้อยละ 60.00 ของกลุ่มตัวอย่างได้เงินทุนมาจากการร่วมทุนของสมาชิก รองลงมาเป็นการได้รับจากหน่วยงานภาครัฐ ส่วนแหล่งเงินทุนอื่น ๆ ก็คือ เป็นการกู้ยืมจากกลุ่มอาชีพอื่น ๆ

ตารางที่ 7.26 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการที่เข้ามาขายไป) จำแนกตามประมาณการกำไรขั้นต้นที่ได้ต่อปี

ประมาณการกำไรขั้นต้นที่ได้ต่อปี	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
น้อยกว่า 10% ของยอดขายต่อปี	1	20.00
10% - 15% ของยอดขายต่อปี	2	40.00
16% -20% ของยอดขายต่อปี	1	20.00
มากกว่า 20% ของยอดขายต่อปี	0	0.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่า โดยส่วนมากร้อยละ 40.00 ของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทที่เข้ามาขายไป จะมีกำไรขั้นต้นต่อปีประมาณ 10%-15% ของยอดขายต่อปี

ตารางที่ 7.27 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตาม  
กำไรสะสม ณ ปัจจุบัน

กำไรสะสม ณ ปัจจุบัน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	2	40.00
น้อยกว่า 10,000 บาท	0	0.00
10,000 -30,000 บาท	1	20.00
30,001 -50,000 บาท	0	0.00
50,001 -70,000 บาท	1	20.00
มากกว่า 70,000 บาท	1	20.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่ากลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไปที่เป็นกลุ่ม  
ตัวอย่างมีกำไรสะสมตั้งแต่ประมาณ 10,000 บาท – 100,000 บาท

ตารางที่ 7.28 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตาม  
นโยบายการปันผล

นโยบายปันผล	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ตามจำนวนหุ้นที่สมาชิกถือ	3	60.00
ตามจำนวนยอดซื้อสินค้าของสมาชิก	1	20.00
สมาชิกทุกคนได้ปันเท่ากัน	0	0.00
อื่น ๆ (ไม่มีนโยบายปันผล)	1	20.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างประมาณร้อยละ 60.00 มีนโยบายปันผล  
โดยปันผลตามจำนวนหุ้นที่สมาชิก

ตารางที่ 7.29 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามรายการสินค้าที่จำหน่าย

รายการสินค้าที่จำหน่าย	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
น้อยกว่า 10 รายการ	2	40.00
10 - 20 รายการ	0	0.00
21 - 30 รายการ	0	0.00
มากกว่า 30 รายการ	2	40.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไปที่เป็นกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40 มีจำนวนสินค้าในร้านน้อยกว่า 10 รายการ และอีกร้อยละ 40 มีจำนวนสินค้ามากกว่า 30 รายการ

ตารางที่ 7.30 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามประเภทของสินค้าที่มีจำหน่าย (n=5)

ประเภทสินค้าที่มีจำหน่าย	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
อาหารและเครื่องดื่ม	3	60.00
เสื้อผ้า	0	0.00
เครื่องใช้ในครัวเรือน	2	40.00
อุปกรณ์การเกษตร	1	20.00
อุปกรณ์ไฟฟ้า	0	0.00
อื่น ๆ (น้ำมัน)	1	20.00

จากแบบสอบถามพบว่าโดยส่วนมากสินค้าที่มีจำหน่ายของกลุ่มธุรกิจประเภทซื้อมาขายไปคือ อาหารและเครื่องดื่ม

ตารางที่ 7.31 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตาม  
สินค้าที่ขายดีที่สุด

สินค้าที่ขายดีที่สุด	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
อาหารและเครื่องดื่ม	3	60.00
เสื้อผ้า	0	0.00
เครื่องใช้ในครัวเรือน	0	0.00
อุปกรณ์การเกษตร	0	0.00
อุปกรณ์ไฟฟ้า	0	0.00
อื่น ๆ	1	20.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าสินค้าที่ขายดีที่สุดคือ อาหารและเครื่องดื่ม กับสินค้า  
อื่น ๆ ได้แก่ น้ำมัน

ตารางที่ 7.32 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตาม  
สินค้าที่ขายยากที่สุด

สินค้าที่ขายยากที่สุด	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
อาหารและเครื่องดื่ม	0	0.00
เสื้อผ้า	0	0.00
เครื่องใช้ในครัวเรือน	0	0.00
อุปกรณ์การเกษตร	1	20.00
อุปกรณ์ไฟฟ้า	0	0.00
อื่น ๆ (ไม่มีสินค้าที่ขายยากที่สุด)	3	60.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่าโดยส่วนมากไม่มีสินค้าที่ขายยากที่สุด มีเพียง 1 กลุ่ม  
ธุรกิจที่พบว่าสินค้าประเภทอุปกรณ์การเกษตรเป็นสินค้าที่ขายยากที่สุดในร้าน

ตารางที่ 7.33 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามสินค้าที่ทำกำไรให้มากที่สุด

สินค้าที่ทำกำไรให้มากที่สุด	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
อาหารและเครื่องดื่ม	2	40.00
เสื้อผ้า	0	0.00
เครื่องใช้ในครัวเรือน	0	0.00
อุปกรณ์การเกษตร	0	0.00
อุปกรณ์ไฟฟ้า	0	0.00
อื่น ๆ	2	40.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่าสินค้าที่ทำกำไรให้มากที่สุดคือ อาหารและเครื่องดื่ม และสินค้าอื่น ๆ ได้แก่ น้ำมัน

ตารางที่ 7.34 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามสินค้าทำกำไรน้อยที่สุด

สินค้าทำกำไรน้อยที่สุด	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
อาหารและเครื่องดื่ม	0	0.00
เสื้อผ้า	0	0.00
เครื่องใช้ในครัวเรือน	0	0.00
อุปกรณ์การเกษตร	2	40.00
อุปกรณ์ไฟฟ้า	0	0.00
อื่น ๆ (ไม่มี)	2	40.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่า ร้อยละ 40.00 ของผู้ประกอบการซื้อมาขายไป ตอบว่าสินค้าที่ทำกำไรน้อยที่สุดคืออุปกรณ์การเกษตร

ตารางที่ 7.35 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามแหล่งของการจัดซื้อสินค้าที่นำมาจำหน่าย

แหล่งของการจัดซื้อสินค้าที่นำมาจำหน่าย	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ชาวบ้านในชุมชน	1	20.00
ร้านค้าปลีกในตัวเมือง	0	0.00
ร้านค้าส่งในตัวเมือง	3	60.00
อื่น ๆ	1	20.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่าแหล่งที่มาของสินค้าที่ซื้อมาจำหน่ายพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากซื้อสินค้าจากร้านค้าส่งในตัวเมือง ได้แก่ แมคโคร ร้านประสิทธิ์ฟาร์ม และ ปตท.สุราษฎร์ ฯ

ตารางที่ 7.36 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามวิธีการขนส่งสินค้า (n=5)

วิธีการขนส่ง	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไปรับสินค้าเองที่ร้านค้าส่ง/ปลีก	1	20.00
ให้ผู้จำหน่ายมาส่ง	4	80.00
อื่น ๆ	1	20.00

จากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีวิธีการในการขนส่งสินค้าโดยให้ผู้จำหน่ายมาส่งสินค้าให้

ตารางที่ 7.37 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามจำนวนผู้จำหน่ายสินค้าให้กิจการ

จำนวนผู้จำหน่ายสินค้าให้กิจการ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
1-2 ราย	3	60.00
3-4 ราย	0	0.00
5-6 ราย	0	0.00
มากกว่า 6 ราย	2	40.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่าโดยส่วนมากธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไปจะมีผู้จำหน่ายสินค้าให้หรือซัพพลายเออร์จำนวน 1-2 ราย รองลงมาคือมีมากกว่า 6 รายคือ มีมากกว่า 10 ราย โดย ซื่อสลับกัน

ตารางที่ 7.38 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามความถี่ของการหาสินค้าเข้าร้านต่อเดือน

ความถี่ของการหาสินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
1 ครั้ง	0	0.00
2 ครั้ง	1	20.00
3 ครั้ง	1	20.00
มากกว่า 3 ครั้ง	2	40.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40.00 มีความถี่ของการซื้อสินค้าเข้าร้านมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน คือซื้อตามความจำเป็นและขึ้นอยู่กับสินค้าคงเหลือในร้าน

ตารางที่ 7.39 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามมูลค่าการจัดหาสินค้า

มูลค่าการจัดหาวัตถุดิบ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
น้อยกว่า 5,000 บาท	0	0.00
5,000-10,000 บาท	2	40.00
10,000-15,000 บาท	0	0.00
มากกว่า 15,000 บาท	2	40.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่า มูลค่าการจัดหาสินค้าเข้าร้านแต่ละครั้งเฉลี่ยประมาณ 5,000 - 10,000 บาท และมากกว่า 15,000 บาทคือ มีมูลค่า 40,000 บาท ในกิจการกองทุนข้าวสาร และ 120,000 บาทของกิจการปืมน้ำมัน

ตารางที่ 7.40 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามวิธีการชำระค่าสินค้า

วิธีการชำระค่าวัตถุดิบ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
ชำระด้วยเงินสด	3	60.00
ชำระด้วยเงินสดภายใน 1 อาทิตย์	1	20.00
ชำระด้วยเงินสดภายใน 1 เดือน	0	0.00
ชำระด้วยเงินสดภายใน 3 เดือน	0	0.00
ชำระเมื่อขายสินค้าได้	0	0.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเรื่องการชำระค่าสินค้าที่ซื้อมา พบว่าร้อยละ 60.00 มีการจ่ายชำระสินค้าที่ซื้อมาด้วยเงินสด

ตารางที่ 7.41 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามนโยบายการขายสินค้า

นโยบายการขายสินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ซื้อมาก่อนขายก่อน	4	80.00
ซื้อมาหลังขายก่อน	0	0.00
อื่น ๆ (โดยขายทันทีที่ซื้อมา)	1	20.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไปจะมีการขายสินค้าโดยสินค้าที่ซื้อมาก่อนก็ขายออกก่อน

ตารางที่ 7.42 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามการมีห้องเก็บสินค้า

การมีห้องเก็บสินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
มี	0	0.00
ไม่มี	4	80.00
รวม	5	100.00

กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนมากร้อยละ 80.00 ของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไปจะไม่มีห้องเก็บสินค้าแยกออกจากหน้าร้าน

ตารางที่ 7.43 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามจำนวนอุปกรณ์จัดวางสินค้า

การมีห้องเก็บสินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
ไม่มี	2	40.00
มี 1-2 ชั้น /ตู้/ชั้น	0	0.00
มี 3-4 ชั้น /ตู้/ชั้น	2	40.00
มีมากกว่า 4 ชั้น /ตู้/ชั้น	0	0.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถาม พบว่าธุรกิจชุมชนที่เป็นประเภทซื้อมาขายไปร้อยละ 40.00 จะมีอุปกรณ์ในการจัดวางสินค้าประมาณ 3-4 ชั้น/ตู้/ชั้น และอีกร้อยละ 40.00 ไม่มีอุปกรณ์จัดวางสินค้า

ตารางที่ 7.44 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามการจัดวางสินค้า

การจัดวางสินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
แยกตามประเภทของสินค้า	4	80.00
แยกตามรูปแบบของสินค้า	0	0.00
แยกตามน้ำหนักของสินค้า	1	20.00
แยกตามราคาของสินค้า	0	0.00
แยกตามขนาดของสินค้า	0	0.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าส่วนมากร้อยละ 80.00 ของผู้ประกอบการกิจการซื้อมาขายไป มีการจัดวางสินค้าโดยการแยกตามประเภทของสินค้า

ตารางที่ 7.45 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตาม ยอดขายต่อวัน

ยอดขายต่อวัน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
ต่ำกว่า 1,000 บาท	0	0.00
1,000 -3,000 บาท	2	40.00
3,001-5,000 บาท	1	20.00
มากกว่า 5,000 บาท	1	20.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะมียอดขายต่อวันประมาณ 1,000-3,000 บาท ในขณะที่บางกลุ่มมียอดขายที่มากกว่า 5,000 บาท คือ กลุ่มกิจการปั๊มน้ำมัน โดยมียอดขาย 10,000 บาทต่อวัน

ตารางที่ 7.46 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตาม บรรจุภัณฑ์สินค้า

บรรจุภัณฑ์สินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
ถุงพลาสติกใส	2	40.00
ถุงกระดาษ	0	0.00
อื่น ๆ (ไม่มี)	2	40.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างพบว่าโดยส่วนมากร้อยละ 40.00 จะมีบรรจุภัณฑ์ ใสถุง พลาสติกใส และ อีกร้อยละ 40.00 ไม่มีบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 7.47 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการตั้งราคาสินค้า

ตั้งราคาสินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
ตามราคาป้าย	2	40.00
ตามราคาร้านใกล้เคียง	0	0.00
ตามราคาต้นทุนจริงบวกกำไรที่ต้องการ	2	40.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	5	100.00

ในประเด็นการตั้งราคาสินค้า จากแบบสอบถามพบว่าโดยส่วนมากของกลุ่มตัวอย่างจะมีการตั้งราคาตามราคาป้าย และการตั้งราคาจากต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ

ตารางที่ 7.48 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามวิธีการชำระเงินของลูกค้า

วิธีการจำหน่ายสินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ชำระเงินสด	4	80.00
ให้เชื่อเชื่อ 7 วัน	0	0.00
ให้เชื่อเชื่อ 1 เดือน	1	20.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไปส่วนมากร้อยละ 80.00 จะมีการเก็บชำระเงินจากลูกค้าด้วยเงินสด

ตารางที่ 7.49 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามวิธีการขายแบบอื่น ๆ นอกจากการให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าเองที่ร้าน

วิธีการขายสินค้าแบบอื่น ๆ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
ให้ลูกค้าโทรศัพท์มาสั่งซื้อได้	0	0.00
โทรศัพท์ไปตามลูกค้าที่บ้าน	1	20.00
ไปเสนอสินค้าที่บ้านลูกค้า	0	0.00
อื่นๆ (ไม่มี)	3	60.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่านอกจากการให้ลูกค้ามาซื้อสินค้า ณ ร้านค้าแล้ว กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 60.00 ไม่มีวิธีการขายแบบอื่น ๆ เลย และมีร้อยละ 20.00 มีการขายโดยใช้วิธีโทรศัพท์ไปถามลูกค้าที่บ้าน

ตารางที่ 7.50 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามการโฆษณาประชาสัมพันธ์

วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่มี	1	20.00
ผ่านสื่อวิทยุ/เสียงตามสาย	0	0.00
แผ่นพับ/ ใบปลิว	0	0.00
โปสเตอร์	0	0.00
ป้ายผ้า	0	0.00
การออกร้านในงานต่าง ๆ	1	20.00
อื่น ๆ	3	60.00
รวม	5	100.00

สำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จากการสัมภาษณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 60.00 มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แบบอื่น ๆ คือ การบอกต่อๆ กันไป ในกลุ่มของลูกค้า

ตารางที่ 7.51 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามการส่งเสริมการขาย

ส่งเสริมการขาย	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
ลดราคา	0	0.00
แถมสินค้า	0	0.00
แจกสินค้าฟรี	0	0.00
อื่นๆ (ไม่มี)	4	80.00
รวม	5	100.00

สำหรับการส่งเสริมการขายพบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 80.00 ไม่มีการส่งเสริมการ

ขาย

ตารางที่ 7.52 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามสาเหตุที่ลูกค้าเข้าร้านเป็นประจำ (n=5)

สาเหตุที่ลูกค้าเข้าร้าน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
การบริการดี	1	20.00
สินค้าหลากหลาย	1	20.00
ราคาถูก	3	60.00
เป็นสมาชิก	5	100.00
อยู่ใกล้	4	80.00
เป็นญาติ พี่น้อง เพื่อน	3	60.00
อื่น ๆ (คุณภาพดีกว่า)	1	20.00

จากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับสาเหตุที่ลูกค้าเข้าร้านเป็นประจำ พบว่า โดยส่วนใหญ่เนื่องจากเป็นสมาชิกของกลุ่มธุรกิจอยู่แล้ว รองลงมาเนื่องจากสินค้ามีราคาถูกและเป็นญาติ พี่น้อง หรือเพื่อน

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกสำหรับกิจการซื้อมาขายไป

ตารางที่ 7.53 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามจำนวนของลูกค้าที่เข้าร้านโดยเฉลี่ยต่อวัน

จำนวนลูกค้าที่เข้าร้านโดยเฉลี่ยต่อวัน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 คน	1	20.00
10 – 40 คน	3	60.00
41 – 80 คน	1	20.00
มากกว่า 80 คน	0	0.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามเรื่องจำนวนลูกค้าที่เข้าร้านโดยเฉลี่ยในแต่ละวัน พบว่า ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 60.00 ตอบว่ามีลูกค้าเข้าร้านโดยเฉลี่ยต่อวันประมาณ 10-40 คน

ตารางที่ 7.54 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามแหล่งที่มาของลูกค้า

แหล่งที่มาของลูกค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ภายในหมู่บ้านเท่านั้น	1	20.00
ภายในหมู่บ้านและพื้นที่ใกล้เคียง	1	20.00
ภายในตำบล	2	40.00
อื่น ๆ (บุคคลภายนอก)	1	20.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไป ส่วนมากเป็นผู้ที่อยู่ภายในตำบล

ตารางที่ 7.55 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามยอดซื้อต่อครั้งที่น้อยสุด

ยอดซื้อต่อครั้งที่น้อยสุด	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 บาท	2	40.00
5 - 50 บาท	1	20.00
51 - 100 บาท	1	20.00
สูงกว่า 100 บาท (260 บาท)	1	20.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่ายอดซื้อต่อครั้งที่น้อยที่สุดของกิจการธุรกิจชุมชน ส่วนมาก อยู่ที่น้อยกว่า 5 บาท ต่อครั้ง

ตารางที่ 7.56 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามยอดซื้อต่อครั้งที่สูงสุด

ยอดซื้อต่อครั้งที่สูงสุด	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	0	0.00
100 บาท - 300 บาท	2	40.00
301 - 500 บาท	0	0.00
สูงกว่า 500 บาท	3	60.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับยอดซื้อต่อครั้งสูงสุดที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ พบว่า ส่วนมากอยู่ที่ประมาณ 100-300 บาท ต่อครั้ง และสำหรับยอดซื้อต่อครั้งที่มีมากกว่า 500 บาทคือ 3,900 บาท ในธุรกิจกองทุนข้าวสาร 2,000 บาท ในกิจการปืมน้ำมัน และ 675 บาท ในกิจการ ร้านค้า

ตารางที่ 7.57 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตาม จำนวนร้านค้าลักษณะเดียวกันในหมู่บ้าน

ร้านค้าในลักษณะเดียวกันในหมู่บ้าน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
1 ร้าน	0	0.00
2 ร้าน	2	40.00
3 ร้าน	0	0.00
4 ร้าน	1	20.00
มากกว่า 4 ร้าน (5 ร้าน)	2	40.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามพบว่า จำนวนร้านค้าในลักษณะเดียวกันที่อยู่ละแวกใกล้เคียง พบว่าโดยส่วนมากมีอยู่ประมาณ 2 ร้าน ในขณะที่อีกส่วนหนึ่งบอกว่ามีมากกว่า 4 ร้าน คือ มีร้านค้า 5 ร้าน

ตารางที่ 7.58 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตาม จำนวนร้านค้าในลักษณะเดียวกันในตำบล

ผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันในตำบล	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
1 ร้าน	1	20.00
2 ร้าน	0	0.00
3 ร้าน	1	20.00
4 ร้าน	1	20.00
มากกว่า 4 ร้าน	2	40.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่าร้านค้าในลักษณะเดียวกันในตำบลส่วนมากมีมากกว่า 4 ร้าน คือ มีลักษณะเดียวกับกองทุนข้าวสาร ประมาณ 100 ร้านที่อยู่ในตำบลเดียวกัน

ตารางที่ 7.59 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตาม การเปรียบเทียบราคากับรายอื่น

เปรียบเทียบราคากับรายอื่น	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
ราคาเท่ากัน	0	0.00
ราคาสินค้าที่ร้านแพงกว่า	1	20.00
ราคาที่ร้านถูกกว่า	3	60.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามเกี่ยวกับการเปรียบเทียบราคากับร้านค้ารายอื่น พบว่าส่วนมาก ร้อยละ 60.00 ของร้านค้าธุรกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะมีราคาที่ถูกลงกว่าร้านอื่น ๆ

ตารางที่ 7.60 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตาม เปรียบเทียบยอดขายกับรายอื่น

เปรียบเทียบยอดขายกับรายอื่น	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
ไม่แตกต่าง	0	0.00
ร้านของท่านมียอดขายสูงกว่า	2	40.00
ร้านของท่านมียอดขายต่ำกว่า	2	40.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบยอดขายกับร้านค้ารายอื่น พบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนตัวอย่างจะมียอดขายสูงกว่าและต่ำกว่าร้านค้ารายอื่นในสัดส่วนที่เท่ากัน

ตารางที่ 7.61 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตาม  
ข้อได้เปรียบของคู่แข่ง

ข้อได้เปรียบเปรียบของผู้ผลิตรายอื่น	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
ราคาถูกกว่า	3	60.00
มีสินค้าหลากหลายกว่า	1	20.00
มีความสนิทสนมกับลูกค้ามากกว่า	0	0.00
ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นมากกว่า	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	5	100.00

จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างถึงข้อได้เปรียบของคู่แข่ง พบว่าส่วนมากร้อยละ 60.00 ของของกลุ่มตัวอย่าง ที่ประกอบกิจการซื้อมาขายไป ตอบว่าคู่แข่งจะขายราคาถูกกว่าที่ทางกลุ่มดำเนินงานอยู่

ตารางที่ 7.62 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตาม  
หน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือ

หน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
	2	40.00
ฝึกอบรมการค้าในธุรกิจ	0	0.00
สนับสนุนด้านเงินทุน	0	0.00
ให้คำปรึกษาการค้าในธุรกิจ	1	20.00
อื่นๆ	2	40.00
รวม	5	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่ามีเพียงส่วนน้อยของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกด้านการให้คำปรึกษาด้านการค้าในธุรกิจ และมีจำนวน 2 กลุ่มที่ยังไม่มีการช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมา

ตารางที่ 7.63 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามอำนาจต่อรองของท่านกับร้านค้าที่จำหน่ายให้

อำนาจต่อรองของท่านกับผู้ขายวัตถุดิบ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	20.00
ท่านมีอำนาจต่อรองมากกว่า	0	0.00
ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้ามีอำนาจต่อรองมากกว่า	4	80.00
รวม	5	100.00

ด้านอำนาจการต่อรองพบว่าส่วนมากร้อยละ 80.00 ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ประกอบกิจการซื้อมาขายไปตอบว่า ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าให้กับทางกลุ่มธุรกิจมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า

ตารางที่ 7.64 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามอำนาจต่อรองของท่านกับลูกค้า

อำนาจต่อรองของท่านกับลูกค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	0	0.00
ท่านมีอำนาจต่อรองมากกว่า	5	100.00
ลูกค้ามีอำนาจต่อรองมากกว่า	0	0.00
รวม	5	100.00

ด้านอำนาจการต่อรองระหว่างร้านค้าของธุรกิจชุมชนกับลูกค้าผู้ใช้บริการพบว่าทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างตอบว่าทางร้านค้าของธุรกิจชุมชนมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า

ตารางที่ 7.65 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการซื้อมาขายไป) จำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน (n=5)

ประเภทอุปกรณ์	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
เครื่องคอมพิวเตอร์	0	0.00
เครื่องคิดเงิน	0	0.00.00
เครื่องคิดเลข	5	100.00
เครื่องโทรสาร	0	0.00
เครื่องโทรศัพท์	4	80.00
เครื่องถ่ายเอกสาร	0	0.00
อื่น ๆ	0	0.00

จากแบบสอบถาม พบว่า อุปกรณ์ที่มีสำหรับการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไป โดยส่วนมากจะมีเครื่องคิดเลข และรองลงมาเป็นเครื่องโทรศัพท์

การวิเคราะห์ตนเองสำหรับกิจการผลิตเพื่อขาย

ตารางที่ 7.66 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามลักษณะของกิจการ

ลักษณะของกิจการ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ห้างหุ้นส่วน	0	0.00
สหกรณ์	2	11.76
กลุ่มอาชีพ/ กลุ่มแม่บ้าน/ กลุ่มเกษตรกร	15	88.24
บริษัท	0	0.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถาม พบว่า ลักษณะของกิจการประเภทผลิตเพื่อขาย ส่วนมากร้อยละ 88.24 เป็นแบบกลุ่มอาชีพ กลุ่มแม่บ้าน หรือกลุ่มเกษตรกร

ตารางที่ 7.67 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามจำนวนผู้ก่อตั้ง

จำนวนผู้ก่อตั้ง	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
2-6 คน	2	11.77
7-10คน	2	11.76
10-15 คน	3	17.65
มากกว่า 15 คน (ระบุ)	10	58.82
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่า จำนวนผู้ก่อตั้งกลุ่มส่วนมากจะมีจำนวนผู้ก่อตั้งที่มีมากกว่า 15 คน คือมีจำนวน ตั้งแต่ 18-106 คน

ตารางที่ 7.68 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามจำนวนสมาชิก

จำนวนสมาชิก	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	5.88
1-2 คน	0	0.00
3 -4 คน	0	0.00
5-6 คน	3	17.65
มากกว่า 6คน (ระบุ)	13	76.47
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่าจำนวนสมาชิกภายในกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขายส่วนมากมีมากกว่า 6 คน คือมีจำนวนตั้งแต่ 8-106 คน

ตารางที่ 7.69 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามตำแหน่งงานในกลุ่มธุรกิจ (n = 17)

ตำแหน่งงานในกลุ่มธุรกิจ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ผู้จัดการ/ประธานกลุ่ม	15	88.24
รองผู้จัดการ/รองประธานกลุ่ม	15	88.24
หัวหน้าฝ่ายการตลาด / ขาย	5	29.41
หัวหน้าฝ่ายการเงิน/บัญชี	12	70.59
หัวหน้าฝ่ายบุคคล	0	0.00
รองหัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ	0	0.00
พนักงานประจำร้าน	5	29.41
อื่น ๆ	4	23.53

จากการสัมภาษณ์พบว่าตำแหน่งงานในกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขาย ร้อยละ 88.24 จะมีตำแหน่งผู้จัดการหรือประธานกลุ่ม และตำแหน่งรองผู้จัดการหรือรองประธานกลุ่ม รองลงมา ร้อยละ 70.59 มีหัวหน้าฝ่ายการเงิน/บัญชี ในขณะที่ตำแหน่งงานอื่น ๆ ได้แก่ เภรัญญิก เจ้าหน้าที่การตลาด เลขานุการ ประชาสัมพันธ์ คณะกรรมการ

ตารางที่ 7.70 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามวิธีการคัดเลือกผู้บริหารของกลุ่ม

การคัดเลือกผู้บริหาร	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
จากจำนวนหุ้นที่ถือ	0	0.00
จากการสรรหา	6	35.29
จากการเลือกตั้ง	9	52.94
อื่น ๆ	2	11.77
รวม	17	100.00

สำหรับการคัดเลือกผู้บริหารของกลุ่ม พบว่าส่วนมากจะได้มาจากการเลือกตั้ง รองลงมาเป็นการใช้วิธีการสรรหา

ตารางที่ 7.71 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามระดับการศึกษาต่ำสุดพนักงาน

ระดับการศึกษาต่ำสุดพนักงาน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	11	64.71
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	5	29.41
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3	0	0.00
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/ ปวช.	0	0.00
ปวส. / อนุปริญญา	0	0.00
ปริญญาตรี	0	0.00
อื่น ๆ	1	5.88
รวม	17	100.00

สำหรับระดับการศึกษาต่ำสุดของพนักงานในกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขายพบว่ามีร้อยละ 64.71 มีพนักงานที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6

ตารางที่ 7.72 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดพนักงาน

ระดับการศึกษาสูงสุดพนักงาน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	0	0.00
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	1	5.88
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3	2	11.77
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/ปวช.	5	29.41
ปวส./อนุปริญญา	1	5.88
ปริญญาตรี	8	47.06
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	17	100.00

ส่วนระดับการศึกษาสูงสุดของพนักงานในกลุ่มธุรกิจพบว่าส่วนมากร้อยละ 47.06 จะมีพนักงานที่จบการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 7.73 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามเงินเดือนเฉลี่ย

เงินเดือนเฉลี่ย	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่มี	8	47.06
น้อยกว่า 1,000 บาท/เดือน	4	23.53
1,000 - 3,000 บาท/เดือน	2	11.77
3,001-5,000 บาท/เดือน	3	17.64
มากกว่า 5,000 บาท/เดือน	0	0.00
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่าจำนวนเงินเดือนเฉลี่ยของพนักงานในกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขายจำนวนเงินเดือนเฉลี่ยของพนักงานในกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขายส่วนมากร้อยละ 47.06 จะมีไม่มีเงินเดือนที่แน่นอนให้แต่จะคิดปันได้ในอัตราร้อยละ 30 ของกำไรที่ได้จากการขาย และมีร้อยละ 23.53 ให้เงินเดือนพนักงาน เฉลี่ยน้อยกว่า 1,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 7.74 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามสวัสดิการของพนักงาน

สวัสดิการของพนักงาน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	5.88
กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	3	17.65
ประกันสังคม	1	5.88
อื่น ๆ	12	70.59
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่า สวัสดิการที่มีให้กับพนักงานส่วนมากจะมีสวัสดิการอื่น ๆ ของพนักงาน เช่น มีค่ารักษาพยาบาลให้ มีเงินออมทรัพย์ ให้ส่วยทอง 1 เดือน / 1 คน (รายได้จากการขาย) เงินกู้ไม่มีดอกเบี้ย ช่วยเหลือด้านฅาปนกิจ เงินกู้ฉุกเฉิน เป็นต้น

ตารางที่ 7.75 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม  
บทลงโทษพนักงาน

บทลงโทษ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	2	11.76
ตักเตือนก่อน	11	64.71
ตัดเงินเดือน	1	5.88
ไล่ออก	0	0.00
อื่น ๆ (ไม่มี)	3	17.65
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าเมื่อพนักงานทำผิด ส่วนมากร้อยละ 64.71 ของกลุ่ม  
ธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขาย จะมีบทลงโทษโดยใช้วิธีการตักเตือนก่อน

ตารางที่ 7.76 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม  
การฝึกอบรมพนักงานของกิจการ

การฝึกอบรม	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	5.88
ให้การฝึกอบรมก่อนปฏิบัติงาน	8	47.06
มี ให้เรียนรู้จากการทำงานจริง	8	47.06
มีระหว่างการปฏิบัติงาน	0	0.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	17	100.00

จากการสอบถามเรื่องการอบรมพนักงานพบว่าส่วนมากร้อยละ 47.06 จะมีการ  
ให้การฝึกอบรมก่อนการปฏิบัติงาน และให้มีเรียนรู้จากการทำงานจริง

ตารางที่ 7.77 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามที่ตั้งธุรกิจ

ที่ตั้งธุรกิจ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	5.88
ตั้งอยู่บนถนนสายหลัก/ทางแยก	9	52.94
ตั้งอยู่ใกล้ อบต./สถานที่ราชการ	1	5.88
ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน/วัด	3	17.65
อื่น ๆ (ศาลาหมู่บ้าน)	3	17.65
รวม	17	100.00

สำหรับที่ตั้งของธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขายส่วนมากร้อยละ 52.94 ของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขายจะตั้งอยู่บนถนนสายหลัก หรือทางแยก

ตารางที่ 7.78 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามการบันทึกบัญชี

การบันทึกบัญชี	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่มี	6	35.29
มี	11	64.71
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าส่วนมากร้อยละ 64.71 ของกิจการธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขายจะมีการบันทึกบัญชี

ตารางที่ 7.79 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง(กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม การจัดบันทึกข้อมูลทางบัญชี (n=17)

ประเภทบัญชีที่มีการบันทึกข้อมูล	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
บัญชีรายวันการซื้อสินค้า	12	70.59
บัญชีรายวันการขายสินค้า	10	58.82
บัญชีลูกหนี้	5	29.41
บัญชีเจ้าหนี้	3	17.65
บัญชีสินค้าคงเหลือ	4	23.53
บัญชีกำไรขาดทุนประจำปี	8	47.06
บัญชีงบดุล	2	11.76
อื่น ๆ (บัญชีเครื่องใช้สำนักงาน)	2	11.76

จากการวิจัยพบว่าธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขายจะมีการจัดบันทึกบัญชีในทุกประเภท โดยประเภทบัญชีที่มีการจัดบันทึก 3 อันดับแรกได้แก่ บัญชีรายวันการซื้อขายสินค้า บัญชีรายวันการขายสินค้า และบัญชีกำไรขาดทุน คิดเป็น ร้อยละ 70.59 , 58.82 และ 47.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.80 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม ความถี่ของการทำบัญชี

ความถี่ของการทำบัญชี	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	2	11.76
ทุกวัน	6	35.29
ทุกสัปดาห์	0	0.00
ทุกเดือน	3	17.65
ทุกครึ่งปี	0	0.00
ทุกปี	2	11.76
อื่น ๆ (3 เดือนครั้ง/ เฉพาะเวลามีรายการ)	4	23.54
รวม	17	100.00

จากสัมภาษณ์ พบว่า ความถี่ของการทำบัญชีของกลุ่มกิจการผลิตเพื่อขาย ส่วนมากร้อยละ 35.29 จะมีการทำบัญชีทุกวัน รองลงมาร้อยละ 23.54 มีการทำบัญชีในลักษณะที่ไม่ค่อยแน่นอน คือ จัดบันทึกบัญชี แบบ 3 เดือนครั้ง หรือจัดบันทึกเฉพาะเวลามีรายการ

ตารางที่ 7.81 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม  
เงินทุนหมุนเวียนในกิจการเฉลี่ยต่อเดือน

เงินทุนหมุนเวียนในกิจการ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	5	29.41
5,000 - 15,000 บาท	3	17.65
15,001 - 25,000 บาท	3	17.65
มากกว่า 25,000 บาท	6	35.29
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์พบว่าโดยส่วนมากกลุ่มธุรกิจที่ผลิตเพื่อขายจะมีเงินทุน  
หมุนเวียนในกิจการเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท คือ มี 100, 000 บาท 150,000 บาท  
200,000 บาท 40,000 บาท และ 78,800 บาท

ตารางที่ 7.82 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม  
แหล่งที่มาของเงินทุน

ที่มาของเงินทุน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
จากการร่วมทุนของสมาชิก	13	76.47
จากหน่วยงานภาครัฐ	2	11.76
จากการกู้ธนาคารพาณิชย์/สถาบันการเงิน	0	0.00
จากการกู้ธนาคาร	0	0.00
อื่น ๆ (กู้จากกองทุน)	2	11.77
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าที่มาของเงินทุนส่วนมากร้อยละ 76.47 ของกลุ่มตัวอย่าง  
ที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขายจะมาจากการร่วมทุนกันของสมาชิกภายในกลุ่ม

ตารางที่ 7.83 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม  
ประมาณการกำไรขั้นต้นที่ได้ต่อปี

ประมาณการกำไรขั้นต้นที่ได้ต่อปี	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	3	17.65
น้อยกว่า 10% ของยอดขายต่อปี	4	23.53
10% - 15% ของยอดขายต่อปี	5	29.41
16% - 20% ของยอดขายต่อปี	2	11.76
มากกว่า 20% ของยอดขายต่อปี	3	17.65
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขายที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง  
ส่วนมากร้อยละ 29.41 จะมีกำไรขั้นต้นต่อปีประมาณ 10%-15% ของยอดขายต่อปี

ตารางที่ 7.84 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม  
กำไรสะสม ณ ปัจจุบัน

กำไรสะสม ณ ปัจจุบัน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	4	23.53
น้อยกว่า 10,000 บาท	4	23.53
10,000 - 30,000 บาท	4	23.53
30,001 - 50,000 บาท	1	5.88
50,001 - 70,000 บาท	1	5.88
มากกว่า 70,000 บาท (100,000บาท)	3	17.65
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าร้อยละ 23.53 ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ประกอบกิจการผลิต  
เพื่อขายมีกำไรสะสม ณ ปัจจุบันน้อยกว่า 10,000 บาท อีกร้อยละ 23.53 มีเงินกำไรสะสม  
ประมาณ 10,000-30,000 บาท และมีเพียง ร้อยละ 17.65 ที่มีกำไรสะสม ณ ปัจจุบัน มากกว่า  
70,000 บาท

ตารางที่ 7.85 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามนโยบายการปันผล

นโยบายปันผล	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	5.88
ตามจำนวนหุ้นที่สมาชิกถือ	11	64.71
ตามจำนวนยอดซื้อสินค้าของสมาชิก	0	0.00
สมาชิกทุกคนได้ปันเท่ากัน	1	5.88
อื่น ๆ (เป็นตามจำนวนงานที่ทำ)	4	23.53
รวม	17	100.00

จากสัมภาษณ์ พบว่านโยบายเงินปันผลของกลุ่มธุรกิจตัวอย่างส่วนมากร้อยละ 64.71 จะมีการปันผลการตามจำนวนหุ้นที่สมาชิกถือ รองลงมาร้อยละ 23.53 มีการปันผลตามจำนวนงานที่ทำ

ตารางที่ 7.86 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามรายการสินค้าที่ผลิต

รายการสินค้าที่ผลิต	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
1 รายการ	6	35.29
2 รายการ	1	5.88
3 รายการ	1	5.89
มากกว่า 3 รายการ	9	52.94
รวม	17	100.00

จากสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มธุรกิจชุมชนตัวอย่างร้อยละ 52.94 มีการผลิตสินค้ามากกว่า 3 รายการ คือ มีสินค้าที่ผลิตตั้งแต่ 4 - 17 รายการ

ตารางที่ 7.87 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ผลิต (n=17)

ประเภทสินค้าที่ผลิต	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
อาหารและเครื่องดื่ม	9	52.94
เสื้อผ้า	2	11.76
เครื่องใช้ในครัวเรือน	2	11.76
อุปกรณ์การเกษตร	5	29.41
สัตว์	0	0.00
พืช	3	17.65
อื่น ๆ	5	29.41

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับประเภทสินค้าที่ผลิตพบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 52.94 มีการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาร้อยละ 29.41 ได้แก่ อุปกรณ์การเกษตรและสินค้าประเภทอื่น ๆ คือ ปลอกหมอน ที่ใส่มือถือ กระเป๋า ลูกประคบ ยางรม ของใช้ใน ศาสนพิธี (พวงหรีด ดอกไม้จัน)

ตารางที่ 7.88 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามสินค้าที่ผลิตแล้วขายดีที่สุด

สินค้าที่ผลิตแล้วขายดีที่สุด	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	5.88
อาหารและเครื่องดื่ม	6	35.29
เสื้อผ้า	1	5.88
เครื่องใช้ในครัวเรือน	1	5.88
อุปกรณ์การเกษตร	3	17.65
สัตว์	2	11.77
พืช	0	0.00
อื่น ๆ	3	17.65
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับสินค้าที่กลุ่มธุรกิจตัวอย่างผลิตทั้งหมด พบว่าสินค้าที่ขายดีที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม อุปกรณ์การเกษตร สินค้าอื่น ๆ คือ ดอกไม้จัน และสินค้าประเภท สัตว์ และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 35.29 , 17.56 และ 11.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.89 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามสินค้าที่ผลิตแล้วขายยากที่สุด

สินค้าที่ผลิตแล้วขายยากที่สุด	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	2	11.77
อาหารและเครื่องดื่ม	1	5.88
เสื้อผ้า	0	0.00
เครื่องใช้ในครัวเรือน	1	5.88
สัตว์	0	0.00
พืช	1	5.88
อื่น ๆ	12	70.59
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่าร้อยละ 70.59 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย ตอบว่าสินค้าที่ผลิตแล้วขายยากที่สุดคือ คือ ผ้าชิ้นสำหรับตัดเสื้อ ยาสุนไหมที่ทำจากฟ้า ทลายใจ

ตารางที่ 7.90 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามสินค้าที่ทำกำไรให้มากที่สุด

สินค้าที่ทำกำไรให้มากที่สุด	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
อาหารและเครื่องดื่ม	4	23.53
เสื้อผ้า	0	0.00
เครื่องใช้ในครัวเรือน	1	5.88
อุปกรณ์การเกษตร	3	17.65
สัตว์	0	0.00
พืช	2	11.76
อื่น ๆ	7	41.18
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ร้อยละ 41.18 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย ตอบว่าสินค้าที่ทำกำไรให้มากที่สุดคือ สินค้าประเภทอื่น ๆ เช่น กลุ่มสินค้าประเภทบริการ นวดเพื่อสุขภาพ ดอกไม้จีน

ตารางที่ 7.91 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามสินค้าทำกำไรน้อยที่สุด

สินค้าทำกำไรน้อยที่สุด	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	2	11.77
อาหารและเครื่องดื่ม	2	11.77
เสื้อผ้า	0	0.00
เครื่องใช้ในครัวเรือน	1	5.88
อุปกรณ์การเกษตร	0	0.00
สัตว์	0	0.00
พืช	2	11.76
อื่น ๆ	10	58.82
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่า ร้อยละ 58.82 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย ตอบว่า สินค้าที่ผลิตแล้วได้กำไรน้อยที่สุดคือ สินค้าอื่น ๆ นอกเหนือจาก อาหาร เครื่องดื่ม เสื้อผ้า เครื่องใช้ในครัวเรือน อุปกรณ์การเกษตร สัตว์และ พืช

ตารางที่ 7.92 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามการจัดหาวัตถุดิบ

การจัดหาวัตถุดิบ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ภายในหมู่บ้าน	10	58.82
ภายในตำบล	1	5.88
จากชุมชนภายนอก	2	11.77
จากพ่อค้าวัตถุดิบอื่น ๆ	4	23.53
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่าโดยส่วนมากร้อยละ 58.82 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขายมีการจัดหาวัตถุดิบมาจากภายในหมู่บ้าน รองลงมาร้อยละ 23.53 เป็นการจัดหาจากพ่อค้าวัตถุดิบอื่น ๆ ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 7.93 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามจำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

จำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
1-2 ราย	7	41.18
3-4 ราย	3	17.65
5-6 ราย	2	11.76
มากกว่า 6 ราย	5	29.41
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าร้อยละ 41.18 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย จัดหาวัตถุดิบในการผลิตจากผู้จัดจำหน่ายเพียง 1-2 รายเท่านั้น รองลงมาร้อยละ 29.41 จัดหาวัตถุดิบในการผลิตจากผู้จัดจำหน่าย มากกว่า 6 ราย

ตารางที่ 7.94 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามความถี่ของการหาวัตถุดิบ

ความถี่ของการหาวัตถุดิบ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
1 ครั้ง	4	23.53
2 ครั้ง	5	29.41
3 ครั้ง	1	5.88
มากกว่า 3 ครั้ง	7	41.18
รวม	17	100.00

จากสัมภาษณ์เกี่ยวกับความถี่ในการจัดหาวัตถุดิบ พบว่าร้อยละ 41.18 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย มีการจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเฉลี่ยแล้วมากกว่า 3 ครั้งคือ 8 ครั้ง ทุกวัน และ ความถี่ขึ้นอยู่กับยอดที่สั่งซื้อ แล้วแต่ฤดูกาล จัดหาวัตถุดิบ 3 เดือนครั้ง

ตารางที่ 7.95 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามมูลค่าการจัดหาวัตถุดิบ

มูลค่าการจัดหาวัตถุดิบ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	5.88
น้อยกว่า 3,000 บาท	4	23.53
3,000-5,000 บาท	2	11.77
5,000-7,000 บาท	0	0.00
มากกว่า 7,000 บาท	10	58.82
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ร้อยละ 58.82 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย มีมูลค่าการจัดหาวัตถุดิบที่มากกว่า 7,000 บาท คือมี 9,000 บาท 10,000 บาท 15,000 บาท 24,000 บาท 100,000 บาท 150,000 บาท 200,000 บาท

ตารางที่ 7.96 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามการชำระค่าวัตถุดิบ

การชำระค่าวัตถุดิบ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ชำระด้วยเงินสด	14	82.35
ชำระด้วยเงินสดภายใน 1 อาทิตย์	1	5.88
ชำระด้วยเงินสดภายใน 1 เดือน	0	0.00
ชำระด้วยเงินสดภายใน 3 เดือน	0	0.00
ชำระเมื่อขายสินค้าได้	0	0.00
อื่น ๆ (เครดิต 15 วัน)	2	11.77
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าส่วนมากร้อยละ 82.35 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย จะชำระค่าวัตถุดิบด้วยเงินสด

ตารางที่ 7.97 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม การตรวจสอบวัตถุดิบ

การตรวจสอบวัตถุดิบ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
มี	15	88.27
ไม่มี	2	11.77
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าส่วนมากร้อยละ 88.27 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบ กิจการผลิตเพื่อขาย จะมีการตรวจสอบวัตถุดิบที่ซื้อมาก่อนการลงมือผลิต

ตารางที่ 7.98 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม นโยบายการขายสินค้า

นโยบายการขายสินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ผลิตเสร็จก่อนขายก่อน	15	88.23
ผลิตเสร็จหลังขายก่อน	0	0.00
อื่น ๆ (ผลิตมาขายหมด, ผลิตตามสั่ง)	2	11.77
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าส่วนมากร้อยละ 88.23 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบ กิจการผลิตเพื่อขาย จะมีนโยบายการขายสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วโดยขายสินค้าที่ผลิตเสร็จก่อน

ตารางที่ 7.99 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม การเก็บสินค้าคงคลังการเก็บสินค้าคงคลัง

การเก็บสินค้าคงคลัง	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
มี	7	41.18
ไม่มี	10	58.82
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่า ส่วนมากร้อยละ 58.82 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบ กิจการผลิตเพื่อขาย จะไม่มีการเก็บสินค้าคงคลัง

ตารางที่ 7.100 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม ยอดขายต่อเดือน

ยอดขายต่อเดือน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	5.88
ต่ำกว่า 10,000 บาท	7	41.18
10,000 -30,000 บาท	2	11.77
30,001-50,000 บาท	1	5.88
มากกว่า50,000 บาท (60,000-400,000)	6	35.29
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ ยอดขายต่อเดือน พบว่าส่วนมากร้อยละ 41.18 ของ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขายจะมียอดขายต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 35.29 มียอดขายมากกว่า 50,000 บาท คือ มี ยอดขาย 60,000 – 400,000 บาท

ตารางที่ 7.101 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม การใช้ตราสินค้า

การใช้ตราสินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ใช้ตราของตนเอง	10	58.82
ใช้ตราของพ่อค้าส่ง	1	5.88
ใช้ตราของพ่อค้าปลีก	0	0.00
อื่น ๆ	6	35.30
รวม	17	100.00

สำหรับสินค้าที่ผลิตได้โดยส่วนมากร้อยละ 58.82 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบ กิจการผลิตเพื่อขายจะมีการใช้ตราสินค้าของทางกลุ่มธุรกิจที่เป็นผู้ผลิตสินค้า

ตารางที่ 7.102 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามเครื่องหมายของสินค้า

เครื่องหมายสินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
อย.	1	5.88
มอก.	0	0.00
มผช.	0	0.00
ฮาลาล	0	0.00
อื่นๆ(ไม่มี)	16	94.12
รวม	17	100.00

สินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วพบว่าโดยส่วนมากร้อยละ 94.12 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขายจะไม่ได้รับเครื่องหมายใด ๆ จากหน่วยงานราชการ

ตารางที่ 7.103 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามบรรจุภัณฑ์สินค้า

บรรจุภัณฑ์สินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
มี	15	88.23
ไม่มี	2	11.77
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้ว พบว่าโดยส่วนมากร้อยละ 88.23 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย จะมีบรรจุภัณฑ์สินค้าที่ใช้คือ กระสอบ ขวด ถุงพลาสติก ถุงผ้า กล่อง

ตารางที่ 7.104 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามการตั้งราคาสินค้าที่ผลิตเสร็จ

ตั้งราคาสินค้าที่ผลิตเสร็จ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ตามราคาตลาด	4	23.53
ตามราคาคู่แข่ง	0	0.00
ตามราคาต้นทุนจริงบวกกำไรที่ต้องการ	12	70.59
อื่นๆ (ไม่มีเกณฑ์)	1	5.88
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าร้อยละ 70.59 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย จะตั้งราคาสินค้าที่ตนเองผลิตโดยดูจากต้นทุนแล้วบวกเพิ่มส่วนกำไรที่ต้องการ

ตารางที่ 7.105 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามวิธีการจำหน่ายสินค้า (n=17)

วิธีการจำหน่ายสินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ขายตรงไปยังผู้บริโภค ณ สถานที่ผลิต	11	64.71
ขายตรงไปยังผู้บริโภค ณ งานแสดงสินค้า	7	41.18
ขายตรงไปยังผู้บริโภค ณ ร้านค้าของกลุ่ม	4	23.53
ขายให้พ่อค้าส่ง	4	23.53
ขายให้พ่อค้าปลีก	5	29.41
อื่น ๆ (ให้สมาชิกไปจำหน่าย)	2	11.76

จากแบบสอบถาม พบว่า ร้อยละ 64.71 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย เมื่อผลิตสินค้าเสร็จแล้วจะมีการขายตรงไปยังผู้บริโภค ณ สถานที่ที่ทำการผลิต รองลงมาร้อยละ 41.18 มีการขายตรงไปยังผู้บริโภค ณ งานแสดงสินค้า

ตารางที่ 7.106 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (n=17)

วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ผ่านสื่อวิทยุ/เสียงตามสาย	0	0.00
แผ่นพับ/ ใบปลิว	2	11.76
โปสเตอร์	0	0.00
ป้ายผ้า	1	5.88
การออกร้านในงานต่าง ๆ	6	35.29
อื่น ๆ (ไม่มี, เว็บไซต์, ปากต่อปาก)	13	76.47

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 76.47 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า และมีบ้างที่มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้เว็บไซต์ หรือการพูดต่อปากต่อปาก รองลงมาร้อยละ 35.29 มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าโดยการออกร้านในงานต่าง ๆ

ตารางที่ 7.107 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม การส่งเสริมการขาย

ส่งเสริมการขาย	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	5.88
ลดราคา	6	35.30
แถมสินค้า	0	0.00
แจกสินค้าฟรี	1	5.88
อื่นๆ	9	52.94
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่า โดยส่วนมาก ร้อยละ 52.94 ของกลุ่มตัวอย่างที่ ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ให้ทดลองใช้, ขายใน ราคาพิเศษตอนเปิดตลาด รองลงมา ร้อยละ 35.30 มีการส่งเสริมการขายโดยวิธีการลดราคา

ตารางที่ 7.108 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม การเก็บเงินค่าสินค้า

การเก็บเงินค่าสินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ชำระเงินสด	14	82.35
ให้เชื่อ 1 วัน	0	0.00
ให้เชื่อเชื่อ 1 เดือน	1	5.88
อื่นๆ	2	11.77
รวม	17	100.00

เมื่อจำหน่ายสินค้าที่ผลิตได้ โดยส่วนมาก ร้อยละ 82.35 ของกลุ่มตัวอย่างที่ ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย จะมีการเก็บชำระด้วยเงินสด

## ปัจจัยภายนอกสำหรับกิจการผลิตเพื่อขาย

ตารางที่ 7.109 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามประเภทลูกค้าที่รับซื้อสินค้า

ประเภทลูกค้าที่รับซื้อสินค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ผู้บริโภค	9	52.94
พ่อค้าปลีก/ร้านค้าปลีก	4	23.53
พ่อค้าส่ง/ร้านค้าส่ง	1	5.88
อื่นๆ	3	17.65
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่า ร้อยละ 52.94 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย ตอบว่ากลุ่มลูกค้าหลักที่ซื้อสินค้าที่ทางกลุ่มผลิต คือ ผู้บริโภคชั้นสุดท้าย รองลงมาร้อยละ 23.53 ตอบว่ากลุ่มลูกค้าหลักที่ซื้อสินค้าที่ทางกลุ่มผลิต เป็นพ่อค้าปลีกหรือร้านค้าปลีก

ตารางที่ 7.110 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามแหล่งที่มาของลูกค้า

แหล่งที่มาของลูกค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ภายในหมู่บ้านเท่านั้น	5	29.41
ภายในหมู่บ้านและพื้นที่ใกล้เคียง	5	29.41
ภายในตำบล	3	17.65
อื่น ๆ (ตำบลใกล้เคียง, ในเมือง)	4	23.53
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าร้อยละ 29.41 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขายตอบว่า ลูกค้าโดยส่วนมากมาจากภายในหมู่บ้านรวมทั้งพื้นที่ใกล้เคียง

ตารางที่ 7.111 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม ยอดซื้อต่อครั้งที่น้อยสุด

ยอดซื้อต่อครั้งที่น้อยสุด	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
น้อยกว่า 500 บาท	11	64.71
500 - 1,000 บาท	3	17.65
1,001 - 1,500 บาท	1	5.88
สูงกว่า 1,500 บาท	2	11.76
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าร้อยละ 64.71 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย ตอบว่ายอดซื้อต่อครั้งที่ของลูกค้าน้อยที่สุด จะน้อยกว่า 500 บาทต่อครั้ง

ตารางที่ 7.112 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม ยอดซื้อต่อครั้งที่สูงสุด

ยอดซื้อต่อครั้งที่สูงสุด	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	12	70.59
10,000 บาท - 20,000 บาท	2	11.76
20,001 -50,000 บาท	2	11.77
สูงกว่า 50,000 บาท (300,000)	1	5.88
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าร้อยละ 70.59 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย ตอบว่ายอดซื้อต่อครั้งที่สูงสุดส่วนมากลูกค้าจะมียอดซื้อสูงสุดต่ำกว่า 10,000 บาทต่อครั้ง

ตารางที่ 7.113 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามจำนวนผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันในหมู่บ้าน

ผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันในหมู่บ้าน	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	2	11.76
1 ราย	4	23.53
2 ราย	3	17.65
4 ราย	1	5.88
มากกว่า 4 ราย	7	41.18
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับคู่แข่งภายในหมู่บ้านพบว่า ร้อยละ 41.18 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย ตอบว่ามีผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันที่อยู่ภายในหมู่บ้านมากกว่า 4 ราย คือ 25 – 30 ราย

ตารางที่ 7.114 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามจำนวนผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันในตำบล

ผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันในตำบล	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	5.88
1 ราย	5	29.41
2 ราย	2	11.77
3 ราย	1	5.88
4 ราย	1	5.88
มากกว่า 4 ราย	7	41.18
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่าร้อยละ 41.18 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย ตอบว่า ภายในตำบลเดียวกันนั้นจะมีผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันมากกว่า 4 ราย คือ 25 – 30 ราย

ตารางที่ 7.115 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามการเปรียบเทียบราคากับรายอื่น

เปรียบเทียบราคากับรายอื่น	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	6	35.29
ราคาเท่ากัน	5	29.41
ราคาสินค้าที่ร้านแพงกว่า	2	11.77
ราคาที่ร้านถูกกว่า	3	17.65
อื่นๆ	1	5.88
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามด้านราคาขายพบว่าร้อยละ 29.41 ตอบว่า สินค้าที่ผลิตโดยธุรกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะมีราคาขายเท่ากับผู้ผลิตรายอื่น ๆ และมีร้อยละ 17.65 ตอบว่า ราคาของที่ร้านถูกกว่า

ตารางที่ 7.116 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามเปรียบเทียบยอดขายกับรายอื่น

เปรียบเทียบยอดขายกับรายอื่น	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	7	41.18
ไม่แตกต่าง	2	11.77
ร้านของท่านมียอดขายสูงกว่า	4	23.53
ร้านของท่านมียอดขายต่ำกว่า	2	11.76
อื่นๆ	2	11.76
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถาม พบว่าร้อยละ 23.53 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขายมียอดขายสูงกว่าผู้ผลิตรายอื่น ๆ

ตารางที่ 7.117 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม  
ข้อได้เปรียบของผู้ผลิตรายอื่น

ข้อได้เปรียบเปรียบเทียบของผู้ผลิตรายอื่น	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	7	41.18
วัตถุดิบมีคุณภาพดีกว่า	0	0.00
อยู่ใกล้วัตถุดิบมากกว่า	2	11.76
มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า	0	0.00
ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นมากกว่า	3	17.65
อื่น ๆ (ผลิตนานกว่า, คุณภาพ, คนเชื่อถือ)	5	29.41
รวม	17	100.00

จากการสัมภาษณ์ พบว่าโดยส่วนมากร้อยละ 29.41 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบ  
กิจการผลิตเพื่อขาย ตอบว่า ผู้ผลิตรายอื่น ๆ จะได้มีข้อได้เปรียบ คือ เขามีผลิตมานาน คนเชื่อถือ  
คุณภาพ รสชาติ การได้การรับรองมาตรฐาน

ตารางที่ 7.118 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตาม  
หน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือ

หน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	2	11.77
ฝึกอบรมการค้าในธุรกิจ	7	41.18
สนับสนุนด้านเงินทุน	2	11.76
ให้คำปรึกษาการค้าในธุรกิจ	1	5.88
อื่นๆ (พัฒนาผลิตภัณฑ์, หาตลาด)	5	29.41
รวม	17	100.00

จากสัมภาษณ์ พบว่าร้อยละ 41.18 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อ  
ขาย ต้องการให้หน่วยงานช่วยเหลือในด้านการฝึกอบรมการค้าในธุรกิจ รองลงมาร้อยละ 29.41  
เป็นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด

ตารางที่ 7.119 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามอำนาจต่อรองของท่านกับผู้ขายวัตถุดิบ

อำนาจต่อรองของท่านกับผู้ขายวัตถุดิบ	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	5.88
ท่านมีอำนาจต่อรองมากกว่า	11	64.71
ผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองมากกว่า	5	29.41
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าส่วนมากร้อยละ 64.71 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย มีอำนาจการต่อรองเหนือผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

ตารางที่ 7.120 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามอำนาจต่อรองของท่านกับลูกค้า

อำนาจต่อรองของท่านกับลูกค้า	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
ไม่ตอบ	1	5.88
ท่านมีอำนาจต่อรองมากกว่า	12	64.59
ลูกค้ามีอำนาจต่อรองมากกว่า	4	23.53
รวม	17	100.00

จากแบบสอบถามพบว่าส่วนมากร้อยละ 64.59 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการผลิตเพื่อขาย มีอำนาจการต่อรองเหนือลูกค้า

ตารางที่ 7.121 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง (กิจการผลิตเพื่อขาย) จำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงาน (n=17)

ประเภทอุปกรณ์	จำนวน (กิจการ)	ร้อยละ
เครื่องคอมพิวเตอร์	1	5.88
เครื่องคิดเงิน	0	0.00
เครื่องคิดเลข	14	82.35
เครื่องโทรสาร	0	0.00
เครื่องโทรศัพท์	13	76.47
เครื่องถ่ายเอกสาร	0	0.00
อื่น ๆ (มือถือ, พิมพ์ดีด)	4	23.53

จากแบบสอบถามพบว่า ธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขายนั้นส่วนมากจะมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงานหลัก ๆ คือ เครื่องคิดเลข และเครื่องโทรศัพท์ โดยคิดเป็นร้อยละ 82.35 และ 76.47 ตามลำดับ

## บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ธุรกิจชุมชน เป็นการรวมตัวกันของชาวบ้านเพื่อลงทุนประกอบธุรกิจในนามของกลุ่ม โดยวัตถุประสงค์ก็เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและชีวิตความเป็นอยู่ของเหล่าบรรดาสมาชิกของชุมชน ซึ่งส่วนมากจะเน้นดำเนินธุรกิจในสิ่งที่ เป็นจุดเด่นและความสามารถหลักของชุมชน เช่น การเลี้ยงสัตว์ การแปรรูปสินค้าเกษตร หัตถกรรม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากธุรกิจชุมชนแต่ละหน่วยงาน จะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ไม่ได้มีบรรทัดฐานที่เป็นมาตรฐานเหมือนกับธุรกิจขนาดใหญ่ทั่วไป ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จึงพยายามวิจัยเพื่อค้นหาลักษณะทั่วไปที่จะสามารถบ่งบอกถึงความเป็นธุรกิจชุมชน โดยได้เลือกทำการศึกษาวิจัยในกลุ่มธุรกิจชุมชนของตำบลบ้านยาง และบ้านท่าเียน อำเภอศรีวิชัย จ.นครศรีธรรมราช ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปดังรายละเอียดในหน้า 110 ถึง หน้า 166 และเพื่อให้ผลการวิจัยครั้งนี้มีคุณประโยชน์มากขึ้น ทางผู้วิจัย จึงได้ทำการสรุปอภิปรายผลการวิจัยอีกครั้ง โดยจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน ได้แก่ ลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชน และข้อเสนอแนะจากการวิจัย

### ลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชน

จากการศึกษาวิจัย ทางผู้วิจัยได้มีการแบ่งแยกธุรกิจชุมชนออกเป็น 2 ประเภท คือ ธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไป และธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขาย เนื่องจากธุรกิจทั้ง 2 ประเภทจะมีความแตกต่างกันในรายละเอียด ดังนั้น เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้สามารถอธิบายลักษณะของธุรกิจชุมชนได้อย่างถูกต้อง ทางผู้วิจัยจึงอภิปรายผลการวิจัยเป็น 2 ส่วนย่อย ดังนี้

#### 1. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไป

จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 22 กลุ่มธุรกิจ พบว่ามี 5 กลุ่มธุรกิจ ดำเนินธุรกิจแบบซื้อมาขายไป โดยมีลักษณะการดำเนินกิจการในรูปแบบกลุ่มอาชีพ/กลุ่มแม่บ้าน หรือกลุ่มเกษตรกร มีผู้ร่วมก่อตั้งมากกว่า 15 คน ขึ้นอยู่กับจำนวนสมาชิกในหมู่บ้านที่ทางกลุ่มธุรกิจดำเนินกิจการอยู่ ซึ่งในกลุ่มจะมีการแบ่งหน้าที่ตามหลักวิชาการทั่วไป คือมีตำแหน่งผู้จัดการ ประธานกลุ่ม รองผู้จัดการ เป็นต้น โดยหากเป็นตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานนั้นจะได้มาจากการเลือกตั้ง อย่างไรก็ตาม ยังคงมีความห่างกันของระดับการศึกษาของสมาชิกในกลุ่ม

ค่อนข้างมาก คือมีตั้งแต่ต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 6 จนถึงระดับปริญญาตรี ซึ่งเงินตอบแทนที่ได้รับ จะเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 5,000 บาท ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับผลประกอบการของกลุ่มด้วยเช่นกัน แต่มีการให้สวัสดิการอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ค่ารักษาพยาบาล เงินช่วยเหลือเมื่อป่วย หรือเสียชีวิต เป็นต้น

ในด้านของพนักงานที่ทำงานอยู่ในกลุ่มนั้น จะเน้นความเป็นพี่น้องและญาติมากกว่าความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ ทำให้การลงโทษพนักงานที่กระทำผิดจะได้รับการอະลุ่มออล่วย และเป็นเพียงโทษสถานเบาเท่านั้น นอกจากนี้เพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของพนักงาน ธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไป มีนโยบายในการพัฒนาพนักงานโดยให้มีการอบรม และเพิ่มพูนความรู้เพิ่มเติม

สำหรับสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงานนั้น พบว่าขนาดพื้นที่จะขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจซื้อมาขายไปที่ดำเนินงาน เช่น หากเป็นปั้มน้ำมันก็จะมีขนาดพื้นที่มากกว่าธุรกิจประเภทอื่น ๆ โดยอาจจะมีพื้นที่ถึง 800 ตารางเมตร แต่ทั้งนี้ก็ไม่ได้มีการแยกส่วนของสำนักงานออกจากหน้าร้าน ซึ่งอาจเนื่องมาจากความต้องการให้ดูสบาย ไม่เป็นทางการ และส่วนมากจะตั้งอยู่ใกล้สถานที่สำคัญ ๆ หรือบริเวณที่เป็นชุมชนหนาแน่น เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการขายของกลุ่มด้วย



ภาพที่ 7.1 แสดงลักษณะที่ตั้งของกลุ่มธุรกิจปั้มน้ำมันในตำบลบ้านท่าเนียน

ด้านนโยบายการดำเนินงานภายในกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไป พบว่า จะมีการจัดบันทึกบัญชี ทั้งบัญชีรายวันการซื้อสินค้า บัญชีรายวันการขายสินค้า และบัญชีสินค้าคงเหลือ ส่วนมากของกลุ่มตัวอย่างมีการบันทึกบัญชีทุกวัน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไป ได้ให้ความสำคัญกับการบันทึกบัญชีเป็นอย่างมาก เนื่องจากจะทำให้กิจการสามารถ

แสดงสถานะปัจจุบันให้กับสมาชิกได้อย่างชัดเจน โดยส่วนมากจะมีการสำรองเงินทุนเป็นเงินทุนหมุนเวียนเฉลี่ยที่ประมาณ 50,000-600,000 บาทต่อเดือน เพื่อเป็นการสร้างสภาพคล่องในการดำเนินกิจการ เช่น ใช้ในการจัดซื้อสินค้า ทำให้กลุ่มมีกำไรขั้นต้นต่อปีถึงประมาณ 10%-15% ของยอดขายต่อปี อย่างไรก็ตามเงินทุนส่วนมากก็จะมาจากการร่วมทุนของสมาชิก เพื่อให้สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของของกลุ่มธุรกิจ และเพื่อใช้ในการแบ่งปันผลกำไรที่ได้จากการดำเนินกิจการ

สำหรับสินค้าที่มีจำหน่ายในร้านค้าของกลุ่ม จะมีสินค้าประมาณ 10-30 รายการ โดยส่วนมากจะเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เช่น อาหารและเครื่องดื่ม น้ำมัน เสื้อผ้า อุปกรณ์การเกษตร ซึ่งแหล่งซื้อสินค้ามาจำหน่ายจะเป็นการซื้อสินค้าจากร้านค้าในตัวอำเภอเมือง สุราษฎร์ธานี โดยให้ผู้จำหน่ายสินค้านำสินค้ามาส่งที่ร้านค้า ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงและเพิ่มอำนาจการต่อรอง จะมีการซื้อสินค้าจากร้านค้าผู้ค้าส่งมากกว่า 1 ราย โดยจะซื้อสินค้ามากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน และจะซื้อครั้งละประมาณ 5,000-10,000 บาท ในขณะที่บางกิจการจะมีมูลค่าการซื้อครั้งละถึง 120,000 บาท ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับประเภทของกิจการอีกเช่นกัน เนื่องจากหากเป็นกิจการซื้อมาขายไปขนาดเลย มูลค่าการซื้อสินค้าต่อครั้งก็ย่อมไม่มาก แต่หากเป็นกิจการซื้อมาขายไปขนาดใหญ่ เช่น บิมน้ำมัน ก็จะมีมูลค่าการซื้อสินค้าเข้าร้านต่อครั้งมากขึ้นตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่จะมีการจ่ายชำระค่าสินค้าที่ซื้อมาด้วยเงินสด



ภาพที่ 7.2



ภาพที่ 7.3

ภาพที่ 7.2 - 7.3 แสดงการปริมาณและการจัดวางสินค้าของร้านค้าชุมชนในพื้นที่ตำบลบ้านยาง

ด้านนโยบายการจำหน่ายสินค้าพบว่ากลุ่มตัวอย่างธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไปจะมีการขายสินค้าโดยสินค้าที่ซื้อมาก่อนก็ขายออกก่อน เนื่องจากไม่ได้มีการแยกห้องเก็บสินค้าออกจากหน้าร้าน สินค้าที่ซื้อเข้ามาจึงกองรวมกัน โดยจากการสังเกตในการลงพื้นที่พบว่าจะมีการจัดวางสินค้าบนชั้นวางสินค้า ดังนั้นสินค้าที่เข้ามาทีหลังจะถูกจัดให้อยู่ด้านหลัง และการจัดก็จะขึ้นอยู่กับจำนวนของชั้นวางสินค้า ซึ่งโดยทั่วไปกิจการจะมีชั้นวางสินค้าประมาณ 3-4 ชั้น แต่หากเป็นสินค้าเกษตร เช่น ทุเรียน จะไม่ได้ถูกจัดวางบนชั้น เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีขนาดใหญ่ จึงวางกองอยู่กับพื้นแทน ทำให้ทราบได้ว่ากิจการที่เป็นธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไปนี้จะมีการจัดแยกประเภทสินค้าออกเป็นประเภทต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามจากการสอบถามพบว่าทางกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทนี้จะมียอดขายเฉลี่ยต่อวันประมาณ 1,000-3,000 บาท ในกิจการขนาดเล็ก และประมาณ 5,000-10,000 บาทต่อวัน ในกิจการขนาดใหญ่ โดยจะเก็บเป็นเงินสดจากลูกค้า

และเมื่อสอบถามกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับบรรจุกภัณฑ์ พบว่าโดยส่วนมากจะมีบรรจุกภัณฑ์สินค้าใส่ถุงพลาสติกใส ซึ่งเป็นปกติทั่วไป เนื่องจากราคาที่ทางร้านค้าจัดจำหน่ายนั้นเป็นราคาที่ไม่มีการกำไรมากนัก คือเป็นราคาตามป้าย จึงไม่สามารถลงทุนในเรื่องของบรรจุกภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและส่งเสริมการขายอื่น ๆ ได้ นอกจากนี้ การขายสินค้าก็จะขายให้กับเฉพาะลูกค้าที่มาซื้อที่ร้านเท่านั้น ไม่ได้มีการนำเสนอโดยวิธีการอื่น ๆ เช่น การขายตรง การไปขายที่บ้าน การโทรศัพท์ไปตามความต้องการ เนื่องจากลูกค้าส่วนมากก็มักจะอยู่ในบริเวณที่ใกล้เคียงกับที่ตั้งของร้าน ทำให้การส่งเสริมการตลาดที่ได้ผลที่สุดก็คือการพูดต่อกันแบบปากต่อปากของกลุ่มลูกค้าเอง เนื่องจากลูกค้าส่วนมากจะเป็นสมาชิกของกลุ่มธุรกิจอยู่แล้ว ดังนั้นการพูดต่อกันปากต่อปากเพื่อดึงลูกค้าอื่น ๆ เพิ่มเข้ามาก็ย่อมหมายถึงยอดขายที่เพิ่มขึ้นและเงินปันผลที่ทางสมาชิกจะได้รับเพิ่มขึ้นด้วย

หากจะพิจารณาลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไปจากปัจจัยภายนอก ก็พบว่า ด้านลูกค้าจะมีลูกค้าเข้าร้านประมาณวันละ 10-40 คน ซึ่งจะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในตำบลหรือหมู่บ้านนั้น โดยมียอดซื้อต่อครั้งระหว่าง 1-3,900 บาท ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าที่ซื้อ เช่น หากเป็นน้ำมันรถยนต์จะมียอดซื้ออยู่ประมาณ 2,000 บาทต่อครั้ง

ด้านคู่แข่ง หากเป็นร้านค้าซึ่งเป็นร้านขายของชำทั่วไปพบว่าจะมีร้านลักษณะดังกล่าวอยู่ประมาณ 2-5 ร้าน ที่อยู่ใกล้เคียงกัน แต่จะเป็นร้านค้าที่เป็นเจ้าของคนเดียว แต่กลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขันก็คือด้านราคา เนื่องจากราคาของสินค้าของร้านค้าของธุรกิจชุมชนจะมีราคาต่ำกว่าร้านค้าคู่แข่ง ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากการที่ร้านค้าของธุรกิจชุมชนนั้นซื้อสินค้าเข้าร้าน

ในจำนวนครั้งละมาก ๆ ทำให้ได้สินค้าที่มีต้นทุนต่ำกว่า อีกทั้งการจัดตั้งธุรกิจชุมชนก็ไม่ได้มุ่งเน้นที่การสร้างผลกำไรสูงสุด

อย่างไรก็ตามเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ ก็จำเป็นจะต้องพึ่งพาหน่วยงานภายนอกซึ่งเป็นหน่วยงานของภาครัฐในการให้ความช่วยเหลือ โดยที่ผ่านมากหน่วยงานภาครัฐที่เข้าไปช่วยเหลือจะให้ความช่วยเหลือด้านการดำเนินธุรกิจ ในขณะที่บางกลุ่มก็ยังไม่ได้รับความช่วยเหลือดังกล่าว และด้วยความเป็นธุรกิจชุมชน ทำให้อำนาจการต่อรองไปตกอยู่กับซัพพลายเออร์ แต่หากมองทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายพบว่าร้านค้าของธุรกิจชุมชนจะมีอำนาจในการต่อรองเหนือลูกค้า

## 2. ลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขาย

จากการสอบถามธุรกิจชุมชนพบว่าจากตัวอย่าง 22 ตัวอย่าง เป็นธุรกิจประเภทผลิตเพื่อขาย 15 ตัวอย่าง เนื่องจากส่วนใหญ่ธุรกิจชุมชนมักจะเริ่มต้นแนวคิดจากศักยภาพหลักของชุมชนที่มีอยู่ ซึ่งส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการแปรรูปวัตถุดิบทางการเกษตรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาเป็นสินค้าสำเร็จรูป และพบว่าลักษณะของกิจการส่วนมากเป็นแบบกลุ่มอาชีพ กลุ่มแม่บ้าน หรือกลุ่มเกษตรกร โดยมีผู้ร่วมก่อตั้งประมาณ 18-106 คน และจะตั้งอยู่ในบริเวณถนนสายหลัก ซึ่งจะมีการแบ่งตำแหน่งหน้าที่ตามหลักทางวิชาการทั่วไป เช่น ผู้จัดการ หรือประธานกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ในฝ่ายต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน ส่วนเรื่องของการได้มาซึ่งตำแหน่งทางการบริหารนั้นส่วนมากจะได้มาจากการเลือกตั้งจากสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจ และจากพนักงานทั้งหมดที่มีอยู่ในองค์กร พบว่าระดับการศึกษาของพนักงานก็มีตั้งแต่ต่ำกว่าระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จนกระทั่งปริญญาตรี โดยเงินเดือนที่ได้รับจะไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับกำไรที่ได้รับในแต่ละปี ซึ่งจะมีการคิดปันให้ประมาณ 30% หรือเฉลี่ยแล้วจะได้รับเงินเดือนน้อยกว่า 1,000 บาทต่อเดือน แต่ก็ถือว่าเป็นรายได้เสริมจากอาชีพหลักที่ทำอยู่ อย่างไรก็ตามทางกิจการได้มีการจัดสวัสดิการอื่น ๆ ให้กับพนักงานด้วย เช่น ค่ารักษาพยาบาล เงินออมทรัพย์ เป็นต้น เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้พนักงานของกิจการนั้นทำงานอยู่กับกิจการต่อไป แต่หากพนักงานคนใดกระทำผิดต่อกฎของกิจการ ก็จะได้รับพักงานหรือตัดเงินเดือนเพื่อให้มีการปรับปรุงตนก่อน นอกจากนี้พนักงานยังได้รับการฝึกอบรมก่อนการปฏิบัติงานจริงรวมทั้งให้มีการเรียนรู้จากการทำงานจริงอีกด้วย



ภาพที่ 7.3 แสดงการจัดองค์กรของกลุ่มธุรกิจชุมชน

นอกจากนี้ยังพบว่ากิจการธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขายจะมีการบันทึกบัญชี โดยจะจดบันทึกในทุกประเภทบัญชีทุกวันหรืออาจจะจัดทำเป็นรายเดือน ซึ่งทำให้ทราบว่าส่วนมากจะมีเงินหมุนเวียนในกิจการประมาณ 40,000-150,000 บาทต่อเดือน โดยเงินทุนจะ ได้มากจากการร่วมทุนกันของสมาชิกในกลุ่มตามวิถีทางที่ควรจะเป็นของธุรกิจชุมชน และทำให้ กิจการมีกำไรขั้นต้นประมาณ 10%-15% ของยอดขายต่อปี ซึ่งถือว่าเป็นระดับที่น่าพึงพอใจ และ สามารถทำให้กิจการยังคงดำเนินงานอยู่ได้ และยังทำให้กิจการมีกำไรสะสมประมาณ 10,000-30,000 บาท ต่อปีซึ่งก็จะส่งผลต่อเงินปันผลที่สมาชิกได้รับด้วย เนื่องจากมีการปันผลตามจำนวน หุ้นที่สมาชิกถือ

ด้านสินค้าที่ทำการผลิตพบว่าส่วนมากจะมีการผลิตสินค้าตั้งแต่ 4-17 รายการ ซึ่ง ขึ้นอยู่กับความชำนาญของแต่ละชุมชน เนื่องจากบางชุมชนมีความสามารถในการผลิตสินค้าได้ หลายอย่าง โดยเฉพาะการผลิตสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งมองว่าเป็นสินค้าที่สามารถ ขายได้ง่ายกว่าสินค้าประเภทอื่น ๆ ทั้งนี้วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตจะมาจากภายในหมู่บ้าน ยกเว้นวัตถุดิบที่ไม่สามารถได้จากหมู่บ้านก็จะมีการจัดซื้อจากพ่อค้าในกรุงเทพฯ เช่น วัตถุดิบที่ใช้ ทำดอกไม้จัน เป็นต้น โดยการจัดหาวัตถุดิบจากนอกพื้นที่จะซื้อจากพ่อค้า 1-2 ราย เพื่อเป็นการ ลดความเสี่ยงและเพิ่มอำนาจการต่อรองด้านราคาวัตถุดิบ ซึ่งการจัดหาวัตถุดิบจะมีการสั่งซื้อด้วย ความถี่ไม่เท่ากันขึ้นกับปริมาณคำสั่งซื้อต่อครั้ง ฤดูกาลของการผลิตสินค้า หรือความต้องการ สินค้าสำเร็จรูป โดยจะมียอดสั่งซื้อวัตถุดิบตั้งแต่ประมาณ 9,000-200,000 บาทต่อครั้ง และจะ ชำระด้วยเงินสด แต่ก่อนที่จะทำการผลิตก็จะมีการตรวจสอบวัตถุดิบก่อนเพื่อเป็นการควบคุม

คุณภาพของสินค้าที่ผลิตออกมาจำหน่ายและหลังจากผลิตเสร็จแล้วก็จะจำหน่ายที่สินค้าที่ผลิตเสร็จก่อนออกไปก่อนเพื่อเป็นการป้องกันสินค้าหมดอายุโดยเฉพาะในสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม และหากไม่จำเป็นก็จะไม่มีการเก็บสต็อกสินค้าเอาไว้ โดยสินค้าที่ผลิตได้จะมีการใช้ตราของทางกลุ่มเอง แต่ตรามาตรฐานอื่น ๆ ของหน่วยงานราชการนั้นจะไม่ได้รับ เนื่องจากสินค้าที่ผลิตยังไม่ได้มาตรฐานหรือทางกลุ่มเองขาดความรู้ในเรื่องของขั้นตอนการดำเนินการเพื่อขอเครื่องหมายดังกล่าว ทำให้สินค้าไม่เป็นที่น่าเชื่อถือ ส่งผลให้ยอดขายต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท



ภาพที่ 7.4 แสดงเครื่องแกงชนิดต่าง ๆ ที่มีการผลิตขายของกลุ่มธุรกิจเครื่องแกง

ด้านบรรจุกภัณฑ์หากเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมักจะใช้กระสอบ ส่วนสินค้าอื่น ๆ ที่ผลิตได้จะบรรจุใส่ขวด ถุงพลาสติก ถุงผ้า หรือกล่อง โดยรูปแบบของบรรจุกภัณฑ์ยังถือว่าเป็นรูปแบบทั่วไป ไม่มีความแตกต่างหรือดึงดูดใจเพื่อให้เกิดความอยากซื้อสินค้า ส่วนด้านราคาทางกลุ่มจะเป็นผู้กำหนดราคาขายเองซึ่งจะดูจากต้นทุนที่ใช้ทั้งหมด บวกด้วยกำไรส่วนเพิ่มที่ทางกลุ่มต้องการ อย่างไรก็ตามต้นทุนในการขายจะไม่มีต้นทุนการคนกลางเนื่องจากทางกลุ่มจะทำการจำหน่ายไปยังผู้บริโภคโดยตรง



ภาพที่ 7.5 แสดงการใช้ถุงพลาสติกใส เป็นบรรจุกภัณฑ์ของธุรกิจเครื่องแกง

ด้านการส่งเสริมการตลาดสำหรับธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขายพบว่าจะใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งการพูดปากต่อปาก นอกจากนี้ยังมีการใช้การส่งเสริมการขายโดยการให้ทดลองใช้สินค้า และขายในราคาพิเศษในช่วงต้นของการแนะนำสินค้า และเมื่อจำหน่ายสินค้าที่ผลิตได้ ส่วนมากจะมีการเก็บชำระด้วยเงินสด โดยกลุ่มลูกค้าหลักที่ซื้อสินค้าที่ทางกลุ่มผลิต คือ ผู้บริโภคชั้นสุดท้าย รองลงมาเป็นพ่อค้าปลีกหรือร้านค้าปลีก ซึ่งส่วนมากจะอยู่ภายในหมู่บ้านหรือพื้นที่ใกล้เคียงกัน โดยมูลค่าการซื้อต่อครั้งประมาณ 500-10,000 บาท ขึ้นอยู่กับประเภทของลูกค้า

ด้านคู่แข่งภายในหมู่บ้านพบว่าผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันที่อยู่ภายในหมู่บ้านประมาณ 25 – 30 รายทำให้บรรยากาศการแข่งขันค่อนข้างรุนแรงแต่ไม่มีสงครามราคาเกิดขึ้น เนื่องจากผู้ผลิตส่วนใหญ่จะใช้ราคาเดียวกันในการจำหน่าย ทำให้เมื่อเปรียบเทียบด้านยอดขายพบว่ายอดขายของธุรกิจชุมชนมียอดขายสูงกว่าผู้ผลิตรายอื่น ซึ่งอาจเนื่องจากการที่สมาชิกในชุมชนช่วยกันขายเพื่อผลกำไรและเงินปันผลที่จะตามมา อย่างไรก็ตามผู้ผลิตรายอื่นก็จะมีข้อได้เปรียบคือการทำการผลิตมานานกว่า มีคนเชื่อถือมากกว่า มีคุณภาพและมาตรฐานที่ดีกว่าสินค้าของกลุ่ม

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

เพื่อให้ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัยมีประสิทธิภาพมากที่สุด ทางผู้วิจัยนำเสนอข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไป และข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขาย

### ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจชุมชนประเภทซื้อมาขายไป

1. ทางธุรกิจชุมชนจะต้องมีการกำหนดบทบาทบัญญัติสำหรับสมาชิกและพนักงานของธุรกิจให้ชัดเจน และจะต้องมีความเคร่งครัดในการบังคับใช้กฎระเบียบดังกล่าว เพื่อให้เกิดระบบการดำเนินงานที่มีระบบระเบียบมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ทั้งสมาชิกและพนักงานได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมเท่าเทียมกันทุกคน

2. จะต้องไม่ให้เกิดความสัมพันธ์แบบเพื่อนหรือญาติพี่น้อง ภายในระบบการทำธุรกิจ เนื่องจากความสัมพันธ์ในรูปแบบดังกล่าวแม้จะมีข้อดีที่จะทำให้ทุกคนมีความใกล้ชิดกัน แต่

ระบบดังกล่าวจะก่อให้เกิดผลเสียตามมาคือ การไม่เคารพกฎระเบียบ ซึ่งจะก่อให้เกิดความวุ่นวายในการดำเนินงาน

3. ธุรกิจชุมชนจะต้องมีการจัดแยกส่วนของสำนักงานที่ใช้ในการบริหารงาน ออกจากส่วนที่เป็นบริเวณหน้าร้าน เพื่อให้เกิดความสวยงามของบริเวณหน้าร้าน

4. แนะนำให้มีการเพิ่มความหลากหลายของรายการสินค้าที่จำหน่ายให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันพบว่ามีรายการสินค้าเพียง 10-30 รายการเท่านั้น ทำให้ผู้บริโภคในชุมชนมีตัวเลือกน้อย จึงอาจจะหันไปซื้อสินค้าจากร้านค้าในตัวเมืองแทน

5. สำหรับกรซื้อสินค้าที่จะนำเข้ามาจำหน่ายในร้านค้าของธุรกิจชุมชน ทางกิจการควรจะมีการจัดซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งรายใหญ่โดยตรง และจะต้องซื้อครั้งละมาก ๆ เพื่อจะได้มีต้นทุนในการจัดซื้อที่ต่ำลง อันจะส่งผลให้มีต้นทุนของสินค้าต่ำลง ซึ่งจะทำให้ทางกิจการสามารถจำหน่ายสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าราคาท้องตลาดได้ ส่งผลให้ผู้คนในชุมชนหันมาให้ความสนใจที่จะซื้อสินค้าจากร้านค้าของทางธุรกิจชุมชนมากขึ้น

6. จะต้องมีการจัดแยกสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน เช่น พื้นที่สินค้าทางการเกษตร พื้นที่สินค้าอุปโภค พื้นที่สินค้าบริโภค ไม่ควรจัดพื้นที่ของสินค้าให้อยู่ในบริเวณเดียวกัน เนื่องจากอาจจะเกิดการรั่วไหลของสารเคมีจากปุ๋ยลงสู่สินค้าที่เป็นอาหาร ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคได้ นอกจากนี้การจัดแบ่งหมวดหมู่ดังกล่าวจะทำให้ผู้บริโภคสามารถมองเห็นสินค้าที่ตนต้องการได้ชัดเจนมากขึ้น ส่งผลต่อโอกาสในการที่จะขายได้มากขึ้น

7. ควรมีการจัดการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ บ้างเป็นครั้งคราว อาจจะใช้ตามเทศกาล วันหยุด วันสำคัญ หรือแล้วแต่โอกาสที่ทางธุรกิจเห็นว่าสมควร โดยการส่งเสริมการขายจะได้ช่วยกระตุ้นยอดขายในระยะสั้น เช่น การลด แลก แจก แถม นอกจากนี้การส่งเสริมการขายบางครั้งจะเป็นการช่วยให้ทางร้านสามารถระบายสินค้าที่ใกล้หมดอายุหรือล้าสมัยออกไปได้เร็วกว่าปกติอีกด้วย

8. ควรมีการจัดเหตุการณ์พิเศษทางการตลาดขึ้นมาในบางโอกาส เช่น จัดคอนเสิร์ตรอบการก่อตั้งร้านค้า จัดปีใหม่ หรือการเข้าร่วมเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของชุมชน เพื่อให้ผู้บริโภคในชุมชนเห็นว่ากำไรที่ได้จากการดำเนินกิจการนั้นก็กลับคืนสู่ชุมชน จะทำให้ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะมาซื้อสินค้าจากร้านมากขึ้น

9. เนื่องจากธุรกิจร้านค้าปลีกของเอกชนที่อยู่ในบริเวณเดียวกันกับธุรกิจชุมชนมีจำนวนมาก ส่งผลต่อบรรยากาศการแข่งขันที่มีความรุนแรง ดังนั้นเพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดสงครามราคา และเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าเข้าร้าน ทางธุรกิจชุมชนจะต้องมีการสร้างความแตกต่างให้

เกิดขึ้น เช่น การจัดบรรยากาศของร้านค้า หรือจัดหาสินค้าที่ร้านค้าอื่น ๆ ไม่มีจำหน่ายแต่ผู้บริโภคจำเป็นต้องใช้ เป็นต้น ซึ่งความแตกต่างที่เกิดขึ้นนี้จะทำให้ผู้บริโภคมีความภักดีต่อการใช้บริการของร้านมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจชุมชนประเภทผลิตเพื่อขาย

1. เนื่องจากในแต่ละชุมชนมีศักยภาพ ความสามารถในการผลิตและทรัพยากรที่เป็นวัตถุดิบในการผลิตที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้นสินค้าที่ผลิตจะมีความคล้ายคลึงกัน ฉะนั้นทางธุรกิจชุมชนที่ประกอบธุรกิจประเภทนี้จะต้องพยายามค้นหาความสามารถในการผลิตสินค้าที่แตกต่างจากชุมชนอื่น เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวในการผลิตสินค้านี้
2. ทางธุรกิจชุมชนที่ประกอบธุรกิจประเภทผลิตเพื่อขายจะต้องเน้นย้ำในความสามารถการผลิตหลักของตน อย่าพยายามผลิตสินค้าตามแนวโน้มหรือตามความนิยมของตลาด ซึ่งจากการวิจัยพบว่าสินค้าที่ผลิตบางชุมชนมีถึง 14 รายการ ซึ่งจะทำให้ไม่สามารถสร้างความชำนาญในการผลิตได้
3. นอกจากนี้การผลิตสินค้าใดก็ตามของชุมชน จะต้องเน้นการผลิตสินค้าที่มีวัตถุดิบอยู่ในท้องถิ่น เช่น ธุรกิจที่ผลิตดอกไม้จัน จากการสอบถามนั้นพบว่าวัตถุดิบเป็นการซื้อมาจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำให้ต้นทุนในการผลิตสูง ดังนั้นทางธุรกิจจะต้องพยายามค้นหาวัตถุดิบที่ใช้ผลิตทดแทนกันได้ที่อยู่ในท้องถิ่นของตนมาใช้แทน
4. ไม่ควรจ่ายชำระค่าวัตถุดิบที่ซื้อมาเป็นเงินสด เนื่องจากจะทำให้เกิดภาวะการชะงักงันของเงินทุนหมุนเวียนได้ ทางธุรกิจควรมีการขอเครดิตระยะเวลาการชำระค่าวัตถุดิบจากผู้ค้าวัตถุดิบ เพื่อให้สามารถใช้จ่ายเงินทุนหมุนเวียนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
5. จะต้องเร่งพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้สามารถขอเครื่องหมายรับรองจากองค์กรของรัฐได้ เช่น เครื่องหมาย มอก. อย. เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า
6. ในการจัดจำหน่ายควรมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น นอกจากการจำหน่ายไปยังผู้บริโภคโดยตรงแล้วทางธุรกิจชุมชนควรมีการจัดหาคนกลางที่จะเป็นตัวแทนในการจัดจำหน่าย เพื่อเพิ่มปริมาณการขายให้มากขึ้น อันจะส่งผลให้ทางกิจการสามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้มากขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการประหยัดเนื่องจากขนาด
7. จะต้องพยายามไม่ลดราคาตามคู่แข่ง เนื่องจากจะก่อให้เกิดสงครามราคาซึ่งไม่เป็นผลดีแก่ธุรกิจ แต่ควรใช้วิธีการสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าที่ผลิตแทน เช่น การ

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ การสร้างวิธีการใช้งานแบบใหม่ หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ดูแตกต่าง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อเนื่อง

1. ควรทำการวิจัยเพิ่มเติมในลักษณะรายละเอียดของแต่ละหน้าที่ทางธุรกิจ เช่น การบัญชี การเงิน การตลาด การบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้สามารถระบุถึงลักษณะของธุรกิจชุมชนที่มีความถูกต้องและสามารถนำไปใช้อธิบายธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ได้

2. ควรมีการเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นเพื่อให้สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้อย่างมีนัยสำคัญ

3. ควรมีการวิจัยต่อเนื่องเพื่อติดตามประเมินผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนในกลุ่มตัวอย่างเดิม เพื่อที่จะทำให้การถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลเหมาะสมกับงบประมาณที่ได้รับ

ภาคผนวก

บทที่ 7

สถานที่สัมภาษณ์ .....  
วันที่ .....  
เวลา .....  
ผู้สัมภาษณ์ .....  
หมู่ที่.....ตำบล.....

## แบบสอบถาม

### ลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชน: ส่วนที่ 1 การศึกษาปัจจัยภายในของธุรกิจ

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นงานวิจัยภายใต้โครงการวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน ปีงบประมาณ 2546 เรื่อง ลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเทคนิคการศึกษาตนเองให้แก่ธุรกิจชุมชน ทั้งให้ธุรกิจชุมชนได้รู้จักตนเอง จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และภาวะคุกคาม ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ อันจะนำไปสู่การได้ทิศทาง การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชนทั้งแนวรุกและแนวรับต่อไป จึงขอความร่วมมือจากท่าน กรอกแบบสอบถามตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ และใช้เพียงเพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือ

#### คำอธิบายเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน คือ การประกอบการผลิต การแปรรูป การค้า หรือบริการ เพื่อแสวงหากำไร โดยกลุ่มชาวบ้าน หรือองค์กรชุมชนเป็นเจ้าของทุน การบริหารจัดการและการรับผลกำไร (ขาดทุน) ของกิจการทั้งหมดหรือบางส่วน ซึ่งกลุ่มชาวบ้านอาจเป็นองค์กรชุมชนอย่างเป็นทางการ เช่น สหกรณ์ หรือไม่เป็นทางการก็ตาม ทั้งนี้ กิจการที่ต้องไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อความเป็นอยู่ของคนในชุมชนหรือสภาพแวดล้อมของชุมชน (เบญจวรรณ, 2547)

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทางผู้วิจัยได้จัดแบ่งธุรกิจชุมชนเป็น 2 ประเภทหลัก ตามลักษณะของการประกอบการ คือ ธุรกิจชุมชนที่ดำเนินกิจการแบบซื้อมาขายไป และธุรกิจชุมชนที่ดำเนินกิจการแบบผลิตเพื่อขาย ซึ่งทั้งสองรูปแบบมีข้อแตกต่างกันดังนี้

1. ธุรกิจชุมชนที่ดำเนินกิจการแบบซื้อมาขายไป เป็นรูปแบบที่ทำหน้าที่คล้ายกับผู้ค้าปลีก คือ ซื้อสินค้ามาจากผู้ค้าส่ง หรือผู้ค้าปลีกรายอื่น แล้วนำมาบวกกำไรเพิ่มเพื่อขายต่อให้กับชาวบ้านในพื้นที่ ซึ่งผู้ดำเนินกิจการจะไม่ต้องรับความเสี่ยงด้านการผลิต เช่น ร้านค้าสหกรณ์ ร้านค้าปลีกชุมชน ร้านขายของชำ เป็นต้น

2. ธุรกิจชุมชนที่ดำเนินกิจการแบบผลิตเพื่อขาย ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตสินค้าที่เป็นวัตถุดิบ หรือแปรรูปเป็นสินค้าสำเร็จรูปและสำเร็จรูป เพื่อจำหน่ายให้กับทั้งพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งกระบวนการผลิตจะเป็นไปอย่างเรียบง่าย ไม่มีขั้นตอนที่ซับซ้อน และเป็นการผลิตตามความถนัดหรือความสามารถของบุคคลในชุมชนนั้น ๆ เช่น กลุ่มเครื่องแกง กลุ่มผ้ามัดย้อม กลุ่มผ้าทอ เป็นต้น นอกจากนี้ อาจจะมีรูปแบบที่ต่างออกไป คือ บางกลุ่มจะดำเนินการเลี้ยงสัตว์เพื่อจำหน่าย เช่น กลุ่มเลี้ยงโค กลุ่มเลี้ยงกุน เป็นต้น

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

**1.1. อายุ (จนถึงวันที่กรอกแบบสอบถาม)**

- |   |                                   |
|---|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 30 ปี | <input type="checkbox"/> 30-40 ปี |
| <input type="checkbox"/> 41-50 ปี       | <input type="checkbox"/> 51-60 ปี |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 60 ปี  |                                   |

**1.2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 3,000 บาท | <input type="checkbox"/> 3,001-6,000 บาท  |
| <input type="checkbox"/> 6,001-9,000 บาท    | <input type="checkbox"/> 9,001-12,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 12,000 บาท |   |

**1.3. อาชีพหลัก**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> เกษตรกรเลี้ยงสัตว์       | <input type="checkbox"/> เกษตรกรเพาะปลูก (ระบุ)..... |
| <input type="checkbox"/> กำนัน/ ผู้ใหญ่บ้าน/ อบต. | <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว (ระบุ).....   |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ) .....      |  |

**1.4. ระดับการศึกษา**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 | <input type="checkbox"/> ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6       |
| <input type="checkbox"/> ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3        | <input type="checkbox"/> ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/ ปวช. |
| <input type="checkbox"/> ปวส./ อนุปริญญา              | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี                   |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....           |  |

**1.5. ตำแหน่งงานของท่านในกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ท่านดำเนินงานอยู่**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ที่ปรึกษา            | <input type="checkbox"/> ประธานกลุ่ม               |
| <input type="checkbox"/> รองประธานกลุ่ม       | <input type="checkbox"/> คณะกรรมการ                |
| <input type="checkbox"/> ผู้จัดการ            | <input type="checkbox"/> รองผู้จัดการ              |
| <input type="checkbox"/> พนักงาน/ เจ้าหน้าที่ | <input type="checkbox"/> สมาชิกผู้ถือหุ้น/ ร่วมทุน |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....   |  |

**ส่วนที่ 2 การนิยามธุรกิจชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

**2.1. ธุรกิจชุมชนที่ท่านดำเนินงานอยู่เป็นธุรกิจประเภทใด**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ซื้อมาขายไป (ตอบส่วนที่ 3) | <input type="checkbox"/> ผลิตเพื่อขาย (ตอบส่วนที่ 4) |
|---|--|

**2.1. วัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งหน่วยธุรกิจของท่าน**

.....

.....

### ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ตนเองสำหรับกิจการซื้อมาขายไป

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

#### 3.1. ลักษณะของกิจการ

- |   |                                 |
|---|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ห้างหุ้นส่วน                           | <input type="checkbox"/> สหกรณ์ |
| <input type="checkbox"/> กลุ่มอาชีพ/ กลุ่มแม่บ้าน/ กลุ่มเกษตรกร | <input type="checkbox"/> บริษัท |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....                     |                                 |

#### 3.2. จำนวนผู้ร่วมลงทุนก่อตั้ง

- |                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 2-6 คน   | <input type="checkbox"/> 7-10 คน                     |
| <input type="checkbox"/> 10-15 คน | <input type="checkbox"/> มากกว่า 15 คน (ระบุ).....คน |

#### 3.3. จำนวนพนักงานภายในร้าน

- |                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1-2 คน | <input type="checkbox"/> 3-4 คน                     |
| <input type="checkbox"/> 5-6 คน | <input type="checkbox"/> มากกว่า 6 คน (ระบุ).....คน |

#### 3.4. ภายในหน่วยธุรกิจ ท่านมีตำแหน่งงานใดบ้าง (ตอบได้หลายข้อ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ผู้จัดการ/ ประธานกลุ่ม  | <input type="checkbox"/> รองผู้จัดการ/ รองประธานกลุ่ม     |
| <input type="checkbox"/> หัวหน้าฝ่ายการตลาด/ ขาย | <input type="checkbox"/> หัวหน้าฝ่ายการเงิน/ บัญชี        |
| <input type="checkbox"/> หัวหน้าฝ่ายบุคคล        | <input type="checkbox"/> รองหัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ (ระบุ)..... |
| <input type="checkbox"/> พนักงานประจำร้าน        | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....               |

#### 3.5. วิธีการคัดเลือกผู้บริหารสูงสุดของหน่วยธุรกิจ (เช่น ผู้จัดการ ประธานกลุ่ม เป็นต้น)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> จากจำนวนหุ้นที่ถือ | <input type="checkbox"/> จากการสรรหา        |
| <input type="checkbox"/> จากการเลือกตั้ง    | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

#### 3.6. ระดับการศึกษาต่ำสุดของพนักงานภายในร้าน

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 | <input type="checkbox"/> ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6       |
| <input type="checkbox"/> ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3        | <input type="checkbox"/> ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/ ปวช. |
| <input type="checkbox"/> ปวส./ อนุปริญญา              | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี                   |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....           |  |

#### 3.7. ระดับการศึกษาสูงสุดของพนักงานภายในร้าน

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 | <input type="checkbox"/> ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6       |
| <input type="checkbox"/> ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3        | <input type="checkbox"/> ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/ ปวช. |
| <input type="checkbox"/> ปวส./ อนุปริญญา              | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี                   |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....           |  |

## 3.8. เงินเดือนโดยเฉลี่ยของพนักงาน

 น้อยกว่า 1,000 บาท/ เดือน 1,000-3,000 บาท/ เดือน 3,001-5,000 บาท/ เดือน มากกว่า 5,000 บาท/ เดือน

## 3.9. มีสวัสดิการอะไรให้กับพนักงานบ้าง (ตอบได้หลายข้อ)

 กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ประกันสังคม อื่น ๆ (ระบุ).....

## 3.10. เมื่อพนักงานทำผิด ท่านมีบทลงโทษอย่างไร

 ตักเตือนก่อน ตัดเงินเดือน ไล่ออก อื่น ๆ (ระบุ).....

## 3.11. ท่านมีการฝึกอบรมพนักงานของกิจการหรือไม่

 ไม่มี มี ให้การอบรมก่อนปฏิบัติงาน มี ให้เรียนรู้จากการทำงานจริง มี ระหว่างการปฏิบัติงาน (เช่น การส่งเข้าอบรม การจัดอบรมในหน่วยงาน)

## 3.12. ขนาดพื้นที่ของร้าน โดยประมาณ

 9-16 ตารางเมตร 17-24 ตารางเมตร 25-32 ตารางเมตร มากกว่า 32 ตารางเมตร (ระบุ) .....ตาราง

เมตร

## 3.13. ท่านมีห้องทำงานส่วนสำนักงานแยกจากหน้าร้านหรือไม่

 มี ไม่มี

## 3.14. สถานที่ตั้งของหน่วยธุรกิจ

 ตั้งอยู่บนถนนสายหลัก/ ทางแยก ตั้งอยู่ใกล้ อบรม/ สถานที่ราชการ ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน/ วัด อื่น ๆ (ระบุ) .....

## 3.15. ท่านมีการบันทึกบัญชีหรือไม่

 ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 3.18) มี

## 3.16. ท่านมีการจดบันทึกข้อมูลทางบัญชีประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

 บัญชีรายวันการซื้อสินค้า บัญชีรายวันการขายสินค้า บัญชีลูกหนี้ บัญชีเจ้าหนี้ บัญชีสินค้าคงเหลือ บัญชีกำไรขาดทุนประจำปี บัญชีงบดุล อื่น ๆ (ระบุ).....

3.17. ความถี่ในการจัดทำรายงานข้อมูลทางบัญชี

- |                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ทุกวัน   | <input type="checkbox"/> ทุกสัปดาห์         |
| <input type="checkbox"/> ทุกเดือน | <input type="checkbox"/> ทุกครึ่งปี         |
| <input type="checkbox"/> ทุกปี    | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

3.18. จำนวนเงินทุนหมุนเวียนในกิจการเฉลี่ยต่อเดือน

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5,000-15,000 บาท                   |
| <input type="checkbox"/> 15,001-25,000 บาท  | <input type="checkbox"/> มากกว่า 25,000 บาท (ระบุ) .....บาท |

3.19. แหล่งที่มาของเงินทุนหลักที่ใช้ในการดำเนินกิจการ

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> จากการร่วมทุนของสมาชิก                | <input type="checkbox"/> จากหน่วยงานภาครัฐ |
| <input type="checkbox"/> จากการกู้ธนาคารพาณิชย์/ สถาบันการเงิน | <input type="checkbox"/> จากการกู้ธนาคาร   |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ) .....                   |  |

3.20. ประมาณการกำไรขั้นต้นที่ได้ต่อปี

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10% ของยอดขายต่อปี | <input type="checkbox"/> 10%-15% ของยอดขายต่อปี     |
| <input type="checkbox"/> 16%-20% ของยอดขายต่อปี      | <input type="checkbox"/> มากกว่า 20% ของยอดขายต่อปี |

3.21. กำไรสะสม ณ ปัจจุบัน

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10,000 บาท                | <input type="checkbox"/> 10,000-30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 30,001-50,000 บาท                  | <input type="checkbox"/> 50,001-70,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 70,000 บาท (ระบุ) .....บาท |  |

3.22. ท่านมีนโยบายเงินปันผลอย่างไร

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ตามจำนวนหุ้นที่สมาชิกถือ | <input type="checkbox"/> ตามจำนวนยอดซื้อสินค้าของสมาชิก |
| <input type="checkbox"/> สมาชิกทุกคนได้ปันเท่ากัน | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....             |

3.23. จำนวนรายการสินค้าที่มีจำหน่าย

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10 รายการ | <input type="checkbox"/> 10-20 รายการ      |
| <input type="checkbox"/> 21-30 รายการ       | <input type="checkbox"/> มากกว่า 30 รายการ |

3.24. ประเภทของสินค้าที่มีจำหน่าย (ตอบได้หลายข้อ)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> อาหารและเครื่องดื่ม          | <input type="checkbox"/> เสื้อผ้า           |
| <input type="checkbox"/> เครื่องใช้ในครัวเรือน        | <input type="checkbox"/> อุปกรณ์การเกษตร    |
| <input type="checkbox"/> อุปกรณ์ไฟฟ้า/ อิเล็กทรอนิกส์ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

3.25. ประเภทของสินค้าที่ขายดีที่สุด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> อาหารและเครื่องดื่ม          | <input type="checkbox"/> เสื้อผ้า           |
| <input type="checkbox"/> เครื่องใช้ในครัวเรือน        | <input type="checkbox"/> อุปกรณ์การเกษตร    |
| <input type="checkbox"/> อุปกรณ์ไฟฟ้า/ อิเล็กทรอนิกส์ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

3.26. ประเภทของสินค้าที่ขายยากที่สุด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> อาหารและเครื่องดื่ม          | <input type="checkbox"/> เสื้อผ้า           |
| <input type="checkbox"/> เครื่องใช้ในครัวเรือน        | <input type="checkbox"/> อุปกรณ์การเกษตร    |
| <input type="checkbox"/> อุปกรณ์ไฟฟ้า/ อิเล็กทรอนิกส์ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

3.27. ประเภทของสินค้าที่ทำกำไรให้กิจการมากที่สุด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> อาหารและเครื่องดื่ม          | <input type="checkbox"/> เสื้อผ้า           |
| <input type="checkbox"/> เครื่องใช้ในครัวเรือน        | <input type="checkbox"/> อุปกรณ์การเกษตร    |
| <input type="checkbox"/> อุปกรณ์ไฟฟ้า/ อิเล็กทรอนิกส์ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

3.28. ประเภทของสินค้าที่ทำกำไรให้กิจการน้อยที่สุด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> อาหารและเครื่องดื่ม          | <input type="checkbox"/> เสื้อผ้า           |
| <input type="checkbox"/> เครื่องใช้ในครัวเรือน        | <input type="checkbox"/> อุปกรณ์การเกษตร    |
| <input type="checkbox"/> อุปกรณ์ไฟฟ้า/ อิเล็กทรอนิกส์ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

3.29. ท่านซื้อสินค้าที่นำมาจำหน่ายจากที่ใด (ตอบได้หลายข้อ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ชาวบ้านในชุมชน                   | <input type="checkbox"/> ร้านค้าปลีกในตัวเมือง (ระบุ)..... |
| <input type="checkbox"/> ร้านค้าส่งในตัวเมือง (ระบุ)..... | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....                |

3.30. ท่านมีวิธีการขนส่งสินค้าโดยวิธีใด (ตอบได้หลายข้อ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ไปรับสินค้าที่ร้านค้าส่ง/ปลีก เอง | <input type="checkbox"/> ให้ผู้จำหน่ายมาส่ง |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....                |   |

3.31. จำนวนผู้จำหน่ายสินค้าให้กับกิจการ

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1-2 ราย | <input type="checkbox"/> 3-4 ราย                   |
| <input type="checkbox"/> 5-6 ราย | <input type="checkbox"/> มากกว่า 6 ราย (ระบุ)..... |

3.32. ความถี่ของการจัดหาสินค้าเข้าร้านเฉลี่ยเดือนละกี่ครั้ง

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 2 ครั้ง                     |
| <input type="checkbox"/> 3 ครั้ง | <input type="checkbox"/> มากกว่า 3 ครั้ง (ระบุ)..... |

3.33. มูลค่าการจัดหาสินค้าเข้าร้านแต่ละครั้งเฉลี่ยเท่าใด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5,000 – 10,000 บาท                |
| <input type="checkbox"/> 10,001-15,000 บาท  | <input type="checkbox"/> มากกว่า 15,000 บาท (ระบุ).....บาท |

3.34. ท่านมีการชำระค่าสินค้าที่ซื้อมาอย่างไร

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ชำระด้วยเงินสด              | <input type="checkbox"/> ชำระด้วยเงินสดภายใน 1 อาทิตย์ |
| <input type="checkbox"/> ชำระด้วยเงินสดภายใน 1 เดือน | <input type="checkbox"/> ชำระด้วยเงินสดภายใน 3 เดือน   |
| <input type="checkbox"/> ชำระเมื่อขายสินค้าได้       | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....            |

3.35. ท่านมีนโยบายในการขายสินค้าอย่างไร

ซื้อมาก่อน ขายไปก่อน

ซื้อมาหลัง ขายไปก่อน

อื่น ๆ (ระบุ).....

3.36. ท่านมีห้องเก็บสินค้าแยกจากหน้าร้านหรือไม่

มี

ไม่มี

3.37. จำนวนอุปกรณ์ในการจัดวางสินค้าภายในร้าน

ไม่มี

มี 1-2 ชั้น/ ตู้/ ชั้น

มี 3-4 ชั้น/ ตู้/ ชั้น

มี มากกว่า 4 ชั้น/ ตู้/ ชั้น (ระบุ).....

3.38. ท่านมีการจัดวางสินค้าอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แยกตามประเภทของสินค้า

แยกตามรูปแบบของสินค้า

แยกตามน้ำหนักของสินค้า

แยกตามราคาของสินค้า

แยกตามขนาดของสินค้า

อื่น ๆ (ระบุ).....

3.39. ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อวัน

ต่ำกว่า 1,000 บาท

1,000 – 3,000 บาท

3,001 – 5,000 บาท

มากกว่า 5,000 บาท (ระบุ).....

3.40. เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าท่านใช้สิ่งใดเป็นบรรทัดฐาน

ดុងพลาสติกใส

ดុងกระดาษ

อื่น ๆ (ระบุ).....

3.41. ท่านตั้งราคาสินค้าด้วยวิธีการใด

ตามราคาป้าย

ตามราคาบ้านใกล้เคียง

ตามราคาต้นทุนจริงบวกกำไรที่ต้องการ

อื่น ๆ (ระบุ).....

3.42. การชำระเงินของลูกค้า

ชำระเงินสด

ให้ซื้อเชื่อ 7 วัน

ให้ซื้อเชื่อ 1 เดือน

อื่น ๆ (ระบุ).....

3.43. นอกจากการให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าเองที่ร้านแล้ว ท่านยังมีวิธีการขายแบบใดอีกบ้าง

ให้ลูกค้าโทรศัพท์มาสั่งซื้อได้

โทรศัพท์ไปตามลูกค้าที่บ้าน

ไปเสนอขายสินค้าที่บ้านลูกค้า

อื่น ๆ (ระบุ).....

3.44. ท่านโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยวิธีการใดบ้าง (ตอบได้หลายข้อ)

ผ่านสื่อวิทยุ/ เสียงตามสาย

แผ่นพับ/ ใบปลิว

โปสเตอร์

ป้ายผ้า

การออกร้านในงานต่าง ๆ

อื่น ๆ (ระบุ).....

3.45. ท่านมีการทำการส่งเสริมการขายให้กับลูกค้า นอกเหนือข้อกำหนดของสินค้าอย่างไร

ลดราคา

แคมสินค้า

แจกสินค้าฟรี

อื่น ๆ (ระบุ).....

3.46. ท่านคิดว่าลูกค้าที่มาซื้อสินค้าเป็นประจำเพราะเหตุใด (ตอบได้หลายข้อ)

การบริการดี

สินค้าหลากหลาย

ราคาถูก

เป็นสมาชิก

อยู่ใกล้

เป็นญาติ พี่น้อง เพื่อน

อื่น ๆ (ระบุ).....

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ตนเองสำหรับกิจกรรมลิตเพื่อขาย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

4.1. ลักษณะของกิจการ

- |   |                                 |
|---|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ห้างหุ้นส่วน                           | <input type="checkbox"/> สหกรณ์ |
| <input type="checkbox"/> กลุ่มอาชีพ/ กลุ่มแม่บ้าน/ กลุ่มเกษตรกร | <input type="checkbox"/> บริษัท |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....                     |                                 |

4.2. จำนวนผู้ร่วมลงทุนก่อตั้ง

- |                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 2-6 คน   | <input type="checkbox"/> 7-10 คน                     |
| <input type="checkbox"/> 10-15 คน | <input type="checkbox"/> มากกว่า 15 คน (ระบุ).....คน |

4.3. จำนวนสมาชิกภายในกลุ่ม

- |                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1-2 คน | <input type="checkbox"/> 3-4 คน                     |
| <input type="checkbox"/> 5-6 คน | <input type="checkbox"/> มากกว่า 6 คน (ระบุ).....คน |

4.4. ภายในหน่วยธุรกิจของท่านมีตำแหน่งงานใดบ้าง (ตอบได้หลายข้อ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ผู้จัดการ/ ประธานกลุ่ม  | <input type="checkbox"/> รองผู้จัดการ/ รองประธานกลุ่ม     |
| <input type="checkbox"/> หัวหน้าฝ่ายการตลาด/ ขาย | <input type="checkbox"/> หัวหน้าฝ่ายการเงิน/ บัญชี        |
| <input type="checkbox"/> หัวหน้าฝ่ายบุคคล        | <input type="checkbox"/> รองหัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ (ระบุ)..... |
| <input type="checkbox"/> พนักงานประจำร้าน        | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....               |

4.5. วิธีการคัดเลือกผู้บริหารสูงสุดของหน่วยธุรกิจ (เช่น ผู้จัดการ ประธานกลุ่ม เป็นต้น)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> จากจำนวนหุ้นที่ถือ | <input type="checkbox"/> จากการสรรหา        |
| <input type="checkbox"/> จากการเลือกตั้ง    | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

4.6. ระดับการศึกษาต่ำสุดของพนักงาน/ สมาชิก ภายในหน่วยธุรกิจของท่าน

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 | <input type="checkbox"/> ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6       |
| <input type="checkbox"/> ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3        | <input type="checkbox"/> ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/ ปวช. |
| <input type="checkbox"/> ปวส./ อนุปริญญา              | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี                   |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....           |  |

4.7. ระดับการศึกษาสูงสุดของพนักงาน/ สมาชิก ภายในร้าน/ บริษัท/ กลุ่ม

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 | <input type="checkbox"/> ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6       |
| <input type="checkbox"/> ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3        | <input type="checkbox"/> ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/ ปวช. |
| <input type="checkbox"/> ปวส./ อนุปริญญา              | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี                   |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....           |  |

## 4.8. เงินเดือนโดยเฉลี่ยของพนักงาน/ สมาชิก

- น้อยกว่า 1,000 บาท/ เดือน
- 1,000-3,000 บาท/ เดือน
- 3,001-5,000 บาท/ เดือน
- มากกว่า 5,000 บาท/ เดือน

## 4.9. มีสวัสดิการอะไรให้กับพนักงาน/ สมาชิก บ้าง (ตอบได้หลายข้อ)

- กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
- ประกันสังคม
- อื่น ๆ (ระบุ).....

## 4.10. เมื่อพนักงานทำผิด/ สมาชิก ท่านมีบทลงโทษอย่างไร

- ตักเตือนก่อน
- ตัดเงินเดือน
- ไล่ออก
- อื่น ๆ (ระบุ).....

## 4.11. ท่านมีการฝึกอบรมพนักงาน/ สมาชิกของกิจการหรือไม่

- ไม่มี
- มี ให้การอบรมก่อนปฏิบัติงาน
- มี ระหว่างการปฏิบัติงาน (เช่น การส่งเข้าอบรม  
การจัดอบรมในหน่วยงาน)

## 4.12. สถานที่ตั้งของหน่วยธุรกิจ

- ตั้งอยู่บนถนนสายหลัก/ ทางแยก
- ตั้งอยู่ใกล้ อบต./ สถานที่ราชการ
- ตั้งอยู่ใกล้โรงเรียน/ วัด
- อื่น ๆ (ระบุ) .....

## 4.13. ท่านมีการบันทึกบัญชีหรือไม่

- ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 4.16)
- มี

## 4.14. ท่านมีการจดบันทึกข้อมูลทางบัญชีประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- บัญชีรายวันการซื้อสินค้า
- บัญชีรายวันการขายสินค้า
- บัญชีลูกหนี้
- บัญชีเจ้าหนี้
- บัญชีสินค้าคงเหลือ
- บัญชีกำไรขาดทุนประจำปี
- บัญชีงบดุล
- อื่น ๆ (ระบุ).....

## 4.15. ความถี่ในการจัดทำรายงานข้อมูลทางบัญชี

- ทุกวัน
- ทุกสัปดาห์
- ทุกเดือน
- ทุกครึ่งปี
- ทุกปี
- อื่น ๆ (ระบุ).....

## 4.16. จำนวนเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ/ กลุ่ม เฉลี่ยต่อเดือน

- น้อยกว่า 5,000 บาท
- 5,000-15,000 บาท
- 15,001-25,000 บาท
- มากกว่า 25,000 บาท (ระบุ) ..... บาท



4.25. ประเภทของสินค้าที่ท่านผลิตแล้วทำกำไรให้กิจการ/กลุ่ม มากที่สุด

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> อาหารและเครื่องดื่ม   | <input type="checkbox"/> เสื้อผ้า        |
| <input type="checkbox"/> เครื่องใช้ในครัวเรือน | <input type="checkbox"/> อุปกรณ์การเกษตร |
| <input type="checkbox"/> สัตว์ (ระบุ).....     | <input type="checkbox"/> พืช (ระบุ)..... |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....    |  |

4.26. ประเภทของสินค้าที่ท่านผลิตแล้วทำกำไรให้กิจการน้อยที่สุด

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> อาหารและเครื่องดื่ม   | <input type="checkbox"/> เสื้อผ้า        |
| <input type="checkbox"/> เครื่องใช้ในครัวเรือน | <input type="checkbox"/> อุปกรณ์การเกษตร |
| <input type="checkbox"/> สัตว์ (ระบุ).....     | <input type="checkbox"/> พืช (ระบุ)..... |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....    |  |

4.27. ท่านจัดหาวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตจากแหล่งใด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ภายในหมู่บ้าน  | <input type="checkbox"/> ภายในตำบล                           |
| <input type="checkbox"/> จากชุมชนภายนอก | <input type="checkbox"/> จากพ่อค้าวัตถุดิบอื่น ๆ (ระบุ)..... |

4.28. จำนวนผู้จำหน่ายวัตถุดิบให้กับกิจการ/กลุ่ม

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1-2 ราย | <input type="checkbox"/> 3-4 ราย                   |
| <input type="checkbox"/> 5-6 ราย | <input type="checkbox"/> มากกว่า 6 ราย (ระบุ)..... |

4.29. ความถี่ของการจัดหาวัตถุดิบเฉลี่ยเดือนละกี่ครั้ง

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 2 ครั้ง                     |
| <input type="checkbox"/> 3 ครั้ง | <input type="checkbox"/> มากกว่า 3 ครั้ง (ระบุ)..... |

4.30. มูลค่าการจัดหาวัตถุดิบแต่ละครั้งเฉลี่ยเท่าใด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 3,000 บาท | <input type="checkbox"/> 3,000 – 5,000 บาท             |
| <input type="checkbox"/> 5,001-7,000 บาท    | <input type="checkbox"/> มากกว่า 7,000 บาท (ระบุ)..... |

4.31. ท่านมีการจ่ายชำระค่าวัตถุดิบที่ซื้อมาอย่างไร

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ชำระด้วยเงินสด              | <input type="checkbox"/> ชำระด้วยเงินสดภายใน 1 อาทิตย์ |
| <input type="checkbox"/> ชำระด้วยเงินสดภายใน 1 เดือน | <input type="checkbox"/> ชำระด้วยเงินสดภายใน 3 เดือน   |
| <input type="checkbox"/> ชำระเมื่อขายสินค้าได้       | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....            |

4.32. ท่านมีการตรวจสอบวัตถุดิบที่ซื้อมา ก่อนการผลิตหรือไม่

- |                             |                                |
|-----------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> มี | <input type="checkbox"/> ไม่มี |
|-----------------------------|--------------------------------|

4.33. ท่านมีนโยบายการขายสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วอย่างไร

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ผลิตเสร็จก่อนขายก่อน | <input type="checkbox"/> ผลิตเสร็จหลัง ขายก่อน |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....   |  |

4.34. ท่านมีการเก็บสินค้าคงคลังไว้หรือไม่

มี

ไม่มี

4.35. ยอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท

10,000 – 30,000 บาท

30,001 – 50,000 บาท

มากกว่า 50,000 บาท (ระบุ).....

4.36. สินค้าที่ผลิตเสร็จใช้ตราสินค้าแบบใด

ใช้ตราของตนเอง

ใช้ตราของพ่อค้าส่ง

ใช้ตราของพ่อค้าปลีก

อื่น ๆ (ระบุ).....

4.37. สินค้าที่ผลิตเสร็จมีเครื่องหมายใดบ้าง (ตอบได้หลายข้อ)

อย.

มอก.

มผช.

ฮาลาล

อื่น ๆ (ระบุ).....

4.38. ท่านมีบรรษัทสิทธิ์สำหรับสินค้าหรือไม่

มี (ระบุ).....

ไม่มี

4.39. ท่านตั้งราคาสินค้าที่ผลิตเสร็จด้วยวิธีการใด

ตามราคาตลาด

ตามราคาคู่แข่งขัน

ตามราคาต้นทุนจริงบวกกำไรที่ต้องการ

อื่น ๆ (ระบุ).....

4.40. ท่านจำหน่ายสินค้าที่ผลิตเสร็จด้วยวิธีการใดบ้าง (ตอบได้หลายข้อ)

ขายตรงไปยังผู้บริโภค ณ สถานที่ผลิต

ขายตรงไปยังผู้บริโภค ณ งานแสดงสินค้า

ขายตรงไปยังผู้บริโภค ณ ร้านค้าของกลุ่ม

ขายให้พ่อค้าส่ง

ขายให้พ่อค้าปลีก

อื่น ๆ (ระบุ).....

4.41. ท่านโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยวิธีการใดบ้าง (ตอบได้หลายข้อ)

ผ่านสื่อวิทยุ/ เสียงตามสาย

แผ่นพับ/ โบปลิว

ไปสเตอร์

ป้ายผ้า

การออกร้านในงานต่าง ๆ

อื่น ๆ (ระบุ).....

4.42. ท่านมีการทำการส่งเสริมการขายให้กับลูกค้าอย่างไร

ลดราคา

แคมสินค้า

แจกสินค้าฟรี

อื่น ๆ (ระบุ).....

4.43. ท่านมีการเก็บเงินค่าสินค้าอย่างไร

ชำระเงินสด

ให้ซื้อเชื่อ 7 วัน

ให้ซื้อเชื่อ 1 เดือน

อื่น ๆ (ระบุ).....

สถานที่สัมภาษณ์ .....
วันที่ .....
เวลา .....
ผู้สัมภาษณ์ .....

### แบบสอบถาม

#### ลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชน: ส่วนที่ 2 การศึกษาปัจจัยภายนอกของธุรกิจ

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นงานวิจัยภายใต้โครงการวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน ปีงบประมาณ 2546 เรื่อง ลักษณะทั่วไปของธุรกิจชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแนะนำเทคนิคการศึกษาตนเองให้แก่ธุรกิจชุมชน ทั้งให้ธุรกิจชุมชนได้รู้จักตนเอง จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และภาวะคุกคาม ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ อันจะนำไปสู่การได้ทิศทางการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชนทั้งแนวรุกและแนวรับต่อไป จึงขอความร่วมมือจากท่าน กรอกแบบสอบถามตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ และใช้เพียงเพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือ

#### คำอธิบายเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน คือ การประกอบการผลิต การแปรรูป การค้า หรือบริการ เพื่อแสวงหากำไร โดยกลุ่มชาวบ้าน หรือองค์กรชุมชนเป็นเจ้าของทุน การบริหารจัดการและการรับผลกำไร (ขาดทุน) ของกิจการทั้งหมดหรือบางส่วน ซึ่งกลุ่มชาวบ้านอาจเป็นองค์กรชุมชนอย่างเป็นทางการ เช่น สหกรณ์ หรือไม่เป็นทางการก็ตาม ทั้งนี้ กิจการที่ห้าต้องไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อความเป็นอยู่ของคนในชุมชนหรือสภาพแวดล้อมของชุมชน (เบญจวรรณ, 2547)

โดยทั่วไปธุรกิจชุมชนสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก ตามลักษณะของการประกอบการ คือ ธุรกิจชุมชนที่ดำเนินกิจการแบบซื้อมาขายไป และธุรกิจชุมชนที่ดำเนินกิจการแบบผลิตเพื่อขาย ซึ่งทั้งสองรูปแบบมีข้อแตกต่างกันดังนี้

1. ธุรกิจชุมชนที่ดำเนินกิจการแบบซื้อมาขายไป เป็นรูปแบบที่ทำหน้าที่คล้ายกับผู้ค้าปลีก คือ ซื้อสินค้ามาจากผู้ค้าส่ง หรือผู้ค้าปลีกรายอื่น แล้วนำมาบวกกำไรเพิ่มเพื่อขายต่อให้กับชาวบ้านในพื้นที่ ซึ่งผู้ดำเนินกิจการจะไม่ต้องรับความเสี่ยงด้านการผลิต เช่น ร้านค้าสหกรณ์ ร้านค้าปลีกชุมชน ร้านขายของชำ เป็นต้น

2. ธุรกิจชุมชนที่ดำเนินกิจการแบบผลิตเพื่อขาย ส่วนมากจะเป็นการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าแล้วนำไปจำหน่ายให้กับทั้งพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งกระบวนการผลิตจะเป็นไปอย่างเรียบง่าย ไม่มีขั้นตอนที่ซับซ้อน และเป็นการผลิตตามความถนัดหรือความสามารถของบุคคลในชุมชนนั้น ๆ เช่น กลุ่มเครื่องแกง กลุ่มผ้ามัดย้อม กลุ่มผ้าทอ เป็นต้น นอกจากนี้อาจจะมีรูปแบบที่ต่างออกไป คือ บางกลุ่มจะดำเนินการเลี้ยงสัตว์เพื่อจำหน่าย เช่น กลุ่มเลี้ยงโค กลุ่มเลี้ยงกุ้ง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ธุรกิจชุมชนรูปแบบนี้จะมีความชำนาญด้านการผลิตแต่ขาดความสามารถด้านการตลาด

## ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ตนเองสำหรับกิจการซื้อมาขายไป

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

5.1. จำนวนลูกค้าที่เข้าร้านโดยเฉลี่ยต่อวัน

น้อยกว่า 10 คน

10-40 คน

41-80 คน

มากกว่า 80 คน (ระบุ).....คน

5.2. แหล่งที่มาของลูกค้า

ภายในหมู่บ้านเท่านั้น

ภายในหมู่บ้านและพื้นที่ใกล้เคียง

ภายในตำบล

อื่น ๆ (ระบุ).....

5.3. ยอดซื้อต่อครั้งของลูกค้าที่มีมูลค่าน้อยที่สุด

น้อยกว่า 5 บาท

5-50 บาท

51-100 บาท

สูงกว่า 100 บาท (ระบุ).....บาท

5.4. ยอดซื้อต่อครั้งของลูกค้าที่มีมูลค่าสูงที่สุด

ต่ำกว่า 100 บาท

100-300 บาท

301-500

สูงกว่า 500 บาท (ระบุ).....บาท

5.5. ในหมู่บ้านเดียวกัน มีร้านค้าที่ดำเนินกิจการลักษณะเดียวกันกับท่านจำนวนเท่าใด

1 ร้าน

2 ร้าน

3 ร้าน

4 ร้าน

มากกว่า 4 ร้าน (ระบุ).....ร้าน

5.6. ในตำบลเดียวกัน มีร้านค้าที่ดำเนินกิจการลักษณะเดียวกันกับท่านจำนวนเท่าใด

1 ร้าน

2 ร้าน

3 ร้าน

4 ร้าน

มากกว่า 4 ร้าน (ระบุ).....ร้าน

5.7. เปรียบเทียบราคาสินค้าที่ร้านของท่านกับร้านใกล้เคียง

ราคาเท่ากัน

ราคาสินค้าที่ร้านแพงกว่า

ราคาที่ร้านถูกกว่า

อื่น ๆ (ระบุ).....

5.8. เปรียบเทียบยอดขายโดยประมาณของร้านท่านเองกับร้านคู่แข่งใกล้เคียง

ไม่แตกต่าง

ร้านของท่านมียอดขายสูงกว่า

ร้านของท่านมียอดขายต่ำกว่า

อื่น ๆ (ระบุ).....

5.9. ท่านคิดว่าข้อใดเป็นข้อได้เปรียบของร้านค้าที่เป็นคู่แข่ง

- ราคาถูกกว่า  มีสินค้าหลากหลายกว่า
- มีความสนิทสนมกับลูกค้ามากกว่า  ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นมากกว่า
- อื่น ๆ (ระบุ).....

5.10. หน่วยงานภายนอกมาให้การช่วยเหลือร้านค้าของท่าน (โปรดระบุชื่อหน่วยงาน)

- 1.....
- 2.....
- 3.....

5.11. หน่วยงานภายนอกให้ความช่วยเหลือท่านในด้านใด

- ฝึกอบรมการค้าเงินธุรกิจ  จัดทำแผนการค้าเงินธุรกิจ
- สนับสนุนด้านเงินทุน  ให้คำปรึกษาการค้าเงินธุรกิจ
- อื่น ๆ (ระบุ).....

5.12. ในการซื้อสินค้ามาจำหน่าย อำนาจการต่อรองระหว่างตัวท่านกับร้านค้าที่จำหน่ายให้ เป็นอย่างไร

- ท่านมีอำนาจการต่อรองมากกว่า  ร้านค้าที่จำหน่ายมีอำนาจการต่อรองมากกว่า

5.13. ในการจำหน่ายสินค้า อำนาจการต่อรองระหว่างตัวท่านกับลูกค้า เป็นอย่างไร

- ท่านมีอำนาจการต่อรองมากกว่า  ลูกค้ามีอำนาจการต่อรองมากกว่า

5.14. ท่านมีการใช้อุปกรณ์ใดบ้างในการดำเนินกิจการ (ตอบได้หลายข้อ)

- เครื่องคอมพิวเตอร์  เครื่องคิดเงิน
- เครื่องคิดเลข  เครื่องโทรสาร (แฟกซ์)
- เครื่องโทรศัพท์  เครื่องถ่ายเอกสาร
- อื่น ๆ (ระบุ).....

## ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ตนเองสำหรับกิจการผลิตเพื่อขาย

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

### 6.1. ประเภทของลูกค้าที่รับซื้อสินค้าของท่าน

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ผู้บริโภค .....คน/ วัน          | <input type="checkbox"/> พ่อค้าปลีก/ ร้านค้าปลีก .....ร้าน |
| <input type="checkbox"/> พ่อค้าส่ง/ ร้านค้าส่ง .....ร้าน | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....                |

### 6.2. แหล่งที่มาของลูกค้า

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ภายในหมู่บ้านเท่านั้น | <input type="checkbox"/> ภายในหมู่บ้านและพื้นที่ใกล้เคียง |
| <input type="checkbox"/> ภายในตำบล             | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....               |

### 6.3. ยอดซื้อต่อครั้งของลูกค้าที่มีมูลค่าน้อยที่สุด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 500 บาท | <input type="checkbox"/> 500-1,000 บาท                    |
| <input type="checkbox"/> 1,001-1,500 บาท  | <input type="checkbox"/> สูงกว่า 1,500 บาท (ระบุ).....บาท |

### 6.4. ยอดซื้อต่อครั้งของลูกค้าที่มีมูลค่าสูงที่สุด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,000-20,000 บาท                 |
| <input type="checkbox"/> 20,001-50,000      | <input type="checkbox"/> สูงกว่า 50,000 บาท (ระบุ).....บาท |

### 6.5. ในหมู่บ้านเดียวกัน ผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันกับท่านจำนวนเท่าใด

- |  |                                |
|--|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 ราย                     | <input type="checkbox"/> 2 ราย |
| <input type="checkbox"/> 3 ราย                     | <input type="checkbox"/> 4 ราย |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 4 ราย (ระบุ)..... |                                |

### 6.6. ในตำบลเดียวกัน ผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันกับท่านจำนวนเท่าใด

- |  |                                |
|--|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 ราย                     | <input type="checkbox"/> 2 ราย |
| <input type="checkbox"/> 3 ราย                     | <input type="checkbox"/> 4 ราย |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 4 ราย (ระบุ)..... |                                |

### 6.7. รายนามผู้ผลิตสินค้าแบบเดียวกันกับท่าน

- |                                    |              |
|------------------------------------|--------------|
| <input type="checkbox"/> ชื่อ..... | สถานที่..... |
| <input type="checkbox"/> ชื่อ..... | สถานที่..... |
| <input type="checkbox"/> ชื่อ..... | สถานที่..... |

### 6.8. เปรียบเทียบราคาสินค้าที่ท่านผลิตกับผู้ผลิตรายอื่น

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ราคาเท่ากัน        | <input type="checkbox"/> ราคาสินค้าที่ร้านแพงกว่า |
| <input type="checkbox"/> ราคาที่ร้านถูกกว่า | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุ).....       |

6.9. เปรียบเทียบยอดขายโดยประมาณของท่านเองกับผู้ผลิตรายอื่น

- ไม่แตกต่าง  ร้านของท่านมียอดขายสูงกว่า
- ร้านของท่านมียอดขายต่ำกว่า  อื่น ๆ (ระบุ).....

6.10. ท่านคิดว่าข้อใดเป็นข้อได้เปรียบของผู้ผลิตรายอื่น

- วัตถุดิบคุณภาพดีกว่า  อยู่ใกล้วัตถุดิบมากกว่า
- มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า  ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นมากกว่า
- อื่น ๆ (ระบุ).....

6.11. หน่วยงานภายนอกมาให้การช่วยเหลือหน่วยธุรกิจของท่าน (โปรดระบุชื่อหน่วยงาน)

- 1.....
- 2.....
- 3.....

6.12. หน่วยงานภายนอกให้ความช่วยเหลือท่านในด้านใด

- ฝึกอบรมการค้าเนินธุรกิจ  จัดทำแผนการค้าเนินธุรกิจ
- สนับสนุนด้านเงินทุน  ให้คำปรึกษาการค้าเนินธุรกิจ
- อื่น ๆ (ระบุ).....

6.13. ในการซื้อวัตถุดิบมาผลิต อำนาจการต่อรองระหว่างตัวท่านกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ เป็นอย่างไร

- ท่านมีอำนาจการต่อรองมากกว่า  ผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีอำนาจต่อรองมากกว่า

6.14. ในการจำหน่ายสินค้า อำนาจการต่อรองระหว่างตัวท่านกับลูกค้า เป็นอย่างไร

- ท่านมีอำนาจการต่อรองมากกว่า  ลูกค้ามีอำนาจการต่อรองมากกว่า

6.15. ท่านมีการใช้อุปกรณ์ใดบ้างในการดำเนินงาน (ตอบได้หลายข้อ)

- เครื่องคอมพิวเตอร์  เครื่องคิดเงิน
- เครื่องคิดเลข  เครื่องโทรสาร (แฟกซ์)
- เครื่องโทรศัพท์  เครื่องถ่ายเอกสาร
- อื่น ๆ (ระบุ).....