

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและเจริญเติบโตของวิสาหกิจชุมชน พบว่าวิสาหกิจชุมชนทั้ง 10 กลุ่ม เกิดจากการรวมกลุ่มของคนในชุมชนที่การประกอบอาชีพเดียวกัน มีความเป็นอยู่ที่สืบทอดวิถีชีวิตจากรุ่นสู่รุ่น อยู่กันเป็นกลุ่มก้อน มีวิถีชีวิต ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมเดียวกัน กิจกรรมของวิสาหกิจชุมชนมีพื้นฐานมาจากการประกอบอาชีพของคนในชุมชนซึ่งเป็นชุมชนด้านการเกษตร มีการนำภูมิปัญญาด้านการประกอบอาชีพที่สืบทอดจากบรรพบุรุษมาพัฒนาต่อยอดสู่การประกอบอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของวิสาหกิจชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้เสริม วิสาหกิจชุมชนที่มีโอกาสขยายตัวเชิงธุรกิจได้จะมีลักษณะที่สำคัญคือผู้นำมีความเข้มแข็ง เสียสละและเป็นที่ยอมรับของสมาชิก มีการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง มีการบริหารจัดการที่เป็นระบบ สมาชิกภายในกลุ่มมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีการประชุมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ มีการประสานงานระหว่างสมาชิกในกลุ่มและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนในท้องถิ่น มีรายได้จากการดำเนินงานและมีการจัดสรรผลประโยชน์ร่วมกันอย่างโปร่งใส และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น โดยวิสาหกิจชุมชนที่มีโอกาสขยายตัวในเชิงธุรกิจได้ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนเปลญวนบ้านแม่พระประจักษ์ วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ปลาบ้านมะขามล้ม วิสาหกิจชุมชนปยุ่นน้ำหมักชีวภาพหนองบ่อ ส่วนวิสาหกิจชุมชนที่มีแนวโน้มในการยกเลิกกลุ่มได้แก่ วิสาหกิจชุมชนอาหารไทยบ้านโคกคราม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลูกข้าวโพดฝักอ่อน และแปรรูปอาหารสัตว์บ้านหนองพันยัง วิสาหกิจชุมชนจักรสานไทยทรงดำ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความล้มเหลวของคือ ขาดระบบการบริหารจัดการที่ดี ไม่สามารถสร้างตลาดได้ สมาชิกไม่มีการทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง และไม่มีการจัดสรรผลประโยชน์แก่สมาชิก ขาดการประสานงานภายในกลุ่ม นอกจากนี้ยังพบว่าวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินงานในลักษณะกิจการส่วนตัวสมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะการรับจ้างทำงานเท่านั้น ทำให้ขาดแรงสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐในระดับจากท้องถิ่นได้แก่ วิสาหกิจชุมชนหมักศรียน้ำส้มควันไม้ (เมจิก้า) วิสาหกิจชุมชนเบญจรงค์บ้านหนองหิน วิสาหกิจชุมชนศิลปะไม้ไผ่ วิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบแห้ววังยาง โดยมีแนวโน้มในการยกเลิกกลุ่มแต่ยังดำเนินการผลิตในลักษณะของผลิตภัณฑ์ชุมชน(OTOP) ทางด้านปัญหาพบว่าวิสาหกิจชุมชนประสบปัญหาที่คล้ายคลึงกันคือความอ่อนแอทางการตลาดที่ไม่สามารถขยายตลาดได้ ไม่มีตลาดที่แน่นอน รวมถึงไม่สามารถส่งเสริมด้านการตลาดได้เอง และไม่สามารถบริหารจัดการกลุ่มได้ ซึ่งถือเป็นจุดอ่อนที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนเติบโตช้า และมีแนวโน้มในการยกเลิกกลุ่มสูง ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะและถ่ายทอดความรู้ดังนี้ 1) มุ่งเน้นตลาดท้องถิ่นด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับภายในชุมชน 2) ถ่ายทอดความรู้ด้านการตลาดให้กับวิสาหกิจชุมชน เทคนิคการบริหารจัดการกลุ่มที่ดีและหลักการจัดสรรผลประโยชน์ร่วมกัน ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งและสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน หน่วยงานภาครัฐทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศต้องให้การสนับสนุนและส่งเสริมด้านการตลาดอย่างจริงจังและต่อเนื่อง และสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการกลุ่มแก่วิสาหกิจชุมชน

The study on the approach for development to sustainable and growth of community enterprises found that all the 10 groups of people in the community who that earns living same, lived together closely, and had the same lifestyle , belief, custom and culture. Community enterprise activities were based on jobs of people in the community which were concerning agriculture. The aim of these activities was to gain additional income. Important characteristics of community enterprises that were able to expand business included strong leadership, sacrificing, being accepted among members, continual progress, systematic management and organization, participation of group members in decision making, regular meetings, coordination among group members, good relationship with local community, transparency in profit management and distribution, and being supported by local government organizations, for examples of community enterprise were Ban Mae Phra Pa Chak Hammock, Ban Ma Kham Som Fish Product, and Nong Bor Biological Fertilizer. Community Enterprises that were likely to be cancelled included Ban Khok Khram Thai Food, Ban Nong Phan Yang Young-Pod Corn Plantation and Animal Feed Processing, and Song Thai Dam Wicker. Significant factors contributing to failure were a lack of good management, activities being held discontinuously, no profit, and a lack of coordination. In addition, the study found that some community enterprises which were private-owned enterprises were engaged people in the community only in form of an employer-employee relationship. This led to insufficient support from local government organizations. Examples of this kind were Mahasajan Namsom Kwan Mai (Magica) group, Benjarong Ban Nong Hin group, Bamboo Art, and Haew Wang Yang Rice Cracker group. These community enterprises tended to stop operating, but are still operating in form of OTOP. Overall, community enterprise had some similar problems concerning marketing weakness, including being unable to expand the market, not having fixed markets, being unable to improve its own market strategy and not having good management. This weakness resulted in a slow pace of development of community enterprises and a high possibility of dissolution . The researchers would like to suggest that community enterprises should give emphasis to local market by making products which are accepted by local people, and teach community enterprises marketing, management techniques and profit distribution principle. The result of this study indicates that community enterprises will be strong and have sustainable development when both national government and local government support marketing for them continuously and seriously and educate community enterprises with administration and management fields.