



รายงานการวิจัย

การพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลและการวางระบบบัญชี เพื่อยกระดับรายได้
วิสาหกิจชุมชน ตำบลท้องเนียน อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

The Development of Digital Marketing and Accounting System
Design to Enhance Income for Community Enterprises

Thong Nian Subdistrict, Khanom District,
Nakhon Si Thammarat Province

กมลนันท์ ชีวรัตน์โชติ Kamonnan Cheevarattanachote

วชิร ยิ่งยืน Wachira Yangyuen

เมธพร มีเดช Methaporn Medet

วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ
งบประมาณเงินรายได้ ประจำปี ๒๕๖๗

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาจากวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม และการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่ได้สนับสนุนทุนวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งการดำเนินงานวิจัยได้รับความช่วยเหลือจากหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ประธานกลุ่ม คณะกรรมการ และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ และ วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ อำเภอขนอม จังหวัด นครศรีธรรมราช ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์สถานที่ เสียสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ และให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา รวมถึงให้ความร่วมมือในการทดลองใช้ระบบบริหารจัดการที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการเสนอแนวทางในการตัดสินใจการวางระบบบัญชี และการพัฒนาการตลาดดิจิทัล เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนมีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืนสืบไป

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำ เพื่อนอาจารย์ที่วิทยาลัยฯ ครอบครัว และนักศึกษาทุกคนที่มีส่วนช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจสำคัญในการทำงานวิจัยครั้งนี้จนประสบความสำเร็จหากรายงานการวิจัยฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด คณะผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว และขออภัยมา ณ โอกาสนี้

นางกมลนันท์ ชีวรัตน์โชติ

ธันวาคม 2568

การพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลและการวางระบบบัญชี เพื่อยกระดับรายได้ วิสาหกิจชุมชน ตำบลท้องเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

กมลนันท์ ชีวรัตนโชติ¹ วชิร ยิ่งยืน² เมธาพร มีเดช³

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลและการวางระบบบัญชี เพื่อยกระดับรายได้ วิสาหกิจชุมชน ตำบลท้องเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพ การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลท้องเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) พัฒนาการวางระบบบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลท้องเนียน อำเภอนอม จังหวัด นครศรีธรรมราช 3) พัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการตลาดดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบล ท้องเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียวและวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ตั้งอยู่ที่ตำบลท้องเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบประเมิน ความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชนและการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาหลักของทั้งสองกลุ่มคือ ขาดระบบบัญชีที่เป็นมาตรฐาน ขาดการควบคุมภายในด้านการเงิน และยังใช้การตลาดรูปแบบดั้งเดิม ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการ 1) ออกแบบระบบเอกสารทางการบัญชี ที่ครอบคลุมวงจรรายรับและรายจ่าย อาทิ ใบจัดซื้อ ใบสำคัญจ่าย และใบเสร็จรับเงิน พร้อมทั้งวางระบบ การควบคุมภายในโดยเน้นการแบ่งแยกหน้าที่และการใช้เอกสารที่มีเลขที่กำกับเพื่อสร้างร่องรอยการ ตรวจสอบ 2) พัฒนาศักยภาพด้านการเงิน พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียว อัตรากำไร สุทธิร้อยละ 23.00 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ร้อยละ 52.66 และจุดคุ้มทุน 11,236 บาทต่อเดือน ส่วนวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ อัตรากำไรสุทธิร้อยละ 21.21 อัตรา ผลตอบแทนจากการลงทุน ร้อยละ 67.08 และจุดคุ้มทุน 38,388 บาทต่อเดือน 3) ด้านการตลาดดิจิทัล ได้พัฒนาการสร้างแบรนด์และการสื่อสารออนไลน์เพื่อขยายฐานลูกค้าผลการประเมินความพึงพอใจ พบว่า สมาชิกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้นในระดับมากถึงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.60 และ

4.09 ตามลำดับ) และมีความพึงพอใจต่อการพัฒนาการตลาดดิจิทัลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15 และ 3.95 ตามลำดับ) พบข้อจำกัดด้านความเข้าใจในการใช้งานระบบในกลุ่มสมาชิกผู้สูงอายุซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องควบคู่กับการวางระบบ

คำสำคัญ: วิสาหกิจชุมชน, ระบบบัญชี, การตลาดดิจิทัล

¹ อาจารย์หลักสูตรวิชาการบัญชี วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

² อาจารย์หลักสูตรวิชาการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

³ อาจารย์หลักสูตรวิชาการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

The Development of Digital Marketing and Accounting System
Design to Enhance Income for Community Enterprises
Thong Nian Subdistrict, Khanom District,
Nakhon Si Thammarat Province

Kamonnan Chevarattanachote¹ Wachira Yangyuen² Metaporn Meedate³

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the operational conditions of community enterprises in Thong Nian Subdistrict, Khanom District, Nakhon Si Thammarat Province; 2) to develop accounting system designs for these community enterprises; and 3) to develop digital marketing technologies for their products. The sample groups consisted of the Tham Khao Phra Agricultural Processing Community Enterprise and the Ban Laem Prathap Eco-Tourism Community Enterprise. This study employed a qualitative research method, utilizing interview forms and satisfaction assessment forms regarding accounting system design and digital marketing development as data collection tools.

The research findings revealed that the primary problems for both groups were the lack of standardized accounting systems, insufficient financial internal controls, and reliance on traditional marketing methods. Consequently, the researcher implemented the following: 1) designed accounting document systems covering the revenue and expenditure cycle—including purchase orders, payment vouchers, and receipts—and established internal control systems emphasizing duty segregation and running-number documentation for audit trails; 2) analyzed financial potential, which showed that the Tham Khao Phra Agricultural Processing Community Enterprise had a net profit margin of 23.00%, a return on investment (ROI) of 52.66%, and a break-even point of 11,236 Baht

per month, while the Ban Laem Prathap Eco-Tourism Community Enterprise had a net profit margin of 21.21%, an ROI of 67.08%, and a break-even point of 38,388 Baht per month; and 3) developed digital marketing through branding and online communication to expand the customer base. The satisfaction assessment indicated that group members were satisfied with the developed accounting systems at a high to highest level (mean scores of 4.60 and 4.09, respectively) and satisfied with the digital marketing development at a high level (mean scores of 4.15 and 3.95, respectively). However, limitations regarding system understanding were observed among elderly members, reflecting the necessity for continuous skill development alongside system implementation.

Keywords : Community Enterprise, Accounting System, Digital Marketing

¹ Lecturer Accounting Program College of Industrial Technology and Management Rajamangala University of Technology Srivijaya, Khanom District Nakhon Si Thammarat Province

² Lecturer Digital Entrepreneurship Program College of Industrial Technology and Management Rajamangala University of Technology Srivijaya, Khanom District Nakhon Si Thammarat Province

³ Lecturer Digital Entrepreneurship Program College of Industrial Technology and Management Rajamangala University of Technology Srivijaya, Khanom District Nakhon Si Thammarat Province

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
Abstract.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย.....	2
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	2
1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับระบบบัญชี.....	4
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ.....	7
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล.....	8
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน.....	15
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	19
3.1 กลุ่มตัวอย่างที่เข้ารับการศึกษา.....	19
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	20
3.3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	22
3.4 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	25
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	27
4.1 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1	27
4.2 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2	43
4.3 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3	118
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ	132
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	132
5.2 อภิปรายผล.....	144
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	148
บรรณานุกรม.....	150
ภาคผนวก	152
ประวัติผู้วิจัย.....	181

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1	ผังบัญชีของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ 44
ตารางที่ 2	ผังบัญชีของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ 46
ตารางที่ 3	ตารางความเสี่ยง-ผลกระทบ-การควบคุมภายใน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ 101
ตารางที่ 4	ตารางความเสี่ยง-ผลกระทบ-การควบคุมภายใน วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ 102
ตารางที่ 5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ 103
ตารางที่ 6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ 103
ตารางที่ 7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ 104
ตารางที่ 8	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ 104
ตารางที่ 9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ 106
ตารางที่ 10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ 106
ตารางที่ 11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ 107
ตารางที่ 12	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ 107
ตารางที่ 13	ตารางสรุปประเภทต้นทุนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ 109
ตารางที่ 14	การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ (ROI) ก่อนการดำเนินโครงการวิจัยของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ 110
ตารางที่ 15	ตารางสรุปประเภทต้นทุนวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ 114

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 16 การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ (ROI) หลังการดำเนินโครงการวิจัยของ วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ	116
ตารางที่ 17 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ	120
ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม เกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ	122
ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุวิสาหกิจชุมชนกลุ่ เกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ	122
ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ	123
ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้าน การตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ	123
ตารางที่ 22 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของ วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ	125
ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศวิสาหกิจชุมชนการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ	128
ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุวิสาหกิจชุมชนการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ	129
ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ	129
ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้าน การตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ	130

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูป ถ้ำเขาพระ	30
ภาพที่ 2 ใบรับรอง PGS (Participatory Guarantee System)	31
ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์ปลาหวานและปลาเส้น	32
ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์ทุเรียนทอด	33
ภาพที่ 5 ผลิตภัณฑ์ทุเรียนกวน	34
ภาพที่ 6 หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แหลมประทับ	38
ภาพที่ 7 ท่าเรือแหลมประทับ	39
ภาพที่ 8 อนุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ที่ท่าเรือแหลมประทับ	39
ภาพที่ 9 ชาวประมงวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหลมประทับ	40
ภาพที่ 10 สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญเวทีพุ่มพวง	41
ภาพที่ 11 สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลวงปู่ทวด เกาะนุ้ย	41
ภาพที่ 12 กิจกรรมการนั่งเรือชมโลมา และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ	42
ภาพที่ 13 แบบฟอร์มใบจัดซื้อวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	48
ภาพที่ 14 แบบฟอร์มใบสำคัญจ่ายวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	50
ภาพที่ 15 แบบฟอร์มใบส่งของ/ใบแจ้งหนี้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	52
ภาพที่ 16 แบบฟอร์มใบเสร็จรับเงินวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	54
ภาพที่ 17 แบบฟอร์มใบจัดซื้อ วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหลมประทับ	57
ภาพที่ 18 แบบฟอร์มใบสำคัญจ่ายวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหลมประทับ	58
ภาพที่ 19 แบบฟอร์มตัวเรือวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหลมประทับ	60
ภาพที่ 20 แบบฟอร์มใบเสร็จรับเงินวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหลมประทับ	61
ภาพที่ 21 แบบฟอร์มรายงานรายงานฐานะทางการเงิน	64
ภาพที่ 22 แบบฟอร์มรายงานผลการดำเนินงาน	65
ภาพที่ 23 รายงานฐานะทางการเงินวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	67

สารบัญภาพ (ต่อ)

		หน้า
ภาพที่ 24	รายงานผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	68
ภาพที่ 25	แบบฟอร์มรายงานเงินสตรับ-จ่ายประจำวันวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	70
ภาพที่ 26	ตัวอย่างรายงานเงินสตรับ-จ่ายประจำวัน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	70
ภาพที่ 27	แบบฟอร์มรายงานสินค้าคงเหลือวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	71
ภาพที่ 28	ตัวอย่างรายงานสินค้าคงเหลือวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	72
ภาพที่ 29	แบบฟอร์มรายงานลูกหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	73
ภาพที่ 30	ตัวอย่างรายงานลูกหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	74
ภาพที่ 31	แบบฟอร์มรายงานเจ้าหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	75
ภาพที่ 32	ตัวอย่างรายงานเจ้าหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	76
ภาพที่ 33	แบบฟอร์มรายงานสรุปผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	77
ภาพที่ 34	ตัวอย่างรายงานสรุปผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	78
ภาพที่ 35	แบบฟอร์มงบต้นทุนการผลิต/บริการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	79
ภาพที่ 36	แบบฟอร์มทะเบียนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	80
ภาพที่ 37	ตัวอย่างรายงานทะเบียนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ	81
ภาพที่ 38	รายงานฐานะทางการเงินวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ	83
ภาพที่ 39	รายงานรายงานรายงานผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ	84

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 40 แบบฟอร์มรายงานเงินสดรับ-จ่ายประจำวันวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ	86
ภาพที่ 41 ตัวอย่างรายงานเงินสดรับ-จ่ายประจำวันวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ	87
ภาพที่ 42 แบบฟอร์มรายงานวัสดุ-อุปกรณ์คงเหลือวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ	88
ภาพที่ 43 ตัวอย่างรายงานวัสดุ-อุปกรณ์คงเหลือวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านแหลมประทับ	89
ภาพที่ 44 แบบฟอร์มลูกหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านแหลมประทับ	90
ภาพที่ 45 ตัวอย่างรายงานลูกหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านแหลมประทับ	91
ภาพที่ 46 แบบฟอร์มรายงานเจ้าหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านแหลมประทับ	92
ภาพที่ 47 ตัวอย่างรายงานเจ้าหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านแหลมประทับ	93
ภาพที่ 48 แบบฟอร์มสมุดบันทึกเที่ยวเรือประจำวันวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ	94
ภาพที่ 49 ตัวอย่างสมุดบันทึกเที่ยวเรือประจำวันวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านแหลมประทับ	95
ภาพที่ 50 แบบฟอร์มรายงานสรุปผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ	96
ภาพที่ 51 ตัวอย่างรายงานสรุปผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านแหลมประทับ	97
ภาพที่ 52 แบบฟอร์มทะเบียนสมาชิกวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านแหลมประทับ	80

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 53 ตัวอย่างทะเบียนสมาชิกวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านแหลมประทับ	99
ภาพที่ 54 ภาพแสดงการทำผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ	121
ภาพที่ 55 ภาพผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ	121
ภาพที่ 56 เพจประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้าน แหลมประทับ	127
ภาพที่ 57 การนำเสนอวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ	128

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับและวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวเพื่อการพัฒนาการวางระบบบัญชีและเทคโนโลยีสำหรับการตลาดดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ตั้งอยู่ตำบลท้องเนียน อำเภอนนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่โครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบลสร้างรากแก้วให้ประเทศ ได้ดำเนินโครงการด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเล ด้วยเครื่องอบลมร้อนพลังงานแสงอาทิตย์ และด้านการบริการเรือท่องเที่ยว จากนั้นได้จัดตั้งเป็น วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ตั้งอยู่ที่ 52/1 หมู่ที่ 5 ตำบลท้องเนียน อำเภอนนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาว ตั้งอยู่ที่ 18/3 หมู่ 6 ตำบลท้องเนียน อำเภอนนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ปลาหวาน ปลาเส้น ปลาแดดเดียว ปลาเค็ม และกะปิ เป็นต้น โดยโดยทางวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาว ได้รับมาตรฐาน PGS (ระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม Participatory Guarantee Systems : PGS) ของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นระบบการรับรองเกษตรอินทรีย์ตามมาตรฐาน

เมื่อคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการจากลงพื้นที่และร่วมทำงานกับชุมชนพบว่า กลุ่มยังประสบปัญหาในการวิสาหกิจชุมชนทั้ง 2 ซึ่งพบประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในลำดับต่อไป ได้แก่ 1. การบริหารในด้านต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน เป็นวิถีชาวบ้าน ทั้งทางด้านการบัญชีและการเงิน และการบริหารจัดการภายในวิสาหกิจ 2. ผลิตภัณฑ์ไม่มีการโฆษณาสินค้าให้เป็นที่รู้จัก และไม่มีจุดวางจำหน่ายสินค้าที่ชัดเจนเพื่อให้กลุ่มลูกค้าเข้าถึง และนำสินค้าจำหน่ายบน platform online เป็นส่วนสำคัญที่สามารถช่วยขับเคลื่อนและการส่งเสริมและพัฒนาประชาสัมพันธ์สินค้า ส่งเสริมการตลาด การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายการเข้าถึง และการบริหารจัดการวิสาหกิจ และทางด้านการบัญชีและการเงิน เพื่อช่วยสร้างรายได้ให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมากขึ้นและอย่างยั่งยืนให้กับชุมชนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลท้องเนียน อำเภอนนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) พัฒนาการวางระบบบัญชี ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชน ตำบลท้องเนียน อำเภอนนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

3) พัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการตลาดดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลท้องเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การวางระบบด้านบัญชี การนำโปรแกรมสำเร็จรูปในการวางระบบบัญชีเพื่อทราบถึงต้นทุนเพื่อการวางแผนการผลิต ของชุมชนเพื่อให้การดำเนินกิจการของชุมชนเกิดประสิทธิภาพ วิสาหกิจสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยใช้ทรัพยากรและรากฐานทางวัฒนธรรมในชุมชน เกิดการจ้างงานและกระจายรายได้ภายในชุมชน

2. การทำเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการขยายช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายและกระจายการรับรู้สินค้าได้อย่างรวดเร็ว สามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้า ส่งผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

3. การสร้างการรับรู้และการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนเพื่อการนำผลการวิจัย (Output) ประยุกต์ใช้งานจริง โดยจัดทำคู่มือการทำบัญชี และคู่มือการใช้เทคโนโลยีสำหรับการตลาดดิจิทัล

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

ประชากร

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 155 วิสาหกิจชุมชน (ที่มา : <https://smce.doae.go.th/ProductCategory 12> กุมภาพันธ์ 2566)

กลุ่มตัวอย่าง

1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วลิสง ตั้งอยู่ที่ 18/3 หมู่ที่ 6 ตำบลท้องเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

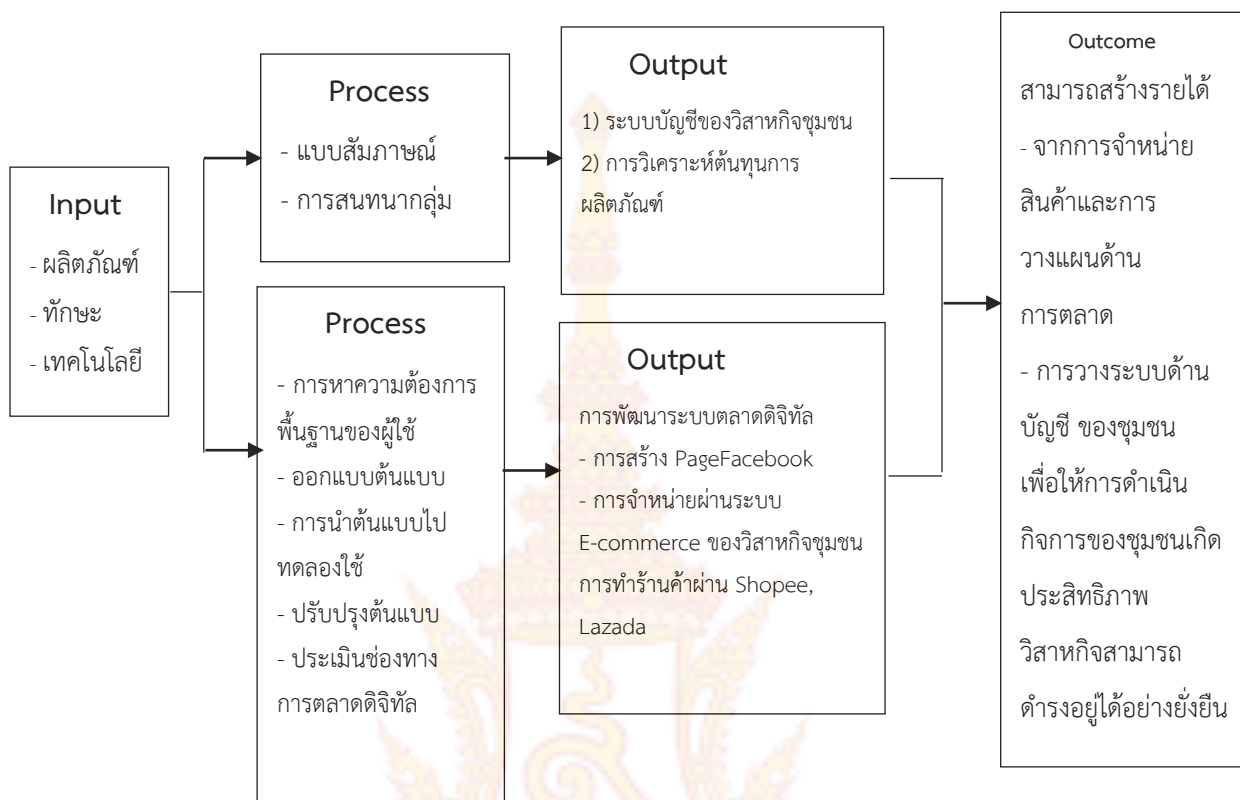
2) วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ตั้งอยู่ที่ 52/1 หมู่ที่ 5 ตำบลท้องเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

(ภาษาไทย).การตลาดดิจิทัล..ระบบบัญชี

(ภาษาอังกฤษ).Digital marketing..Accounting.system

1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัย เรื่อง การพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลและการวางระบบบัญชี เพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับระบบบัญชี
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล
- 2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
- 2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับระบบบัญชี

2.1.1 ความหมายระบบบัญชี

สมเดช โรจน์ศรีเสถียร (2558 : 16) ระบบบัญชี (Accounting System) หมายถึง ระบบการจำแนกประเภทของข้อมูลจากบัญชี สมุดบัญชี เอกสารแบบพิมพ์ วิธีการดำเนินงาน ตลอดจนการควบคุมทางการเงินบัญชีและการนำเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการจัดทำรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกิจการให้สามารถนำเสนอข้อมูลทางการเงินบัญชีให้สำเร็จสมบูรณ์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์ หนี้สิน รายได้ ค่าใช้จ่าย และการประเมินผลในการดำเนินงานอย่างถูกต้องและเป็นระบบแบบแผนที่ดี นอกจากนี้ระบบบัญชียังช่วยให้มีการจัดทำรายงานเพื่อเสนอต่อผู้บริหาร ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง และบุคคลภายนอกอีกด้วย

ประพันธ์ ศิริรัตน์ธำรง, อภิรักษ์ พุ่มกลิ่น และกัญญา ประยูรสุข (2459 : 11) ระบบบัญชี (Accounting System) หมายถึง บรรดากำหนดกฎเกณฑ์ที่ได้วางไว้เกี่ยวกับวิธีปฏิบัติงานทางบัญชี อันเริ่มจากแบบเอกสารประเภทสมุดบัญชี และทะเบียน วิธีบันทึกรายการ การสรุปผล และการจัดทำรายงาน ซึ่งมีลักษณะของการควบคุมภายในที่เหมาะสมตลอดจนช่วยให้สามารถแสดงให้เห็นผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินได้ตามความต้องการของผู้บริหาร และผู้สนใจทั่วไป

จากความหมายข้างต้นดังกล่าวผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ระบบบัญชี (Accounting System) หมายถึง การกำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับวิธีปฏิบัติงานทางบัญชี อันเริ่มจากระบบการจำแนกประเภทของข้อมูลจากบัญชี สมุดบัญชี เอกสารแบบพิมพ์ วิธีการดำเนินงาน ตลอดจนการควบคุมภายในที่เหมาะสม ระบบบัญชียังช่วยให้มีการจัดทำรายงานสามารถแสดงให้เห็นผล

การดำเนินงานและฐานะทางการเงินเพื่อเสนอต่อผู้บริหาร ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง และบุคคลภายนอกอีกด้วย

2.1.2 ประเภทของการวางระบบบัญชี

ประพันธ์ ศิริรัตน์ธำรง, อภิรักษ์ พุ่มกลิ่น และกัญญา ประยูรสุข (2459 : 31) ได้กล่าว ดังนี้ งานในด้านการวางระบบบัญชี โดยปกติอาจแยกออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การวางระบบบัญชีใหม่ทั้งระบบสำหรับธุรกิจที่เริ่มเปิดกิจการใหม่ หรือธุรกิจที่ดำเนินกิจการอยู่แล้วแต่ไม่ได้กำหนดระบบบัญชีไว้หรือมีระบบบัญชีที่ไม่เหมาะสมจึงขอให้เปลี่ยนแปลงใหม่ทั้งระบบ
2. การวางระบบบัญชีเฉพาะบางหน่วยงานหรือบางส่วนในด้านที่เกี่ยวกับเอกสารแบบพิมพ์เกี่ยวกับสมุดบัญชี และทะเบียน เกี่ยวกับการปฏิบัติ หรือเกี่ยวกับการจัดทำรายงาน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดลักษณะของการควบคุมภายในหรือให้เกิดประโยชน์ต่อฝ่ายบริหารอย่างสมบูรณ์

2.1.3 กระบวนการในการวางระบบบัญชี

ประพันธ์ ศิริรัตน์ธำรง, อภิรักษ์ พุ่มกลิ่น และกัญญา ประยูรสุข (2459 : 41) ดังนี้

1. การศึกษาความเหมาะสม (Feasibility Study) เริ่มด้วยการทบทวนระบบที่ใช้ถือปฏิบัติอยู่ในปัจจุบันว่า มีจุดบกพร่องหรือจุดรั่วไหลตอนใด ตรงไหนที่มักก่อให้เกิดเป็นปัญหาขึ้น พิจารณากว้าง ๆ ว่ามีช่องทางพอที่จะแก้ไขปรับปรุงได้เพียงใด กำหนดวัตถุประสงค์ที่จะต้องศึกษาเพื่อหาวิธีการอันเหมาะสม อาจมีการสำรวจเพื่อกำหนดขอบเขตของงานและระยะเวลาที่จะต้องใช้ในการวางระบบบัญชี รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่กะประมาณไว้ทั้งสิ้น

2. การวิเคราะห์และพัฒนาระบบที่เหมาะสม (Analysis and Develop Systems) โดยศึกษาจากเบื้องบนสู่เบื้องล่าง (Top Down) หรือจากเรื่องทั่วไปจนถึงรายละเอียด ข้อมูลที่รวบรวมจากการสำรวจเฉพาะที่สำคัญ ได้แก่

2.1 ผังแบ่งส่วนงานของธุรกิจ มีการแบ่งส่วนงานกันอย่างไร ใครเป็นผู้รับผิดชอบในหน้าที่ต่าง ๆ

2.2 งบการเงิน มีการจัดทำงบการเงินอะไรบ้าง และทำในช่วงระยะเวลาเท่าใด มีการใช้ประโยชน์จากงบการเงินเพียงใด

2.3 การจำแนกประเภทบัญชี ศึกษาว่ามีการจำแนกบัญชีในสมุดบัญชีแยกประเภททั่วไปอย่างไร

2.4 การจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์หรือบริการ มีการศึกษาว่ามีการแบ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการออกอย่างไร และปริมาณการขายมีมากน้อยเพียงใด รวมทั้งราคาขายที่กำหนดไว้อย่างไร

2.5 โรงงานและสิ่งอำนวยความสะดวก มีการศึกษาว่า มีการกำหนดผังของการผลิตไว้อย่างไร สายการผลิตแบ่งออกในลักษณะใด

2.6 คู่มือการปฏิบัติหรือมาตรฐาน ศึกษาว่า มีการจัดทำคู่มือหรือวางมาตรฐานในช่วงงานใดบ้างหรือไม่ ถ้ามีให้พิจารณาว่าเหมาะสมและทันสมัยหรือไม่เพียงใดด้วย

2.7 รูปแบบของบัญชีแยกประเภทและสมุดรายวัน ศึกษาว่า ได้มีการกำหนดรูปแบบของสมุดบัญชีแยกประเภทและสมุดรายวันไว้อย่างไรบ้าง แต่ละประเภทยังสอดคล้องกับรายการที่เกิดขึ้นหรือไม่รวมทั้งพิจารณาว่ามีลักษณะของการซ้ำซ้อนหรือไม่เพียงใด

2.8 เอกสารการแบบพิมพ์ ศึกษาว่า มีแบบพิมพ์อะไรบ้างที่ใช้อยู่ในจุดต่าง ๆ พิจารณาว่าแบบพิมพ์ดังกล่าวมีข้อมูลที่จำเป็นครบถ้วนหรือไม่ มีแบบฟอร์มใดที่ซ้ำซ้อนกัน หรืออาจรวมเป็นแบบเดียวกันได้บ้างหรือไม่ แบบพิมพ์ใดยังขาดอยู่

3. การออกแบบและกำหนดระบบของบัญชี

3.1 ผังบัญชีและรหัสบัญชี เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้ผู้จัดทำบัญชีสะดวกง่ายต่อการพิจารณารายการค่าให้ถูกต้องและรัดกุมยิ่งขึ้น

3.2 สมุดบัญชีต่าง ๆ ที่ใช้ในการบันทึกบัญชี จะต้องสอดคล้องกับกฎหมายบัญชี

3.3 เอกสารประกอบการบันทึกบัญชี การออกแบบใบสำคัญจ่าย-รับเงิน เพื่อช่วยในการบันทึกบัญชีให้ถูกต้องออกแบบจะต้องทำให้สอดคล้องกันนโยบายของกิจการ และคำนึงถึงการตรวจสอบและควบคุมภายในได้เป็นอย่างดี

3.4 การจัดทำรายงาน เพื่อนำเสนอต่อผู้บริหารหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องจะต้องคำนึงถึงการนำไปใช้ประโยชน์ การพิจารณาหรือการนำไปวิเคราะห์เพื่อใช้ประโยชน์ในการบริหาร

3.5 การรับรองระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม จะต้องพิจารณาถึงเอกสารใบกำกับภาษี รายงานภาษีซื้อ ภาษีขาย และรายงานสินค้าและวัตถุดิบ

4. การวางแผนการนำออกมาใช้

4.1 ทดลองการใช้เอกสาร เส้นทางเดินของเอกสาร เพื่อพิจารณาการเดินของเอกสารว่ามีปัญหาในจุดหรือแหล่งใด หรือผู้ปฏิบัติได้เขียนหรือใช้เอกสารได้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์หรือไม่

4.2 การลงรายการต่าง ๆ ในสมุดบัญชีหรือคอมพิวเตอร์ จะต้องเตรียมข้อมูลเอกสารเพื่อบันทึกลงในสมุดบัญชีต่าง ๆ ได้ถูกต้องหรือมีข้อผิดพลาดอย่างไร

4.3 การทดลองออกรายงาน ต้องให้ฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแนะนำหรือระบุความต้องการเพิ่มเติมเพื่อจะได้นำรายงานออกไปใช้ให้เกิดประโยชน์

5. การติดตามผลและปรับปรุงแก้ไขระบบบัญชี การลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออกไป

2.1.4 ปัจจัยที่สำคัญที่สัมพันธ์ต่อผลสำเร็จของการวางระบบบัญชี

1. ความเหมาะสมของระบบบัญชี เหมาะกับสภาพของธุรกิจ เช่น ลักษณะการแบ่งส่วนงาน จำนวน และคุณภาพของผู้ปฏิบัติงาน เป็นต้น
2. ความร่วมมือจากผู้ปฏิบัติ ต้องได้รับความร่วมมือจากบรรดาผู้มีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามที่กำหนดไว้ในระบบบัญชี
3. การประสานงานระหว่างหน่วยงาน การประสานงานที่ดีจึงจะเกิดความคล่องตัว ทำให้ได้รับข้อมูลตามวิธีการและภายในกำหนดเวลา
4. เครื่องมือเครื่องใช้ เช่น เครื่องคำนวณ เครื่องทำบิล เป็นต้น
5. การติดตามและวัดผล ติดตามดูแลการปฏิบัติว่ามีอุปสรรคหรือเหตุขัดข้องหรือไม่ ผลที่ได้รับจากระบบบัญชีสมบูรณ์และเพียงพอต่อการใช้ประโยชน์เพียงใด
6. การพัฒนาและปรับปรุง เมื่อมีการติดตามและทราบปัญหาขัดข้อง ผู้วางระบบบัญชีจะต้องหาทางปรับปรุงหรือพัฒนาเพื่อขจัดปัญหาต่าง ๆ ให้หมดสิ้นในระยะเวลาอันสมควร
7. ความเอาใจใส่ของผู้บริหาร ระบบบัญชีที่ดีถ้าผู้บริหารไม่สนใจต่อรายงานที่ผู้ปฏิบัติจัดทำเสนอ หรือไม่เคยนำไปวิเคราะห์เพื่อใช้ประโยชน์ อาจยุติการปฏิบัติงานได้

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

พรพจน์ ศรีตัน. (2564 : 23-24) ได้กล่าวถึง การวิเคราะห์ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจดังนี้

1) ต้นทุน

ต้นทุนผันแปร คือ ต้นทุนที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนผลผลิต

ต้นทุนคงที่ คือ ต้นทุนที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนผลผลิต

ต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ล้วนเป็นต้นทุนที่สามารถวัดมูลค่าออกมาเป็นตัวเงินได้ ดังนั้นในบางกรณีต้นทุนเหล่านี้จะเรียกว่า ต้นทุนที่เป็นตัวเงิน

2) ผลตอบแทน

ผลตอบแทนของการลงทุน จะพิจารณาจากอัตรากำไรขั้นต้นและอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์เป็นหลัก โดยมีรายละเอียด ดังนี้ อัตรากำไรขั้นต้น คือ อัตราส่วนระหว่างกำไรขั้นต้นกับยอดขาย โดยที่กำไรขั้นต้น คือ กำไรที่เกิดขึ้น จากการเปรียบเทียบยอดขายกับต้นทุนขาย

อัตรากำไรขั้นต้น = $(\text{กำไรหรือขาดทุนสุทธิ} / \text{ค่าขาย}) \times 100$

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) คือ อัตราส่วนระหว่างกำไรสุทธิกับสินทรัพย์ที่มีตัวตนทั้งสิ้น

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ = $(\text{กำไรหรือขาดทุนสุทธิ} / \text{สินทรัพย์ที่มีตัวตน}) \times 100$

นอกจากแนวคิดการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุน ผู้ดำเนินโครงการควรพิจารณาถึง ความคุ้มค่าในการลงทุนด้วย โดยใช้แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน มูลค่าปัจจุบัน

สุทธิ (NPV) และ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) (เยาวเรศ ทับพันธุ์, 2543) ดังนั้น การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน คือ จุด ณ ระดับการดำเนินงานของธุรกิจที่ปริมาณสินค้าหรือบริการของธุรกิจ มีผลทำให้ธุรกิจมีรายได้เท่ากับรายจ่ายรวมทั้งสิ้นของสินค้าและบริการ หรือคือจุด ณ ระดับการดำเนินงานของธุรกิจที่ไม่มีกำไรขาดทุน

จุดคุ้มทุนเป็นจำนวนหน่วย = ต้นทุนรวม / ราคาต่อหน่วย

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) คือ ผลต่างระหว่างมูลค่าปัจจุบันรวมของ กระแสเงินสดรับสุทธิตลอดอายุโครงการกับมูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุน โดยมีเงื่อนไขความคุ้มค่าของ โครงการ คือ มูลค่า ปัจจุบันสุทธิ(NPV) ต้องมีค่ามากกว่า 0

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ = มูลค่าปัจจุบันรวมของกระแสเงินสดรับ - มูลค่าปัจจุบันของเงิน

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C Ratio) คือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของ กระแสเงินสดที่ได้รับตลอดอายุโครงการกับผลรวมมูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายทั้งหมดตลอดอายุ โครงการนั้น โดยมีเงื่อนไข ความคุ้มค่าของโครงการ คือ B/C Ratio จะต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 1 ถ้า B/C Ratio มากกว่า 1 หมายถึง ผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการมีค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไป ถ้า B/C Ratio เท่ากับ 1 หมายถึง ผลตอบแทน ที่ได้รับจากโครงการมีค่าเท่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน =
$$\frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับตลอดอายุโครงการ}}{\text{มูลค่าปัจจุบันของค่าใช้จ่ายทั้งหมดตลอดอายุโครงการ}}$$

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล Digital Marketing การทำการตลาดดิจิทัล(ออนไลน์). (2566). สืบค้นจาก : <https://thedigitaltips.com/blog/news/digital-marketing> [1 เมษายน 2566]

2.3.1 การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

การทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์หรือสื่อดิจิทัล (Digital Media) องค์ประกอบ สำคัญของการทำดิจิทัลมาเก็ตติ้งธุรกิจจะต้องเข้าใจ Brand Position, [4P](#) และ [SWOT](#) ของตัวเอง ก่อน เพื่อมาตีว่าจะต้องทำการตลาดอย่างไร เพื่อนำพาแบรนด์และโปรดักต์ไปให้กลุ่มเป้าหมายหรือ ลูกค้ารู้จักและซื้อ เพียงแต่มีคำว่า “Digital” เข้ามามากำกับว่า เราทำการตลาดบนช่องทางดิจิทัล แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ว่า เป็นอะไรได้บ้าง ตัวอย่างช่องทางดิจิทัลที่ใช้ทำ Digital Marketing

- Search Engine (เครื่องมือที่เราเอาไว้ใช้สืบค้นข้อมูล เช่น Google, Yahoo!, Bing)
- เว็บไซต์
- โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Twitter, Instagram, Line, TikTok ฯลฯ
- อีเมล
- Mobile App แอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน

การทำดิจิทัลมาเก็ตติ้งยังเป็นการทำการตลาดที่ดีต่อธุรกิจในหลาย ๆ มุมอีกด้วยไม่ว่าจะเป็นเริ่มต้นทำได้เลยแม้ไม่มีงบประมาณ การทำ Digital Marketing เป็นการสื่อสารจากสองฝั่ง แบนด์สามารถโต้ตอบ พูดคุยกับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ติดตามได้ ทำให้แบรนด์และผู้คนคุ้นเคยกันมากขึ้น การทำการตลาดได้หลากหลาย ทำการตลาดได้รวดเร็วหรือทันเหตุการณ์ (Real-time) ที่สำคัญของการทำ Digital Marketing คือ ทุกผลลัพธ์วัดผลได้ ทำให้เรารู้ว่าอะไรที่ได้ผล อะไรที่ต้องปรับปรุง ต้องปรับปรุงตรงไหน และทำให้แบรนด์รู้จักกลุ่มลูกค้าของตัวเองดียิ่งขึ้น อย่างที่การตลาดรูปแบบเดิมทำไม่ได้ผ่านการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือการตลาดต่าง ๆ หลาย ๆ ตัว ที่ช่วยให้การทำการตลาดมีประสิทธิภาพมากขึ้นไปอีก

2.3.2 หลักการทำงานของ Digital Marketing

การที่เราใช้สื่อต่าง ๆ แบบข้ามไปข้ามมา (Cross-media) สื่อสาร Key Message ผ่านการใช้ กลยุทธ์การตลาด ที่หลากหลายเพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ สร้างความน่าเชื่อถือกระตุ้นให้เขาตัดสินใจ หรือแม้กระทั่ง ‘ตีชี’ กับกลุ่มเป้าหมายเหมือนเป็นเพื่อนแนะนำเพื่อนก็ได้กลยุทธ์ที่ใช้ในการทำการตลาดดิจิทัลจะผสมผสานการทำการตลาดในหลาย ๆ เทคนิคผ่านช่องทางออนไลน์หลาย ๆ ช่องทาง เช่น

- **Content Marketing** สร้างคอนเทนต์สำหรับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีหลายจุดประสงค์ด้วยกัน เช่น สร้างการรับรู้แบรนด์ ให้ข้อมูล พูดคุยมีปฏิสัมพันธ์ (Engage) หรือกระตุ้นให้ตัดสินใจซื้อ
- **Website Marketing** ทำการตลาดบนเว็บไซต์ เพราะเดี๋ยวนี้เว็บไซต์ก็เปรียบเสมือน “หน้าร้านหลัก” บนโลกออนไลน์ไปแล้ว เราสามารถรวมสินค้า/บริการของร้านให้ลูกค้ามาเยี่ยมชมได้บนเว็บไซต์
- **SEO (Search Engine Optimization)** การทำการตลาดบนหน้าเสิร์ช (หรือ Google) ทำให้กลุ่มคนที่น่าจะเป็นลูกค้าของเราเสิร์ชเจอเว็บไซต์ของร้าน
- **PPC (Pay Per Click) Advertising** ทำโฆษณาเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเห็นร้านเร็วขึ้นหรือในทันทีเพียงแค่เสิร์ช Google เข้ามา ให้แบรนด์หรือธุรกิจของเราเป็นตัวเลือกอันดับแรก ๆ การที่จะทำการตลาดดิจิทัล ใช้สื่อออนไลน์เหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจจะต้องรู้ว่า กลุ่มเป้าหมายของเราใช้แพลตฟอร์มใดเป็นส่วนใหญ่ แล้วใช้แพลตฟอร์มใดเพื่ออะไร ยกตัวอย่างเช่น เราต้องการขายอสังหาริมทรัพย์ การจะทำการตลาดช่องทางหลักของเราคงไม่ใช่ Instagram ที่เน้นโพสต์รูปภาพนำเสนอความสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจ แต่อาจจะเน้นการ Website Marketing และ SEO เพื่อเข้าถึงกลุ่มคนที่ต้องการซื้อตรง ๆ และใช้ Social Media เพื่อเสริมสร้างแบรนด์และความน่าเชื่อถือ การจะเลือกใช้ช่องทางออนไลน์ในการทำ Digital Marketing เราจะดูว่า ใช้ช่องทางนี้เพื่ออะไร แล้วแต่ละช่องทางทำงานร่วมกันอย่างไร ส่งเสริมกันอย่างไรได้บ้าง เมื่อเข้าใจสิ่งเหล่านี้ เราก็จะวางกลยุทธ์ทำการตลาด วางคอนเทนต์ที่จะทำ และทำการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3.3 ความสำคัญ Digital Marketing ในยุคปัจจุบัน

เพราะผู้คนย้ายเข้ามาใช้เวลาบนแพลตฟอร์มดิจิทัลกันมากขึ้น ธุรกิจจึงต้องกระโจนเข้ามาทำการตลาดบนแพลตฟอร์มที่ผู้บริโภคใช้การทำดิจิทัลมาเก็ตติ้งยังมีข้อดีและความสำคัญอื่น ๆ ที่ธุรกิจควรคว้าประโยชน์ไว้

1) การทำโฆษณาบนช่องทางออนไลน์ถูกกว่าโฆษณาแบบดั้งเดิม หากต้องการลงโฆษณาบนโทรทัศน์หรือบิลบอร์ดทางด่วน เพียง 1 สัปดาห์ ธุรกิจอาจต้องเตรียมงบไว้ตั้งแต่หลักแสนหรือล้าน ในขณะที่โฆษณาออนไลน์ทำได้เจาะจงกว่าและเริ่มต้นตั้งแต่ไม่ถึงบาท

2) มีเทคโนโลยีและมีเครื่องมือช่วยทำการตลาดให้มีประสิทธิภาพได้ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือทำและลงคอนเทนต์ เครื่องมือติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ และเครื่องมือช่วยทำการตลาดอื่น ๆ อีกมากมาย

3) สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายหรือ Audience ในการทำการตลาดได้แบบเจาะจงไม่ต้องทำการตลาดแบบหว่านแห ช่วยประหยัดงบประมาณและได้เพิ่มประสิทธิภาพ

4) วัตถุประสงค์ต่าง ๆ ติดตามข้อมูลได้ แตกต่างจากการทำการตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional Marketing) เพราะทุกสิ่งที่เกิดขึ้นบน Platform Online

5) การตลาดดิจิทัลมีช่องทางหรือ Channels ที่หลากหลาย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่ม สามารถออกแบบกลยุทธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านการใช้ช่องทางต่าง ๆ ให้เหมาะกับจุดประสงค์การตลาดได้

6) การทำแคมเปญการตลาด (Marketing Campaigns) บนโลกออนไลน์ ทำได้รวดเร็วและต้นทุนน้อย สามารถวัดผลลัพธ์ ทดลองวิธีการได้ เพื่อทำให้ธุรกิจสามารถคิดหาวิธีการตลาดใหม่ ๆ ได้

7) Digital Marketing ช่วยให้แบรนด์และกลุ่มเป้าหมายใกล้ชิดกันมากขึ้นอย่างที่ไม่ได้ เพราะมีช่องทางหรือ Channels ที่ใช้ร่วมกันติดต่อ พูดคุยกันได้ทุกวันนี้ การซื้อ-ขายยังสามารถปิดได้ผ่านการพูดคุยหรือแชทเพียงไม่กี่ข้อความได้

2.3.4 Digital Marketing กับ Online Marketing ต่างกันอย่างไรบ้าง

สิ่งที่แยก Digital กับ Online Marketing ออกจากกัน คือ “อุปกรณ์หรือเทคโนโลยีที่ใช้”

1) Digital Marketing คือ การทำการตลาดบนอุปกรณ์ดิจิทัลหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งใช้และไม่ใช้ Internet ไม่ว่าจะเป็นบนสมาร์ตโฟน คอมพิวเตอร์ SMS Message หรือแม้กระทั่งบิลบอร์ดที่เป็นจอ LED หรือแม้กระทั่งจอ LED Display ขนาดยักษ์ ที่ Time Square เราเรียกการทำการตลาดบนสื่อดิจิทัลเหล่านี้ ว่า Digital Marketing

2) Online Marketing คือ การทำการตลาดผ่านสื่อหรืออุปกรณ์ที่ต้องใช้ Internet มีการ

เชื่อมต่อกันระหว่างคอนเทนต์และผู้รับสารแบบออนไลน์ ยกตัวอย่างการทำ Online Marketing เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย SEO PPC ฯลฯ

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า Online Marketing คือขอบเขตของ Digital Marketing หรือ Digital Marketing เป็นคำที่กินความหมายกว้างกว่าและครอบคลุมคำว่า Online Marketing ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า Online Marketing คือขอบเขตของ Digital Marketing หรือ Digital Marketing เป็นคำที่กินความหมายกว้างกว่าและครอบคลุมคำว่า Online Marketing หากเจอว่า บทความใดหรือใครที่พูดถึง Online Marketing จะได้ไม่่งงว่า เขากำลังพูดถึงสิ่งเดียวกันกับการตลาดดิจิทัลที่เราเข้าใจหรือเปล่า Search Engine หรือ Google

2.3.5 กลยุทธ์หรือเทคนิคการตลาดดิจิทัล

1) Paid Search คือ การทำโฆษณาบน Search Engine หรือ Google (เรียกว่าการทำ Google Ads) หรือที่บางที่เรียกว่า PPC: Paid Per Click เพื่อให้เว็บไซต์ของเราไปปรากฏบนหน้าเสิร์ช (SERPs) เป็นอันดับต้น ๆ ตาม คีย์เวิร์ด (Keyword) ที่คนค้นหาเข้ามา เพื่อเพิ่มโอกาสที่คนจะคลิกเข้ายังเว็บไซต์ของเราโฆษณาแบบ Paid Search คือ การซื้ออันดับการแสดงผล โดยการซื้อโฆษณาบน Google เราจะต้องซื้อด้วยวิธีการประมูลหรือ Bidding “คีย์เวิร์ด (Keyword)” ที่คนเสิร์ช ยกตัวอย่างเช่น เราซื้อคำว่า “รับแปลภาษา” หากมีคนเสิร์ชด้วยคำนี้ บน Google แล้วเป็นจังหวะที่เราซื้อโฆษณาคำนี้อยู่ เว็บไซต์ของเราก็จะไปปรากฏเป็นผลการค้นหาอันดับต้น ๆ เหนือเว็บไซต์ที่ไม่ได้ทำ PPC (ซึ่งการที่ไม่ได้ซื้อโฆษณาแล้วทำให้เว็บไซต์ติดอันดับการค้นหาอันดับต้น ๆ ได้ เป็นเรื่องยาก แต่ทำได้ด้วยเทคนิค SEO)

2) SEO (Search Engine Optimization) คือ เทคนิคการทำเว็บไซต์ให้ติดอันดับบน Search Engine หรือ Google ในหน้าแรกหรือติดอันดับ (Ranking) ผลการค้นหาอันดับต้น ๆ จุดประสงค์ก็เพื่อให้มีคนเห็นเว็บไซต์ของเรามากขึ้น เพิ่มจำนวนคนที่คลิกเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของเรา โดย SEO นั้น ย่อมาจาก Search Engine Optimization แปลว่า การปรับแต่ง (เว็บไซต์) ให้เหมาะสมกับวิธีการทำงานของ Search Engine การจะทำ SEO จนเว็บไซต์ติดหน้าแรกหรืออันดับดี ๆ บน Google ได้ มีหลายเทคนิคที่ต้องปรับแต่งเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็นการทำ Keyword Research การทำคอนเทนต์เพื่อให้ตอบโจทย์ ตอบสิ่งที่คนสงสัย การปรับแต่งเว็บไซต์และเรื่องทางเทคนิคต่าง ๆ อีกมากมาย ถือเป็นอีกศาสตร์ Digital Marketing ที่ต้องศึกษาอย่างจริงจัง

ข้อดีของการทำ SEO คือ ให้ผลลัพธ์ที่ยั่งยืน สามารถนำพาคนเข้ามาในเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเพื่ออ่านข้อมูลหรือเลือกดูสินค้าได้เรื่อย ๆ เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการทำ Inbound Marketing หรือการตลาดแบบแรงดึงดูด ศาสตร์การตลาดที่ช่วยดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาหาแบรนด์เอง แม้ไม่ทำโฆษณา

3) Content Marketing คือ การทำการตลาดด้วยคอนเทนต์หรือการที่แบรนด์/ธุรกิจผลิตคอนเทนต์ขึ้นมาเพื่อจุดประสงค์ทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นเพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand

Awareness) กระตุ้นหรือส่งเสริมการขาย เพื่อพูดคุยกับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ติดตาม หรือเพื่อสร้างแบรนด์ ทำ Branding สร้างความน่าเชื่อถือหรือทำแบรนด์ให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยการทำ Content Marketing ก็สามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ เผยแพร่ได้หลากหลายช่องทาง (Channels) เช่น

- บทความ หรือ บล็อก บนเว็บไซต์
- ข้อความขายหรือ Copywriting บนโฆษณา ทั้ง Paid Search และ Social Ads
- โพสต์ข้อความ โพสต์รูปภาพ บนโซเชียลมีเดียทุกช่องทาง
- วิดีโอสั้น วิดีโอยาว ทั้งบน Reels, TikTok, YouTube
- อินโฟกราฟิก (Infographic)
- เกมหรือ Interactive Contents

หน้าที่ของคอนเทนต์หรือการทำ Content Marketing คือ การนำเสนอ Key Message ที่แบรนด์ต้องการสื่อสารไปหากลุ่มเป้าหมายในรูปแบบที่ผู้รับสาร “เคี้ยวง่าย” น่าสนใจ รวมไปถึงสนุก ตื่นเต้น มีอารมณ์ร่วม นั่นคือขั้นแรกที่ต้องทำส่วนการจะทำคอนเทนต์ให้ตอบโจทย์การตลาดได้จริง ๆ จำเป็นที่จะต้องมีการศึกษากลุ่มเป้าหมายและการวางแผนคอนเทนต์ที่ละเอียด ต้องเข้าใจ Customer Journey, Marketing Funnels หรือสังเกตในการตัดสินใจการซื้อของเขา เพื่อจะได้รู้ว่า ควรทำคอนเทนต์อะไรออกไปเพื่อตอบสนองนั้น ๆ แล้วควรเลือกใช้สื่ออย่างไร หรือจะใช้ Influencer Marketing ก็เป็นเรื่องของการทำ Content Marketing เช่นเดียวกัน

4) Social Media Marketing คือ การทำการตลาดบนช่องทางโซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นช่องทางทำการตลาดที่ธุรกิจ/แบรนด์จะพลาดไม่ได้ เพราะข้อมูลจาก We Are Social คนไทยก็ใช้โซเชียลมีเดียเฉลี่ยมากถึงวันละ 3 ชั่วโมง (2.59 ชม.) และช่องทางโซเชียลมีเดียก็เป็นช่องทางทางแบรนด์สามารถติดต่อพูดคุยกับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ติดตามได้โดยตรง ในทางตรงกันข้าม ผู้ติดตามก็สามารถพูดคุยหรือแม้กระทั่งสั่งซื้อสินค้ากับแบรนด์ได้ผ่านช่องทางนี้เช่นเดียวกัน เช่น Facebook Line Instagram Twitter TikTok YouTube Pantip Blockdit LinkedIn Clubhouse เป็นต้น

5) Paid Media คือ การซื้อพื้นที่สื่อหรือการทำโฆษณาบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่ง Paid Media ก็มีหลากหลายช่องทางด้วยกัน ไม่ใช่แค่การทำโฆษณาบนโซเชียลมีเดีย (Social Ads) เช่น การยิงแอด Facebook, ยิงแอด Twitter เท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการจ้างสื่อหรือคนอื่นพูดถึงแบรนด์ของเราบน Digital Media ด้วย Paid Media ได้แก่

- Display Ads / Banner Ads (GDN) หรือแบนเนอร์บนเว็บไซต์
- Search Ads / SEM / PPC โฆษณบนหน้าเสิร์ช
- YouTube Ads ยิงแอด YouTube
- ยิงแอด Facebook

- ยิงแอด TikTok
- ยิงแอด Line OA
- การทำ Sponsorship
- การจ้างอินฟลูเอนเซอร์รีวิว (Influencer Marketing)
- ฯลฯ

โดย Paid Media แต่ละประเภทก็มีข้อจำกัดและลักษณะเด่นที่แตกต่างกันออกไป เราจึงต้องศึกษาและเลือกใช้ให้เหมาะกับวัตถุประสงค์ เช่น Display Ad หรือแบนเนอร์โฆษณาบนเว็บไซต์จำกัดด้วยขนาดรูปภาพและตัวอักษรในภาพ เหมาะสำหรับย้ำภาพจำสินค้ามากกว่าการกระตุ้นให้คลิกเพื่อซื้อ การจ้างรีวิวหรือใช้ Influencer เหมาะสำหรับการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ทำแบรนด์ดัง และสามารถเปิดการขายได้ ฯลฯ

6) Email Marketing คือ การทำการตลาดผ่านอีเมล ซึ่งเป็นวิธีคลาสสิกในการทำ Digital Marketing ที่หลายคนมองข้าม แต่จริง ๆ แล้ว Email Marketing ยังคงได้ผลดีในหลายธุรกิจด้วยกัน โดยเฉพาะธุรกิจประเภท B2B (Business to Business) ถือเป็นช่องทางที่แบรนด์จะติดต่อกับลูกค้าได้โดยตรงตามรายชื่อ อีเมลยังเป็นช่องทางสำคัญสำหรับการทำ Inbound Marketing, Marketing Automation, Data-driven Marketing, Personalization Marketing อีกด้วย เนื่องจากอีเมลจะต้องมีข้อมูลติดต่อและรายชื่อ (Contact) ของลูกค้าไว้ เมื่อเชื่อมต่อกับเทคโนโลยีการตลาดต่าง ๆ หรือระบบดูแลลูกค้าอย่าง CRM ก็ทำให้ธุรกิจเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น จากสิ่งเหล่านี้ ทำให้นานฟ้าของการทำ Email Marketing ทำอะไรได้กว้างขวางอย่างที่ช่องทางอื่น ๆ ทำไม่ได้

ทั้งนี้ ก่อนที่เราจะส่งอีเมลหาเขาได้ ความท้าทายข้อแรก คือ การขอข้อมูลติดต่อของเขาให้ได้ โดยสิ่งที่เราจะทำก็เรียกว่า กลยุทธ์ Lead Generation หรือการขอข้อมูลติดต่อเขาโดยเรามีบางสิ่งที่แลกเปลี่ยนให้กับเขา ไม่ว่าจะเป็น E-book, คอนเทนต์คุณภาพ (Premium Content), คู่มือส่วนลด, คู่มือ, หรือแม้กระทั่งการให้สิทธิ์ลองใช้ Free trial

7) Affiliate Marketing คือ รูปแบบการทำการตลาดดิจิทัลรูปแบบหนึ่ง ทำได้โดยการนำลิงก์สินค้าหรือบริการของแบรนด์ ไปแนะนำให้คนอื่นหรือลูกค้าจริง ๆ คลิกซื้อหรือทำอะไรบางอย่างจากนั้นผู้แนะนำหรือ Publisher ก็จะได้ส่วนแบ่งเป็นค่าแนะนำที่เรียกว่า “ค่าคอม” (Commission) ซึ่งยิ่งมูลค่าของสินค้า/บริการยิ่งสูง ค่าคอมที่จะได้ก็จะยิ่งสูงตัวอย่างแพลตฟอร์มหรือเว็บไซต์ที่เปิดให้ทำ Affiliate Marketing ได้แก่ Amazon, Ebay, Envato creative market, Clickbank, Lazada, Youpic และนอกจากเราจะสามารถนำลิงก์ของคนอื่นมาแนะนำทำ Affiliate Marketing ได้แล้ว ในมุมของการทำธุรกิจหรือแบรนด์ เราก็สามารถให้คนอื่นช่วยแนะนำลิงก์เว็บไซต์หรือสินค้าของเราได้เช่นกัน เป็นอีกกลยุทธ์ Digital Marketing ที่อาจช่วยให้แบรนด์ขายของได้มากขึ้นหรือเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ที่ไม่เคยนึกถึงมาก่อนก็ได้

8) Mobile Marketing คือ การทำ Digital Marketing ผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ถือเป็นร้อยละ 33 ของมนุษย์ไปแล้ว โดยการทำ Mobile Marketing ก็ทำได้หลากหลายวิธี เช่น การส่ง SMS, MMS Message หรือยิงโฆษณาผ่านแอปพลิเคชันที่ใช้ในมือถือ (In-App Marketing) โดยการทำการตลาดบนอุปกรณ์ Mobile เจาะจงกลุ่มเป้าหมายผ่าน GPS ได้ เช่น เมื่อคนเดินผ่านหรืออยู่ในละแวกร้าน ก็สามารถส่งคูปองส่วนลดผ่าน SMS ไปได้

9) Marketing Automation คือ การทำการตลาดดิจิทัลด้วยการนำเทคโนโลยีการตลาด หรือ MarTech เข้ามาช่วยงานต่าง ๆ ตั้งแต่การติดตามข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า ทำความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า ไปจนถึงการนำเสนอคอนเทนต์หรือสินค้าที่ตรงใจลูกค้าทำให้การทำการตลาดมีประสิทธิภาพ กระตุ้นให้เกิดการซื้อได้การทำงานของ Marketing Automation จะเชื่อมโยงหรือ Integrate เครื่องมือและแพลตฟอร์มที่ใช้ทำการตลาดเข้าไว้ด้วยกัน เช่น Marketing Automation Software, Email Marketing Software, CRM, Website รวมถึงแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียสิ่งที่ธุรกิจหรือนักการตลาดต้องทำ คือ การวางแผน วาง Workflow ว่า คอนเทนต์อะไรควรส่งหาใครและเมื่อไหร่ ให้สอดคล้องกับ Marketing Funnels และ Customer Journey ของแต่ละราย เช่น นาย A สนใจอ่านข้อมูลเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ระบบ HR ของแบรนด์บ่อยครั้ง ระบบ Marketing Automation จะส่งข้อมูลที่ช่วยให้เขาตัดสินใจได้ง่ายขึ้น รวมถึงให้ข้อเสนอพิเศษ ผ่านทางอีเมลเพื่อปิดการขาย หรือหากยังไม่สนใจจะมีอีเมลที่ส่งข้อมูลและข้อเสนออื่น ๆ เพื่อให้ นาย A มีแนวโน้มซื้อมากขึ้น

เครื่องมือสำหรับการทำ Digital marketing ในปัจจุบัน

1) Google Analytics เครื่องมือสำหรับดูข้อมูลเว็บไซต์ของเรา ดูว่ามีคนเข้ามาเยี่ยมชมมากเท่าไร เป็นใครบ้าง

2) Google Search Console เครื่องมือสำหรับดูแลเว็บไซต์ ตรวจสอบว่าเว็บไซต์ของเราอยู่อันดับที่เท่าไรบน Google

3) Google Tag Manager เครื่องมือสำหรับติดตั้งแท็กหรือสคริปต์ไว้บนเว็บไซต์แบบง่าย ๆ โดยที่ไม่ต้องเข้าไปรื้อโค้ดหลังบ้าน ช่วยให้การติดตั้ง และเปิด-ปิดการทำงานของแท็กทำได้สะดวก

4) Hotjar เครื่องมือตรวจจับ Heatmap การใช้งานบนเว็บไซต์ รู้ว่าคนคลิกอะไร ใช้เวลาอ่านคอนเทนต์ส่วนไหนของเว็บไซต์ของเรามากที่สุด

5) Facebook Page, Facebook Business, Facebook adsmanager เครื่องมือสำหรับนักการตลาดสาย Facebook ใช้ดูข้อมูลผู้ติดตาม ใช้ทำโฆษณายิงแอด Facebook

6) Google Ads (หรือ Google Adwords ชื่อเก่า) เครื่องมือสำหรับใช้ทำและยิงแอด Google หรือ PPC

7) WordPress ระบบบริหารคอนเทนต์ (CMS: Content Management System) ช่วยให้การลงคอนเทนต์บนเว็บไซต์หรือสร้างเพจใหม่ ๆ ในเว็บไซต์เป็นเรื่องง่าย แม้จะเขียนโค้ดไม่เป็น

8) Similarweb เครื่องมือใช้สืบข้อมูลเว็บไซต์ของคู่แข่ง

9) Keyword Research Tools เครื่องมือสำหรับดู “คำค้น” หรือ “Keyword” ที่คนค้นหา ดูว่าคนค้นหาอะไร เพื่อทำคอนเทนต์และ SEO รวมถึงเลือกคำสำหรับทำ PPC

10) CRM (Customer Relationship Management) เครื่องมือบริหารความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า ช่วยติดตามและเก็บข้อมูลลูกค้า ตลอดจนเป็นเชื่อมต่อและใช้ทำ Email Marketing และ Marketing Automation [Digital Marketing การทำการตลาดดิจิทัล(ออนไลน์)]. (2566). สืบค้นจาก : <https://thedigitaltips.com/blog/news/digital-marketing> [1 เมษายน 2566]

2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

2.4.1 ความหมายวิสาหกิจชุมชน (community enterprise)

ได้มีหลายหน่วยงานได้ให้ความหมาย ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้ให้ความหมายวิสาหกิจชุมชน (community enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นรูปนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนประกาศกำหนด

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) ถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยเป็นการรวมกลุ่มของคนในชุมชนเพื่อดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่พึ่งพาตนเอง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2565) ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถ้าเขาพระ และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ และลดความเหลื่อมล้ำในสังคม (สมชาย จันทรา, 2564)

สรุปได้ว่าวิสาหกิจชุมชน (community enterprise) กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการ หรือการอื่น ๆ ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

2.4.2 ประโยชน์วิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนแล้วตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 และคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กล่าวถึง สรุปได้ดังนี้

1) เกิดการรวมตัวกันของเกษตรกร และคนในชุมชนในการประกอบกิจการระดับชุมชน

เป็นวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการรับรองตามกฎหมาย

2) การส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาความสามารถในการจัดการตรงตามความต้องการที่แท้จริง มีสิทธิในการขอรับการส่งเสริมหรือสนับสนุนความต้องการที่แท้จริงจากคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

3) รวมทั้งแก้ไขกฎหมายระเบียบข้อบังคับที่อุปสรรคต่อการดำเนินงานและนำไปสู่ระบบเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ มีความพร้อมที่จะพัฒนาสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคต

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัปสร อีซอ และคณะ (2563) วิจัยเรื่อง การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอท็อปจังหวัดยะลา ตามโครงการพระบรมราโชบายเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายปัจจุบัน รวมถึงเพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอท็อป จังหวัดยะลา ตามโครงการพระบรมราโชบายเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ลักษณะเป็นงานวิจัยและพัฒนา ซึ่งใช้วิธีการเก็บรวบรวม ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึก และการปฏิบัติการพัฒนา จากผู้ประกอบการธุรกิจโอท็อป จังหวัดยะลา ตามโครงการพระบรมราโชบายเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ซึ่งมีจำนวน 9 ธุรกิจ ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถเก็บไว้ได้นาน ซึ่งเหมาะสมกับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ จำนวน 3 ราย 3 ธุรกิจ จากการวิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้ 1) ช่องทางการจัดจำหน่ายปัจจุบันของผลิตภัณฑ์โอท็อป จังหวัดยะลา ส่วนใหญ่เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายทางออฟไลน์ คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 70% ของช่องทางการจำหน่ายทั้งหมดโดยจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกที่เป็นร้านขายของชำ มินิมาร์ท ร้านขายของฝากตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ส่วนช่องทางการจำหน่ายทางตรง เป็นการออกร้าน จำหน่ายที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐหรือของเครือข่าย และการจำหน่ายออนไลน์ผ่านเพจของธุรกิจ โดยตรงซึ่งมักจะเน้นสื่อสารถึงผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต ประโยชน์ผลิตภัณฑ์ ผู้ที่มาศึกษาดูงาน ธุรกิจ ฯลฯ สำหรับความพร้อมเพื่อการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ ส่วนใหญ่มีความพร้อมด้านการเงิน ด้านผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายรับรอง ด้านการผลิตและการขนส่ง หากแต่ด้าน ความรู้ในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ มีประธานกลุ่มที่ขาดความพร้อม ซึ่งได้มอบหมายให้สมาชิกกลุ่มด้านการตลาดรับผิดชอบแทน 2) การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอท็อป จังหวัดยะลาได้มีการวางแผนและจัดทำผลงานการสื่อสารออนไลน์โพสต์ผ่านสื่อเพจ เฟซบุ๊กไลน์ อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องสัปดาห์ละ 1 ครั้ง โดยเนื้อหาที่โพสต์มีความหลากหลาย ทั้งเรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โปรโมชั่น

ผู้ประกอบการธุรกิจ ลูกค้า สุขภาพ ซึ่งจัดทำในรูปภาพถ่าย แบนเนอร์ วีดีโอข้อความบรรยาย หรือแบบผสมผสาน สำหรับผลการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงผึ้งจิวชั้นโรงครุวิน, กลุ่มผลิตและแปรรูปเห็ดแบบครบวงจร และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรนาริพัฒนา มียอดขายเพิ่มขึ้น 53%, 85% และ 25% ตามลำดับ สำหรับความพึงพอใจที่เข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับมาก โดยเป็นความพึงพอใจ เกี่ยวกับความรู้ที่ได้รับการดำเนินงานของคณะผู้วิจัย และยอดขายที่เพิ่มขึ้น

พรพจน์ ศรีตัน (2564) วิจัยเรื่อง โครงการนวัตกรรมทางสังคมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ปลาบุดู ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลือบาตะห์ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและเพื่อส่งเสริมและพัฒนารูปแบบ การดำเนินธุรกิจให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ ตลอดจนยกระดับเศรษฐกิจฐานราก และพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนในพื้นที่ชุมชนริมคลองบางมด โดยมีเป้าหมายให้เกิดเป็นนวัตกรรมเพื่อสังคมจากกระบวนการผลิต การเกษตรแปรรูป การสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาอาชีพให้มีความยั่งยืน ยกย่องเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ตลอดจนการพัฒนาการผลิตที่เน้นการใช้วัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ ลดของเสียตั้งแต่ต้นทางลดต้นทุนการผลิต และไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาวะของคนในชุมชน สอดคล้องกับหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนและการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อยกระดับวิสาหกิจชุมชนช่วยพัฒนาชุมชน ให้เข้มแข็ง และเป็นต้นแบบให้กับวิสาหกิจชุมชนแห่งอื่นต่อไป ผลการศึกษา ได้แก่ 1) พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ปลาบุดู กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลือบาตะห์ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างรู้คุณค่า และยึดการพึ่งพาตนเองโดยอาศัยเทคโนโลยีที่เป็นภูมิปัญญาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง ตลอดจนการคิดต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เกิดการแปรรูปอย่างยั่งยืน 2) ส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลือบาตะห์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาร์ลือบาตะห์ มีการจัดทำแผนการดำเนินธุรกิจการผลิตปลาบุดูโดยใช้กรอบแนวคิดกระบวนการ Design Thinking และการวิเคราะห์รูปแบบของแผนธุรกิจและความยั่งยืนในเชิงธุรกิจ Business Model Canvas (BMC) 3) ยกย่องเศรษฐกิจฐานรากและพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนในพื้นที่ชุมชนริมคลองบางมดโดยการส่งเสริม การพัฒนากระบวนการผลิตให้ตรงตามมาตรฐาน ทั้งการสร้างโรงเรือนให้เป็นสถานที่ที่ได้มาตรฐานในการ ดำเนินการตามกระบวนการผลิตและการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ การเพิ่มปริมาณการผลิตปลาบุดู ตลอดจนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และพัฒนารูปแบบการตลาดผลิตภัณฑ์ปลาบุดูจึงเป็นเป็นนวัตกรรมเพื่อสังคมที่สามารถตอบโจทย์การแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนริมคลองบางมด โดยมีผลการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

นริศรา ลอยฟ้าและคณะ. (2563) วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษ งานวิจัยนี้ศึกษาสภาพการดำเนินงานและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น และพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผลการวิจัย ระยะ 1 พบว่าการดำเนินงานของกลุ่มผ้าทอท้องถิ่นมีการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้า พบมากที่สุดคือผ้าคลุมไหล่ ผ้าสไบ ผ้าถุงสำเร็จรูปตามลำดับ กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มที่รู้จัก และลูกค้าทั่วไปตามหน่วยงานราชการ ด้านแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์พบว่า มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้ 1) การแปรรูปผ้าทอจากเศษผ้าทอเหลือใช้โดยการแปรรูปเป็นกระเป๋าและการแปรรูปเป็นสิ่งของเครื่องประดับสตรี 2) การแปรรูปต่อยอดผลิตภัณฑ์ พบว่า กรอบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ 1) รูปแบบทันสมัยตอบสนองต่อผู้บริโภค 2) เพิ่มความเป็นเอกลักษณ์ 3) เน้นความเรียบง่ายชุมชนสามารถผลิตเองได้ 4) ผลิตภัณฑ์ มีความหลากหลาย ระยะ 2 พบว่า การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นมีองค์ประกอบดังนี้ 1) การนำเสนอในรูปแบบ e-catalog 2) ตะกร้าสินค้า (Shipping Cart) 3) การชำระเงินและการจัดส่งสินค้า 4) กิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ 5) ด้านผลการประเมินพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า ความพึงพอใจภาพรวมระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 มีการ ออกแบบระบบตามวัฏจักรการพัฒนาระบบงาน (SDLC) เน้นการออกแบบเรียบง่ายเหมาะกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนท้องถิ่นจึงทำให้ภาพรวมอยู่ในระดับเป็นที่พึงพอใจ



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยเรื่อง การพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลและการวางระบบบัญชีเพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่เข้ารับการศึกษ

- 1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ ตั้งอยู่ที่ 18/3 หมู่ที่ 6 ตำบลทองเนียน อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ตั้งอยู่ที่ 52/1 หมู่ที่ 5 ตำบลทองเนียน อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง (inclusion criteria)

- 1) สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีประสบการณ์การทำงานของสมาชิกด้านการบริหารจัดการของแต่ละวิสาหกิจชุมชน
- 2) สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีประสบการณ์การทำงานของสมาชิกด้านบัญชีของแต่ละวิสาหกิจชุมชน
- 3) สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีประสบการณ์การทำงานของสมาชิกด้านการตลาดของแต่ละวิสาหกิจชุมชน
- 4) ความสนใจและความร่วมมือในการเข้าร่วมโครงการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล การให้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

- 1) ประสานกรรมการที่มีอำนาจหน้าที่กำหนดเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
- 2) สมาชิกที่มีรับผิดชอบด้านการเงินการบัญชี เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านบัญชี
- 3) สมาชิกที่มีรับผิดชอบด้านการตลาด เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการตลาด
- 4) สมาชิกที่มีรับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการตลาด

สถานที่ทำการวิจัย

1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ ตั้งอยู่ที่ 18/3 หมู่ที่ 6 ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

2) วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ตั้งอยู่ที่ 52/1 หมู่ที่ 5 ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) ร่วมกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์สภาพการดำเนินงานทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนทางด้านบัญชีแบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

2. แบบประเมินความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 1 เก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชน จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ใช้แบบประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating -Scale) 5 ระดับ ตาม แนวคิดของลิเคิร์ท (Likert) แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจ

ความพึงพอใจ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ความพึงพอใจ 2 หมายถึง น้อย

ความพึงพอใจ 3 หมายถึง ปานกลาง

ความพึงพอใจ 4 หมายถึง มาก

ความพึงพอใจ 5 หมายถึง มากที่สุด

เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง ระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง ระดับค่อนข้างมาก

คะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง ระดับค่อนข้างน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง ระดับน้อย

3. แบบสัมภาษณ์สภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนทางด้านการตลาดแบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีจำนวน 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปด้านการตลาด จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

4. แบบประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล มีจำนวน 3 ตอน

ตอนที่ 1 เก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 3 ข้อ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล จำนวน 4 ด้าน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ใช้แบบประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating -Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ต

(Likert) แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจ

ความพึงพอใจ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ความพึงพอใจ 2 หมายถึง น้อย

ความพึงพอใจ 3 หมายถึง ปานกลาง

ความพึงพอใจ 4 หมายถึง มาก

ความพึงพอใจ 5 หมายถึง มากที่สุด

เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง ระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง ระดับค่อนข้างมาก

คะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง ระดับค่อนข้างน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับน้อย

การตรวจคุณภาพของเครื่องมือ

ดำเนินการแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและประเมินเครื่องมือวิจัย จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย จำนวน 4 ฉบับ ซึ่งได้ดำเนินการปรับปรุงตามผลการประเมินทั้ง 3 ท่าน ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์สภาพการดำเนินงานทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนทางด้านบัญชี

- 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ เพิ่มเติมคำถามด้านประสบการณ์/อายุการทำงานในวิสาหกิจชุมชน/สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 2) ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน
 - เพิ่มเติมวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน
 - เพิ่มเติมรายละเอียดโครงสร้างการบริหาร บทบาทหน้าที่ของกรรมการ
 - ผลิตภัณฑ์หลักของวิสาหกิจชุมชน
 - จำนวนสมาชิก มูลค่าหุ้น นโยบายทางการเงินที่มี
- 3) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีและรายงานของวิสาหกิจชุมชน
 - ข้อคำตอบให้มีการสอบถามถึงรายละเอียดของการมีอย่างไร หากไม่มีเพราะอะไร หรือทำไมถึงไม่มี และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจหรือไม่
 - แบบประเมินความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชน

2. แบบประเมินความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน เพิ่มเติมคำถาม ระบบเอกสารทางการเงิน มีเอกสารอะไร และการอนุมัติเอกสาร ขั้นตอนการทำบัญชีเดิมเป็นอย่างไร

3. แบบสัมภาษณ์สภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนด้านการตลาด

ไม่มีข้อเสนอแนะ

4. แบบประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล

ปรับปรุงแบบคำถามให้กระชับขึ้น

3.3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระตั้งอยู่ ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช การดำเนินงานวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์บริบท การพัฒนาระบบบัญชี การทดลองใช้ระบบบัญชีและการประเมินผลการวิเคราะห์ตลาด การพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการตลาดดิจิทัล และการประเมินผล ประกอบด้วย 3 กิจกรรม ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 ศึกษาสภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

กิจกรรมที่ 2 การพัฒนาระบบบัญชี และการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต ของวิสาหกิจชุมชน

กิจกรรมที่ 3 การพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการตลาดดิจิทัล ผลิตภัณฑ์ ของวิสาหกิจชุมชน

แผนการดำเนินการวิจัย

ลำดับที่	กิจกรรม	ช่วงเวลา/สถานที่	วิธีการดำเนินการวิจัย
1.	ประชุมนักวิจัยและตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	- จำนวน 1 ครั้ง - สถานที่ ผู้เข้าร่วม ประชุมสะดวกทั้งการเดินทาง อุปกรณ์ในการประชุม - ระยะเวลาในการประชุมจำนวน 2 ชั่วโมง	- นัดหมายวัน เวลาที่ผู้วิจัยและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน - จัดประชุม อภิปรายกลุ่ม
2.	กิจกรรมที่ 1 ศึกษาสภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน	- จำนวน 1 ครั้ง - สถานที่ พื้นที่ดำเนินการของวิสาหกิจชุมชน ในแต่ละแห่ง - ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตามความพร้อมของผู้ให้ข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนระยะเวลาในการสัมภาษณ์ต่อผู้ถูกสัมภาษณ์ 1 ท่าน จำนวน 1-2 ชั่วโมง	- นัดหมายวัน เวลาที่ผู้วิจัยและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ในการลงพื้นที่ที่วิสาหกิจชุมชน - ลงพื้นที่สำรวจสภาพทั่วไปของวิสาหกิจและชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย - สัมภาษณ์เชิงลึกผู้แทนวิสาหกิจตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้โดยแบบสัมภาษณ์สภาพการดำเนินงานทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนทางด้านบัญชี และแบบสัมภาษณ์สภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนทางด้านการตลาด

ลำดับที่	กิจกรรม	ช่วงเวลา/สถานที่	วิธีการดำเนินการวิจัย
3.	กิจกรรมที่ 2 การพัฒนาระบบ บัญชี และการ วิเคราะห์ต้นทุนการ ผลิต ของวิสาหกิจ ชุมชน	- จำนวน 1 ครั้ง ในการทดลอง การใช้ระบบบัญชี และการ วิเคราะห์ต้นทุนการผลิต - สถานที่พื้นที่ดำเนินการของ วิสาหกิจชุมชนในแต่ละแห่ง - ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตาม ความพร้อมของผู้ให้ข้อมูลของ วิสาหกิจชุมชนระยะเวลาใน การเก็บข้อมูลแบบประเมินความ พึงพอใจต่อการวางระบบบัญชี วิสาหกิจชุมชน 1 ท่าน จำนวน 30 -60 นาที	- นัดหมายวัน เวลาที่ ผู้วิจัยและผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน ในการลง พื้นที่วิสาหกิจชุมชน - เก็บข้อมูลแบบประเมิน ความพึงพอใจต่อการวาง ระบบบัญชีวิสาหกิจ ชุมชน
4.	กิจกรรมที่ 3 การพัฒนาระบบ เทคโนโลยีสำหรับ การตลาดดิจิทัล ผลิตภัณฑ์ ของ วิสาหกิจชุมชน	- จำนวน 1 ครั้ง ในการทดลอง การใช้เทคโนโลยีสำหรับการตลาด ดิจิทัล - สถานที่พื้นที่ดำเนินการของ วิสาหกิจชุมชน ในแต่ละแห่ง - ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตาม ความพร้อมของผู้ให้ข้อมูลของ วิสาหกิจชุมชนระยะเวลาในการ เก็บข้อมูลแบบประเมินความพึง พอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาด ดิจิทัลวิสาหกิจชุมชน 1 ท่าน จำนวน 30-60 นาที	- นัดหมายวันเวลาผู้วิจัย และวิสาหกิจชุมชนการ ลงพื้นที่วิสาหกิจชุมชน - เก็บข้อมูลแบบประเมิน ความพึงพอใจต่อการ พัฒนาด้านการตลาด ดิจิทัล

3.4 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1) สภาพเบื้องต้นของวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนทางด้านบัญชี โดยศึกษาประสบการณ์/ความรู้ของสมาชิก วิสาหกิจชุมชน ด้านการเงิน/ด้านการตลาด ที่ดำเนินการในปัจจุบัน ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันในการดำเนินการของ วิสาหกิจชุมชน ความต้องการของสมาชิก วิสาหกิจชุมชน

2) การพัฒนาระบบบัญชี และการวิเคราะห์ทางการเงินวิสาหกิจชุมชน

3) ถ่ายทอดองค์ความรู้ระบบบัญชีให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

- การจัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ ที่ใช้ในระบบบัญชีและจัดทำคู่มือการทำบัญชี
- ดำเนินการจัดอบรมเกี่ยวกับการใช้ระบบบัญชี พร้อมให้ความรู้พื้นฐานการจัดทำบัญชี

4) นำระบบบัญชีไปทดลองใช้กับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในช่วงเวลา 1 เดือน

- ประเมินผลและปรับปรุงระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชนสรุปปัญหาที่เกิดขึ้นนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม

การพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจชุมชน

1) ศึกษาความต้องการระบบจากวิสาหกิจชุมชนเพื่อนำมาออกแบบและสร้างต้นแบบ (Prototype)

2) วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ ที่เก็บข้อมูลจาก โดยใช้วิธีสรุปตีความ และบรรยายเชิง วิเคราะห์ แล้วมาจัดทำต้นแบบระบบ

3) นำต้นแบบไปใช้กับวิสาหกิจชุมชนและประเมินผลการใช้จากวิสาหกิจชุมชน

4) ปรับปรุงต้นแบบตามข้อคิดเห็นจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น

5) นำต้นแบบที่ผ่านการปรับปรุง ไปดำเนินการสร้างระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์

6) นำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างขึ้นไปใช้กับวิสาหกิจชุมชน

7) ประเมินผลการใช้งานโดยรวมจากวิสาหกิจชุมชน ใช้แบบประเมินระบบพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์วิสาหกิจชุมชน

8) สร้างการรับรู้ด้วยการฝึกอบรมและการถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ สังเคราะห์ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี แนวปฏิบัติและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) วิเคราะห์โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยแบ่งการวิเคราะห์ ดังนี้

1) การวิเคราะห์เชิงปริมาณ จะเป็นการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ค่าสถิติ (SPSS) เพื่อหาค่าสถิติความถี่(Frequency) ร้อยละ(Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)

2) การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยขณะทำการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการขออนุญาตการบันทึกเทปการสนทนา และนำมาถอดเทปของผู้สัมภาษณ์ มาสรุปประเด็น ต่าง ๆ เมื่อพิจารณาข้อมูลไม่ครบถ้วนหรือไม่สอดคล้องกัน จึงขอเข้าสัมภาษณ์เพิ่มเติม เพื่อสรุปหาข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุดนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจำแนกประเด็น ดังนี้

- ปัญหา/อุปสรรค ของวิสาหกิจชุมชนด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน
- ความต้องการการพัฒนาทางด้านตลาดด้วยเทคโนโลยี
- การวางระบบบัญชี และการวิเคราะห์ต้นทุนและอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลและการวางระบบบัญชี เพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอนามน จังหวัดนครศรีธรรมราช ระยะเวลา 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2566 – 30 กันยายน 2567 และดำเนินการขยายเวลาในการดำเนินงานวิจัยเป็นระยะเวลา 6 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม 2568 ตั้งแต่เริ่มมีการทดลอง หรือเก็บข้อมูลตั้งแต่คนแรกจนถึงคนสุดท้าย มีระยะเวลาในการทำวิจัย 2 เดือนโดยจะเริ่มเก็บข้อมูลหลังจากได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์แล้ว



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลและการวางระบบบัญชี เพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช วัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2) พัฒนาการวางระบบบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 3) พัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการตลาดดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

4.1 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัย พบว่า

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกประธานและกรรมการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียว และวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ดังนี้

- 1) สถานภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน
- 2) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน
- 3) ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียว

1) สถานภาพทั่วไปวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียว

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียว (รหัสทะเบียน 5-80-15-03/1-0061) ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 18/3 หมู่ 6 ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้รับการจดทะเบียนโดยสำนักงานเกษตรอำเภอนอม และลงนามโดย นายเอนก พิสุทธิจักร เกษตรอำเภอนอม เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 (สำนักงานเกษตรอำเภอนอม, 2566) กลุ่มดำเนินกิจกรรมหลักด้าน การแปรรูปสินค้าเกษตรและอาหารทะเลพื้นบ้าน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตในท้องถิ่น โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ปลาหวาน ปลาเส้นอบแห้ง และทุเรียนทอด ทั้งนี้ กระบวนการผลิตของกลุ่มเน้นความสะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภค และใช้แรงงานในชุมชนเป็นหลัก (สำนักงานเกษตรอำเภอนอม, 2566)

ในส่วนของการพัฒนามาตรฐานคุณภาพ กลุ่มได้รับการรับรองมาตรฐาน PGS (Participatory Guarantee System) โดยเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดนครศรีธรรมราช เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ.

2565 ภายใต้ชื่อ “กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลถ้าเขาพระ” (สำนักงานเกษตรจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2565) ซึ่งระบบ PGS เป็นระบบการรับรองเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมที่เน้นความโปร่งใสและความรับผิดชอบร่วมกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค มีการรับรองผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ปลาหลังเขียวหวาน ปลาหลังเขียวเส้นแดดเดียว และปลากระบอกแดดเดียว นอกจากนี้ กลุ่มยังได้พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตโดยใช้ เครื่องอบลมร้อนพลังงานแสงอาทิตย์ และใช้ หน้าหวาน เป็นวัตถุดิบในการปรุงรสทดแทนน้ำตาล เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และสอดคล้องกับแนวทาง “เกษตรปลอดภัย-สร้างรายได้ยั่งยืน” (สำนักงานเกษตรอำเภอขนอม, 2566)

2) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรแปรรูปถ้าเขาพระ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับประธาน รองประธาน และเหรัญญิกของกลุ่ม พบว่าการดำเนินงานด้านการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้าเขาพระยังอยู่ในระดับเริ่มต้นขาดความต่อเนื่องในการบันทึกข้อมูลทางการเงิน และยังไม่ได้นำระบบเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการบัญชีอย่างเป็นระบบ

1. การจัดทำบัญชีของกลุ่มดำเนินการโดยคณะกรรมการหลัก ได้แก่ ประธาน รองประธาน และเหรัญญิก ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงในการบันทึกข้อมูลรายรับ-รายจ่าย ทั้งนี้ กลุ่มยังไม่เคยได้รับการฝึกอบรมด้านการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนจากหน่วยงานภายนอก ทำให้รูปแบบการบันทึกบัญชียังอาศัยประสบการณ์ส่วนตัวและแนวปฏิบัติภายในกลุ่มเป็นหลัก ส่งผลให้กระบวนการบันทึกอาจขาดความครบถ้วนและไม่สอดคล้องกับมาตรฐานบัญชีของวิสาหกิจชุมชน

2. การจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงิน จากการบันทึกบัญชีของกลุ่มใช้วิธีการจดบันทึกด้วยมือในสมุดรายรับ-รายจ่าย และสมุดบันทึกรายการสินค้าซึ่งเป็นเอกสารหลักที่ใช้ในการบริหารงานด้านการเงินของกลุ่ม ยังไม่มีการจัดทำรายงานการเงินอย่างเป็นทางการ เช่น งบกำไรขาดทุน หรืองบฐานะการเงิน ทั้งนี้ การสรุปยอดรายได้-ค่าใช้จ่ายจะดำเนินการเฉพาะเมื่อมีการประชุมใหญ่หรือเมื่อมีกิจกรรมเสริมในกลุ่มเท่านั้น จึงทำให้ข้อมูลทางบัญชีขาดความสม่ำเสมอและไม่สามารถใช้ในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง

3. การตรวจสอบบัญชีและรายงานทางการเงิน กลุ่มไม่มีการตรวจสอบบัญชีโดยหน่วยงานภายนอก การตรวจสอบภายในจะดำเนินการในที่ประชุมโดยประธานกลุ่มซึ่งจะเป็นผู้ชี้แจงรายรับ-รายจ่ายต่อสมาชิกเท่านั้น แม้วิธีดังกล่าวจะช่วยให้สมาชิกได้รับทราบข้อมูลพื้นฐานทางการเงินของกลุ่มแต่ยังขาดระบบตรวจสอบที่เป็นกลางและเป็นมาตรฐาน อันอาจส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสในการบริหารจัดการทางการเงินในระยะยาว

3) ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียว

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกประธานและคณะกรรมการของกลุ่ม พบว่า การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียว ต้องเผชิญกับปัญหาและข้อจำกัด โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านวัตถุดิบ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียว ต้องพึ่งพาวัตถุดิบอาหารทะเลจากแหล่งประมงในพื้นที่ เช่น ปลาทะเลพื้นบ้าน ซึ่งมีปริมาณไม่แน่นอนตามฤดูกาล ส่งผลให้การผลิตไม่สม่ำเสมอ และบางช่วงไม่สามารถผลิตได้ นอกจากนี้ คุณภาพวัตถุดิบยังขึ้นอยู่กับสภาพอากาศและแหล่งจับ ทำให้ความสม่ำเสมอของรสชาติและคุณภาพสินค้าไม่คงที่ อีกทั้งต้นทุนวัตถุดิบมีความผันผวนสูงตามราคาตลาด

2. ปัญหาด้านการตลาดและการกระจายสินค้า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียวมีการจำหน่ายแบบดั้งเดิม คือ การขายตรงให้กับคนรู้จัก ร้านค้าท้องถิ่น และตลาดนัดภายในพื้นที่ โดยยังไม่สามารถขยายสู่ตลาดขนาดใหญ่ เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ได้ เนื่องจากขาดทักษะด้านการตลาดดิจิทัล และยังไม่มีช่องทางการจำหน่ายผ่าน E-Commerce เช่น Shopee, Lazada หรือ Facebook Marketplace นอกจากนี้ การผลิตที่ไม่ต่อเนื่องจากปัญหาวัตถุดิบยังส่งผลให้ไม่สามารถจัดส่งสินค้าได้สม่ำเสมอ ซึ่งทำให้ลูกค้าบางรายขาดความเชื่อมั่นในความพร้อมของสินค้า

3. ปัญหาด้านการจัดทำบัญชี วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียวมีบุคลากรด้านบัญชีจำกัด ความรู้ด้านบัญชียังอยู่ในระดับพื้นฐาน ไม่เข้าใจงบกำไรขาดทุนและวิธีคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบนอกจากนี้ เอกสารประกอบทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงินหรือใบสำคัญจ่าย มักไม่ครบถ้วนและขาดการจัดเก็บที่เป็นระเบียบ อีกทั้งยังไม่มีเทคโนโลยีช่วยบันทึกข้อมูล เช่น คอมพิวเตอร์หรือระบบโปรแกรมบัญชี ส่งผลให้การบันทึกข้อมูลยังทำด้วยมือและยากต่อการตรวจสอบย้อนหลัง และการบริหารจัดการต้นทุนยังไม่เป็นระบบ ทำให้ไม่สามารถคำนวณราคาขายที่เหมาะสมและวิเคราะห์กำไรขาดทุนได้อย่างชัดเจน



หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

.....

หนังสือสำคัญฉบับนี้ให้ไว้แก่

วิสาหกิจชุมชนเกษตรแปรรูปอำเภอเขาพระ

ที่ตั้ง : เลขที่ 18/3 หมู่ที่ 6 ตำบลห้วยเนียง
อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช รหัสไปรษณีย์ 80210
โทรศัพท์: 0848491387 โทรสาร: E-mail address :
เพื่อเป็นหลักฐานว่า ได้รับการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน
ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เรียบร้อยแล้ว

รหัสทะเบียน 5-80-15-03/1-0061

ให้ไว้ ณ วันที่ 14 เดือนกุมภาพันธ์ พุทธศักราช 2566

ลงชื่อ..........นายทะเบียน
(นาย เอนก พิลาสิทธิ์)
เกษตรอำเภอ
สำนักงาน เกษตรอำเภอชนอม
จังหวัดนครศรีธรรมราช

หมายเหตุ:

- (1) วิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ต้องแจ้งความประสงค์ที่จะดำเนินการต่อไปภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันขึ้นปีปฏิทินทุกปี หากไม่แจ้งเป็นเวลา 2 ปีติดต่อกัน อาจถูกถอนชื่อออกจากทะเบียน
- (2) การเลิกกิจการ จักต้องแจ้งให้นายทะเบียนทราบภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ประสงค์จะเลิกกิจการ

ภาพที่ 1 หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปอำเภอเขาพระ



การรับรองเลขที่ NRT650006

ใบรับรองฉบับนี้ให้ไว้เพื่อรับรองว่า

กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลอ่าวเสด็จ

เลขที่ 18/3 หมู่ 6 ตำบลท้องเนียน อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

ได้ผ่านการรับรองการปฏิบัติตามมาตรฐานการแปรรูปสัตว์น้ำทะเลอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม (PGS)

ภายใต้ข้อตกลงร่วมของเครือข่ายสมาคมอาหารธรรมชาติยั่งยืน นครศรีธรรมราช

พื้นที่การผลิตรวม 1 ไร่

ผลผลิตที่ได้รับการรับรอง

ปลาหลังเขียวหวาน ปลาหลังเขียวเส้นแดดเดียว ปลากระบอกแดดเดียว

วันที่รับรอง 1 ตุลาคม 2565 วันที่หมดอายุ 30 กันยายน 2566

(นางนฤพรณ รองเมือง อีเรศ) (นายเกษม แก้วเจริญ) (นายพรเทพ คงเสถียร)

ผู้แทนเกษตรกร ผู้แทนผู้บริโภค ผู้แทนนักวิชาการ



ภาพที่ 2 ใบรับรอง PGS (Participatory Guarantee System)



ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์ปลาหวานและปลาเส้น





ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์ทุเรียนทอด



ภาพที่ 5 ผลิตภัณฑ์ทุเรียนกวน

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

1) สถานภาพทั่วไปวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ (รหัสทะเบียน 5-80-15-03/1-0024) ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 52/1 หมู่ที่ 5 ตำบลท้องเนียน อำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช 80210 โทรศัพท์ 089-473-1114 กลุ่มได้รับการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นทางการจากสำนักงานเกษตรอำเภอนบพิตำ โดยมี นายเอนก พิสุทธิจักร เกษตรอำเภอนบพิตำ เป็นผู้ลงนามในหนังสือสำคัญการจดทะเบียนเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2551 และได้รับการต่ออายุหนังสือสำคัญล่าสุดเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 (สำนักงานเกษตรอำเภอนบพิตำ, 2567) กลุ่มดำเนินกิจกรรมในลักษณะ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชุมชน โดยมีบริการหลัก ได้แก่ การนำเที่ยวชมโลมาสีชมพู ซึ่งเป็นจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของอำเภอนบพิตำ บริการ โฮมสเตย์ (Homestay) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตชาวประมง และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ปลาสด ปลาตากแห้ง กะปิ และของที่ระลึก (สำนักงานเกษตรอำเภอนบพิตำ, 2567) กลุ่มมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลโดยเฉพาะฝูงโลมาสีชมพู และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนรวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา (สำนักงานเกษตรอำเภอนบพิตำ, 2567) นอกจากนี้ กลุ่มยังมีจุดเด่นด้านเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชน โดยเฉพาะกิจกรรม “ชมโลมาสีชมพู” ซึ่งถือเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับจังหวัด นักท่องเที่ยวที่มาเยือนสามารถพักโฮมสเตย์และซื้อผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของชุมชนได้ในที่เดียว อีกทั้งยังเป็นตัวอย่างของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน (สำนักงานเกษตรอำเภอนบพิตำ, 2567)

2) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินของวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของวิสาหกิจชุมชน พบว่า กลุ่มยังคงประสบปัญหาในการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินหลายประการ อันมีสาเหตุจากการดำเนินงานในลักษณะชุมชนและขาดระบบควบคุมทางการเงินที่เป็นทางการ

1. การบันทึกรายได้และค่าใช้จ่ายไม่ครบถ้วน การบันทึกรายได้จากกิจกรรมหลัก เช่น การจำหน่ายบัตรโดยสาร การให้บริการเช่าเหมาลำ หรือกิจกรรมเสริมบนเรือ ยังไม่เป็นระบบครบถ้วน โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีลูกค้าจำนวนมาก การบันทึกข้อมูลอาจล่าช้าหรือขาดความถูกต้อง นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการดำเนินงาน เช่น ค่าซ่อมบำรุงเรือ ค่าน้ำมัน และค่าแรงลูกเรือ มักไม่ได้บันทึกทันเวลา ทำให้ข้อมูลบัญชีไม่สะท้อนผลการดำเนินงานที่แท้จริง

2. การคำนวณค่าเสื่อมราคาและค่าซ่อมบำรุงเรือท่องเที่ยวขาดแนวทางที่เป็นระบบในการบันทึกค่าเสื่อมราคาอาจทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลทางบัญชี อีกทั้งการซ่อมบำรุงตามระยะเวลาหรือการปรับปรุงเรือก็มักไม่ได้แยกบัญชีชัดเจนระหว่าง ค่าซ่อมแซมทั่วไป และการลงทุนเพิ่มมูลค่า ส่งผลให้การจัดทำงบการเงินขาดความเที่ยงตรง

3. การคำนวณต้นทุนต่อเที่ยวเดินเรือ กิจกรรมการนำเที่ยวมีต้นทุนหลายรายการ เช่น ค่าน้ำมัน ค่าจ้างลูกเรือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งค่าใช้จ่ายเฉพาะกิจในแต่ละเที่ยว การขาดระบบบันทึกต้นทุนต่อเที่ยวทำให้ไม่สามารถคำนวณต้นทุนที่แท้จริงต่อการให้บริการได้ ส่งผลต่อการกำหนดราคาค่าบริการและการวิเคราะห์ผลกำไรขาดทุน

4. การจัดการเงินสดและการรับชำระเงินการชำระเงินของลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเงินสดหรือโอนผ่านบัญชีส่วนบุคคลของสมาชิก การจัดการเงินสดที่ไม่เป็นระบบเพิ่มความเสี่ยงต่อการสูญหายหรือการรั่วไหลของรายได้ นอกจากนี้ กรณีที่ลูกค้ายกเลิกการจองและต้องคืนเงิน (Refund) ยังไม่มีเอกสารหลักฐานกำกับหรือแนวทางการอนุมัติที่ชัดเจน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความโปร่งใสในการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่ม

5. การจัดการภาษีและกฎหมายที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการดำเนินงานเกี่ยวข้องกับการบริการนำเที่ยว การเช่าเหมาลำเรือ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อาจต้องอยู่ภายใต้กฎหมายภาษีหลายประเภท เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีท่องเที่ยว หรือค่าธรรมเนียมท่าเรือ อย่างไรก็ตามกลุ่มยังขาดความรู้และความเข้าใจด้านการคำนวณภาษีและการจัดทำเอกสารประกอบการยื่นภาษีที่ถูกต้อง ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงทางกฎหมายในอนาคต

6. การควบคุมภายใน (Internal Control) ระบบควบคุมภายในยังอยู่ในระดับพื้นฐาน เช่น การขายบัตรโดยสารและการเช็คอินผู้โดยสารยังใช้วิธีจดบันทึกด้วยมือ ไม่มีระบบตรวจสอบซ้ำหรือรายงานสรุปรายวัน การควบคุมสินค้าบนเรือและวัสดุอุปกรณ์ เช่น เสื้อชูชีพ อาหาร และเครื่องดื่ม ยังไม่เป็นระบบการตรวจนับ ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการรั่วไหลของทรัพย์สินและรายได้

3) ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับประธานและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน พบว่าการดำเนินงานของกลุ่มมีข้อจำกัดหลายด้าน โดยสามารถจำแนกประเด็นปัญหาและอุปสรรคหลักได้ดังนี้

1. ปัญหาการบำรุงรักษาเรือเนื่องจากต้องดูแลรักษาเรือให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ค่าใช้จ่ายหลัก ได้แก่ ค่าซ่อมแซมเรือ การเปลี่ยนอุปกรณ์ ค่าประกันภัย ค่าจดทะเบียน และค่าเชื้อเพลิง ซึ่งมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นตามราคาน้ำมัน

2. ปัญหาด้านความปลอดภัยและมาตรฐานการให้บริการแต่เรือบางลำยังไม่ได้รับการตรวจสอบมาตรฐานจากกรมเจ้าท่าอย่างสม่ำเสมอรวมถึงการบรรทุกผู้โดยสารเกินจำนวน

ที่กำหนด หรือมีอุปกรณ์ความปลอดภัยไม่ครบถ้วน เช่น เสื่อชูชีพหรืออุปกรณ์ช่วยชีวิต นอกจากนี้ยังไม่มีแผนปฏิบัติการฉุกเฉิน ที่ชัดเจนในกรณีเกิดอุบัติเหตุทางน้ำ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

3. ปัญหาด้านการตลาดและการหาลูกค้าการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มยังอยู่ในระดับพื้นฐาน โดยอาศัยการบอกต่อ และลูกค้าประจำจากหน่วยงานท้องถิ่นเป็นหลัก บุคลากรส่วนใหญ่ยังขาดทักษะด้านการให้บริการและการสื่อสารภาษาอังกฤษทำให้การรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติยังมีข้อจำกัด อีกทั้งกลุ่มยังไม่มีช่องทางประชาสัมพันธ์หรือระบบจองออนไลน์เป็นของตนเอง เช่น เว็บไซต์ หรือเพจที่มีระบบจองอัตโนมัติ จึงพลาดโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่นิยมใช้สื่อดิจิทัลรายได้ของกลุ่มจึงขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยวเป็นหลัก และขาดความต่อเนื่องในช่วงนอกฤดูกาล

4. ปัญหาด้านกฎหมายและข้อกำหนดทางราชการ เช่น การขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว ใบอนุญาตเดินเรือ และการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ นอกจากนี้ พื้นที่บางส่วนของแหลมประทับยังอยู่ในเขตอนุรักษ์ทางทะเล ทำให้ต้องปฏิบัติตามข้อจำกัดด้านสิ่งแวดล้อมและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร ซึ่งส่งต่อการขยายกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่ม

5. ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเรือมีความเสี่ยงที่จะสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเล เช่น การรั่วไหลของน้ำมันจากเรือ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจไม่ตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การทิ้งขยะลงทะเล หรือการส่งเสียงดังรบกวนสัตว์ทะเล อาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระยะยาว

6. ปัญหาด้านสภาพอากาศและฤดูกาลท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศโดยตรง ในช่วงฤดูมรสุมต้องหยุดให้บริการชั่วคราวเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ทำให้รายได้ลดลงอย่างมากนอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศยังส่งผลให้บางเส้นทางเดินเรือมีคลื่นลมแรงและไม่สามารถเดินทางได้ตามปกติ



หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

.....

หนังสือสำคัญฉบับนี้ให้ไว้แก่

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

รหัสทะเบียน 5-80-15-03/1-0024

เลขที่ 52/1 หมู่ 5 ตำบลทองเนียน อำเภอนอม

จังหวัดนครศรีธรรมราช รหัสไปรษณีย์ 80210

เบอร์โทรศัพท์ 0894731114

เพื่อเป็นหลักฐานว่าได้รับการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เรียบร้อย

จดทะเบียน ณ วันที่ 8 เมษายน พุทธศักราช 2551

ให้ไว้ ณ วันที่ 16 กุมภาพันธ์ พุทธศักราช 2567



(เอก พิสุทธิจารุ)

เกษตรอำเภอ

สำนักงานเกษตร อำเภอนอม

จังหวัดนครศรีธรรมราช

หมายเหตุ

1. วิสาหกิจชุมชน และเครือข่าย ต้องแจ้งความประสงค์ที่จะดำเนินการต่อไปภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันสิ้นปีปฏิทินทุกปี หากไม่แจ้งเป็นเวลา 2 ปีติดต่อกัน อาจถูกถอนชื่อออกจากทะเบียน

2. การเลิกกิจการ จักต้องแจ้งให้มายทะเบียนทราบภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ประสงค์จะเลิกกิจการ



ภาพที่ 6 หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหลมประทับ



ภาพที่ 7 ท่าเรือแหลมประทับ



ภาพที่ 8 อนุสาวรีย์สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ที่ท่าเรือแหลมประทับ



ภาพที่ 9 ชาวประมงวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหลมประทับ



ภาพที่ 10 สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญเวทีพุ่มพวง



ภาพที่ 11 สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลวงปู่ทวด เกาะนุ้ย



ภาพที่ 12 กิจกรรมการนั่งเรือชมโลมา และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ



4.2 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พัฒนาการวางระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชน ตำบลท้องเนียน

อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัย พบว่า

จากการสัมภาษณ์ถึงการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียว และวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับที่ได้พัฒนานำมาพัฒนาและสร้างระบบบัญชีใหม่ที่เหมาะสม ได้ดำเนินการออกแบบระบบของการจัดทำบัญชีตามลักษณะของกิจกรรมเคยปฏิบัติตามเพื่อให้เกิดความง่ายและสะดวกในการใช้งานและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนี้

- 1) ผังบัญชี
- 2) เอกสารทางการบัญชี
- 3) รายงานทางการเงิน
- 4) การควบคุมภายใน
- 5) ผลการประเมินการทดลองใช้
- 6) การวิเคราะห์กระทบทางเศรษฐกิจ

1) ผังบัญชี

ผังบัญชี ประกอบด้วยชื่อบัญชีพร้อมด้วยเลขบัญชี โดยจำแนกเป็นหมวดหมู่อย่างเป็นระเบียบ โดยดำเนินการด้านผังบัญชี ดังนี้

การจัดหมวดหมู่และให้เลขที่บัญชี

บัญชีแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ คือ ประเภทสินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนของเจ้าของ รายได้ และค่าใช้จ่าย โดยมีการกำหนดรหัสบัญชี 3 หลัก ดังนี้

หลักที่ 1 แสดงถึงประเภทบัญชี สามารถจำแนกได้ดังนี้

หมวดที่ 1	สินทรัพย์ (Assets)
หมวดที่ 2	หนี้สิน (Liabilities)
หมวดที่ 3	ทุน (Equity)
หมวดที่ 4	รายได้ (Revenue)
หมวดที่ 5	ค่าใช้จ่าย (Expenses)

หลักที่ 2 ลำดับของบัญชีในบัญชีย่อย

หลักที่ 3 ลำดับของบัญชีเฉพาะ

ตารางที่ 1 ผังบัญชีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียว

รหัสบัญชี	ชื่อบัญชี
สินทรัพย์	
101	เงินสด
102	เงินฝากธนาคาร
103	ลูกหนี้การค้า (เงินที่ลูกค้ายังไม่ได้ชำระจากการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูป)
104	รายได้ค้างรับ
105	วัตถุดิบ (เกลือ น้ำตาล ถู ฯลฯ)
106	สินค้าคงเหลือ (ผลิตภัณฑ์แปรรูปเสร็จแล้วที่ยังไม่ได้จำหน่าย)
107	อุปกรณ์แปรรูปสินค้า (เครื่องอบแห้ง, เครื่องหั่น, เครื่องซีล ฯลฯ)
108	ค่าเสื่อมราคาสะสม-อุปกรณ์แปรรูปสินค้า (หักจากสินทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง)
หนี้สิน	
201	เจ้าหนี้การค้า (เงินที่ค้างชำระจากการซื้อวัตถุดิบหรือวัสดุต่าง ๆ)
202	เงินยืมสมาชิก
203	ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย
204	หนี้สินระยะสั้นอื่น ๆ
ส่วนของผู้ถือหุ้น	
301	ทุนวิสาหกิจชุมชน (เงินที่สมาชิกลงทุนในวิสาหกิจ)
303	กำไรสะสม
รายได้	
401	รายได้จากการขายสินค้าแปรรูป
402	รายได้จากงานฝึกอบรม/กิจกรรมพิเศษ
403	รายได้อื่น ๆ (รายได้ดอกเบี้ยรับ, เงินสนับสนุนจากภาครัฐ/เอกชน)
ค่าใช้จ่าย	
501	ค่าวัตถุดิบ
502	ค่าแรง/ค่าตอบแทนสมาชิกในกระบวนการผลิต

ตารางที่ 1 ผังบัญชีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ (ต่อ)

รหัสบัญชี	ชื่อบัญชี
503	ค่าบรรจุภัณฑ์ (ถุง กล่อง ฉลาก ฯลฯ)
504	ค่าขนส่งสินค้า (ค่าขนส่งให้ลูกค้า)
505	ค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าแก๊ส ฯลฯ)
506	ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์แปรรูปสินค้า
507	ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (ค่าประชาสัมพันธ์, ค่าอบรม-ประชุม, ค่าซ่อมแซม ฯลฯ)



ตารางที่ 2 ผังบัญชีวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

รหัสบัญชี	ชื่อบัญชี
<u>สินทรัพย์</u>	
101	เงินสด
102	เงินฝากธนาคาร
103	ลูกหนี้ค่าบริการ (ลูกค้ายที่ค้างชำระค่าบริการ)
104	รายได้ค้างรับ (ค่าทัวร์ยังไม่ได้ชำระ)
105	ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า (ค่าประเรือ)
106	อุปกรณ์นำเที่ยว (เรือ, เสื้อชูชีพ ฯลฯ)
107	วัสดุสิ้นเปลือง (น้ำมัน, อะไหล่เรือ ฯลฯ)
108	ค่าเสื่อมราคาสะสม-อุปกรณ์นำเที่ยว (หักจากสินทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง)
<u>หนี้สิน</u>	
201	เจ้าหนี้การค้า (ค่าน้ำมัน, ค่าวัสดุ ฯลฯ)
202	เงินยืมสมาชิก
203	เงินมัดจำลูกค้า (เงินที่ลูกค้าจ่ายล่วงหน้าก่อนรับบริการ)
204	หนี้สินระยะสั้นอื่น ๆ (ภาษีและค่าธรรมเนียมที่ต้องชำระ)
<u>ส่วนของผู้เจ้าของ</u>	
301	ทุนวิสาหกิจชุมชน (เงินที่สมาชิกลงทุนในวิสาหกิจ)
303	กำไรสะสม
<u>รายได้</u>	
401	รายได้จากการล่องเรือดูโลมา (รายได้จากค่าบริการเรือ)
402	รายได้จากค่าที่พักโฮมสเตย์ (รายได้ค่าที่พักจากนักท่องเที่ยว)
403	รายได้จากการขาย (สินค้าชุมชน, ผลิตภัณฑ์ทะเล ฯลฯ)
404	รายได้อื่น ๆ (ดอกเบี้ยรับ, เงินสนับสนุนจากภาครัฐ/เอกชน)
<u>ค่าใช้จ่าย</u>	
501	ค่าน้ำมัน

ตารางที่ 2 ผังบัญชีของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ (ต่อ)

รหัสบัญชี	ชื่อบัญชี
502	ค่าแรง/ค่าตอบแทนสมาชิกขับรถ
503	ค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำ ค่าไฟ ที่พักโฮมสเตย์
504	ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ (ค่าใช้จ่ายในการซ่อมรถ หรืออุปกรณ์)
505	ค่าวัสดุสิ้นเปลือง (น้ำมัน ภาชนะ อุปกรณ์ใช้แล้วทิ้ง)
506	ค่าประกันรถ / ประกันผู้โดยสาร
507	ค่าเสื่อมราคา-อุปกรณ์แปรรูปสินค้า
508	ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (ค่าประชาสัมพันธ์, ค่าอบรม-ประชุม, ฯลฯ)

2) เอกสารทางการเงินบัญชี

เอกสารทางการเงินบัญชี หมายถึง หลักฐานที่ใช้ในการลงบัญชีหรือประกอบการบันทึกบัญชี อาจจะได้รับจากธุรกิจหรือบุคคลภายนอก เช่น บิลเงินสด ใบเสร็จรับเงิน ใบส่งซื้อ ใบกำกับภาษี เป็นต้น ดังนั้นรูปแบบเอกสารที่เหมาะสมและเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบเอกสารทางการเงินบัญชี ดังนี้

1. เอกสารทางการเงินบัญชี วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียว

1) ใบจัดซื้อ เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อขออนุมัติการซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์มาใช้ในการกระบวนการผลิตสินค้า เพื่อเป็นหลักฐานในการซื้อขายระหว่างผู้ขายกับร้าน เพื่อประกอบในการบันทึกบัญชีในการจ่ายเงิน และรายงานสินค้าคงเหลือและวัตถุดิบ

2) ใบสำคัญจ่าย เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นหลักฐานในการจ่ายเงินโดยใบสำคัญจ่ายจะต้องแนบกับใบเสร็จรับเงินจากร้านค้าเพื่อใช้ประกอบในการบันทึกบัญชีในการจ่ายเงิน

3) ใบส่งของใบส่งของ/ใบแจ้งหนี้ เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นให้กับลูกค้า เมื่อมีการส่งสินค้าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะซื้อสดหรือเชื่อ เพื่อเป็นหลักฐานแจ้งให้ผู้ซื้อทราบถึงจำนวนเงินและวันที่ที่ต้องชำระเงินให้แก่ผู้ขายใช้เป็นหลักฐานสำคัญของผู้ขาย ว่าผู้ซื้อได้ยอมรับในมูลค่าสินค้าหรือบริการจะต้องจ่ายชำระให้แก่ผู้ขายแล้วและสามารถควบคุมลูกหนี้ เจ้าหนี้ของกิจการได้อีกด้วย การมีหลักฐานเอกสารดังกล่าวจะทำให้ผู้ขายสามารถทราบว่าได้รับชำระหนี้จากลูกหนี้แต่ละรายเมื่อไหร่ ในส่วนของผู้ซื้อเอกสารดังกล่าวจะทำให้ผู้ซื้อทราบวันที่จะต้องจ่ายชำระค่าสินค้า/บริการ ให้เจ้าหนี้แต่ละราย ซึ่งช่วยในการจัดทำบัญชีและบริหารกระแสเงินสดของกิจการประกอบในการบันทึกบัญชีในการรับเงิน

4) ใบเสร็จรับเงิน เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้น เพื่อใช้เป็นหลักฐานการขายสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อใช้ประกอบในการบันทึกบัญชีในการรับเงิน

แบบฟอร์มเอกสารทางการบัญชีและขั้นตอนการดำเนินการของเอกสารทางการบัญชี ดังนี้

เล่มที่.....

ใบจัดซื้อ

เลขที่.....

วิสาหกิจชุมชน.....

.....ตำบลทองเนียน อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช 80210

โทร..xxx-xxxxxx

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บริษัท/ร้าน.....

ที่อยู่.....เงินโอนการชำระเงิน.....

กรุณาส่งสินค้า/บริการดังต่อไปนี้ ภายในวันที่.....

ลำดับที่	รหัส	สินค้า/บริการ	จำนวนหน่วย	ราคา/หน่วย	จำนวนเงิน	
รวมราคาทั้งสิ้น						
ภาษีมูลค่าเพิ่ม						
จำนวนเงินรวมทั้งสิ้น ()						

แผนกจัดซื้อ

แผนกบัญชี และการเงิน

ผู้อนุมัติ

.....//.....//.....



.....//.....//.....

ภาพที่ 13 แบบฟอร์มใบจัดซื้อวัสดุหจก.ชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปอำเภอเขาพระ

ขั้นตอนการดำเนินการ

(1) ฝ่ายการผลิตตรวจสอบวัตถุดิบคงเหลือ จัดทำใบสั่งซื้อ จำนวน 2 ฉบับ

ต้นฉบับ

เก็บไว้เป็นหลักฐาน

สำเนาฉบับที่ 1

ดำเนินการจัดซื้อ

(2) เมื่อดำเนินการจัดซื้อ ได้รับวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์มาส่งพร้อมใบส่งของ ให้ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบตรวจนับวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ มีคุณภาพตามที่สั่งหรือไม่ กับใบส่งของและใบสั่งซื้อ พร้อมลงลายมือผู้รับของ แล้วจึงส่งมอบวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ให้แผนการผลิต



ขั้นตอนการดำเนินการ

(1) ผู้รับผิดชอบด้านการการเงินและบัญชีดำเนินการจ่ายชำระค่าสินค้า โดยแบ่งเป็น 2 กรณี

กรณีที่ 1 การซื้อสินค้าเป็นเงินสด

เมื่อได้รับใบส่งของให้ตรวจสอบกับใบสั่งซื้อ จัดทำเอกสารใบสำคัญจ่าย เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการขออนุมัติชำระหนี้ แยกเอกสาร ได้แก่ ใบส่งของ ใบสั่งซื้อประกอบทั้งหมดเข้ากับใบสำคัญจ่าย เสนอประธานวิสาหกิจชุมชน ตรวจสอบเอกสารอีกครั้งก่อนอนุมัติจ่ายตามวงเงินที่กำหนด ดำเนินการจ่ายตามวิธีที่ตกลงไว้ เช่น โอนผ่านธนาคาร (e-Banking) หรือเงินสด จัดเก็บหลักฐาน ชุดใบสำคัญจ่ายที่สมบูรณ์ (พร้อมเอกสารแนบ) และหลักฐานการจ่ายเงิน เพื่อนำข้อมูลบันทึกในโปรแกรมสำเร็จรูป Excel รายงานสรุปค่าใช้จ่าย และรายงานเงินสด-เงินฝากบัญชีธนาคารคงเหลือ นำเอกสารทั้งหมดจัดเก็บเอกสารเข้าแฟ้มเรียงลำดับเลขที่ใบสำคัญจ่าย

กรณีที่ 2 การซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ

- เมื่อได้รับใบส่งของให้ตรวจสอบกับใบสั่งซื้อ ตรวจสอบความถูกต้องของยอดเงิน วันครบกำหนด และเงื่อนไขการชำระ ข้อมูลบันทึกใน โปรแกรมสำเร็จรูป Excel ในทะเบียนคุมเจ้าหนี้ จัดเก็บเอกสารเรียงตามวันที่ชำระหนี้

- เมื่อครบกำหนดการชำระหนี้ รวบรวมและตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ใบส่งของ ใบแจ้งหนี้ ใบสั่งซื้อ ตรวจสอบความครบถ้วนตรวจสอบความถูกต้องของยอดเงิน วันครบกำหนด และเงื่อนไขการชำระกับใบแจ้งหนี้ที่ได้รับ

- จัดทำเอกสารใบสำคัญจ่าย เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการขออนุมัติชำระหนี้ แยกเอกสาร ได้แก่ ใบส่งของ ใบสั่งซื้อประกอบทั้งหมดเข้ากับใบสำคัญจ่าย เสนอประธานวิสาหกิจชุมชน ตรวจสอบเอกสารอีกครั้งก่อนอนุมัติจ่ายตามวงเงินที่กำหนด ดำเนินการจ่ายตามวิธีที่ตกลงไว้ เช่น โอนผ่านธนาคาร (e-Banking) หรือเงินสด จัดเก็บหลักฐาน ชุดใบสำคัญจ่ายที่สมบูรณ์ (พร้อมเอกสารแนบ) และหลักฐานการจ่ายเงิน เพื่อนำข้อมูลบันทึกใน โปรแกรมสำเร็จรูป Excel ทะเบียนคุมเจ้าหนี้ รายงานสรุปค่าใช้จ่าย และ รายงานเงินสด-เงินฝากบัญชีธนาคารคงเหลือ นำเอกสารทั้งหมดจัดเก็บเอกสารเข้าแฟ้มเรียงลำดับเลขที่ใบสำคัญจ่าย

(2) ระบบการจ่ายค่าใช้จ่าย เมื่อได้รับใบแจ้งหนี้ ให้ทำการตรวจสอบเอกสาร จัดทำเอกสารการชำระหนี้ ดำเนินการชำระหนี้ แล้วแนบเอกสารทั้งหมดไว้ด้วยกันได้แก่ ใบแจ้งหนี้ เอกสารการชำระหนี้ หลักฐานการจ่ายชำระหนี้ บันทึกข้อมูลใน โปรแกรมสำเร็จรูป Excel รายงานสรุปค่าใช้จ่าย และ รายงานเงินสด-เงินฝากบัญชีธนาคารคงเหลือ นำเอกสารทั้งหมดจัดเก็บเอกสารเข้าแฟ้มเรียงลำดับวันที่

ขั้นตอนการดำเนินการ

ในกรณีให้บริการ จะออกเอกสารใบแจ้งหนี้ หรือ ใบวางบิล ให้แก่ผู้ซื้อเมื่อให้บริการเสร็จสิ้นแล้ว เพื่อเป็นหลักฐานในการให้บริการเสร็จสิ้นและแสดงสิทธิในการเรียกชำระเงิน

ในกรณีขายสินค้า จะออกเอกสารใบส่งของ หรือ ใบแจ้งหนี้ พร้อมกันกับใบส่งของ เพื่อเป็นหลักฐานในการส่งมอบสินค้าเสร็จสิ้นและแสดงสิทธิในการเรียกชำระเงิน หรือในบางกรณีผู้ขายอาจส่งของไปให้แก่ผู้ซื้อหลายรอบโดยออก ใบส่งของ ไปให้ก่อน แล้วค่อยมาเรียกเก็บเงินทีเดียวโดยการออกเอกสารใบวางบิล ในกรณีนี้เนื้อหาในเอกสาร จะต้องอ้างอิงเลขที่ และจำนวนเงิน ของใบส่งของทั้งหมดที่จะเรียกเก็บเอาไว้ด้วย

การขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ ให้ออกใบส่งของ/ใบแจ้งหนี้ จำนวน 3 ฉบับ

ต้นฉบับ	สำหรับลูกค้า
สำเนาฉบับที่ 1	สำหรับเจ้าหน้าที่บัญชี
สำเนาฉบับที่ 2	สำหรับฝ่ายการขาย เก็บไว้เป็นหลักฐาน

- เจ้าหน้าที่บัญชี เมื่อได้รับผิดชอบได้รับสำเนาใบส่งของจากฝ่ายการขาย ณ สิ้นวันจัดทำบันทึกข้อมูล รายงานการขาย รายงานสินค้าคงเหลือ และทะเบียนคุมลูกหนี้ พร้อมนำใบส่งของจัดเก็บเข้าแฟ้มเรียงตามลำดับวันที่



เล่มที่.....

เลขที่.....

ใบเสร็จรับเงิน

วิสาหกิจชุมชน.....

.....ตำบลท้องเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช 80210

โทร..xxx-xxxxxx

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บริษัท/ร้าน.....

ที่อยู่.....เงื่อนไขการชำระเงิน.....

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	หน่วยละ (บาท)	จำนวนเงิน (บาท)
รวมเป็นเงิน ()				

ชำระเงินเป็น ☐ เงินสด ☐ เช็ค ธนาคาร.....สาขา.....

เลขที่.....ลงวันที่.....

ผู้รับเงิน

...../...../.....

ภาพที่ 16 แบบฟอร์มใบเสร็จรับเงินวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ

ขั้นตอนการดำเนินการ

การขายจัดส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อจากลูกค้า โดยแบ่งเป็น 2 กรณี

(1) การขายสินค้าเป็นเงินสด ออกใบเสร็จรับเงิน จำนวน 2 ฉบับ

ต้นฉบับ

สำหรับลูกค้า

สำเนาฉบับที่ 1

สำหรับเจ้าหน้าที่บัญชี

สำเนาใบเสร็จรับเงิน บันทึกข้อมูล โปรแกรมสำเร็จรูป Excel รายงานการขาย รายงานสินค้าคงเหลือ รายงานสรุปรายรับ และ รายงานเงินสด-เงินฝากบัญชีธนาคารคงเหลือ และ เก็บสำเนา เรียงตามลำดับวันที่ สำหรับเงินสดให้นำฝากธนาคารในวันถัดไป

(2) การขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ ให้ออกใบส่งของ จำนวน 3 ฉบับ

ต้นฉบับ

สำหรับลูกค้า

สำเนาฉบับที่ 1

สำหรับเจ้าหน้าที่บัญชี

สำเนาฉบับที่ 2

สำหรับฝ่ายการขาย เก็บไว้เป็นหลักฐาน

- เจ้าหน้าที่บัญชี เมื่อผู้รับผิดชอบได้รับสำเนาใบส่งของจากฝ่ายการขาย ณ สิ้นวัน จัดทำบันทึกข้อมูล รายงานการขาย รายงานสินค้าคงเหลือ และทะเบียนคุมลูกหนี้ พร้อมนำใบส่งของ จัดเก็บเข้าแฟ้มเรียงตามลำดับวันที่

- ดำเนินการเก็บเงินจากลูกค้าที่ค้างชำระ จัดทำใบเสร็จรับเงิน โดยส่งให้ผู้รับผิดชอบ จำนวน 2 ฉบับ

ต้นฉบับ

สำหรับลูกค้า

สำเนาฉบับที่ 1

สำหรับเจ้าหน้าที่บัญชี

- ผู้รับผิดชอบ นำสำเนาใบเสร็จรับเงินมาบันทึกใบนำส่งเงิน บันทึกข้อมูลในทะเบียน คุมลูกหนี้ รายงานสรุปรายรับ และรายงานเงินสด-เงินฝากบัญชีธนาคารคงเหลือ และเก็บสำเนา เรียงตามลำดับวันที่ สำหรับเงินสดให้นำฝากธนาคารในวันถัดไป

2) เอกสารทางการเงินบัญชี วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

1) ใบจัดซื้อ เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อขออนุมัติการซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์มาใช้ในการดำเนินงานของวิสาหกิจฯ เพื่อเป็นหลักฐานในการซื้อขายระหว่างผู้ขายกับร้าน เพื่อประกอบในการบันทึกบัญชีในการจ่ายเงิน และรายงานสินค้าคงเหลือและวัตถุดิบ

2) ใบสำคัญจ่าย สำหรับการจ่ายค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าแรงงาน ค่าอาหารนักท่องเที่ยว ฯลฯ เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นหลักฐานในการจ่ายเงินโดยใบสำคัญจ่ายจะต้องแนบกับใบเสร็จรับเงินจากร้านค้าเพื่อใช้ประกอบในการบันทึกบัญชีในการจ่ายเงิน ข้อควบคุมภายในสำคัญ ได้แก่ แยกหน้าที่ผู้อนุมัติกับผู้จ่าย (ผู้อนุมัติห้ามเป็นผู้จ่ายเงินโดยตรง), ทุกการจ่ายต้องมีหลักฐานแนบทันที (ใบเสร็จจริง/หลักฐานการรับสินค้า)

3) ตัวเรือ (สำหรับนักท่องเที่ยว) สำหรับการรับเงินค่าบริการออกเรือชมปลาโลมาออกให้แก่นักท่องเที่ยวทุกครั้ง (เลขที่รับต่อเนื่อง, มีสำเนาเก็บไว้) ใช้เป็นหลักฐานการรับเงินสดจากนักท่องเที่ยว ควบคุมจำนวนเงินกับจำนวนนักท่องเที่ยว และป้องกันการรั่วไหลของเงินสด

4) ใบเสร็จรับเงิน เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้น เพื่อใช้เป็นหลักฐานการบริการให้กับลูกค้าเป็นหน่วยงาน/บริษัทการควบคุมภายในสำคัญ ได้แก่ แยกผู้ขายตัวกับผู้บันทึกบัญชี (ห้ามคนเดียวกันทำทั้งรับเงินและบันทึกตรวจสอบ), ตรวจสอบลำดับเลขที่ตัวทุกวัน (ไม่มีการขาด/ข้าม) และเก็บสำเนาตัวทุกฉบับเป็นหลักฐานแนบกับรายงานประจำวัน การเก็บรักษาใบเสร็จรับเงิน ควรเก็บสำเนาอย่างน้อยตามนโยบายกลุ่ม (เช่น เก็บไฟล์สแกนและสำเนากระดาษอย่างน้อย 3 ปี หรือเป็นไปตามกฎหมาย/แนวทางหน่วยงานสนับสนุน)



เล่มที่.....

ใบจัดซื้อ

เลขที่.....

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหลมประทับ
ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช 80210

โทร..xxx-xxxxxx

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บริษัท/ร้าน.....

ที่อยู่.....เงื่อนไขการชำระเงิน.....

กรุณาส่งสินค้า/บริการดังต่อไปนี้ ภายในวันที่.....

ลำดับที่	รหัส	สินค้า/บริการ	จำนวนหน่วย	ราคา/หน่วย	จำนวนเงิน
รวมราคาทั้งสิ้น					
ภาษีมูลค่าเพิ่ม					
จำนวนเงินรวมทั้งสิ้น ()					

.....

แผนกจัดซื้อ

...../...../.....

.....

แผนกบัญชี และการเงิน

...../...../.....

.....

ผู้อนุมัติ

...../...../.....

ภาพที่ 17 แบบฟอร์มใบจัดซื้อ วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหลมประทับ

ขั้นตอนการดำเนินการ

(1) ฝ่ายการผลิตตรวจสอบวัตถุดิบคงเหลือ จัดทำใบสั่งซื้อ จำนวน 2 ฉบับ

ต้นฉบับ

เก็บไว้เป็นหลักฐาน

สำเนาฉบับที่ 1

ดำเนินการจัดซื้อ

(2) เมื่อดำเนินการจัดซื้อ ได้รับวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์มาส่งพร้อมใบส่งของ ให้ผู้มีหน้าที่
รับผิดชอบตรวจนับวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ มีคุณภาพตามที่สั่งหรือไม่ กับใบส่งของและใบสั่งซื้อ พร้อม
ลงลายมือผู้รับของ แล้วจึงส่งมอบวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ให้แผนกการผลิต

ขั้นตอนการดำเนินการ

(1) ผู้รับผิดชอบด้านการการเงินและบัญชีดำเนินการจ่ายชำระค่าสินค้า โดยแบ่งเป็น 2 กรณี

กรณีที่ 1 การซื้อสินค้าเป็นเงินสด

เมื่อได้รับใบส่งของให้ตรวจสอบกับใบสั่งซื้อ จัดทำเอกสารใบสำคัญจ่าย เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการขออนุมัติชำระหนี้ แนวนเอกสาร ได้แก่ ใบส่งของ ใบสั่งซื้อประกอบทั้งหมดเข้ากับใบสำคัญจ่าย เสนอประธานวิสาทกิจชุมชน ตรวจสอบเอกสารอีกครั้งก่อนอนุมัติจ่ายตามวงเงินที่กำหนด ดำเนินการจ่ายตามวิธีที่ตกลงไว้ เช่น โอนผ่านธนาคาร (e-Banking) หรือเงินสด จัดเก็บหลักฐาน ชุดใบสำคัญจ่ายที่สมบูรณ์ (พร้อมเอกสารแนบ) และหลักฐานการจ่ายเงิน เพื่อนำข้อมูลบันทึกใน โปรแกรมสำเร็จรูป Excel รายงานสรุปค่าใช้จ่าย และ รายงานเงินสด-เงินฝากบัญชีธนาคารคงเหลือ นำเอกสารทั้งหมดจัดเก็บเอกสารเข้าแฟ้มเรียงลำดับเลขที่ใบสำคัญจ่าย

กรณีที่ 2 การซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ

- เมื่อได้รับใบส่งของให้ตรวจสอบกับใบสั่งซื้อ ตรวจสอบความถูกต้องของยอดเงิน วันครบกำหนด และเงื่อนไขการชำระ ข้อมูลบันทึกใน โปรแกรมสำเร็จรูป Excel ในทะเบียนคุมเจ้าหนี้จัดเก็บเอกสารเรียงตามวันที่ชำระหนี้

- เมื่อครบกำหนดการชำระเงิน รวบรวมและตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ใบส่งของ ใบแจ้งหนี้ ใบสั่งซื้อ ตรวจสอบความครบถ้วนตรวจสอบความถูกต้องของยอดเงิน วันครบกำหนด และเงื่อนไขการชำระกับใบแจ้งหนี้ที่ได้รับ

- จัดทำเอกสารใบสำคัญจ่าย เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการขออนุมัติชำระหนี้ แนวนเอกสาร ได้แก่ ใบส่งของ ใบสั่งซื้อประกอบทั้งหมดเข้ากับใบสำคัญจ่าย เสนอประธานวิสาทกิจชุมชน ตรวจสอบเอกสารอีกครั้งก่อนอนุมัติจ่ายตามวงเงินที่กำหนด ดำเนินการจ่ายตามวิธีที่ตกลงไว้ เช่น โอนผ่านธนาคาร (e-Banking) หรือเงินสด จัดเก็บหลักฐาน ชุดใบสำคัญจ่ายที่สมบูรณ์ (พร้อมเอกสารแนบ) และหลักฐานการจ่ายเงิน เพื่อนำข้อมูลบันทึกใน โปรแกรมสำเร็จรูป Excel ทะเบียนคุมเจ้าหนี้ รายงานสรุปค่าใช้จ่าย และ รายงานเงินสด-เงินฝากบัญชีธนาคารคงเหลือ นำเอกสารทั้งหมดจัดเก็บเอกสารเข้าแฟ้มเรียงลำดับเลขที่ใบสำคัญจ่าย

(2) ระบบการจ่ายค่าใช้จ่าย เมื่อได้รับใบแจ้งหนี้ ให้ทำการตรวจสอบเอกสาร จัดทำเอกสารการชำระเงิน ดำเนินการชำระเงิน แล้วแนบเอกสารทั้งหมดไว้ด้วยกันได้แก่ ใบแจ้งหนี้ เอกสารการชำระเงิน หลักฐานการจ่ายชำระหนี้ บันทึกข้อมูลใน โปรแกรมสำเร็จรูป Excel รายงานสรุปค่าใช้จ่าย และ รายงานเงินสด-เงินฝากบัญชีธนาคารคงเหลือ นำเอกสารทั้งหมดจัดเก็บเอกสารเข้าแฟ้มเรียงลำดับวันที่

(ต้นฉบับ) เล่มที่..... เลขที่..... หมายเลขเรือ..... วันที่..... เวลาออก.....	วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหลมประทับ กนกระเปาะหม่อมหลวงประดิษฐไพเราะ	(สำเนา) เล่มที่..... เลขที่..... หมายเลขเรือ..... วันที่..... เวลาออก.....	วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ
---	--	---	---

ภาพที่ 19 แบบฟอร์มตัวเรือวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหลมประทับ

ขั้นตอนการดำเนินการ

(1) การจัดเตรียมตัว

จัดทำตัวใบเสร็จค่าบริการเรือแบบ มีเลขที่รันล่วงหน้า (Pre-numbered) ตัวแต่ละเล่มมีต้นฉบับ (ให้นักท่องเที่ยว) และสำเนา (เก็บไว้ตรวจสอบ)

(2) การเบิกตัว

ทุกเช้าก่อนเริ่มงาน ผู้เก็บเงิน ต้องเซ็นชื่อเบิกตัวจาก ผู้ควบคุมตัว ผู้ควบคุมตัวจัดบันทึกลงในสมุดบันทึกเที่ยวเรือประจำวัน เพื่อควบคุมการเงิน

(3) การออกตัว/ใบเสร็จ

ทุกครั้งที่นักท่องเที่ยวชำระค่าบริการ ผู้เก็บเงินต้องออกตัวทันทีมอบ ต้นฉบับตัวให้นักท่องเที่ยว และเก็บสำเนาไว้ในเล่ม

(4) การควบคุมเลขที่ตัว

ห้ามข้ามเลขที่ หรือออกย้อนหลังหากตัวชำรุด/เขียนผิด ต้องขีดฆ่าและแนบเก็บไว้ทั้งฉบับห้ามทิ้ง เลขที่ตัวต้องต่อเนื่อง สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ เมื่อสิ้นวัน ผู้เก็บเงินต้องนำเงินสดพร้อมเล่มตัว ส่งให้เหรียญกษาปณ์/ผู้ตรวจสอบการเงิน ทำการตรวจสอบว่า จำนวนเงินสดที่ส่ง = ยอดรวมตามตัวที่ออกทั้งหมด และเลขที่ตัวต่อเนื่องถูกต้อง ตัวที่ไม่ได้ใช้งานต้องถูกนับและคืนให้ผู้ควบคุมตัว

เล่มที่.....

เลขที่.....

ใบเสร็จรับเงิน

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหลมประทับ
ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช 80210

โทร..xxx-xxxxxx

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บริษัท/ร้าน.....

ที่อยู่.....เงื่อนไขการชำระเงิน.....

ลำดับที่	รายการ	จำนวน	หน่วยละ (บาท)	จำนวนเงิน (บาท)	
รวมเป็นเงิน ()					

ชำระเงินเป็น ☐ เงินสด ☐ เช็ค ธนาคาร.....สาขา.....

เลขที่.....ลงวันที่.....

ผู้รับเงิน

...../...../.....

ภาพที่ 20 แบบฟอร์มใบเสร็จรับเงินวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหลมประทับ

ขั้นตอนการดำเนินการ

การขายจัดส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อจากลูกค้า โดยแบ่งเป็น 2 กรณี

(1) การขายสินค้าเป็นเงินสด ออกใบเสร็จรับเงิน จำนวน 2 ฉบับ

ต้นฉบับ

สำหรับลูกค้า

สำเนาฉบับที่ 1

สำหรับเจ้าหน้าที่บัญชี

สำเนาใบเสร็จรับเงิน บันทึกข้อมูล โปรแกรมสำเร็จรูป Excel รายงานการขาย รายงานสินค้าคงเหลือ รายงานสรุปรายรับ และรายงานเงินสด-เงินฝากบัญชีธนาคารคงเหลือ และเก็บสำเนา เรียงตามลำดับวันที่ สำหรับเงินสดให้นำฝากธนาคารในวันถัดไป

(2) การขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ ให้ออกใบส่งของ จำนวน 3 ฉบับ

ต้นฉบับ

สำหรับลูกค้า

สำเนาฉบับที่ 1

สำหรับเจ้าหน้าที่บัญชี

สำเนาฉบับที่ 2

สำหรับฝ่ายการขาย เก็บไว้เป็นหลักฐาน

- เจ้าหน้าที่บัญชี เมื่อผู้รับผิดชอบได้รับสำเนาใบส่งของจากฝ่ายการขาย ณ สิ้นวัน จัดทำบันทึกข้อมูล รายงานการขาย รายงานสินค้าคงเหลือ และทะเบียนคุมลูกหนี้ พร้อมนำใบส่งของจัดเก็บเข้าแฟ้มเรียงตามลำดับวันที่

- ดำเนินการเก็บเงินจากลูกค้าที่ค้างชำระ จัดทำใบเสร็จรับเงิน โดยส่งให้ผู้รับผิดชอบ จำนวน 2 ฉบับ

ต้นฉบับ

สำหรับลูกค้า

สำเนาฉบับที่ 1

สำหรับเจ้าหน้าที่บัญชี

- ผู้รับผิดชอบ นำสำเนาใบเสร็จรับเงินมาบันทึกใบนำส่งเงิน บันทึกข้อมูลในทะเบียนคุมลูกหนี้ รายงานสรุปรายรับ และรายงานเงินสด-เงินฝากบัญชีธนาคารคงเหลือ และเก็บสำเนา เรียงตามลำดับวันที่ สำหรับเงินสดให้นำฝากธนาคารในวันถัดไป

3) รายงานทางการเงิน

รายงานทางการเงินสำหรับวิสาหกิจชุมชน หมายถึง เอกสารหรือแบบฟอร์มที่จัดทำขึ้นเพื่อแสดงผลการดำเนินงานทางการเงินของกิจการในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้กลุ่มสามารถบริหารจัดการเงินทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ โดยเหมาะกับกลุ่มที่มีรายได้ รายจ่าย หรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับสมาชิกและชุมชน ในการวางระเบียบบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ควรจัดทำรายงานทางการเงินแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. รายงานทางการเงิน (Financial Reports) จัดทำเป็นรายปี

รายงานที่จัดทำขึ้นตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป มีลักษณะเป็นทางการ ใช้เพื่อแสดงผลการดำเนินงาน ฐานะการเงิน และของวิสาหกิจชุมชน โดยมักใช้เพื่อแสดงต่อสมาชิก หน่วยงานรัฐ หรือสถาบันการเงิน ได้แก่ รายงานฐานะการเงิน รายงานผลการดำเนินงาน

2. รายงานเพื่อการบริหาร (Management Reports)

รายงานที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนการวางแผน ควบคุม และตัดสินใจของคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ รายงานต้นทุนการผลิต รายงานเปรียบเทียบงบประมาณกับผลจริง รายงานการรายได้ รายงานค่าใช้จ่าย รายงานลูกหนี้-เจ้าหนี้ เป็นต้น



วิสาหกิจชุมชน.....

รายงานฐานะทางการเงิน

ณ วันที่.....

หน่วย : บาท

สินทรัพย์			หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		
สินทรัพย์หมุนเวียน			หนี้สินหมุนเวียน		
เงินสด	xxx	-	เจ้าหนี้	xxx	-
เงินฝากธนาคาร	xxx	-	รายได้รับล่วงหน้า	xxx	-
ลูกหนี้การค้า	xxx	-	ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	xxx	-
รายได้ค้างรับ	xxx	-			
สินค้าคงเหลือ	xxx	-	หนี้สินไม่หมุนเวียน		
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า	xxx	-	เงินกู้ยืมระยะยาว	xxx	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			ส่วนของผู้ถือหุ้น		
เครื่องมือและอุปกรณ์	xxx	-	ทุน	xxx	-
หัก ค่าเสื่อมราคา-สะสม	xxx	-	หัก ถอน/เบิกใช้ส่วนตัว	xxx	-
			กำไรสะสม	xxx	-
รวมสินทรัพย์	xxx	-	รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	xxx	-

ภาพที่ 21 แบบฟอร์มรายงานฐานะทางการเงิน

วิสาหกิจชุมชน.....

รายงานผลการดำเนินงาน

สำหรับระยะเวลา 1 ปี สิ้นสุดวันที่..... หน่วย : บาท

รายได้

รายได้จากการขายสินค้า

xx

รายได้อื่น

xx

รวมรายได้

xxx

ค่าใช้จ่าย

เงินเดือน

xxx

ค่าเช่า

xxx

ค่าน้ำประปา

xxx

ค่าไฟฟ้า

xxx

ค่าเบี้ยประกันภัย

xxx

วัสดุสิ้นเปลืองใช้ไป

xxx

ค่าโทรศัพท์

xxx

ค่าพาหนะ

xxx

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

xxx

รวมค่าใช้จ่าย

xxx

กำไร(ขาดทุน)สุทธิ

xxx

ภาพที่ 22 แบบฟอร์มรายงานผลการดำเนินงาน

1) รายงานทางการเงินจัดทำเป็นรายไตรมาสหรือรายปีของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วเขาพระ

1.1) รายงานฐานะทางการเงิน

- แสดงสินทรัพย์ เช่น เครื่องจักร เครื่องอบแห้ง วัตถุดิบคงเหลือ และเงินสดคงเหลือ
- แสดงหนี้สิน เช่น เงินกู้ยืมจากสมาชิก หรือเจ้าหนี้ค่าวัตถุดิบ
- แสดงส่วนทุน เช่น เงินลงทุนจากสมาชิก และกำไรสะสม

1.2) ประโยชน์รายงานฐานะทางการเงิน

- ช่วยประเมินศักยภาพในการดำเนินงานและขยายธุรกิจ เช่น ความสามารถซื้อเครื่องจักรใหม่หรือขยายการผลิต

- ใช้ประกอบการยื่นขอสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ/เอกชน
- เป็นข้อมูลให้สมาชิกเห็นความโปร่งใสในการบริหารเงิน

1.3) รายงานผลการดำเนินงาน

- แสดงรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป เช่น ปลาหวาน ทุเรียนทอด
- แสดงต้นทุน เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน
- แสดงผลกำไรสุทธิ

1.4) ประโยชน์รายงานผลการดำเนินงาน

- ช่วยวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและวางแผนลดต้นทุนการผลิต
- เป็นเครื่องมือวัดความสำเร็จในการดำเนินงานของปีที่ผ่านมา
- ใช้ในการกำหนดการจัดสรรกำไร เช่น ปันผลสมาชิก ลงทุนใหม่ หรือสะสมเข้ากองกลาง

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ

รายงานฐานะทางการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 25xx

หน่วย : บาท

<u>สินทรัพย์</u>		<u>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</u>	
สินทรัพย์หมุนเวียน		หนี้สินหมุนเวียน	
เงินสด	31,500	เจ้าหนี้	1,800
เงินฝากธนาคาร	14,000	รายได้รับล่วงหน้า	500
ลูกหนี้การค้า	3,000	ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	1,000
สินค้าคงเหลือ(เครื่องปรุง/ผลิตภัณฑ์แปรรูป)	4,600		
รายได้ค้างรับ	500	หนี้สินไม่หมุนเวียน	
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า (ค่าปลา/แก๊ส)	300	เงินกู้ยืมระยะยาว	5,000
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		ส่วนของผู้ถือหุ้น	
เครื่องมือและอุปกรณ์	30,000	ทุน	30,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	(3,000)	กำไรสะสม	42,600
รวมสินทรัพย์	80,900	รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	80,900

ภาพที่ 23 รายงานฐานะทางการเงินวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ
รายงานผลการดำเนินงาน
สำหรับระยะเวลา 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 25xx

หน่วย : บาท

รายได้

รายได้จากการขายสินค้า (ปลาหวาน/ทุเรียนทอด)	180,000
รายได้อื่น (เป็นวิทยากร/ตอบเขียนฝาก)	5,000

รวมรายได้	185,000
-----------	---------

ค่าใช้จ่าย

ปลา/ทุเรียน (วัตถุดิบหลัก)	33,000
น้ำมัน/เครื่องปรุง (วัตถุดิบรอง)	12,000
เงินเดือน (พนักงานผลิตและแพ็คสินค้า)	60,000
ค่าใบอนุญาต/มาตรฐาน	1,200
ค่าน้ำประปา	6,000
ค่าไฟฟ้า	13,200
ค่าเสื่อมราคา	3,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (ประสานงานลูกค้า/ขนส่ง)	6,000
วัสดุสิ้นเปลืองใช้ไป (บรรจุภัณฑ์, फिल्मซีล, กล่อง)	8,000

รวมค่าใช้จ่าย	<u>142,400</u>
---------------	----------------

กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	<u>42,600</u>
-------------------	---------------

ภาพที่ 24 รายงานผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ

รายงานเพื่อการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียว

- 1) รายงานเงินสดรับ-จ่ายประจำวัน จะบันทึกเกี่ยวกับการรายการรายรับ รายจ่ายรายการจ่าย เป็นเงินสดในแต่ละวัน
- 2) รายงานสินค้าคงเหลือและวัตถุดิบ สำหรับคุมสินค้าคงเหลือ ใช้สำหรับบันทึกรายละเอียดการรับวัตถุดิบและอุปกรณ์เมื่อมีการจัดซื้อและการเบิกจ่ายวัตถุดิบและอุปกรณ์เข้าไปในการผลิต พร้อมทั้งยอดคงเหลือของวัตถุดิบและอุปกรณ์ เพื่อใช้ในการประมาณการซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ในครั้งต่อไป
- 3) รายงานลูกหนี้ค้างชำระ ทำให้ทราบสถานะเงินที่จะได้รับลดปัญหาการสูญเสียหนี้ วางแผนกระแสเงินสดได้แม่นยำขึ้น
- 4) รายงานเจ้าหนี้ค้างชำระ ทำให้ทราบสถานะเงินที่จะต้องจ่าย บริหารการเงินให้ตรงเวลา วางแผนกระแสเงินสดได้แม่นยำขึ้น
- 5) รายงานสรุปผลการดำเนินงาน สร้างความมั่นใจให้สมาชิก ทุกคนเห็นผลการดำเนินงานเป็นรูปธรรมทำให้ สมาชิกเข้าใจสถานะการเงินของกลุ่มผู้นำกลุ่มช่วยวางแผนการเงินในอนาคต เช่น การกักเงินกองกลาง การลงทุนเพิ่ม หรือการลดต้นทุนและคณะกรรมการใช้ข้อมูลจริงในการกำหนดทิศทางการอนาคตปรับกลยุทธ์การผลิต การตลาด หรือการบริการ
- 6) รายงานต้นทุนการผลิต/บริการ ทราบต้นทุนที่แท้จริงต่อหน่วย (ผลผลิต) - ใช้กำหนดราคาขาย - วิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-even)
- 7) ทะเบียนสมาชิกกลุ่ม สามารถทราบจำนวนสมาชิก ปรับแผนการทำงาน การจัดสรรรายได้แต่ละรอบสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้สร้างความน่าเชื่อถือ ต่อหน่วยงานภายนอก เช่น อบต., กรมส่งเสริมสหกรณ์, ธนาคาร และสมาชิกเห็นความยุติธรรมในการแบ่งรายได้ ทำให้มีแรงจูงใจ

วิสาหกิจชุมชน..... รายงานเงินสดรับ-จ่ายประจำวัน ประจำเดือน พ.ศ.....					
วันที่	รายการ	เลขที่ใบเสร็จ	รายรับ (บาท)	รายจ่าย (บาท)	หมายเหตุ

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 25 แบบฟอร์มรายงานเงินสดรับ-จ่ายประจำวันวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วเขาพระ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วเขาพระ รายงานเงินสดรับ-จ่ายประจำวัน ประจำเดือน เมษายน พ.ศ. 2568					
วันที่	รายการ	เลขที่ใบเสร็จ	รายรับ (บาท)	รายจ่าย (บาท)	หมายเหตุ
1 เม.ย. 2568	ขายปลาหวาน	001/2568	1,200	-	ขายหน้าร้าน
2 เม.ย. 2568	ซื้อพลาสติก	-	-	500	วัดถุดิบผลิต
3 เม.ย. 2568	ค่าบรรจุภัณฑ์	-	-	150	ถุงสุญญากาศ
4 เม.ย. 2568	ขายส่งร้านค้า	002/2568	3,000	-	ร้านโชคดีมาร์ท

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 26 ตัวอย่างรายงานเงินสดรับ-จ่ายประจำวัน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วเขาพระ

วิสาหกิจชุมชน..... รายงานสินค้าคงเหลือ ประจำเดือน พ.ศ.....					
วันที่	รายการ	รับเข้า (หน่วย)	จ่ายออก (หน่วย)	คงเหลือ (หน่วย)	หมายเหตุ

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 27 แบบฟอร์มรายงานสินค้าคงเหลือวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ



วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ รายงานสินค้าคงเหลือ ประจำเดือน เมษายน พ.ศ. 2568					
วันที่	รายการ	รับเข้า (หน่วย)	จ่ายออก (หน่วย)	คงเหลือ (หน่วย)	หมายเหตุ
1 เม.ย. 2568	ปลาหวาน	50 กก.	-	50 กก.	รับจากสมาชิก
2 เม.ย. 2568	ปลาหวาน	-	40 กก.	10 กก.	ผลิตเป็นปลาหวาน
3 เม.ย. 2568	ปลาหวาน	20 แพ็ค	-	20 แพ็ค	ผลิตแล้วบรรจุ
4 เม.ย. 2568	ปลาหวาน	-	10 แพ็ค	10 แพ็ค	ขาย
5 เม.ย. 2568	ทุเรียนทอด	70 ถุง	-	70 ถุง	รับจากสมาชิก
6 เม.ย. 2568	ทุเรียนทอด	-	30 ถุง	40 ถุง	ขาย
7 เม.ย. 2568	ทุเรียนทอด	20 ถุง	-	20 ถุง	รับจากสมาชิก
8 เม.ย. 2568	ทุเรียนทอด	-	10 ถุง	10 ถุง	ขายส่งร้านค้า

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 28 ตัวอย่างรายงานสินค้าคงเหลือวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ

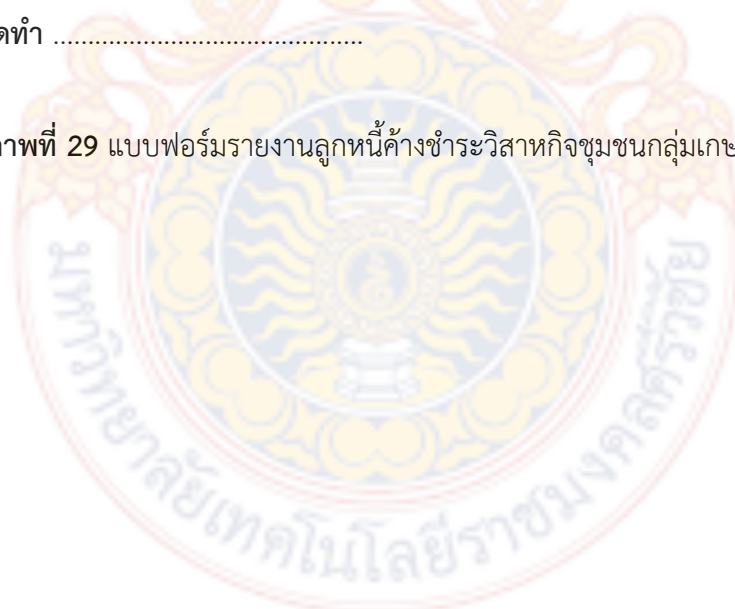


วิสาหกิจชุมชน..... รายงานลูกหนี้ค้างชำระ ประจำเดือน พ.ศ.....								
ลำดับ	ชื่อลูกหนี้ / หน่วยงาน	วันที่ ขาย	เลขที่ บิล/ ใบสั่งซื้อ	จำนวน เงิน (บาท)	ชำระ แล้ว (บาท)	คงค้าง (บาท)	กำหนด ชำระ	หมายเหตุ
รวม								

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 29 แบบฟอร์มรายงานลูกหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ



วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ รายงานลูกหนี้ค้างชำระ ประจำเดือน เมษายน พ.ศ. 2568								
ลำดับ	ชื่อลูกหนี้ / หน่วยงาน	วันที่ขาย	เลขที่ บิล/ ใบสั่งซื้อ	จำนวน เงิน (บาท)	ชำระ แล้ว (บาท)	คงค้าง (บาท)	กำหนด ชำระ	หมายเหตุ
1	โรงเรียนบ้าน เขาพระ	05/04/68	001/68	3,000	1,500	1,500	20/08/68	ติดตาม การ ชำระ
2	ร้านค้าชุมชน ตลาดท้องถิ่น	08/04/68	005/68	5,200	3,000	2,200	25/08/68	
3	นายสมบูรณ์ แช่ลิ้ม (เหมาซื้อ)	12/04/68	009/68	2,500	-	2,500	30/08/68	โทร ติดตาม แล้ว
4	ร้านของฝาก เมืองคอน	15/04/68	011/68	4,000	2,000	2,000	29/08/68	นัดโอน ภายใน กำหนด
รวม				14,700	6,500	8,200		

วันที่

ผู้จัดทำ

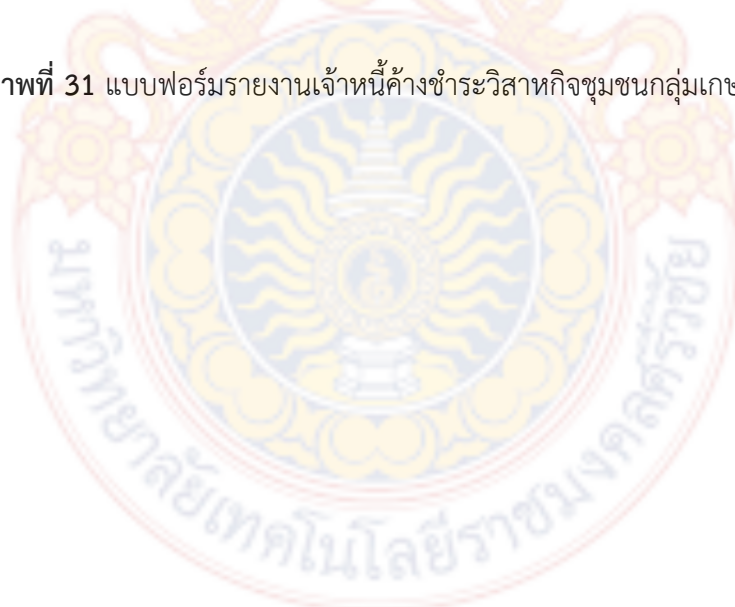
ภาพที่ 30 ตัวอย่างรายงานลูกหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ

วิสาหกิจ..... รายงานเจ้าหนี้ค้างชำระ ประจำเดือน พ.ศ.								
ลำดับ	ชื่อเจ้าหนี้ / ร้านค้า	วันที่ ซื้อ	เลขที่ ใบ ใบสั่ง ซื้อ	จำนวน เงิน (บาท)	ชำระ แล้ว (บาท)	คงค้าง (บาท)	กำหนด ชำระ	หมายเหตุ
รวม								

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 31 แบบฟอร์มรายงานเจ้าหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ



วิสาหกิจชุมชนเข้าถ้ำพระ รายงานเจ้าหนี้ค้างชำระ ประจำเดือน เมษายน พ.ศ. 2568								
ลำดับ	ชื่อเจ้าหนี้ / ร้านค้า	วันที่ซื้อ	เลขที่ใบ ใบส่งซื้อ	จำนวน เงิน (บาท)	ชำระ แล้ว (บาท)	คงค้าง (บาท)	กำหนด ชำระ	หมายเหตุ
1	ร้านปุ๋ย	02/04/68	PO-01/68	4,500	2,000	2,500	20/08/68	รอตรวจ รับ วัตถุดิบ
2	ร้านบรรจุ ภัณฑ์ เมืองคอน	07/04/68	PO-05/68	3,200	1,000	2,200	25/08/68	ค้างชำระ ค่ากล่อง บรรจุ
3	ร้านน้ำมันพืช และวัตถุดิบ	10/04/68	PO-07/68	5,000	3,000	2,000	30/08/68	
รวม				12,700	6,000	6,700		

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 32 ตัวอย่างรายงานเจ้าหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ



วิสาหกิจชุมชน..... รายงานสรุปผลการดำเนินงาน ประจำปี พ.ศ.				
เดือน	รายรับรวม (บาท)	รายจ่ายรวม (บาท)	กำไร/ขาดทุน (บาท)	หมายเหตุ

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 33 แบบฟอร์มรายงานสรุปผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ



วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ รายงานสรุปผลการดำเนินงาน ประจำปี พ.ศ. 2566				
เดือน	รายรับรวม (บาท)	รายจ่ายรวม (บาท)	กำไร/ขาดทุน (บาท)	หมายเหตุ
มกราคม	65,000	38,000	27,000	ขายดีช่วงปีใหม่
กุมภาพันธ์	58,000	35,000	23,000	มีออเดอร์ของฝากเทศกาล มาฆบูชา
มีนาคม	62,000	36,000	26,000	นักท่องเที่ยวซื้อของฝาก
เมษายน	85,000	45,000	40,000	ยอดขายสูงช่วงสงกรานต์
พฤษภาคม	55,000	34,000	21,000	ยอดขายลดลงเล็กน้อย
มิถุนายน	50,000	32,000	18,000	ช่วงฤดูฝน ยอดขายต่ำ
กรกฎาคม	68,000	37,000	31,000	ออกงานแสดงสินค้าท้องถิ่น
สิงหาคม	72,000	39,000	33,000	มีออเดอร์จากร้านค้า OTOP
กันยายน	54,000	33,000	21,000	ผลผลิตกล้วยน้อยลง
ตุลาคม	60,000	35,000	25,000	มีออเดอร์ออนไลน์เพิ่มขึ้น
พฤศจิกายน	70,000	38,000	32,000	นักท่องเที่ยวต่างจังหวัดซื้อ ของฝาก
ธันวาคม	95,000	50,000	45,000	ยอดขายสูงช่วงปีใหม่
รวมทั้งปี	744,000	452,000	292,000	-

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 34 ตัวอย่างรายงานสรุปผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ

วิสาหกิจชุมชน.....

รายงานต้นทุนการผลิต

สำหรับ 1 เดือนหรือ 1 ปี สิ้นสุด วันที่

วัตถุดิบทางตรงใช้ไป

วัตถุดิบทางตรงคงเหลือต้นงวด xxx

ซื้อวัตถุดิบ xxx

บวก ค่าขนส่งเข้า xxx

xxx

หัก ส่งคืน xxx

ส่วนลดรับ xxx xxx

วัตถุดิบที่มีอยู่ทั้งสิ้น xxx

หัก วัตถุดิบทางตรงคงเหลือปลายงวด xxx

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต xxx

ค่าแรงงานทางตรง xxx

ค่าใช้จ่ายในการผลิต

ค่าแรงงานทางอ้อม xxx

วัสดุโรงงานใช้ไป xxx

ค่าเครื่องมือ xxx

ค่าใช้จ่ายการผลิตอื่น xxx

ค่าเสื่อมราคาเครื่องมือ-อุปกรณ์ xxx xxx

รวมต้นทุนผลิตทั้งสิ้น xxx

บวก สิ้นค้าระหว่างผลิตต้นงวด xxx

หัก สิ้นค้าระหว่างผลิตปลายงวด xxx

ต้นทุนสินค้าที่ผลิตเสร็จในงวดนี้ xxx

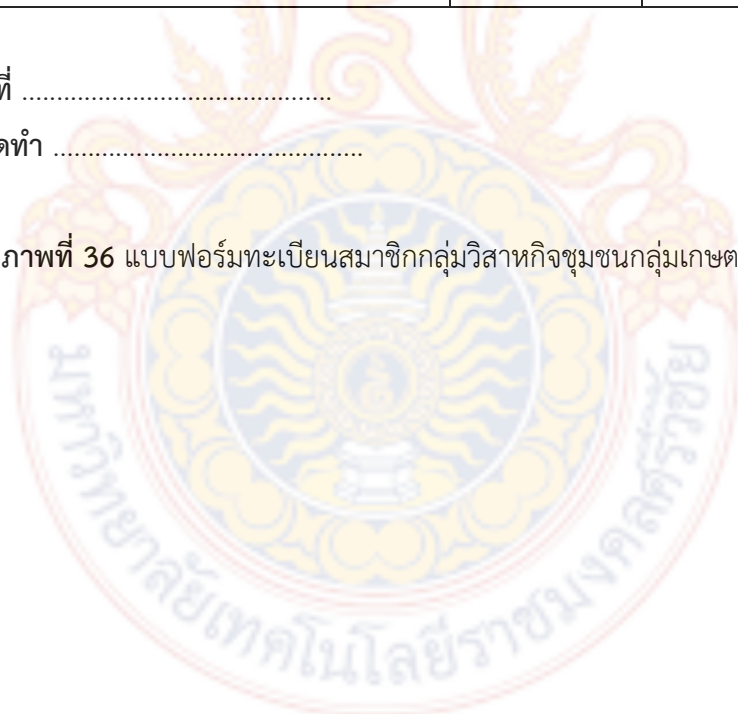
ภาพที่ 35 แบบฟอร์มงบประมาณต้นทุนการผลิต/บริการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ

วิสาหกิจชุมชน..... ทะเบียนสมาชิกกลุ่ม ประจำปี พ.ศ.					
ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	บทบาท/หน้าที่	สัดส่วนการแบ่ง (%)	รายได้ที่จัดสรร (บาท)	หมายเหตุ
รวม (สมาชิก)					
กองกลางกลุ่ม (พัฒนา/สวัสดิการ)					

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 36 แบบฟอร์มทะเบียนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ



วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ ทะเบียนสมาชิกกลุ่ม ประจำปี พ.ศ. 2568					
ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	บทบาท/หน้าที่	สัดส่วนการแบ่ง (%)	รายได้ที่จัดสรร (บาท)	หมายเหตุ
1	นายสมชาย xxx	จัดหาวัตถุดิบ	30%	9,000	ทำงานครบ
2	นางสาวมาลี xxx	ผลิตและบรรจุ	40%	12,000	ทำงานครบ
3	นายวิทยา xxxx	การตลาด-ขาย	20%	6,000	—
รวม (สมาชิก)			90%	27,000	
กองกลางกลุ่ม (พัฒนา/สวัสดิการ)			10%	3,000	ใช้สำหรับกิจกรรมกลุ่ม

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 37 ตัวอย่างรายงานทะเบียนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ



2) รายงานทางการเงินจัดทำเป็นรายไตรมาสหรือรายปีของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

1.1) รายงานฐานะทางการเงิน

- แสดงสินทรัพย์ เช่น เรือท่องเที่ยว อุปกรณ์ความปลอดภัย เงินสดคงเหลือ
- แสดงหนี้สิน เช่น เจ้าหนี้ค่าซ่อมเรือ หรือค่าใช้จ่ายค้างจ่าย
- แสดงส่วนทุน เช่น เงินสมทบจากสมาชิก หรือเงินกองกลางวิสาหกิจ

1.2) ประโยชน์รายงานฐานะทางการเงิน

- ใช้ตรวจสอบความพร้อมด้านการเงินในการดูแลบำรุงรักษาเรือและอุปกรณ์
- ใช้ยืนยันความมั่นคงทางการเงินเมื่อต้องการร่วมมือกับองค์กรรัฐ/เอกชนด้านการ

ท่องเที่ยว

- เป็นหลักฐานความโปร่งใสในการใช้เงินกองกลาง

1.3) รายงานผลการดำเนินงาน

- แสดงรายได้ เช่น ค่าบริการพานักท่องเที่ยวชมปลาโลมา ค่าแพ็คเกจทัวร์ ค่าอาหาร
- แสดงค่าใช้จ่าย เช่น ค่าน้ำมันเรือ ค่าจ้างคนขับเรือ ค่าบำรุงรักษาเรือ และ

ค่าธรรมเนียมที่ส่งให้หน่วยงานรัฐ

- แสดงผลกำไรสุทธิ

1.4) ประโยชน์รายงานผลการดำเนินงาน

- ช่วยวางแผนการกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสม
- ใช้ประเมินประสิทธิภาพการจัดการท่องเที่ยว เช่น ฤดูกาลท่องเที่ยวได้สร้างรายได้

สูงสุด

- สร้างความน่าเชื่อถือกับนักท่องเที่ยวและพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

รายงานฐานะทางการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 25xx

หน่วย : บาท

<u>สินทรัพย์</u>		<u>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</u>	
สินทรัพย์หมุนเวียน		หนี้สินหมุนเวียน	
เงินสด	32,568	เจ้าหนี้ค่าซ่อมเรือ	25,000
เงินฝากธนาคาร	15,000	รายได้รับล่วงหน้า (ค่าจัดจำ)	5,000
ลูกหนี้การค้า (เอเยนซีทัวร์)	27,000	ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย (ค่าน้ำมัน)	5,000
สินค้าคงเหลือ(ของที่ระลึก)	16,000	หนี้สินไม่หมุนเวียน	
ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า	28,000	เงินกู้ยืมระยะยาว	
(ประกันภัยเรือ)			65,000
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		ส่วนของผู้ถือหุ้น	
เครื่องมือและอุปกรณ์	832,480	ทุน	304,000
หัก ค่าเสื่อมราคา-สะสม	(83,248)	กำไรสะสม	463,800
รวมสินทรัพย์	867,800	รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	867,800

ภาพที่ 38 รายงานฐานะทางการเงินวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

รายงานผลการดำเนินงาน

สำหรับระยะเวลา 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 25xx

หน่วย : บาท

รายได้

รายได้จากการขายสินค้า (นำเที่ยวชมปลาโลมา, แพ้กเกจทัวร์	2,730,000
รายได้อื่น (ขายของที่ระลึก, อาหาร, สนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ)	15,000
รวมรายได้	2,745,000

ค่าใช้จ่าย

ค่าซ่อมบำรุงเรือ	264,000
ค่าน้ำมันเรือ	1,372,752
ค่าจ้างแรงงานชั่วคราว (คนขับเรือ, ไกด์)	364,000
ค่าเช่า (พื้นที่ท่าเรือ/อาคารสำนักงาน)	10,000
ค่าน้ำประปา	6,000
ค่าไฟฟ้า	18,000
ค่าเบี้ยประกันภัย (เรือและนักท่องเที่ยว)	24,000
ค่าเสื่อมราคา	83,248
ค่าโทรศัพท์ (จองทัวร์/ติดต่อเอเยนซี)	8,400
วัสดุสิ้นเปลืองใช้ไป (ชูชีพ, ของใช้เรือ, ของที่ระลึก)	74,400
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	56,400
รวมค่าใช้จ่าย	<u>2,281,200</u>
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	<u>463,800</u>

ภาพที่ 39 รายงานรายจ่ายผลการดำเนินงาน
วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

รายงานเพื่อการบริหารวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

1) รายงานเงินสดรับ-จ่ายประจำวัน บันทึกยอดเงินสดที่รับจากนักท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายต่างที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน

2) รายงานวัสดุ-อุปกรณ์คงเหลือประจำเดือน สำหรับคุมสินค้าคงเหลือดำเนินงาน เช่น น้ำมันเรือ, เสื้อชูชีพ, อุปกรณ์เรือ, น้ำดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว หรือของใช้สิ้นเปลืองเมื่อมีการจัดซื้อและการเบิกจ่ายวัตถุดิบและอุปกรณ์เข้าไปในการผลิต พร้อมทั้งยอดคงเหลือของวัตถุดิบและอุปกรณ์ เพื่อใช้ในการประมาณการซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ในครั้งต่อไป

3) รายงานลูกหนี้ค้างชำระ ทำให้ทราบสถานะเงินที่กรณีมีนักท่องเที่ยวกลุ่ม/หน่วยงานที่ติดค้างชำระจะได้รับลดปัญหาการสูญเสียหนี้ วางแผนกระแสเงินสดได้แม่นยำขึ้น

4) รายงานเจ้าหนี้ค้างชำระ ทำให้ทราบสถานะเงินที่จะต้องจ่าย บริหารการเงินให้ตรงเวลา

5) สมุดบันทึกเที่ยวเรือประจำวัน บันทึกจำนวนเที่ยวเรือที่ออก, จำนวนผู้โดยสาร, ยอดเงินที่เก็บได้ช่วยในการควบคุมจำนวนรอบเรือโดยการตรวจสอบว่ามีการนำเงินมาส่งครบตามจำนวนเที่ยว เชื่อมโยงกับใบเสร็จ/บัตรโดยสาร ในการควบคุมเงินสด สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ทุกวันและสามารถนำข้อมูลไปใช้ทำรายงานเงินสดรับ-จ่ายประจำวัน ได้ทันที รายงานต้องมีการยืนยันลายเซ็นของผู้รับ-ผู้ตรวจ

6) รายงานสรุปผลการดำเนินงาน สร้างความมั่นใจให้สมาชิก ทุกคนเห็นผลการดำเนินงานเป็นรูปธรรมทำให้ สมาชิกเข้าใจสถานะการเงินของกลุ่มผู้นำกลุ่มช่วยวางแผนการเงินในอนาคต เช่น การกั้นเงินกองกลาง การลงทุนเพิ่ม หรือการลดต้นทุนและคณะกรรมการใช้ข้อมูลจริงในการกำหนดทิศทางการอนาคตปรับกลยุทธ์การผลิต การตลาด หรือการบริการ

7) ทะเบียนสมาชิกกลุ่ม สามารถทราบจำนวนเรือ ปรับแผนการออกเรือ สำหรับบันทึกการแบ่งปันรายได้ให้สมาชิก สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้สร้างความน่าเชื่อถือ ต่อหน่วยงานภายนอก เช่น อบต., กรมส่งเสริมสหกรณ์, ธนาคาร และสมาชิกเห็นความยุติธรรมในการแบ่งรายได้ ทำให้มีแรงจูงใจ

วิสาหกิจชุมชน..... รายงานเงินสดรับ-จ่ายประจำวัน ประจำวันที่						
ลำดับ	รายการ	เลขที่ตัว/ เอกสาร	รับ (บาท)	จ่าย (บาท)	คงเหลือ (บาท)	หมายเหตุ

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 40 แบบฟอร์มรายงานเงินสดรับ-จ่ายประจำวัน
 วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ



วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ รายงานเงินสดรับ-จ่ายประจำวัน ประจำวันที่						
ลำดับ	รายการ	เลขที่ตัว/เอกสาร	รับ (บาท)	จ่าย (บาท)	คงเหลือ (บาท)	หมายเหตุ
1	เงินสดยกมา	-	-	-	5,000	ยอดคงเหลือจากเมื่อวาน
2	รายได้ค่าบริการเรือ (เที่ยวที่ 1)	ตัว 001-005	2,500	-	7,500	นักท่องเที่ยว 5 คน
3	รายได้ค่าบริการเรือ (เที่ยวที่ 2)	ตัว 006-010	2,500	-	10,000	นักท่องเที่ยว 5 คน
4	จ่ายค่าน้ำมันเรือ	ใบเสร็จน้ำมัน 01	-	1,000	9,000	เติมน้ำมันดีเซล 50 ลิตร
5	จ่ายค่าวัสดุสิ้นเปลือง (น้ำดื่ม/ถุงขยะ)	บิล 02	-	500	8,500	ใช้สำหรับนักท่องเที่ยว
6	รายได้ค่าบริการเรือ (เที่ยวที่ 3)	ตัว 011-020	5,000	-	13,500	นักท่องเที่ยว 10 คน

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 41 ตัวอย่างรายงานเงินสดรับ-จ่ายประจำวัน
 วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

วิสาหกิจชุมชน..... รายงานวัสดุ-อุปกรณ์คงเหลือ ประจำเดือนพ.ศ.							
ลำดับ	รายการวัสดุ/ อุปกรณ์	หน่วยนับ	ยอดยกมา	รับเข้า	จ่ายออก	คงเหลือ	หมายเหตุ

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 42 แบบฟอร์มรายงานวัสดุ-อุปกรณ์คงเหลือ
 วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ รายงานวัสดุ-อุปกรณ์คงเหลือ ประจำเดือนพ.ศ.							
ลำดับ	รายการวัสดุ/ อุปกรณ์	หน่วย นับ	ยอดยก มา	รับเข้า	จ่ายออก	คงเหลือ	หมายเหตุ
1	น้ำมันเรือ (ดีเซล)	ลิตร	200	100	150	150	ใช้สำหรับ 5 เที่ยว เรือ
2	เสื้อชูชีพ	ตัว	60	-	-	60	ตรวจสอบความ พร้อมประจำเดือน
3	น้ำดื่มสำหรับ นักท่องเที่ยว	ขวด	100	200	180	120	แจกบริการบนเรือ
4	เชือก/อุปกรณ์เรือ	เส้น	10	2	1	11	สำรวจกรณีฉุกเฉิน
5	วัสดุสิ้นเปลืองอื่น ๆ (ถุงขยะ, ผ้าเช็ด เรือ)	ชุด	15	10	12	13	ใช้ในแต่ละรอบ การเดินเรือ

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 43 ตัวอย่างรายงานวัสดุ-อุปกรณ์คงเหลือ
วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

วิสาหกิจชุมชน..... รายงานลูกหนี้ค้างชำระ ประจำเดือน พ.ศ.....								
ลำดับ	ชื่อลูกหนี้ / หน่วยงาน	วันที่จอง	เลขที่ บิล/ตัว	จำนวนเงิน (บาท)	ชำระแล้ว (บาท)	คงค้าง (บาท)	กำหนด ชำระ	หมายเหตุ
รวม								

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 44 แบบฟอร์มลูกหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ



วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ รายงานลูกหนี้ค้างชำระ ประจำเดือน มกราคม พ.ศ. 2568								
ลำดับ	ชื่อลูกหนี้ / หน่วยงาน	วันที่ จอง	เลขที่ บิล/ตั๋ว	จำนวน เงิน (บาท)	ชำระ แล้ว (บาท)	คงค้าง (บาท)	กำหนด ชำระ	หมายเหตุ
1	บริษัททัวร์ชน อมทราเวล	5 ม.ค. 68	B001	5,000	3,000	2,000	10 ม.ค. 68	รอดตรวจเช็ค เอกสาร
2	คุณสมชาย นักท่องเที่ยว	8 ม.ค. 68	T015	2,500	0	2,500	8 ม.ค. 68	นัดชำระ หน้างาน
รวม				7,500	3,000	4,500		

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 45 ตัวอย่างรายงานลูกหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ



วิสาหกิจชุมชน..... รายงานเจ้าหนี้ค้างชำระ ประจำเดือน พ.ศ.....								
ลำดับ	ชื่อเจ้าหนี้ / ร้านค้า	วันที่ซื้อ	เลขที่ใบ แจ้งหนี้	จำนวน เงิน (บาท)	ชำระ แล้ว (บาท)	คงค้าง (บาท)	กำหนด ชำระ	หมายเหตุ
รวม								

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 46 แบบฟอร์มรายงานเจ้าหนี้ค้างชำระ
 วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ รายงานเจ้าหนี้ค้างชำระ ประจำเดือน มกราคม พ.ศ. 2568								
ลำดับ	ชื่อเจ้าหนี้ / ร้านค้า	วันที่ซื้อ	เลขที่ใบแจ้งหนี้	จำนวนเงิน (บาท)	ชำระแล้ว (บาท)	คงค้าง (บาท)	กำหนดชำระ	หมายเหตุ
1	ปั้มน้ำมันเขาพระ	6 ม.ค. 68	IN001	3,000	1,000	2,000	12 ม.ค. 68	เติมน้ำมันรอบแรก
2	ร้านซ่อมเรือแหลมประทับ	7 ม.ค. 68	IN002	5,500	0	5,500	15 ม.ค. 68	รอเบิกกองกลาง
รวม				8,500	1,000	7,500		

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 47 ตัวอย่างรายงานเจ้าหนี้ค้างชำระวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ



วิสาหกิจชุมชน..... สมุดบันทึกเที่ยวเรือประจำวัน วันที่ :/...../.....									
ลำดับ	เวลา ออก	คนขับ เรือ	หมายเลข เรือ	จำนวน นักท่องเที่ยว (คน)	ค่าโดยสาร ต่อเที่ยว (บาท)	รวม (บาท)	หักเข้า กองกลาง (เช่น 20%)	คงเหลือ (บาท)	หมายเหตุ
รวม									

รวมทั้งวัน

- จำนวนเที่ยวเรือ เที่ยว
- จำนวนนักท่องเที่ยวรวม คน
- เงินสัปดาห์รวมทั้งวัน บาท
- เงินเข้ากองกลาง บาท
- เงินจ่ายให้เจ้าของเรือ บาท

ผู้บันทึก

ตรวจสอบโดย (เหรียญ/ผู้ควบคุมการเงิน)

ภาพที่ 48 แบบฟอร์มสมุดบันทึกเที่ยวเรือประจำวัน
 วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ สมุดบันทึกเที่ยวเรือประจำวัน วันที่ : 1 /พ.ค. /2568									
ลำดับ	เวลา ออก	คนขับ เรือ (คน)	หมายเลข เรือ (ลำ)	จำนวน นักท่องเที่ยว (คน)	ค่าโดยสาร ต่อเที่ยว (บาท)	รวม (บาท)	หักเข้า กองกลาง (เช่น 20%)	คงเหลือ (บาท)	หมายเหตุ
1	07.30	สมชาย	เรือ 01	6	1,500	1500	300	1,200	
2	07.15	สมศักดิ์	เรือ 02	5	1,000	1,000	200	800	ลูกค้า เก่า
3	6.30	สมปอง	เรือ 03	8	1,500	1500	300	1,200	
รวม		3	3	19	4,000	4,000	800	3,200	

รวมทั้งวัน

- จำนวนเที่ยวเรือ3..... เที่ยว
- จำนวนนักท่องเที่ยวรวม19..... คน
- เงินสัปดาห์รวมทั้งวัน4,000..... บาท
- เงินเข้ากองกลาง800.... บาท
- เงินจ่ายให้เจ้าของเรือ3,200..... บาท

ผู้บันทึก

ตรวจสอบโดย (เหรียญ/ผู้ควบคุมการเงิน)

ภาพที่ 49 ตัวอย่างสมุดบันทึกเที่ยวเรือประจำวัน
 วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

วิสาหกิจชุมชน..... รายงานสรุปผลการดำเนินงาน ประจำปี พ.ศ.				
เดือน	รายรับรวม (บาท)	รายจ่ายรวม (บาท)	กำไร/ขาดทุน (บาท)	หมายเหตุ

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 50 แบบฟอร์มรายงานสรุปผลการดำเนินงาน
 วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ รายงานสรุปผลการดำเนินงาน ประจำปี พ.ศ. 2568				
เดือน	รายรับรวม (บาท)	รายจ่ายรวม (บาท)	กำไร/ขาดทุน (บาท)	หมายเหตุ
มกราคม	85,000	45,000	40,000	นักท่องเที่ยวมากช่วงปีใหม่
กุมภาพันธ์	78,000	42,000	36,000	มีทัวร์จากต่างจังหวัด
มีนาคม	95,000	50,000	45,000	ฤดูกาลท่องเที่ยว
เมษายน	120,000	60,000	60,000	นักท่องเที่ยวเยอะช่วงสงกรานต์
พฤษภาคม	70,000	40,000	30,000	ช่วงโลว์ซีซั่น
มิถุนายน	65,000	38,000	27,000	นักท่องเที่ยวลดลง
กรกฎาคม	88,000	45,000	43,000	เริ่มมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
สิงหาคม	92,000	47,000	45,000	มีกรุ๊ปสัมมนาเข้ามา
กันยายน	68,000	40,000	28,000	ฝนตกต่อเนื่อง
ตุลาคม	80,000	44,000	36,000	ปิดเทอม นักท่องเที่ยวครอบครัว
พฤศจิกายน	100,000	52,000	48,000	ช่วงเริ่มเทศกาลท่องเที่ยว
ธันวาคม	130,000	65,000	65,000	ช่วงไฮซีซั่น นักท่องเที่ยวต่างชาติ
รวมทั้งปี	1,071,000	568,000	503,000	-

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 51 ตัวอย่างรายงานสรุปผลการดำเนินงาน
 วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

วิสาหกิจชุมชน..... ทะเบียนสมาชิกกลุ่ม ประจำปี พ.ศ.					
ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	บทบาท/หน้าที่	สัดส่วนการแบ่ง (%)	รายได้ที่จัดสรร (บาท)	หมายเหตุ
รวม (สมาชิก)					
กองกลางกลุ่ม (พัฒนา/สวัสดิการ)					

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 52 แบบฟอร์มทะเบียนสมาชิกวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ทะเบียนสมาชิกกลุ่ม ประจำปี พ.ศ. 2568					
ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	บทบาท/หน้าที่	สัดส่วน การแบ่ง (%)	รายได้ที่ จัดสรร (บาท)	หมายเหตุ
1	นายสมชาย นาวาทอง	เจ้าของเรือ / คนขับเรือ	20%	48,000	
2	นายประทีป ชูประสิทธิ์	เจ้าของเรือ / คนขับเรือ	20%	46,000	
3	นางสาวอรทัย สุขสมบัติ	ไกด์ท้องถิ่น	15%	34,500	
4	นายมานพ เข้มแข็ง	ผู้ประสานงานท่าเรือ	10%	23,000	
5	นางมาลัย บุญมาก	เหรียญกษาปณ์ / บัญชี	10%	23,000	
6	นายเดชาพล คงมั่น	ประชาสัมพันธ์ / ต้อนรับ	5%	11,500	
7	นายวิทยา สุขใจ	เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย	5%	11,500	
8	นายชัยวัฒน์ อินทร์รักษ์	ดูแลอุปกรณ์เรือ	5%	11,500	
รวม (สมาชิก)			90%	209,000	-
กองกลางกลุ่ม (พัฒนา/สวัสดิการ)			10%	23,000	ใช้เพื่อ ซ่อมบำรุง, กิจกรรม สวัสดิการ

วันที่

ผู้จัดทำ

ภาพที่ 53 ตัวอย่างทะเบียนสมาชิกวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

4) การควบคุมภายใน

การควบคุมภายในเป็นกระบวนการที่องค์กรออกแบบและดำเนินการเพื่อสร้างความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลว่าองค์กรจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้านความน่าเชื่อถือของรายงานทางการเงิน การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ และการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ (COSO, 2013) ซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับระบบบัญชี เนื่องจากระบบบัญชีเป็นกลไกหลักในการรวบรวม จัดทำ และนำเสนอข้อมูลทางการเงินที่สะท้อนผลการดำเนินงานของกิจการ หากการควบคุมภายในมีความเข้มแข็ง ระบบบัญชีย่อมมีความถูกต้อง โปร่งใส และตรวจสอบได้ ส่งผลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Arens, Elder, & Beasley, 2017) สำหรับวิสาหกิจชุมชน การมีระบบควบคุมภายในที่ดีและระบบบัญชีที่มีมาตรฐานไม่เพียงช่วยลดความเสี่ยงจากการทุจริตและข้อผิดพลาด แต่ยังเป็นพื้นฐานสำคัญต่อการสร้างความยั่งยืน เนื่องจากช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่สมาชิก ชุมชน และผู้สนับสนุน ตลอดจนส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพในการแข่งขันและพัฒนาต่อไปในระยะยาว (สุจิตรา ศรีวิไล, 2562)

ประโยชน์ของการควบคุมภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

1. การบันทึกบัญชีที่ไม่มีการควบคุมเสี่ยงต่อ การบันทึกผิดพลาด (เช่น ยอดไม่ตรง รายการตกหล่น)
2. ลดโอกาส ทุจริต/ยักยอก เช่น การนำเงินสดไปรวมกับเงินส่วนตัว หรือไม่ส่งเงินเข้ากลุ่มครบถ้วน
3. ระบบควบคุมช่วยสร้างหลักฐานตรวจสอบได้ เช่น ใบเสร็จ ใบสำคัญจ่าย ใบสำคัญรับ
4. ข้อมูลบัญชีต้อง ถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา เพื่อให้สมาชิกและผู้บริหารใช้ประกอบการตัดสินใจ
5. ทำให้รายงานทางการเงิน เชื่อถือได้ ใช้ยื่นต่อหน่วยงานภาครัฐ หรือขอสินเชื่อจากธนาคาร
6. สร้างความมั่นใจแก่สมาชิกว่าการแบ่งรายได้และค่าใช้จ่ายเป็นธรรม
7. สมาชิกทุกคนสามารถตรวจสอบได้ว่ารายได้และค่าใช้จ่ายบันทึกไว้ครบถ้วน
8. สร้าง ความเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดี ต่อชุมชนและหน่วยงานที่สนับสนุน
9. ลดข้อโต้แย้งและความขัดแย้งภายในกลุ่ม

ตารางที่ 3 ตารางความเสี่ยง-ผลกระทบ-การควบคุมภายใน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูป
ถ้ำเขาพระ

ความเสี่ยง	ความเสี่ยง	ผลกระทบ	แนวทางการควบคุมภายใน
รายได้	- การบันทึกการขายไม่ครบถ้วน - การบันทึกผิดพลาด	- รายได้จริงไม่สะท้อนในบัญชี - ขาดความโปร่งใส	- ใช้ใบเสร็จรับเงินทุกครั้ง - บันทึกสมุดรายรับประจำวันทุกวัน - การตรวจสอบยอดเงินสดกับยอดขาย
ต้นทุน/ค่าใช้จ่าย	- บันทึกต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายไม่ครบถ้วนหรือผิดพลาดไม่ถูกต้อง	- ไม่ทราบต้นทุนจริงขายต่ำกว่าต้นทุนโดยไม่รู้ตัว	- จัดทำใบสำคัญจ่าย - บันทึกต้นทุนแยกประเภท
สินค้าคงเหลือ	- การนับสินค้าคงเหลือไม่ถูกต้องหรือสูญหาย	- เกิดผลการขาดทุนได้ - ข้อมูลคงเหลือไม่ตรง	- ตรวจสอบนับสินค้าทุกสิ้นเดือน - แยกหน้าที่ผู้เก็บและผู้บันทึก
เงินสด	- การเก็บเงินสดไว้กับบุคคลใดบุคคลหนึ่งนานเกินไป - เสี่ยงต่อการใช้ผิดวัตถุประสงค์หรือสูญหาย - การบันทึกผิดพลาด - การบริหารจัดการด้านเงินสดไม่เหมาะสม	- ขาดสภาพคล่อง ไม่สามารถชำระหนี้หรือค่าใช้จ่ายทันเวลา - ข้อมูลบัญชีไม่ถูกต้อง ไม่สามารถสะท้อนฐานะการเงินที่แท้จริง - การวิเคราะห์ต้นทุน-กำไรคลาดเคลื่อน ทำให้การวางแผนผิดพลาด - สมาชิกในกลุ่มเกิดความไม่ไว้วางใจและขาดความสามัคคี	- กำหนดให้ฝากเข้าบัญชีธนาคารทุกวัน/ทุกสัปดาห์ - มีการอนุมัติการเบิกจ่ายทุกครั้ง - การแยกหน้าที่ผู้รับ-ผู้บันทึก
การจัดทำบัญชี	- ขาดความรู้ด้านการบันทึกบัญชี	- ข้อมูลทางการเงินไม่ถูกต้อง ไม่สามารถทำรายงาน	- จัดอบรม - ใช้แบบฟอร์มมาตรฐาน (Excel/โปรแกรมบัญชี) - ให้ตรวจสอบโดยกรรมการกลุ่ม

ตารางที่ 4 ตารางความเสี่ยง-ผลกระทบ-การควบคุมภายใน วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
บ้านแหลมประทับ

ความเสี่ยง	ความเสี่ยง	ผลกระทบ	แนวทางการควบคุมภายใน
รายได้ จากการบริการ	- บันทึกยอดจองเรือ หรือตั๋วโดยสารไม่ ครบถ้วนหรือผิดพลาด	- สูญเสียรายได้ - ขาดความโปร่งใส	- จัดทำระบบจอง (สมุดจองออนไลน์) - ออกใบเสร็จทุกครั้ง - ตรวจสอบยอดเงินกับจำนวนผู้โดยสาร - ใช้ตัวแบบพิมพ์ล่วงหน้า/มีหมายเลข (Pre-numbered) - ห้ามข้ามหรือแก้ไขเลขที่
ค่าใช้จ่ายใน การออกเรือ	- บันทึกค่าเชื้อเพลิง และค่าซ่อมบำรุงไม่ครบ	- ไม่ทราบต้นทุนที่ เกิดขึ้นจริง	- ใช้ใบเบิกน้ำมัน/ใบสำคัญจ่ายทุกครั้ง
เงินสด	- การเก็บเงินสดโดย บันทึกไม่ครบถ้วน - บันทึกผิดพลาด	- ขาดสภาพคล่อง ไม่ สามารถชำระหนี้หรือ ค่าใช้จ่ายทันเวลา - ข้อมูลบัญชีไม่ถูกต้อง ไม่สามารถสะท้อนฐานะ การเงินที่แท้จริง - การวิเคราะห์ต้นทุน- กำไรคลาดเคลื่อน ทำให้ การวางแผนผิดพลาด - สมาชิกในกลุ่มเกิด ความไม่ไว้วางใจและ ขาดความสามัคคี	- กำหนดให้ทุกการรับเงินต้องออก ตั๋ว/ใบเสร็จ ที่มีหมายเลขขึ้น (Pre-numbered) - ให้ผู้รับเงินจัดทำ รายงานยอดขาย ประจำวัน - ผู้จัดการ/เหรัญญิกตรวจสอบและลง นามรับรอง - นำฝากเงินสดเข้าธนาคาร ทันทีหรือไม่ เกิน 1 วันทำการ - มีเอกสารการฝากเงินแนบประกอบ - กำหนดให้มี คนตรวจสอบต่างหาก จากผู้รับเงิน - ประชุมสรุปยอดรายได้ต่อหน้าสมาชิก
การจัดทำบัญชี	ขาดความรู้ด้านการ บันทึกบัญชี	ข้อมูลทางการเงินไม่ ถูกต้อง ไม่สามารถทำ รายงาน	- จัดอบรม - ใช้แบบฟอร์มมาตรฐาน (Excel/โปรแกรมบัญชี) - ให้ตรวจสอบโดยกรรมการกลุ่ม

5) ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการการประเมินผลระดับความพึงพอใจในการออกแบบระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ และวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช และดำเนินการจัดอบรมเชิงปฏิบัติ ในการถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงปฏิบัติให้กับสมาชิก

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระต่อการวางระบบบัญชี

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	-	-
หญิง	5	100
รวม	5	100

จากตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 ปี	-	-
30 - 35 ปี	1	20
36- 40 ปี	1	20
41 - 45 ปี	1	20
46 - 50 ปี	-	-
50 ปีขึ้นไป	2	40
รวม	5	100

จากตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา คือ 30 - 35 ปี 36- 40 ปี และ 41 - 45 ปี อย่างละจำนวน 1 คน คิดเป็น ร้อยละ 20

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วเขาพระ

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้ศึกษาในระบบ	-	-
ประถมศึกษา	2	40
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	-	-
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	-	-
ปริญญาตรี	3	60
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-
รวม	5	100

จากตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 60 รองลงมา คือ ประถมศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วเขาพระ

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วเขาพระ

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ความเหมาะสม รูปแบบบัญชีมีความเหมาะสมกับลักษณะและขนาดของวิสาหกิจชุมชน	4.80	0.45	มากที่สุด
2. ความเข้าใจง่าย รูปแบบบัญชีมีความเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน เหมาะสมกับ	4.20	0.75	มาก

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ระดับความรู้ ด้านบัญชีของสมาชิก			
3. ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน รูปแบบบัญชีสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง	4.60	0.49	มากที่สุด
4. ความสามารถในการให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ - ทราบผลการดำเนินงานของวิสาหกิจมีกำไรหรือขาดทุน - ทราบฐานะการเงินของวิสาหกิจชุมชนทั้งสินทรัพย์ หนี้สิน และทุน - ทราบต้นทุนการผลิตที่แท้จริง	4.80	0.45	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	4.60	0.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ พบว่า ค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.60 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้

ลำดับที่ 1 ความเหมาะสมและความสามารถในการให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ลำดับที่ 2 ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ลำดับที่ 3 ความเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ระดับความคิดเห็นมาก

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลม
ประทับต่อการวางระบบบัญชี

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	6	54.55
หญิง	5	45.45
รวม	11	100

จากตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบ
แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.55 เพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 5 คน
คิดเป็นร้อยละ 45.45

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 ปี	1	9.09
30 - 35 ปี	1	9.09
36- 40 ปี	1	9.09
41 - 45 ปี	1	9.09
46 - 50 ปี	1	9.09
50 ปีขึ้นไป	6	54.55
รวม	11	100

จากตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมา คือน้อย
กว่า 30 ปี, 30 - 35 ปี 36- 40 ปี 41 - 45 ปี และ 46 - 50 ปี อย่างละจำนวน 1 คน คิดเป็น ร้อยละ
9.09

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาวิสาหกิจชุมชนการ
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้ศึกษาในระบบ	3	27.27
ประถมศึกษา	2	18.18
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	18.18
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	1	9.09
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	2	18.18
ปริญญาตรี	1	9.09
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-
รวม	11	100

จากตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา โดยไม่ได้ศึกษาในระบบ จำนวน 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 27.27 รองลงมา ได้แก่ ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า น้อยที่สุด ได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และระดับปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลม ประทับ

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชน
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คิดเห็น
1. ความเหมาะสม รูปแบบบัญชีมีความเหมาะสมกับลักษณะและ ขนาดของวิสาหกิจชุมชน	4.18	0.75	มาก
2. ความเข้าใจง่าย รูปแบบบัญชีมีความเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน เหมาะสมกับ ระดับความรู้ ด้านบัญชีของสมาชิก	3.73	1.01	มาก

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
3. ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน รูปแบบบัญชีสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง	4.18	0.60	มาก
4. ความสามารถในการให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ - ทราบผลการดำเนินงานของวิสาหกิจมีกำไรหรือขาดทุน - ทราบฐานะการเงินของวิสาหกิจชุมชนทั้งสินทรัพย์หนี้สิน และทุน - ทราบต้นทุนการผลิตที่แท้จริง	4.27	0.65	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.09	0.75	มาก

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ พบว่า ค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.09 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้

ลำดับที่ 1 ความสามารถในการให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ระดับความคิดเห็นมาก

ลำดับที่ 2 ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ระดับความคิดเห็นมาก

ลำดับที่ 3 ความเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ระดับความคิดเห็นมาก

6) การวิเคราะห์กระทบทางเศรษฐกิจ ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลต่าง ๆ ของโครงการวิจัยที่ผลต่อการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจก่อนและหลังดำเนินโครงการวิจัย ได้ผลวิจัยดังนี้

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ

1. การวิเคราะห์ต้นทุนประเภทต้นทุนสามารถนำไปใช้ประกอบการวางแผนด้านการกำหนดราคาขาย การควบคุมต้นทุน และการคำนวณจุดคุ้มทุน ได้อย่างเหมาะสม
ตารางที่ 13 ตารางสรุปประเภทต้นทุนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ

ประเภทต้นทุน	รายการ	ตัวอย่างค่าใช้จ่าย
ต้นทุนคงที่	เงินเดือนประจำ (ถ้ามี)	
	ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร/อุปกรณ์	เครื่องซีล, อุปกรณ์การแปรรูป
	ค่าใบอนุญาต/มาตรฐาน	อย., มอก., OTOP
ต้นทุนผันแปร	วัตถุดิบหลัก	ปลา, ทุเรียน
	วัตถุดิบรอง	น้ำตาล, น้ำปลา, น้ำมัน
	บรรจุภัณฑ์	ถุงพอยล์, กล่อง, สติกเกอร์
	พลังงาน	ค่าไฟฟ้า, แก๊ส
	ค่าแรงงานรายครั้ง	คนช่วยทอด/แพ็กสินค้า
	ค่าขนส่ง	ขนส่งวัตถุดิบและการส่งขาย

จากตารางที่ 13 ตารางสรุปประเภทต้นทุนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ สามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1. ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs) หมายถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเป็นประจำและไม่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิต ได้แก่
 - ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องซีล เครื่องอบลมร้อน และอุปกรณ์แปรรูปอื่น ๆ ซึ่งมีอายุการใช้งานยาวนานและต้องบันทึกค่าเสื่อมราคาในแต่ละงวด
 - ค่าใบอนุญาตและมาตรฐาน เช่น การต่ออายุใบรับรอง อย., มอก., และ OTOP ซึ่งเป็นต้นทุนคงที่ที่เกี่ยวข้องกับการรับรองคุณภาพสินค้า
 - ในบางกรณีอาจมี เงินเดือนประจำของผู้จัดการหรือผู้ควบคุมการผลิต หากกลุ่มมีการจ้างงานต่อเนื่อง
2. ต้นทุนผันแปร (Variable Costs) เป็นค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงตามระดับการผลิตและยอดขายของกลุ่ม โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลผลิต ได้แก่

- วัตถุดิบหลัก ได้แก่ ปลาและทุเรียน ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตปลาหวาน ปลาเส้น และทุเรียนทอด

- วัตถุดิบรอง เช่น น้ำตาล น้ำปลา และน้ำมัน ที่ใช้ประกอบในกระบวนการผลิต

- บรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ถุงพอยล์ กล่อง และสติ๊กเกอร์ ซึ่งมีผลต่อภาพลักษณ์สินค้าและต้นทุนต่อหน่วย

- พลังงาน เช่น ค่าไฟฟ้าและแก๊ส ที่ใช้ในการอบ ทอด และบรรจุผลิตภัณฑ์

- ค่าแรงงานรายครั้ง สำหรับจ้างแรงงานชั่วคราวในช่วงที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก เช่น การทอด การแพ็กสินค้า หรือการขนส่ง

- ค่าขนส่ง ทั้งในส่วนของการรับวัตถุดิบจากตลาด และการกระจายสินค้าสู่ร้านค้าหรือผู้บริโภค

2. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วขาวพระ

การประเมินผลทางเศรษฐกิจของการดำเนินงานภายหลังการพัฒนาและปรับปรุงระบบบัญชี รวมถึงแนวทางการจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลต้นทุน รายได้ และผลกำไรเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่ม โดยจำแนกเป็นต้นทุนคงที่ และ ต้นทุนผันแปรตามหลักการบัญชีบริหาร (สุชาติ, 2563) เพื่อให้เห็นภาพรวมของการบริหารทรัพยากรในระดับกิจการขนาดชุมชน และใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)

ตารางที่ 14 การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ (ROI) ก่อนการดำเนินโครงการวิจัย ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วขาวพระ (เก็บข้อมูลตั้งแต่ 1-30 กรกฎาคม พ.ศ. 2568)

หลังการดำเนินโครงการวิจัย			
รายการ	มูลค่าเป็นเงินสด (บาท)	มูลค่าไม่เป็นเงินสด (บาท)	ร้อยละ
1. ต้นทุนคงที่			
1.1 ค่าเสื่อมราคาเครื่องมืออุปกรณ์ (3,000/12=250)	—	250	2.11%
1.2 ค่าใบอนุญาต/มาตรฐาน (1,200/12=100)	100		0.84%
1.3 เงินเดือนประจำ (60,000/12=5,000)	5,000	—	42.13%
รวมต้นทุนคงที่	5,100	250	45.08%

หลังการดำเนินโครงการวิจัย			
รายการ	มูลค่าเป็นเงินสด (บาท)	มูลค่าไม่เป็นเงินสด (บาท)	ร้อยละ
2. ต้นทุนผันแปร			
2.1 วัตถุดิบหลัก (33,000/12=3,000)	2,750	–	23.17%
2.2 วัตถุดิบรอง (12,000/12=1,000)	1,000	–	8.43%
2.3 ค่าน้ำประปา (6,000/12=500)	500	-	4.21%
2.4 ค่าไฟฟ้า (13,200/12=1,100)	1,100		9.27%
2.5 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (6,000/12=1,100)	500		4.21%
2.6 วัสดุสิ้นเปลืองใช้ไป (8,000/12=1,100)	667		5.62%
รวมต้นทุนผันแปร	6,517	–	54.92%
รวมต้นทุนทั้งหมด (5,100+6,517+250=11,867)	11,617	250	100.0%
รายได้รวมต่อเดือน (185,000/12=15,417)	15,417	–	–
กำไรสุทธิ	-	3,550 (15,417-11,867)	-
กำไรที่เป็นมูลค่าเงินสด	3,800 (15,417-11,617)		
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment :ROI) (กำไรสุทธิประจำปี ÷ รวมสินทรัพย์) × 100 = [(3,550*12)÷ 80,900) × 100			52.66%

จากตารางที่ 14 การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ (ROI) ก่อนการดำเนินโครงการวิจัยของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ (เก็บข้อมูลตั้งแต่ 1-30 กรกฎาคม พ.ศ. 2568) พบว่า

- วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระต้นทุนรวมเฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 11,867 บาท โครงสร้างต้นทุน ต้นทุนคงที่คิดเป็นร้อยละ 45.08 ของต้นทุนทั้งหมด โดยเงินเดือนประจำ เป็นสัดส่วนสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 42.13 ของต้นทุนทั้งหมด ส่วนค่าเสื่อมราคาคิดเป็นร้อยละ 2.11 ของต้นทุนทั้งหมด สะท้อนการลงทุนเครื่องมือไม่สูงมากต้นทุนผันแปรรวม คิดเป็นร้อยละ 54.92 ของต้นทุน

ทั้งหมด นำโดยวัตถุดิบหลัก คิดเป็นร้อยละ 23.17 ของต้นทุนทั้งหมด และค่าไฟฟ้า คิดเป็นร้อยละ 9.27 ของต้นทุนทั้งหมด ซึ่งสัมพันธ์กับกระบวนการทอด/อบ

- ประสิทธิภาพกำไร รายได้เฉลี่ย จำนวน 15,417 บาทต่อเดือน เทียบกับต้นทุนรวม จำนวน 11,867 บาท กำไรสุทธิ 3,550 บาท/เดือน คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ (Net Margin) เท่ากับ ร้อยละ 23.0 ของรายได้รวม และมีกำไรจากการดำเนินงานในรูปเงินสด จำนวน 3,800 บาท/คิดเป็น ร้อยละ 24.60 ของรายได้รวม

- อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) เมื่อรวมสินทรัพย์ จำนวน 80,900 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เท่ากับร้อยละ 52.66 ต่อปี ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาระบบและการบริหารต้นทุน ช่วยยกระดับผลตอบแทนได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ และสะท้อนถึงการบริหารจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพหลังการปรับปรุงระบบบัญชี

3. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Point: BEP) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Point: BEP) มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินระดับรายได้ขั้นต่ำที่วิสาหกิจชุมชนต้องดำเนินการให้ได้ในแต่ละเดือน เพื่อให้รายได้รวมครอบคลุมต้นทุนทั้งหมด ทั้งต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร โดยไม่เกิดกำไรหรือขาดทุน ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการวางแผนการผลิตและการบริหารต้นทุน (สุชาติ, 2563)

จุดคุ้มทุน คือ ยอดขายขั้นต่ำต้องทำให้ได้ในแต่ละเดือน เพื่อให้รายได้เท่ากับค่าใช้จ่ายทั้งหมด

สูตร คือ จุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่รวม ÷ (1 - (ต้นทุนผันแปรรวม ÷ รายได้รวม))

ข้อมูลประกอบการคำนวณ

ต้นทุนคงที่รวม	6,350
ต้นทุนผันแปรรวม	6,767
รายได้รวมต่อเดือน	15,417
จุดคุ้มทุน = $6,350 \div (1 - (6,767 \div 15,417))$	
= $6,350 \div (1 - 0.42)$	
= $6,350 \div 0.58$	
= 11,236 บาทต่อเดือน	

ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระต้องมีรายได้อย่างน้อย 11,236 บาทต่อเดือน จึงจะครอบคลุมต้นทุนทั้งหมดโดยไม่ขาดทุน

ส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย คือตัวชี้วัดว่ายอดขายสามารถตกลงได้มากแค่ไหนก่อนที่จะมีการจะเริ่ม

สูตร - ส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย (บาท) = รายได้ปัจจุบัน - รายได้ ณ จุดคุ้มทุน

- อัตราส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย = $[(\text{รายได้ปัจจุบัน} - \text{รายได้ ณ จุดคุ้มทุน}) \div \text{รายได้ปัจจุบัน}] \times 100$

การคำนวณ

ส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย (บาท) = $15,417 - 11,236 = 4,181$ บาท

อัตราส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย = $[(15,417 - 11,236) \div 15,417] \times 100$
 $= 27.11\%$

จากผลการคำนวณพบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,417 บาท โดยมีจุดคุ้มทุนที่ 11,236 บาทต่อเดือน มีส่วนเกินที่ปลอดภัย จำนวน 4,181 บาท อัตราส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 27.11 ของรายได้รวมแสดงให้เห็นว่ากิจการ หมายความว่า รายได้ของกลุ่มสามารถลดลงได้มากถึงประมาณหนึ่งในสี่ของยอดขายปัจจุบันโดยที่ยังไม่ขาดทุน แสดงถึงความมั่นคงและเสถียรภาพทางการเงินที่ดีหลังการวิจัย



วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

1. การวิเคราะห์ต้นทุนประเภทต้นทุนสามารถนำไปใช้ประกอบการวางแผนด้านการกำหนดราคาขาย การควบคุมต้นทุน และการคำนวณจุดคุ้มทุน ได้อย่างเหมาะสม

ตารางที่ 15 ตารางสรุปประเภทต้นทุนวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

ประเภทต้นทุน	รายการ	ตัวอย่างค่าใช้จ่าย
ต้นทุนคงที่	เงินเดือนประจำ (ถ้ามี)	เจ้าหน้าที่ธุรการ
	ค่าเสื่อมราคาเรือ/อุปกรณ์	ค่าเสื่อมเรือ, เสื้อชูชีพ, วิทยุสื่อสาร, GPS
	ค่าเบี้ยประกันภัยเรือ/นักท่องเที่ยว	ประกันอุบัติเหตุ, ประกันภัยเรือ
	ค่าเช่าพื้นที่/ค่าธรรมเนียมท่าเรือ	ค่าใช้พื้นที่ขึ้น-ลงเรือ, ท่าเทียบเรือ
ต้นทุนผันแปร	ค่าน้ำมันเรือ	น้ำมันดีเซล/เบนซิน ใช้ต่อเที่ยว
	ค่าจ้างแรงงานชั่วคราว/ลูกเรือ	ค่าตอบแทนกับต้น, ผู้ช่วยเรือ ต่อบรรทุก
	วัสดุสิ้นเปลือง	น้ำดื่ม, ขนม, น้ำแข็ง, ถังขยะ
	ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	ค่าโทรศัพท์รับจอง, ค่าเดินทางรับ-ส่ง

จากตารางที่ 15 ตารางสรุปประเภทต้นทุนวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ สามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1. ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs) เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามจำนวนรอบการให้บริการ ได้แก่
 - ค่าเสื่อมราคาเรือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการนำเที่ยว เช่น เสื้อชูชีพ วิทยุสื่อสาร และเครื่องนำทาง (GPS)
 - ค่าเบี้ยประกันภัยเรือและนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นข้อกำหนดด้านความปลอดภัยจากกรมเจ้าท่า
 - เงินเดือนประจำของเจ้าหน้าที่ธุรการและผู้ประสานงาน
2. ต้นทุนผันแปร (Variable Costs) เป็นค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงตามจำนวนเที่ยวเรือหรือนักท่องเที่ยว ได้แก่
 - ค่าน้ำมันเรือ ซึ่งขึ้นอยู่กับระยะทางและจำนวนรอบที่ให้บริการในแต่ละวัน
 - ค่าจ้างแรงงานชั่วคราว เช่น กับต้นเรือและผู้ช่วยลูกเรือที่ได้รับค่าตอบแทนต่อเที่ยว
 - วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้บริการนักท่องเที่ยว เช่น น้ำดื่ม ขนม น้ำแข็ง และถังขยะ
 - ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เช่น ค่าโทรศัพท์รับจองลูกค้าและค่าเดินทางรับ-ส่งนักท่องเที่ยว

2. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

การประเมินผลทางเศรษฐกิจของการดำเนินงานภายหลังการพัฒนาและปรับปรุงระบบบัญชี รวมถึงแนวทางการจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลต้นทุน รายได้ และผลกำไรเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่ม โดยจำแนกเป็นต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปรตามหลักการบัญชีบริหาร (สุชาติ, 2563) เพื่อให้เห็นภาพรวมของการบริหารทรัพยากรในระดับกิจการขนาดชุมชน และใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)

ตารางที่ 16 การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ (ROI) หลังการดำเนินโครงการวิจัยของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ (เก็บข้อมูลตั้งแต่ 1-30 กรกฎาคม พ.ศ. 2568)

หลังการดำเนินโครงการวิจัย			
รายการ	มูลค่าเป็นเงินสด (บาท)	มูลค่าไม่เป็นเงินสด (บาท)	ร้อยละ
1. ต้นทุนคงที่			
ค่าเสื่อมราคาเรือ/อุปกรณ์ (83,248/12=6,937)	-	6,937	3.85%
ค่าเบี้ยประกันภัยเรือ/นักท่องเที่ยว (24,000/12=2,000)	2,000	-	1.11%
ค่าเช่าพื้นที่ท่าเรือ (10,000/12=833)	833	-	0.46%
รวมต้นทุนคงที่	2,833	6,937	5.42%
2. ต้นทุนผันแปร			
ค่าน้ำมันเรือ (1,372,752/12 = 114,369)	114,369	-	63.44%
ค่าซ่อมบำรุงเรือ (264,000 /12=22,000)	22,000	-	12.21%
ค่าจ้างแรงงานชั่วคราว/ลูกเรือ (264,000/12=20,500)	20,500	-	11.38%
ค่าน้ำประปา (6,000/12=500)	500	-	0.28%
ค่าไฟฟ้า (18,000/12=1,500)	1,500	-	0.83%
ค่าโทรศัพท์ (จองหัวรี/ติดต่อเอเยนซี) (8,400/12=700)	700	-	0.39%

หลังการดำเนินโครงการวิจัย			
รายการ	มูลค่าเป็นเงินสด (บาท)	มูลค่าไม่เป็นเงินสด (บาท)	ร้อยละ
วัสดุสิ้นเปลือง $(74,400/12=6,200)$	6,200	-	3.44%
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด $(56,400/12=4,700)$	4,700	-	2.61%
รวมต้นทุนผันแปร	170,469	-	94.58%
รวมต้นทุนทั้งหมด $(170,469+2,833+6,937)$	180,239		100%
รายได้รวมต่อเดือน $(2,745,000\text{บาท}/12 = 228,750)$	228,750	-	
กำไรสุทธิ	-	48,511 $(228,750-180,239)$	
กำไรที่เป็นมูลค่าเงินสด	58,281 $(228,750-170,469)$		
Return on Investment (ROI) $(\text{กำไรสุทธิประจำปี} \div \text{รวมสินทรัพย์}) \times 100 = 48,511 \times 12 / 867,800 \times 100$			67.08%

จากตารางที่ 16 การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ (ROI) ก่อนการดำเนินโครงการวิจัยของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ (เก็บข้อมูลตั้งแต่ 1-30 กรกฎาคม พ.ศ. 2568) พบว่า

- วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับมี ต้นทุนรวมเฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 180,239 บาท โครงสร้างต้นทุน ต้นทุนคงที่คิดเป็นร้อยละ 5.42 ของต้นทุนทั้งหมด เช่น ค่าเช่าพื้นที่ทำเรือ ค่าเบี้ยประกัน และค่าเสื่อมราคาเรือ ซึ่งถือเป็นต้นทุนที่คงที่ต่อเดือน ไม่ขึ้นอยู่กับจำนวนรอบการให้บริการนักท่องเที่ยว ต้นทุนผันแปรคิดเป็นร้อยละ 94.58 ของต้นทุนทั้งหมด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าน้ำมันเรือ ร้อยละ 63.44 ของต้นทุนทั้งหมด, ค่าซ่อมบำรุงเรือร้อยละ 12.21 ของต้นทุนทั้งหมด และค่าจ้างแรงงานชั่วคราว ร้อยละ 11.38 ของต้นทุนทั้งหมด แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมหลักในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวทางทะเลมีต้นทุนหลักอยู่ที่การเดินเรือและการบำรุงรักษาเรือ

- ประสิทธิภาพกำไร รายได้เฉลี่ยจำนวน 228,750 บาทต่อเดือน เทียบกับต้นทุนรวม จำนวน 180,239 บาท ให้ กำไรสุทธิ 48,511 บาท/เดือน คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ (Net Margin) เท่ากับร้อยละ 23.00 ของรายได้ และมีกำไรจากการดำเนินงานในรูปเงินสด จำนวน 55,448 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 24.23 ของรายได้รวม

- อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) เมื่อรวมสินทรัพย์ จำนวน 867,800 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เท่ากับร้อยละ 67.08 ต่อปี ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ และแสดงว่าการพัฒนาระบบบัญชีและการจัดการทางการเงินหลังการวิจัยส่งผลให้สามารถบริหารต้นทุนได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

3. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Point: BEP) วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-Even Point: BEP) มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินระดับรายได้ขั้นต่ำที่วิสาหกิจชุมชนต้องดำเนินการให้ได้ในแต่ละเดือน เพื่อให้รายได้รวมครอบคลุมต้นทุนทั้งหมด ทั้งต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร โดยไม่เกิดกำไรหรือขาดทุน ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการวางแผนการผลิตและการบริหารต้นทุน (สุชาติ, 2563)

จุดคุ้มทุน คือ ยอดขายขั้นต่ำต้องทำให้ได้ในแต่ละเดือน เพื่อให้รายได้เท่ากับค่าใช้จ่ายทั้งหมด

สูตร คือ จุดคุ้มทุน = ต้นทุนคงที่รวม ÷ (1 - (ต้นทุนผันแปรรวม ÷ รายได้รวม))

ข้อมูลประกอบการคำนวณ

ต้นทุนคงที่รวม 9,770

ต้นทุนผันแปรรวม 170,469

รายได้รวมต่อเดือน 228,750

$$\begin{aligned}\text{จุดคุ้มทุน} &= 9,770 \div (1 - (6,517 \div 15,417)) \\ &= 9,770 \div (1 - 0.45) \\ &= 9,770 \div 0.25 \\ &= 38,388 \text{ บาทต่อเดือน}\end{aligned}$$

ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับต้องมีรายได้ อย่างน้อย 38,388 บาทต่อเดือน เพื่อให้ครอบคลุมต้นทุนทั้งหมดโดยไม่ขาดทุน

ส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย คือ ตัวชี้วัดว่ายอดขายสามารถตกลงได้มากแค่ไหนก่อนที่จะเริ่ม

สูตร - ส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย (บาท) = รายได้ปัจจุบัน - รายได้ ณ จุดคุ้มทุน

- อัตราส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย = [(รายได้ปัจจุบัน - รายได้ ณ จุดคุ้มทุน) ÷ รายได้ปัจจุบัน] x 100

การคำนวณ

ส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย (บาท) = 228,750 - 38,388 = 190,362 บาท

อัตราส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย = [(228,750 - 38,388) ÷ 228,750] x 100
= 83.21%

จากผลการคำนวณพบว่า วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 228,750 บาท โดยมีจุดคุ้มทุนที่ 38,388 บาทต่อเดือน มีส่วนเกินที่ปลอดภัย จำนวน 190,362 บาท อัตราส่วนเกินเพื่อความปลอดภัยสูงถึงร้อยละ 83.21 ซึ่งหมายความว่ายอดขายสามารถลดลงได้ถึงร้อยละ 83.21 ก่อนที่กิจการจะเริ่มขาดทุน แสดงว่าส่งผลให้กลุ่มสามารถบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

4.3 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการตลาดดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัย พบว่า

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างกับตัวแทนคณะกรรมการและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนในตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมุ่งเน้นไปที่การสำรวจแนวทางการความต้องการ และศักยภาพของชุมชนในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ประกอบด้วยวิสาหกิจชุมชนจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ และวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ โดยนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

1. สภาพการดำเนินงานด้านการตลาดในปัจจุบัน
2. รูปแบบเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับแต่ละวิสาหกิจ
3. ผลการประเมินความพึงพอใจความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ

1. สภาพการดำเนินงานด้านการตลาดในปัจจุบัน

1) ประเภทผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ ได้แก่ ปลาหวาน ปลาเส้น ทูเรียนทอด และทูเรียนกวน

2) กลุ่มตลาดเป้าหมายเดิมโดยมุ่งเน้นตลาดภายในพื้นที่และเครือข่ายใกล้ชิดเป็นหลัก คือ คนรู้จัก เพื่อนบ้าน และร้านค้าท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ ต้องการขยายตลาดใหม่ ได้แก่

- ทานวีแกน, แพ้อาหาร, เบาหวาน เนื่องจาก สนใจสินค้าประเภท "ไม่มีน้ำตาล" (Sugar-Free), แคลอรีต่ำ (Low-Cal), ออร์แกนิก (Organic) การเชื่อมั่นในตรารับรองมาตรฐานที่ได้รับและผลิตภัณฑ์ปลาหวาน โดยใช้หญ้าหวาน และการใช้เครื่องอบลมร้อนพลังงานแสงอาทิตย์ในกระบวนการผลิตที่สะอาด ไม่มีแมลงตอมและไม่ได้ฉีดยาฆ่าแมลง

- โรงแรม/ร้านอาหาร/คาเฟ่ ที่ต้องการวัตถุดิบคุณภาพดีจากท้องถิ่น

- ผู้บริโภคในเมือง (กรุงเทพฯ – หัวเมืองใหญ่) เนื่องจากมีกำลังซื้อสูงชอบของที่เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่น การทอดทุเรียนโดยใช้เตาถ่าน เป็นวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม

3) ลักษณะเด่นตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ปลาหวาน โดยใช้หญ้าหวาน และการใช้เครื่องอบลมร้อนพลังงานแสงอาทิตย์ในกระบวนการผลิตส่งผลให้มีกระบวนการผลิตที่ สะอาด ไม่มีแมลงตอมและไม่ได้ฉีดยาฆ่าแมลง ทุเรียนทอด และทุเรียนกวนการใช้ เตาถ่าน ในการกวนและทอดทุเรียน ได้รับมาตรฐาน PGS (ระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม Participatory Guarantee Systems : PGS) ของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นระบบการรับรองเกษตรอินทรีย์ตามมาตรฐาน

4) สภาพปัจจุบันของการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ การจำหน่ายส่วนใหญ่ดำเนินการในลักษณะขายตรงโดยสมาชิกนำสินค้าไปเสนอขายในชุมชนหรืองานแสดงสินค้าท้องถิ่น เช่น งานประเพณี งานของฝากจังหวัด และกิจกรรมที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐ เช่น อบต. หรือสำนักงานเกษตรอำเภอ การขายมักใช้ระบบเงินสด ไม่มีการจองหรือติดตามยอดผ่านระบบออนไลน์ ด้านการสื่อสารการตลาด กลุ่มยังไม่ได้มีการใช้ช่องทางดิจิทัลอย่างเป็นทางการ เช่น เว็บไซต์หรือเพจ Facebook ของตนเอง การประชาสัมพันธ์สินค้ายังอาศัยการบอกต่อ จากลูกค้าเก่าและเครือข่ายคนรู้จัก ซึ่งแม้จะสร้างความเชื่อมั่นในระดับชุมชนได้ดี แต่ยังไม่เพียงพอต่อการขยายฐานลูกค้าในวงกว้าง

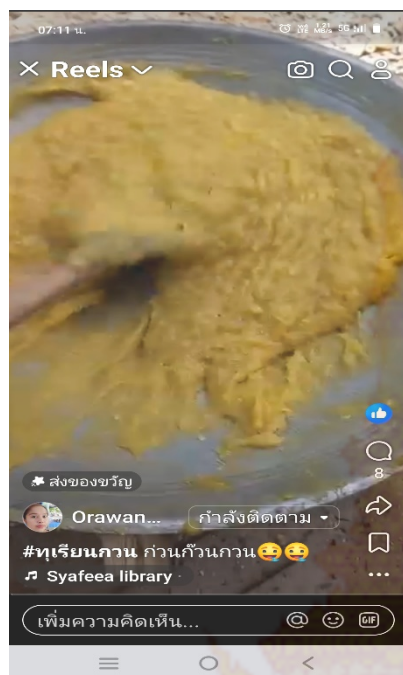
5) ความต้องการการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล จากการสัมภาษณ์ สมาชิกกลุ่มหลายคนมีความสนใจในการนำเทคโนโลยีมาช่วยประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ เช่น การเปิดเพจ Facebook หรือช่องทาง TikTok เพื่อเผยแพร่กระบวนการผลิตและรีวิวสินค้า โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของอำเภอขนอม ซึ่งมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่อาจเป็นกลุ่มลูกค้าใหม่ได้ อย่างไรก็ตามกลุ่มยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ และยังไม่มียุทธศาสตร์ดิจิทัลพร้อมใช้งาน เช่น โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต หรือคอมพิวเตอร์สำหรับจัดทำเนื้อหา นอกจากนี้ ระบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มยังเป็นแบบพื้นฐาน ไม่มีฉลากหรือโลโก้ที่ชัดเจน ทำให้สินค้าขาดเอกลักษณ์ทางการตลาด ผู้บริโภคภายนอกจึงยากที่จะจดจำหรือแยกความแตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกันในพื้นที่อื่น

ตารางที่ 17 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของวิสาหกิจชุมชน
กลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วเขาพระ

หัวข้อ	รายละเอียด
จุดแข็ง (Strengths)	1. มีวัตถุดิบทางการเกษตรในพื้นที่เพียงพอ เช่น ทุเรียน กลั้ว มะพร้าว และปลาทะเลจากชุมชนใกล้เคียง 2. สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีทักษะการแปรรูปพื้นบ้าน เช่น ทุเรียนกวน ทุเรียนทอด ปลาหวาน 3. ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับในพื้นที่ มีลูกค้าซื้อซ้ำจากการบอกต่อ 4. กลุ่มมีความสามัคคีภายในและมีผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง 5. มีโรงงานแปรรูปและอุปกรณ์พื้นฐานจากการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ
จุดอ่อน (Weaknesses)	1. ขาดความรู้ด้านการตลาด การบัญชี และการบริหารจัดการต้นทุน 2. ยังไม่มีระบบบรรจุภัณฑ์และการสร้างตราสินค้า (Branding) ที่ทันสมัย 3. ช่องทางจำหน่ายจำกัด ส่วนใหญ่ขายเฉพาะภายในพื้นที่หรือในงานแสดงสินค้า 4. ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีและการใช้สื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ 5. ขาดการรับรองมาตรฐานสินค้า ซึ่งจำเป็นต่อการขยายตลาด
โอกาส (Opportunities)	1. แนวโน้มผู้บริโภคหันมานิยมสินค้าชุมชนและสินค้าแปรรูปเพื่อสุขภาพมากขึ้น 2. หน่วยงานภาครัฐ มีโครงการอบรมและสนับสนุนงบประมาณสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3. สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวชุมชน (เช่น บ้านแหลมประทับ) เพื่อจำหน่ายของฝากแก่นักท่องเที่ยว 4. ตลาดออนไลน์ (Shopee, Facebook, Line Shopping) เปิดโอกาสให้เข้าถึงลูกค้าทั่วประเทศโดยไม่ต้องมีหน้าร้าน 5. สามารถพัฒนาเป็นสินค้า OTOP หรือต่อยอดสู่สินค้าแปรรูปเพื่อสุขภาพ
อุปสรรค (Threats)	1. การแข่งขันจากสินค้าชุมชนอื่นในพื้นที่และจากต่างจังหวัดที่มีบรรจุภัณฑ์สวยงามและมีตราสินค้าชัดเจน 2. ราคาวัตถุดิบในฤดูกาลผันผวน ทำให้ต้นทุนการผลิตไม่แน่นอน 3. การขาดความรู้ด้านกฎหมายอาหารและการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ 4. สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงส่งผลต่อการตาก/อบสินค้าและคุณภาพ 5. การเข้าถึงแหล่งทุนและสินเชื่อเพื่อพัฒนาเครื่องมือแปรรูปยังจำกัด

ที่มา : ผู้วิจัยจัดทำ (2568) จากข้อมูลภาคสนามและการสัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วเขาพระ

2. รูปแบบเทคโนโลยีที่เหมาะสม



ภาพที่ 54 ภาพแสดงการทำผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ



ภาพที่ 55 ภาพผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ

3. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการการประเมินผลระดับความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเหลือง ดำเนินการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการทดลองการใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเหลืองต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเหลือง

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	-	-
หญิง	5	100
รวม	5	100

จากตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเหลือง

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 ปี	-	-
30 - 35 ปี	1	20
36- 40 ปี	1	20
41 - 45 ปี	1	20
46 - 50 ปี	-	-
50 ปีขึ้นไป	2	40
รวม	5	100

จากตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 50 ปีขึ้นไปจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา คือ 30 - 35 ปี 36- 40 ปี และ 41 - 45 ปี อย่างละจำนวน 1 คน คิดเป็น ร้อยละ 20

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาวิสาหกิจชุมชน
กลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้ศึกษาในระบบ	-	-
ประถมศึกษา	2	40
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	-	-
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	-	-
ปริญญาตรี	3	60
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-
รวม	5	100

จากตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา คือ ประถมศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. ประสิทธิภาพและการใช้งาน ความยากง่ายในการเข้าถึง ความรวดเร็ว และความสะดวกของช่องทางต่าง ๆ	4.40	0.89	มาก
2. การใช้งานระบบ มีความชัดเจนและไม่ซับซ้อน มีความครบถ้วน	3.80	0.75	มาก
3. การออกแบบและความสวยงาม สวยงาม ดึงดูด และเหมาะสมกับสินค้า	4.00	0.89	มาก
4. ประโยชน์ที่ได้รับจากช่องทางการตลาดดิจิทัล - ช่วยประชาสัมพันธ์สินค้า/บริการได้ดีขึ้น	4.40	0.49	มาก

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
- เพิ่มความน่าเชื่อถือของกลุ่มสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น			
คะแนนเฉลี่ย	4.15	0.49	มาก

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ พบว่า ค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.15 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้

ลำดับที่ 1 ประสิทธิภาพและการใช้งาน และประโยชน์ที่ได้รับจากช่องทางการตลาดดิจิทัล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ระดับความคิดเห็นมาก

ลำดับที่ 2 การออกแบบและความสวยงาม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ระดับความคิดเห็นมาก

ลำดับที่ 3 การใช้งานระบบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ระดับความคิดเห็นมาก

วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

1. สภาพการดำเนินงานด้านการตลาดในปัจจุบัน

1) วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับกิจกรรมหลักของวิสาหกิจชุมชนคือการนำเที่ยวชม โลมาสีชมพู การให้บริการโฮมสเตย์

2) กลุ่มตลาดเป้าหมายเดิมมุ่ง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอำเภอขนอม หรือพื้นที่ใกล้เคียง (นครศรีฯ/สุราษฎร์ฯ) และมองหากิจกรรมมาแวะเป็นกิจกรรมหนึ่งในการท่องเที่ยวอำเภอขนอม ต้องการขยายตลาดใหม่ ได้แก่

- กลุ่มนักท่องเที่ยวเข้าใจและชื่นชม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างแท้จริง
- บริษัทที่มองหากิจกรรม CSR (ปลูกป่าชายเลน, เก็บขยะทะเล)
- โรงเรียน, มหาวิทยาลัย ที่ต้องการจัดค่ายการเรียนรู้
- ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่น โรงแรม/รีสอร์ท ใน อำเภอขนอม หรือในตัวเมือง

นครศรีฯ/สุราษฎร์ธานี ที่ไม่มีกิจกรรมเรือเป็นของตัวเอง

3) ราคามาตรฐานการเหมาเรือหางยาว (เหมาลำ) ประมาณ 1,000 - 1,500 บาท (ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการและขนาดเรือ) จำนวนผู้โดยสาร เรือหางยาว 1 ลำ สามารถนั่งได้ประมาณ 6-8 คน (หากมากขึ้นน้อย ก็ยังต้องเหมาในราคานี้) โปรแกรมโดยทั่วไป ได้แก่

- ล่องเรือชมโลมาสีชมพู (โอกาสเจอสูงมากในช่วงเช้า)
- ชมเขาหินพับผ้า (Pancake Rock)

- แวะเกาะน้ย่นอก (สักการะหลวงพ่อทวด และชมบ่อน้ำจืดกลางทะเล)
- ระยะเวลาการนั่งเรือใช้เวลาประมาณ 1.5 - 2 ชั่วโมง

4) สภาพปัจจุบันของการตลาด ส่วนใหญ่ไม่ใช่บริษัทขนาดใหญ่ แต่เป็น กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือชาวประมงพื้นบ้าน ที่รวมกลุ่มกันให้บริการ ลักษณะคล้ายกันเสนอบริการหลักเหมือนกัน คือ การเหมาเรือหางยาว เพื่อไปชมโลมาสีชมพู, เขาหินพับผ้า และเกาะน้ย่นอก ทำเรือในอำเภอขนอมที่ดำเนินได้แก่ ทำเรืออ่าวเตล็ด (สะพานไม้อ่าวเตล็ด) ทำเรือบ้านเขาออก (กลุ่มเขาออกการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์) หาดแขวงเขา และผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่เดียวกันอีกหลายราย เป็นการแข่งขันระหว่างกลุ่มชุมชนเบอร์โทรศัพท์มักจะเป็นเบอร์ส่วนตัวของกัปตันเรือ หรือผู้ประกอบการในชุมชน ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ ราคา ลำสุด จะแปรผันตามฤดูกาล , ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง, และจำนวนคน (แม้ส่วนใหญ่จะเป็นการเหมาลำ) เป็นการตลาด รอให้นักท่องเที่ยวติดต่อเข้ามา มากกว่าการทำการตลาดเชิงรุก การทำการตลาดคาดว่าจะมีการใช้ Facebook Page แต่ขาดความสม่ำเสมอในการอัปเดต หรือใช้เป็นช่องทางสื่อสารหลัก ช่องทางการจองหลัก คือ โทรศัพท์มือถือ หรือ Line ส่วนตัว ของผู้ประกอบการ (เช่น ประธานกลุ่ม) ปัญหาที่เกิดขึ้น คือการขาดระบบจัดการ การจองอาจเกิดการทับซ้อน, การตอบคำถามล่าช้า, ไม่มีการเก็บข้อมูลลูกค้า, และการกำหนดราคาอาจไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ต้องเผชิญกับการแข่งขันโดยตรงจากทำเรือคู่แข่ง (อ่าวเตล็ด, บ้านเขาออก) ที่อาจมองเห็นได้ง่ายกว่าบนโลกออนไลน์

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

หัวข้อ	รายละเอียด
จุดแข็ง (Strengths)	1. มีทรัพยากรธรรมชาติโดยเฉพาะ คือ โลมาสีชมพูซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ 2. ชุมชนมีความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสูง 3. คนขับเรือคือ ชาวประมง หรือ คนในพื้นที่รู้จักธรรมชาติ, กระแสน้ำ, ฤดูกาลมากกว่าคนนอกพื้นที่ บริการโดยชาวบ้านจริง 4. วิถีชีวิตประมงพื้นบ้านและอาหารทะเลเป็นจุดขายเชิงวัฒนธรรม 5. ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและภาคเอกชน (เช่น ททท., อพท., CSR บริษัทผลิตไฟฟ้าขนอม จำกัด)
จุดอ่อน (Weaknesses)	1. ขาดความรู้ด้านบัญชี การเงิน และการบริหารต้นทุนรายได้ของกิจกรรมท่องเที่ยว 2. ขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีและการตลาดดิจิทัล 3. การประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่องและกระจายหลายช่องทาง (ไม่มีแบรนด์รวมของชุมชน)

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของวิสาหกิจ
ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ (ต่อ)

หัวข้อ	รายละเอียด
	4. โครงสร้างพื้นฐานยังไม่พร้อม เช่น ท่าเรือ ห้องน้ำ พื้นที่จอดรถ และจุดต้อนรับนักท่องเที่ยว ถนนทางเข้าบางช่วงยังขรุขระ / ป้ายทางไม่ชัดเจน / ไม่มีระบบจอดรถเพียงพอส่งผลให้การจัตหวัรเป็นหมู่คณะทำได้ยาก 5. ขาดมาตรฐานความปลอดภัยของเรือท่องเที่ยวและบริการโฮมสเตย์บางเรือยังไม่มีมาตรฐานความปลอดภัย เช่น เสื้อชูชีพ, ใบอนุญาตท่องเที่ยว, ประกันภัย 6. การขาดความเป็นมืออาชีพและมาตรฐานบริการซึ่งสร้างความไม่แน่นอนให้กับนักท่องเที่ยว ขาดการอบรมไค้ท้องถิ่นให้มีทักษะด้านการบริการ ภาษา
โอกาส (Opportunities)	1. แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และท่องเที่ยวชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 2. ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและโครงการ CSR ด้านสิ่งแวดล้อม 3. สามารถเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกับบ้านเขาออกและอ่าวเตล็ด 4. มีช่องทางออนไลน์(Facebook, TikTok, Google Maps)ที่ช่วยประชาสัมพันธ์ได้ต้นทุนต่ำ 5. สามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชน (กะปิ ปลาตากแห้ง น้ำพริก) เป็นของฝาก 6. เป็นแหล่งศึกษาดูงานและกิจกรรม CSR ของโรงเรียน มหาวิทยาลัย
อุปสรรค (Threats)	1. การแข่งขันกับชุมชนใกล้เคียงที่มีบริการล่องเรือชมโลมา เช่น บ้านเขาออกและอ่าวเตล็ด ที่เหมือนกันทุกประการ หากคู่แข่งทำการตลาดออนไลน์หรือสร้างการรับรู้ได้ดีกว่า นักท่องเที่ยวอาจจะเลือกไปขึ้นเรือที่ทำอื่น 2. การพึ่งพาธรรมชาติสูงเนื่องจากโลมาปรากฏตัวไม่แน่นอน หรือทำให้นักท่องเที่ยวไม่พบเห็นโลมา ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวมาแล้วไม่พบโลมา อาจเกิดความผิดหวังและรีวิวเชิงลบ 6. ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่ผันผวนส่งผลกระทบต่อต้นทุนการออกเรือ 3. การขาดแผนประชาสัมพันธ์และแบรนด์ภาพลักษณ์รวมของชุมชน 4. ปัญหาสภาพอากาศ (คลื่นแรง ขยะทะเล) ที่ส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรม การเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ, มลพิษทางทะเล, หรือการท่องเที่ยวที่จัดการไม่ดี (รบกวนโลมา) อาจส่งผลกระทบต่อจำนวนโลมา 5. ขาดการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าและฐานข้อมูลตลาดเพื่อวางแผนระยะยาว

ที่มา: ผู้วิจัยจัดทำ (2568) จากข้อมูลภาคสนามและการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนบ้านแหลมประทับ

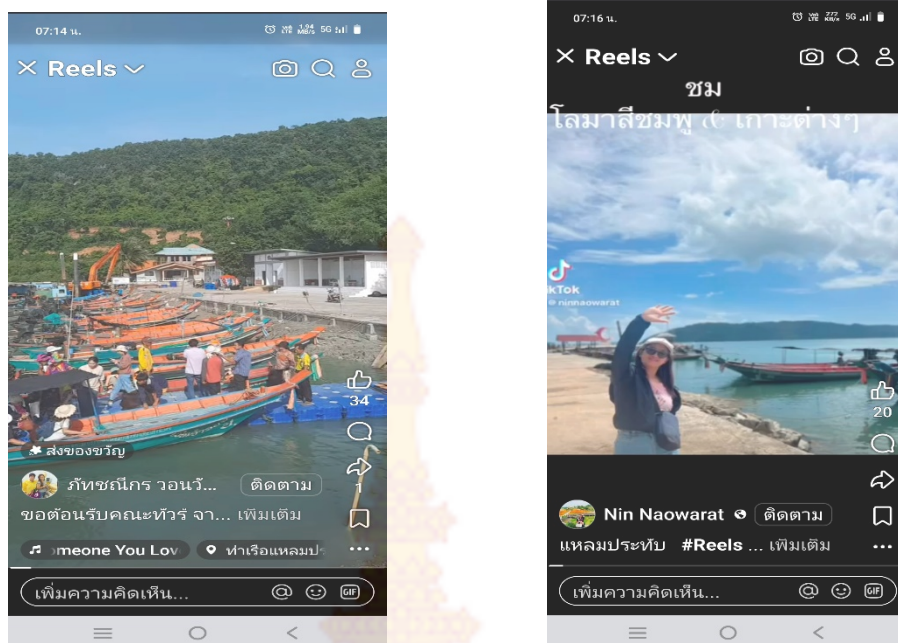
5) ความต้องการการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล จากการสัมภาษณ์

- การสร้างฐานข้อมูลกลางระบบเว็บไซต์กลาง ที่ติดต่อได้จริง และกระตุ้นให้คนไปรีวิว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ
- ต้องการการอบรมทักษะ ผู้ดูแลเพจ (Admin /Line) ในการตอบแชทอย่างมืออาชีพ, การให้ข้อมูลที่ชัดเจน, และการปิดการขาย
- การจัดการการจองเพื่อป้องกันคิวช้าซ้อน
- การจัดการเรื่องเพจหรือข้อมูลชุมชนกระจายหลายเพจ ทำให้เกิดความสับสน เช่น “บ้านแหลมประทับ”, “วังโลมาทัวร์”, “โฮมสเตย์บ้านแหลมประทับ”

2. รูปแบบเทคโนโลยีที่เหมาะสม



ภาพที่ 56 เพจประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ



ภาพที่ 57 การนำเสนอวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

3. ผลการประเมินความพึงพอใจความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	6	54.55
หญิง	5	45.45
รวม	11	100

จากตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.55 เพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 45.45

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 ปี	1	9.09
30 - 35 ปี	1	9.09
36- 40 ปี	1	9.09
41 - 45 ปี	1	9.09
46 - 50 ปี	1	9.09
50 ปีขึ้นไป	6	54.55
รวม	11	100

จากตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมา คือน้อยกว่า 30 ปี, 30 - 35 ปี 36- 40 ปี 41 - 45 ปี และ 46 - 50 ปี อย่างละจำนวน 1 คน คิดเป็น ร้อยละ 9.09

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้ศึกษาในระบบ	3	27.27
ประถมศึกษา	2	18.18
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	18.18
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	1	9.09
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	2	18.18
ปริญญาตรี	1	9.09
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-
รวม	11	100

จากตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา โดยไม่ได้ศึกษาในระบบ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 รองลงมา ได้แก่ ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับอนุปริญญาหรือ

เทียบเท่า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 अनुप्रियुणाहोतियेबतेा नुयतेसुतु दैके रतेब
 मरुयमेसुकुषातोनपलयहोतियेबतेा लेरतेबपरुयुणातरु जनुवन 1 कन कतेबतेरुयले 9.09

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล
 วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คิดเห็น
1. ประสิทธิภาพและการทำงาน ความยากง่ายในการเข้าถึง ความรวดเร็ว และ ความสะดวกของช่องทางต่าง ๆ	3.82	0.75	มาก
2. การใช้งานระบบ มีความชัดเจนและไม่ซับซ้อนมีความครบถ้วน	3.45	0.82	ค่อนข้างมาก
3. การออกแบบและความสวยงาม สวยงาม ดึงดูด และเหมาะสมกับสินค้า	4.18	0.60	มาก
4. ประโยชน์ที่ได้รับจากช่องทางการตลาดดิจิทัล - ช่วยประชาสัมพันธ์สินค้า/บริการได้ดีขึ้น - เพิ่มความน่าเชื่อถือของกลุ่มสามารถเข้าถึงลูกค้า ได้มากขึ้น	4.36	0.50	มาก
คะแนนเฉลี่ย	3.95	0.50	มาก

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้าน
 การตลาดดิจิทัลวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับพบว่า ค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ -
 3.95 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับระดับความคิดเห็นมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้

ลำดับที่ 1 ประโยชน์ที่ได้รับจากช่องทางการตลาดดิจิทัล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ระดับความ
 คิดเห็นมาก

ลำดับที่ 2 การออกแบบและความสวยงาม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ระดับความคิดเห็นมาก

ลำดับที่ 3 ประสิทธิภาพและการทำงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ระดับความคิดเห็นมาก

ลำดับที่ 4 การใช้งานระบบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ระดับความคิดเห็นค่อนข้างมาก

ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม ความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลวิสาหกิจ
ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ด้านการตลาดดิจิทัล ทางกลุ่มวิสาหกิจฯ ทราบถึง
ประโยชน์ ที่ได้รับแต่ขาดคนที่จะดำเนินการเป็นปัจจุบัน เนื่องจากทุกคนขาดประสบการณ์ ความรู้
ความเชี่ยวชาญ ปัญหาสำคัญคือบุคลากร ถ้ามีการจ้างงานบุคลากรด้านนี้ก็ไม่คุ้มค่าตอนการดำเนิน
การของกลุ่มวิสาหกิจฯ



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลและการวางระบบบัญชี เพื่อยกระดับรายได้
วิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลของการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

1) ผลผลิตภัณฑ์แปรรูปของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ รหัสทะเบียน 5-80-15-03/1-0061 ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 18/3 หมู่ 6 ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้รับการจดทะเบียนโดยสำนักงานเกษตรอำเภอนอม เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 กิจกรรมหลักและผลิตภัณฑ์ การแปรรูปสินค้าเกษตรและอาหารทะเลพื้นบ้าน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ ปลาหวาน, ปลาเส้นอบแห้ง, และทุเรียนทอด โดยทางวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ ได้รับมาตรฐาน PGS (ระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม Participatory Guarantee Systems : PGS) ของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นระบบการรับรองเกษตรอินทรีย์ตามมาตรฐาน ดำเนินโครงการด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเล ด้วยเครื่องอบลมร้อนพลังงานแสงอาทิตย์ และหล้าหวานเป็นวัตถุดิบปรุงรสทดแทนน้ำตาล เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

2) สภาพการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินการบันทึกบัญชี ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระอยู่ในระดับเริ่มต้น ใช้วิธีจดบันทึกด้วยมือในสมุดรายรับ-รายจ่าย ซึ่งเป็นเอกสารหลักในการบริหารงานด้านการเงินขาดความต่อเนื่อง และไม่นำระบบเทคโนโลยี มาช่วยในการจัดการบัญชีอย่างเป็นระบบ ปัญหาที่พบได้แก่ เอกสารประกอบทางการเงิน เช่น ใบเสร็จรับเงินหรือใบสำคัญจ่าย มักไม่ครบถ้วนและขาดการจัดเก็บที่เป็นระเบียบบุคลากรดำเนินการโดยคณะกรรมการกลุ่ม ได้แก่ ประธาน, รองประธาน, และเหรัญญิก ซึ่ง ไม่เคยผ่านการอบรม ด้านบัญชีวิสาหกิจชุมชนจากหน่วยงานภายนอกรูปแบบการบันทึกบัญชียังอาศัยประสบการณ์ส่วนตัวและแนวปฏิบัติภายในกลุ่มเป็นหลักบุคลากรด้านบัญชีจำกัด และความรู้ด้านบัญชียังอยู่ในระดับพื้นฐานทำให้ขาดความรู้ความเข้าใจตามมาตรฐาน รายงานผลไม่มีการจัดทำทางการเงินที่เป็นทางการ เช่น งบกำไรขาดทุน หรืองบฐานะการเงินการสรุปยอดรายได้-ค่าใช้จ่ายดำเนินการเฉพาะเมื่อมีการประชุมใหญ่หรือมีกิจกรรมเสริมเท่านั้น ทำให้ข้อมูลทางบัญชีขาดความสม่ำเสมอ

3) ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ ต้องพึ่งพาวัตถุดิบอาหารทะเลจากแหล่งประมงในพื้นที่ ซึ่งมี ปริมาณไม่แน่นอนตามฤดูกาล ส่งผลให้การผลิตไม่สม่ำเสมอ และบางช่วงไม่สามารถผลิตได้ ซึ่งคุณภาพวัตถุดิบไม่คงที่ เนื่องจากขึ้นอยู่กับสภาพอากาศและแหล่งจับ ทำให้ความสม่ำเสมอของรสชาติและคุณภาพสินค้าไม่คงที่ และต้นทุนวัตถุดิบมีความผันผวนสูงตามราคาตลาดปัญหาการผลิตที่ไม่ต่อเนื่องจากปัญหาวัตถุดิบ ทำให้ไม่สามารถจัดส่งสินค้าได้สม่ำเสมอ ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าบางรายขาดความเชื่อมั่นในความพร้อมของสินค้า ด้านการตลาดการกระจายผลิตภัณฑ์ ยังเป็นการขายแบบดั้งเดิม คือ การขายตรงให้กับคนรู้จัก ร้านค้าท้องถิ่น และตลาดนัดภายในพื้นที่ ขาดช่องทางออนไลน์ (E-Commerce) และขาดทักษะด้านการตลาดดิจิทัล ทำให้ไม่สามารถขยายฐานลูกค้าได้ ด้านการบริหารจัดการบัญชี เป็นปัญหาหลักเนื่องจากขาดความรู้บุคลากรด้านบัญชีจำกัด และ ความรู้ด้านบัญชียังอยู่ในระดับพื้นฐานไม่เข้าใจงบกำไรขาดทุนและวิธีคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบการบริหารจัดการต้นทุนยังไม่เป็นระบบ ทำให้ไม่สามารถคำนวณราคาขายที่เหมาะสมและวิเคราะห์กำไรขาดทุนได้อย่างชัดเจนไม่มีเทคโนโลยีช่วยบันทึกข้อมูลทำให้การบันทึกข้อมูลทำด้วยมือและยากต่อการตรวจสอบย้อนหลัง

4) สถานภาพและข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับรหัสทะเบียน 5-80-15-03/1-0024 ตั้งอยู่ที่เลขที่ 52/1 หมู่ที่ 5 ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มได้รับการจดทะเบียนอย่างเป็นทางการจากสำนักงานเกษตรอำเภอนอม โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2551 และได้รับการต่ออายุหนังสือสำคัญล่าสุดเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 กลุ่มดำเนินกิจกรรมในลักษณะ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชุมชน วัตถุประสงค์หลัก เพื่อสร้างรายได้ให้คนในชุมชน ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลโดยเฉพาะฝูงโลมาสีชมพู ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ โดยมีบริการที่โดดเด่นคือ การนำเที่ยวชมโลมาสีชมพู ซึ่งเป็นจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของอำเภอนอม นอกจากนี้ยังมีบริการ โฮมสเตย์ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตชาวประมง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ปลาสด ปลาตากแห้ง กะปิ และของที่ระลึก กลุ่มมีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชน กิจกรรม ชมโลมาสีชมพู ถือเป็นส่วนสำคัญทางการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับจังหวัด อีกทั้งยังเป็นตัวอย่างของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน

5) สภาพการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงิน วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารและเหรัญญิก พบว่า

- การบันทึกรายได้และค่าใช้จ่ายไม่ครบถ้วน การบันทึกรายได้จากกิจกรรมหลัก (เช่น การจำหน่ายบัตรโดยสาร การเช่าเหมาลำ) ยังไม่เป็นระบบและอาจล่าช้าหรือขาดความถูกต้อง โดยเฉพาะ

ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีลูกค้าจำนวนมาก นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (เช่น ค่าซ่อมบำรุงเรือ ค่าน้ำมัน ค่าแรงลูกเรือ) มักไม่ได้บันทึกทันเวลา ทำให้ข้อมูลบัญชีไม่สะท้อนผลการดำเนินงานที่แท้จริงขาดการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบันทึกการรายได้และค่าใช้จ่าย ทำให้ข้อมูลขาดความแม่นยำและไม่เป็นปัจจุบัน ทำให้ไม่สามารถคำนวณต้นทุนที่แท้จริงต่อการให้บริการได้ และส่งผลกระทบต่อ การกำหนดราคาค่าบริการและการวิเคราะห์กำไรขาดทุน และการชำระหนี้ของลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเงินสดหรือโอนผ่านบัญชีส่วนบุคคลของสมาชิก ซึ่งการจัดการเงินสดที่ไม่เป็นระบบนี้เพิ่มความเสี่ยงต่อการสูญหายหรือการรั่วไหลของรายได้ รวมถึงการคืนเงิน (Refund) กรณีลูกค้ายกเลิกการจองยังไม่มีเอกสารหลักฐานหรือแนวทางการอนุมัติที่ชัดเจน

- ปัญหาการคำนวณค่าเสื่อมราคาและค่าซ่อมบำรุงขาดแนวทางที่เป็นระบบในการบันทึกค่าเสื่อมราคา ส่งผลให้ข้อมูลทางบัญชีคลาดเคลื่อน อีกทั้งค่าซ่อมบำรุงเรือก็มักไม่ได้แยกบัญชีชัดเจนระหว่าง ค่าซ่อมแซมทั่วไป และการลงทุนเพิ่มมูลค่า ทำให้งบการเงินขาดความเที่ยงตรง

- การจัดการภาษีและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ขาดความรู้และความเข้าใจด้านการคำนวณภาษี และการจัดทำเอกสารประกอบการยื่นภาษีที่ถูกต้อง ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงทางกฎหมายในอนาคต เนื่องจากกิจกรรมของกลุ่มเกี่ยวข้องกับภาษีหลายประเภท เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมท่าเรือ

- การควบคุมภายในอยู่ในระดับพื้นฐาน เช่น การขายบัตรโดยสารและการเช็คอินผู้โดยสารยังใช้วิธีจดบันทึกด้วยมือ ไม่มีระบบตรวจสอบซ้ำหรือรายงานสรุปรายวัน และการควบคุมสินค้าบนเรือยังไม่เป็นระบบการตรวจนับ ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการรั่วไหลของทรัพย์สินและรายได้

- การรายงานผลจัดทำงบการเงินตามมาตรฐาน เช่น งบแสดงฐานะการเงิน หรือ งบกำไรขาดทุน การรายงานจะทำเพียงสรุปยอดเงินคงเหลือแจ้งในที่ประชุมเท่านั้นบุคลากรในการดำเนินการโดยประธานหรือเหรัญญิก ซึ่งขาดองค์ความรู้และทักษะเฉพาะด้านบัญชีวิสาหกิจชุมชน และไม่เคยผ่านการอบรมอย่างเป็นทางการ

6) ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับจากการวิเคราะห์สภาพการดำเนินงาน พบปัญหาและข้อจำกัดสำคัญ ได้แก่

- ปัญหาการบำรุงรักษาเรือซึ่งค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาเรือให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานสูง โดยเฉพาะค่าซ่อมแซมเรือ การเปลี่ยนอุปกรณ์ ค่าประกันภัย ค่าจดทะเบียน และค่าเชื้อเพลิงที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น และเรือบางลำยังไม่ได้รับการตรวจสอบมาตรฐานจากกรมเจ้าท่าอย่างสม่ำเสมอ มีประเด็นเรื่องการบรรทุกผู้โดยสารเกินจำนวนที่กำหนด หรือมีอุปกรณ์ความปลอดภัยไม่ครบถ้วน เช่น เสื้อชูชีพ รวมถึงยังขาดแผนปฏิบัติการฉุกเฉินที่ชัดเจนกรณีเกิดอุบัติเหตุทางน้ำ ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

- ปัญหาด้านการตลาดยังเป็นรูปแบบดั้งเดิมการตลาดอาศัยการบอกต่อและลูกค้าประจำ บุคลากรขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษ ทำให้รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้จำกัด ยังไม่มีช่องทางประชาสัมพันธ์หรือระบบจองออนไลน์เป็นของตนเอง เช่น เว็บไซต์ที่มีระบบจองอัตโนมัติ ทำให้พลาดโอกาสในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ยินยอมใช้สื่อดิจิทัล อาศัยการบอกต่อ ขาดช่องทางการประชาสัมพันธ์ออนไลน์และระบบจองล่วงหน้า ทำให้เสียโอกาสในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่

- ปัญหาด้านสภาพอากาศและฤดูกาลโดยได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศโดยตรง โดยเฉพาะในช่วงฤดูมรสุมที่ต้องหยุดให้บริการชั่วคราวเพื่อความปลอดภัย การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศยังส่งผลให้บางเส้นทางเดินเรือมีคลื่นลมแรงและไม่สามารถเดินทางได้ตามปกติการดำเนินงานพึ่งพาธรรมชาติสูง รายได้ไม่แน่นอนในช่วงมรสุมที่ไม่สามารถออกเรือได้ รายได้ของกลุ่มขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยวเป็นหลัก และขาดความต่อเนื่องในช่วงนอกฤดูกาลทำให้รายได้ลดลงอย่างมาก

- ปัญหาด้านกฎหมายและข้อกำหนดทางราชการและปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน พื้นที่ดำเนินการอยู่ในเขตอนุรักษ์ ทำให้มีข้อจำกัดด้านกฎหมายและการใช้ทรัพยากร รวมถึงความเสี่ยงต่อผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เช่น ขยะ, มลพิษทางเสียงรบกวนสัตว์น้ำ ซึ่งมีความยุ่งยากในการขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว ใบอนุญาตเดินเรือ และการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ นอกจากนี้ พื้นที่บางส่วนอยู่ในเขตอนุรักษ์ทางทะเล ทำให้ต้องปฏิบัติตามข้อจำกัดด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลต่อการขยายกิจกรรม เนื่องจากกิจกรรมโดยเรือมีความเสี่ยงที่จะสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การรั่วไหลของน้ำมัน นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจไม่ตระหนักถึงการอนุรักษ์ เช่น การทิ้งขยะหรือส่งเสียงดังรบกวนสัตว์ทะเล ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระยะยาว

7) การออกแบบและพัฒนาระบบเอกสารทางการเงินบัญชีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้าเขาพระ โดยออกแบบเอกสารทางการเงินบัญชีที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยเอกสารเหล่านี้เป็นหลักฐานสำคัญในการลงบัญชีหรือประกอบการบันทึกบัญชี ได้แก่ ใบจัดซื้อใช้เป็นหลักฐานในการขออนุมัติการซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์, ประกอบการบันทึกบัญชี, และรายงานสินค้าคงเหลือเพื่อเป็นหลักฐานในการจัดซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์การผลิต เพื่อควบคุมสต็อกสินค้าคงเหลือและวัตถุดิบ ใบสำคัญจ่าย จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นหลักฐานในการจ่ายเงิน โดยต้องแนบใบเสร็จรับเงินจากร้านค้าเพื่อประกอบการบันทึกบัญชี ใบส่งของ/ใบแจ้งหนี้ จัดทำขึ้นสำหรับมอบให้ลูกค้าเพื่อเป็นหลักฐานเพื่อแจ้งจำนวนเงินและวันที่ที่ลูกค้าต้องชำระ, ใช้ควบคุมลูกหนี้และเจ้าหนี้, และช่วยในการบริหารกระแสเงินสดของกิจการ และใบเสร็จรับเงิน จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นหลักฐานการขายสินค้าให้กับลูกค้าและใช้ประกอบในการบันทึกบัญชีในการรับเงิน ส่วนการจัดทำรายงานทางการเงินและการบริหารเพื่อสร้างความโปร่งใสและเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ ได้มีการออกแบบรายงานทางการเงิน

ที่จัดทำเป็นรายไตรมาสหรือรายปี และรายงานเพื่อการบริหารที่สำคัญ แยกเป็นรายงานทางการเงิน ได้แก่ รายงานฐานะทางการเงิน แสดงสินทรัพย์ เช่น เครื่องจักร, วัตถุดิบคงเหลือ, เงินสด, หนี้สิน เช่น เงินกู้ยืม, เจ้าหนี้ค่าวัตถุดิบ และส่วนทุน เช่น เงินลงทุนจากสมาชิก, กำไรสะสม เพื่อช่วยประเมินศักยภาพในการขยายธุรกิจ, ใช้ประกอบการยื่นขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก, และให้ข้อมูลแก่สมาชิกเห็นถึงความโปร่งใสในการบริหารเงิน และรายงานผลการดำเนินงาน แสดงรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป เช่น ปลาหวาน, ทุเรียนทอด, ต้นทุน เช่น ค่าวัตถุดิบ, ค่าแรงงานและผลกำไรสุทธิ เพื่อช่วยวิเคราะห์จุดคุ้มทุน, วางแผนลดต้นทุน, วัดความสำเร็จในการดำเนินงาน, และใช้กำหนดการจัดสรรกำไรและรายงานเพื่อการบริหารช่วยในการบริหารจัดการภายในและสร้างความมั่นใจแก่สมาชิก ได้แก่ รายงานเงินสดรับ-จ่ายประจำวัน รายงานสินค้าคงเหลือและวัตถุดิบเพื่อใช้คุมสินค้าคงเหลือและประมาณการซื้อวัตถุดิบครั้งต่อไป รายงานลูกหนี้และเจ้าหนี้ค้างชำระ เพื่อช่วยในการวางแผนกระแสเงินสดได้แม่นยำขึ้นและลดปัญหาการสูญเสียนี้ รายงานสรุปผลการดำเนินงานเพื่อสร้างความมั่นใจให้สมาชิก และช่วยผู้นำกลุ่ม/คณะกรรมการวางแผนการเงินในอนาคต และรายงานต้นทุนการผลิต/บริการเพื่อทราบต้นทุนที่แท้จริงต่อหน่วยเพื่อใช้กำหนดราคาขายและวิเคราะห์จุดคุ้มทุนทะเบียนสมาชิกกลุ่มเพื่อ ทราบจำนวนสมาชิกและสร้างความน่าเชื่อถือต่อหน่วยงานภายนอก

8) การวิเคราะห์ความเสี่ยงของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้าเขาพระ ได้แก่ ไม่มีการตรวจสอบจากบุคคลภายนอกโดยการตรวจสอบบัญชีและการเงินทำกันเองภายในกลุ่ม โดยประธานหรือเหรัญญิก ขาดเอกสารประกอบการลงบัญชีซึ่งการจ่ายเงินบางรายการไม่มีหลักฐานที่ชัดเจน เช่น ใบสำคัญจ่าย ทำให้ยากต่อการตรวจสอบย้อนหลังและการควบคุมสินค้าคงเหลือไม่ชัดเจน วัตถุดิบและสินค้าคงเหลือไม่ได้ถูกตรวจนับอย่างเป็นระบบ ทำให้ไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริงที่สูญเสียไปผู้วิจัยได้ออกแบบระบบการควบคุมภายในให้สอดคล้องอยู่ในกระบวนการจัดทำบัญชีและเอกสารดังนี้ การควบคุมด้านการจ่ายเงิน โดยใช้เครื่องมือที่ใช้ใบสำคัญจ่าย และใบจัดซื้อ ขั้นตอนการปฏิบัติในการควบคุม คือทุกครั้งที่มีการจ่ายเงิน ต้องมีการจัดทำใบสำคัญจ่ายและต้องแนบ ใบเสร็จรับเงิน จากร้านค้าไว้คู่กันเสมอ เพื่อยืนยันว่าเงินถูกจ่ายออกไปจริง นอกจากนี้การซื้อของชิ้นใหญ่หรือวัตถุดิบจำนวนมาก ต้องมี "ใบจัดซื้อ" เพื่อขออนุมัติก่อน ป้องกันการซื้อของเกินความจำเป็นการควบคุมด้านรายรับและลูกหนี้ โดยใช้เครื่องมือได้แก่ ใบส่งของ/ใบแจ้งหนี้ ขั้นตอนการปฏิบัติในการควบคุม คือเมื่อมีการขายสินค้า โดยเฉพาะการขายเชื่อหรือฝากขายต้องออกใบส่งของ/ใบแจ้งหนี้ให้ลูกค้า และเอกสารนี้ใช้เป็นหลักฐานยืนยันยอดเงินที่ลูกค้าต้องชำระ ป้องกันเงินสูญหายจากการเก็บเงินไม่ครบช่วยให้ติดตามหนี้ได้ง่ายขึ้น และการควบคุมด้านสินค้าคงเหลือและต้นทุน โดยใช้เครื่องมือ ได้แก่

รายงานสินค้าคงเหลือ เชื่อมโยงจากใบจัดซื้อและใบส่งของทำให้ทราบยอดคงเหลือของวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปช่วยให้คำนวณ จุดคุ้มทุนได้อย่างถูกต้องป้องกันของหาย และช่วยวางแผนการผลิตไม่ให้ของขาดหรือมีสินค้าคงเหลือมากเกินไป

9) การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและการเงินและการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ พบว่า ต้นทุนรวมเฉลี่ยต่อเดือน คือ 11,867 บาท โดยมีโครงสร้างที่ต้นทุนผันแปรรวมคิดเป็นร้อยละ 54.92 ของต้นทุนทั้งหมด และต้นทุนคงที่คิดเป็นร้อยละ 45.08 ของต้นทุนทั้งหมด ประสิทธิภาพกำไรโดยมีรายได้เฉลี่ย 15,417 บาทต่อเดือน และมีกำไรสุทธิ 3,550 บาทต่อเดือน ซึ่งคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ เท่ากับ ร้อยละ 23.0 ของรายได้รวม อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เมื่อรวมสินทรัพย์ 80,900 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เท่ากับร้อยละ 52.66 ต่อปี ซึ่งสะท้อนว่าการพัฒนาระบบและการบริหารต้นทุนช่วยยกระดับผลตอบแทนได้อย่างมีนัยสำคัญ และอยู่ในระดับที่คุ้มค่าทางเศรษฐกิจการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เพื่อประเมินระดับรายได้ขั้นต่ำที่ต้องทำให้ได้ ซึ่งจุดคุ้มทุน ต้องมีรายได้อย่างน้อย 11,236 บาทต่อเดือน จึงจะครอบคลุมต้นทุนทั้งหมดโดยไม่ขาดทุน และส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย คือ 4,181 บาท และคิดเป็นอัตราร้อยละส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย ร้อยละ 27.11 ของรายได้รวม

10) การออกแบบและพัฒนาระบบเอกสารทางการบัญชีของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับเพื่อเป็นหลักฐานในการดำเนินงานและการควบคุมเงินสด ได้แก่ ใบจัดซื้อ ใช้เพื่อขออนุมัติการซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายให้เป็นไปตามงบประมาณและใช้เป็นหลักฐานประกอบการบันทึกบัญชีและการรายงานสินค้าคงเหลือ ใบสำคัญจ่าย ใช้เป็นหลักฐานในการจ่ายเงินและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่าน้ำมันเรือ ค่าแรงงาน หรือค่าอาหารนักท่องเที่ยว กำหนดให้มีการแยกหน้าที่ระหว่าง ผู้อนุมัติ และ ผู้จ่ายเงิน อย่างชัดเจน เพื่อป้องกันการทุจริตและต้องมีหลักฐานแนบทันที โดยตัวเรือใช้เป็นหลักฐานการรับเงินค่าบริการจากนักท่องเที่ยวสำหรับการรับเงินค่าบริการออกเรือชมปลาโลมา ซึ่งต้องออกให้แก่นักท่องเที่ยวทุกครั้ง มีการเรียงลำดับเลขที่อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถตรวจสอบยอดเงินสดที่ได้รับจริงเทียบกับจำนวนทางตัวและจำนวนนักท่องเที่ยวได้ ป้องกันเงินสูญหาย และมีสำเนาเก็บไว้ เพื่อควบคุมจำนวนเงินและป้องกันการรั่วไหลของเงินสด และใบเสร็จรับเงิน ใช้เป็นหลักฐานการบริการให้กับลูกค้าที่เป็นหน่วยงานราชการหรือบริษัททัวร์การควบคุมภายในสำคัญ ได้แก่ การแยกผู้ขายตัวกับผู้บันทึกบัญชี ตรวจสอบลำดับเลขที่ตัวทุกวัน และเก็บสำเนาอย่างน้อยตามนโยบายกลุ่ม เช่น 3 ปี ส่วนการจัดทำรายงานทางการเงินและการบริหารแยกเป็นรายงานทางการเงิน ได้แก่ สินทรัพย์ เช่น เรือท่องเที่ยว, เงินสดคงเหลือ, หนี้สิน เช่น เจ้าหนี้ ค่าซ่อมเรือ และส่วนทุน เช่น เงินสมทบจากสมาชิก รายงานนี้มีประโยชน์ในการตรวจสอบความพร้อมด้านการเงินในการดูแลบำรุงรักษาเรือและอุปกรณ์ และใช้ยืนยันความมั่นคงทางการเงิน นอกจากนี้ยังเป็นหลักฐานความโปร่งใสในการใช้เงินกองกลางและรายงานผลการดำเนินงาน แสดงรายได้

เช่น ค่าบริการชมปลาโลมา, ค่าแพ็คเกจทัวร์ และค่าใช้จ่าย เช่น ค่าน้ำมันเรือ, ค่าจ้างคนขับเรือ เพื่อแสดงผลกำไรสุทธิ รายงานนี้ช่วยในการวางแผนกำหนดราคาค่าบริการและประเมินประสิทธิภาพการจัดการท่องเที่ยวและรายงานเพื่อการบริหารช่วยในการบริหารจัดการภายในและสร้างความมั่นใจแก่สมาชิก ได้แก่ รายงานเงินสด รับ-จ่ายประจำวัน ใช้บันทึกยอดเงินสดที่รับจากนักท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละวันสมุดบันทึกเที่ยวเรือประจำวัน บันทึกจำนวนเที่ยวเรือที่ออก จำนวนผู้โดยสาร และยอดเงินที่เก็บได้ เพื่อควบคุมจำนวนรอบเรือและตรวจสอบว่ามีการนำเงินมาส่งครบถ้วน โดยรายงานต้องมีการยืนยันลายเซ็นของผู้รับและผู้ตรวจ รายงานสรุปผลการดำเนินงานสร้างความมั่นใจให้สมาชิก เห็นผลการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม และช่วยให้คณะกรรมการใช้ข้อมูลจริงในการกำหนดทิศทางอนาคต เช่น การปรับกลยุทธ์การตลาด และรายงานวัสดุ-อุปกรณ์คงเหลือประจำเดือน ใช้ประเมินค่าคงเหลือที่ใช้ในการดำเนินงาน เช่น น้ำมันเรือ เสื้อชูชีพ และน้ำดื่ม เพื่อใช้ในการประมาณการซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ในครั้งต่อไป

11) การวิเคราะห์ความเสี่ยงของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ได้แก่ การตรวจสอบบัญชีและการเงินทำกันเองภายในกลุ่มโดยผู้ทำบัญชีคนเดิม คือ ประธานหรือเหรัญญิก ไม่มีการแบ่งแยกหน้าที่ขาดเอกสารประกอบการลงบัญชีซึ่งการรับ-จ่ายเงินบางรายการไม่มีหลักฐานที่ชัดเจน เช่น ไม่มีใบสำคัญจ่ายแนบใบเสร็จทำให้ขาด ร่องรอยตรวจสอบการควบคุมรายได้ไม่รัดกุม โดยเฉพาะกลุ่มท่องเที่ยวที่มีการรับเงินสดหน้างานจำนวนมาก ไม่มีการควบคุมตัวหรือยอดเงินที่ชัดเจนผู้วิจัยได้ออกแบบระบบการควบคุมภายใน ดังนี้ การควบคุมด้านการจ่ายเงิน โดยใช้เครื่องมือที่ใช้ใบสำคัญจ่าย และใบจัดซื้อ ขั้นตอนการปฏิบัติในการควบคุม คือ การอนุมัติก่อนจ่ายในการซื้อวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ต้องมีการออก ใบจัดซื้อ เพื่อขออนุมัติจากประธานกลุ่มก่อน เพื่อควบคุมงบประมาณและป้องกันการซื้อเกินความจำเป็นหลักฐานการจ่าย ทุกครั้งที่มีการจ่ายเงิน ต้องทำใบสำคัญจ่ายและบังคับให้แนบใบเสร็จรับเงิน หรือสำเนาบัตรประชาชนผู้รับเงิน กรณีไม่มีใบเสร็จเพื่อยืนยันว่าจ่ายจริง การแยกหน้าที่ในกลุ่มบ้านแหลมประทับ มีการระบุชัดเจนให้แยกหน้าที่ระหว่างผู้อนุมัติ และผู้จ่ายเงินออกจากกัน การควบคุมภายในด้านรายรับ เอกสารทางบัญชีใบส่งของ/ใบแจ้งหนี้ ใช้ควบคุม ลูกหนี้ กรณีฝากขาย และยืนยันยอดขาย โดยเอกสารระบุวันที่และจำนวนเงินชัดเจนช่วยลดความเสี่ยงหนี้สูญและการเก็บเงินตกหล่น และใช้ตัวที่มีเลขที่กำกับต่อเนื่องในการควบคุมยอดรายรับเงินสดประจำวัน ทำให้ตรวจสอบได้ทันทีว่าจำนวนเงินสดตรงกับจำนวนทางตัวหรือไม่การแบ่งแยกหน้าที่กำหนดให้ผู้ขายตัว รับเงินกับผู้บันทึกบัญชี ควรเป็นคนละคนกัน เพื่อให้เกิดการสอบทานยอดเงิน

12) การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและการเงินและการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ พบว่า ต้นทุนรวมเฉลี่ยต่อเดือน คือ 180,239 บาท โดยมีโครงสร้างที่ต้นทุนผันแปรรวมคิดเป็นร้อยละ 54.92 ของต้นทุนทั้งหมด และต้นทุนคงที่คิดเป็น

ร้อยละ 5.42 ของต้นทุนทั้งหมด ประสิทธิภาพกำไรโดยมีรายได้เฉลี่ย 228,750 บาทต่อเดือน และมีกำไรสุทธิ 48,511 บาทต่อเดือน ซึ่งคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิ เท่ากับ 48,511 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.21 ของรายได้รวม อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เมื่อรวมสินทรัพย์ 867,800 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เท่ากับร้อยละ 67.08 ต่อปี ซึ่งสะท้อนความสามารถในการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ และแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาระบบบัญชีและการจัดการทางการเงินหลังการวิจัยส่งผลให้สามารถบริหารต้นทุนได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น และอยู่ในระดับที่คุ้มค่าทางเศรษฐกิจการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เพื่อประเมินระดับรายได้ขั้นต่ำที่ต้องทำให้ได้ ซึ่งจุดคุ้มทุน ต้องมีรายได้อย่างน้อย 38,388 บาทต่อเดือน จึงจะครอบคลุมต้นทุนทั้งหมดโดยไม่ขาดทุน และส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย คือ 190,362 บาท และคิดเป็นอัตราส่วนเกินเพื่อความปลอดภัย ร้อยละ 83.21 ของรายได้รวมตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่ายอดขายสามารถลดลงได้ถึงร้อยละ 83.21 ก่อนที่กิจการจะเริ่มขาดทุน ซึ่งส่งผลให้กลุ่มสามารถบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

13) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมต่อการวางระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วขาวพระ โดยจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 5 คน เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 100 การจำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา คือ กลุ่มอายุ 30 - 35 ปี, 36- 40 ปี และ 41 - 45 ปี จำนวน ละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา ได้แก่ ระดับประถมศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นความพึงพอใจโดยรวมต่อการวางระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วขาวพระ พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.60 ระดับความคิดเห็นมากที่สุดประเด็นที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความเหมาะสม ของรูปแบบบัญชีและ ความสามารถในการให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.60 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด ลำดับสุดท้ายคือ ความเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ระดับความคิดเห็นมาก

14) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมต่อการวางระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ โดยจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 11 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 11 คน ซึ่งเป็นเพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.55 ส่วนเพศหญิงมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 45.45 การจำแนกตามอายุผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาคือกลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปี, 30 - 35 ปี, 36- 40 ปี, 41 - 45 ปี, และ 46 - 50 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 เท่ากัน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา โดยไม่ได้ศึกษาใน

ระบบ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 รองลงมา ได้แก่ ระดับประถมศึกษา, ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น, และระดับอนุปริญาหรือเทียบเท่า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 จำนวนน้อยที่สุด ได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และระดับปริญาตรีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 ระดับความคิดเห็นมากที่สุดที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสามารถในการให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ระดับความคิดเห็นมากที่สุดท้าย คือ ความเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

15) สภาพการดำเนินงานด้านการตลาดในปัจจุบัน ในด้านการตลาดและผลิตภัณฑ์ ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ ซึ่งผลิตภัณฑ์หลักได้แก่ การแปรรูปผลผลิตในท้องถิ่นเป็นผลิตภัณฑ์หลัก 4 ชนิด ได้แก่ ปลาหวาน, ปลาเส้น, ทูเรียนทอด และทูเรียนกวน จุดเด่นของผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตคือ ปลาหวาน มีการใช้ หนุ้าหวาน เป็นส่วนประกอบ และใช้เครื่องอบลมร้อนพลังงานแสงอาทิตย์ในกระบวนการผลิต ซึ่งส่งผลให้การผลิตมีความสะอาด ไม่มีแมลงตอม และไม่ได้มีการฉีดยาฆ่าแมลงทูเรียนทอดและทูเรียนกวน มีการใช้ เตาถ่าน ในการกวนและทอด ซึ่งเป็นวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม กลุ่มได้รับมาตรฐาน PGS (Participatory Guarantee Systems) ของจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นระบบการรับรองเกษตรอินทรีย์ตามมาตรฐาน และกลุ่มเป้าหมายเดิมมุ่งเน้นที่ตลาดภายในพื้นที่ ได้แก่ คนรู้จัก เพื่อนบ้าน และร้านค้าในชุมชน เป็นต้น ซึ่งการวางแผนกลุ่มเป้าหมายใหม่ได้แก่ กลุ่มผู้รักสุขภาพ เช่น ผู้ที่ทานวีแกน, ผู้ป่วยเบาหวาน หรือผู้ที่ต้องการลดน้ำตาล กลุ่มธุรกิจบริการ เช่น โรงแรม, ร้านอาหาร, และคาเฟ่ ที่ต้องการวัตถุดิบคุณภาพดีจากท้องถิ่นเนื่องจากสนใจจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ใช้หนุ้าหวาน และกรรมวิธีอบแห้งพลังงานแสงอาทิตย์และกลุ่มคนเมืองและนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงและชื่นชอบสินค้าที่มีอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทอดทูเรียนด้วยเตาถ่าน ระบบการขายมักใช้ระบบเงินสด และยังไม่มี การจองหรือติดตามยอดผ่านระบบออนไลน์ การสื่อสารการตลาด กลุ่มยังไม่มี การใช้ช่องทางดิจิทัลอย่างเป็นทางการ เช่น เว็บไซต์หรือเพจ Facebook ของตนเอง การประชาสัมพันธ์สินค้าจึงอาศัยการ บอกต่อจากลูกค้าเก่าและเครือข่ายคนรู้จักเป็นหลัก ซึ่งแม้จะสร้างความเชื่อมั่นในระดับชุมชนได้ แต่ยังไม่เพียงพอต่อการขยายฐานลูกค้าในวงกว้าง สมาชิกกลุ่มมีความสนใจในการนำเทคโนโลยีมาช่วยประชาสัมพันธ์ เช่น การเปิดเพจ Facebook หรือช่องทาง TikTok เพื่อเผยแพร่กระบวนการผลิตและวิธีวิสินค้า โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของอำเภอขนอม ซึ่งเป็นโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าใหม่ยังมีข้อจำกัดที่สำคัญ ได้แก่ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านการตลาดออนไลน์อุปกรณ์ดิจิทัลที่พร้อมใช้งาน เช่น โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต หรือคอมพิวเตอร์สำหรับจัดทำเนื้อหา และบรรจุภัณฑ์ของ

กลุ่มยังเป็นแบบพื้นฐาน ไม่มีฉลากหรือโลโก้ที่ชัดเจน ทำให้สินค้าขาดเอกลักษณ์ทางการตลาด และผู้บริโภคภายนอกยากที่จะจดจำหรือแยกความแตกต่างจากสินค้าอื่น

16) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT Analysis) ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ พบว่า จุดแข็งคือ มีความพร้อมด้านวัตถุดิบในพื้นที่ ทุเรียน, ปลายเลและสมาชิกมีทักษะการแปรรูปที่ดี จุดอ่อน คือ ขาดความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่ การบริหารต้นทุน และการบัญชี รูปแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) และตราสินค้า (Branding) ยังไม่ทันสมัย ไม่ดึงดูดลูกค้าออนไลน์ และขาดช่องทางการจำหน่ายออนไลน์และทักษะการใช้สื่อดิจิทัล โอกาส คือ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปสู่นิยมสินค้าสุขภาพและสินค้าชุมชน การเติบโตของตลาด E-Commerce ช่วยให้เข้าถึงลูกค้าทั่วประเทศได้โดยไม่ต้องผ่านคนกลางและโอกาสในการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวชุมชนกับกลุ่มท่องเที่ยวบ้านแหลมประทับ และอุปสรรค คือ การแข่งขันสูงจากสินค้าประเภทเดียวกันในท้องตลาด และ ความผันผวนของราคาต้นทุนวัตถุดิบและเชื้อเพลิงราคาวัตถุดิบในฤดูกาลผันผวน การขาดความรู้ด้านกฎหมายอาหารและการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งทุนเพื่อพัฒนาเครื่องมือแปรรูป ดังนั้นแนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีการตลาดดิจิทัล จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น นำไปสู่ข้อสรุปความต้องการและแนวทางการพัฒนา ดังนี้ การสร้างแบรนด์ดิจิทัล จำเป็นต้องพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย โดยชูจุดเด่นเรื่อง ภูเขาหวาน และพลังงานสะอาด"เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การขยายช่องทางออนไลน์ พัฒนาช่องทางการจำหน่ายผ่านเพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มคนเมืองและผู้รักสุขภาพ การสร้างเรื่องราว ใช้สื่อดิจิทัลในการสื่อสารเรื่องราวภูมิปัญญา เช่น การทอดเตาถ่าน เพื่อสร้างความแตกต่างทางอารมณ์ให้กับสินค้า

17) สภาพการดำเนินงานด้านการตลาดในปัจจุบัน ในด้านการตลาดและผลิตภัณฑ์ ของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ กิจกรรมหลักได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางทะเล โดยมีจุดขายสำคัญ คือ การนำเที่ยวชมโลมาสีชมพู ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของอำเภอขนอม นอกจากนี้ยังมีบริการที่พักโฮมสเตย์และจำหน่ายของที่ระลึก เช่น กะปิ, ปลาแห้ง โปรแกรมการท่องเที่ยวโดยทั่วไป ประกอบด้วยการล่องเรือชมโลมา สีชมพู ซึ่งมีโอกาสเจอสูงมากในช่วงเช้าซึ่งนำชมเขาหินพับผ้า (Pancake Rock) แวะเกาะนุ้ยนอก เพื่อสักการะหลวงพ่อทวด และชมบ่อน้ำจืดกลางทะเล ระยะเวลาการนั่งเรือประมาณ 1.5 – 2 ชั่วโมง ราคาและลักษณะบริการราคามาตรฐานการเหมาเรือหางยาว (เหมาลำ) อยู่ที่ประมาณ 1,000 – 1,500 บาท ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการและขนาดเรือ เรือหางยาว 1 ลำ สามารถรองรับผู้โดยสารได้ประมาณ 6 – 8 คน ลักษณะการให้บริการส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันระหว่าง กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือชาวประมงพื้นบ้านในพื้นที่เดียวกัน ไม่ใช่บริษัททัวร์ขนาดใหญ่ และกลุ่มเป้าหมายเดิมนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เดินทางมายังอำเภอขนอม หรือจังหวัดใกล้เคียง เช่น นครศรีฯ/สุราษฎร์ธานี ซึ่งการวางแผนกลุ่มเป้าหมายใหม่ได้แก่ กลุ่มองค์กรที่ต้องการทำกิจกรรม CSR เช่น กิจกรรมการปลูกป่าชายเลน หรือการเก็บขยะทะเล, สถาบันการศึกษาในการ

สร้างค่ายเรียนรู้ และกลุ่ม Eco-tourist ที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์อย่างจริงจัง และผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่น โรงแรม/รีสอร์ท ในอำเภอชนอมหรือในตัวเมืองนครศรีฯ/สุราษฎร์ธานี ที่ไม่มีกิจกรรมเรือเป็นของตัวเอง สภาพปัญหาด้านการตลาดและการจัดการของวิสาหกิจชุมชนฯ เป็นแบบ รอให้นักท่องเที่ยวติดต่อเข้ามามากกว่าการทำตลาดเชิงรุกช่องทางการสื่อสารและการจองมีการคาดการณ์ว่ามีการใช้ Facebook Page แต่ขาดความสม่ำเสมอในการอัปเดต หรือใช้เป็นช่องทางสื่อสารหลักช่องทางการจองหลักคือ โทรศัพท์มือถือ หรือ Line ส่วนตัว ของผู้ประกอบการ เช่น ประธานกลุ่ม ต้องเผชิญกับการแข่งขันโดยตรงจากท่าเรือคู่แข่ง คือ อ่าวเตล็ด, บ้านเขาออก ที่อาจมองเห็นได้ง่ายกว่าบนโลกออนไลน์ ปัญหาด้านการจัดการที่สำคัญ ได้แก่ การขาดระบบจัดการการจอง ซึ่งอาจทำให้เกิดการทับซ้อนกัน การตอบคำถามล่าช้า ไม่มีการเก็บข้อมูลลูกค้า และการกำหนดราคาที่ยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

18) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT Analysis) ของ พบว่า จุดแข็งคือ มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น คือ โลมาสีชมพู เขาหินพับผ้า และเกาะนุ้ยที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และความเชื่อ (ตำนานหลวงปู่ทวด) ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ คนขับเรือเป็นชาวประมงท้องถิ่น ที่รู้จักธรรมชาติ กระแสน้ำ และฤดูกาลเป็นอย่างดี จุดอ่อน คือ ขาดความรู้ด้านบัญชีการเงิน และการบริหารต้นทุนรายได้ ของกิจกรรมท่องเที่ยว ขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีและการตลาดดิจิทัล โครงสร้างพื้นฐานยังไม่พร้อม เช่น ท่าเรือ ห้องน้ำ พื้นที่จอดรถ ถนนทางเข้ายังขรุขระ/ป้ายไม่ชัดเจน การตลาดพึ่งพาคนกลางการหาลูกค้ายังพึ่งพาเครือข่ายวินมอเตอร์ไซค์รับจ้างหรือนายหน้า ทำให้เสียค่าคอมมิชชั่นและขาดอำนาจต่อรอง ขาดช่องทางดิจิทัลของตนเอง โดย ไม่มีระบบจองออนไลน์ (Booking System) หรือฐานข้อมูลลูกค้า ทำให้เสียโอกาสในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่นิยมค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตและขาดมาตรฐานความปลอดภัยของเรือท่องเที่ยว เช่น เสื้อชูชีพ, ใบอนุญาต, ประกันภัยโอกาส คือ แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และท่องเที่ยวชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐและโครงการ CSR ด้านสิ่งแวดล้อม และสามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น กะปิ ปลาตากแห้ง เป็นของฝากเชิงแบรนด์ได้ การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนใกล้เคียง บ้านเขาออก, อ่าวเตล็ด และอุปสรรค คือ การแข่งขันสูงกับชุมชนใกล้เคียงที่มีบริการล่องเรือชมโลมาที่เหมือนกันทุกประการ เช่น บ้านเขาออกและอ่าวเตล็ด การพึ่งพาธรรมชาติสูง เนื่องจากโลมาปรากฏตัวไม่แน่นอน ซึ่งอาจนำไปสู่ความผิดหวังและรีวิวเชิงลบ ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่ผันผวน ส่งผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนการออกเรือของชาวบ้าน และปัญหาสภาพอากาศและสิ่งแวดล้อม (คลื่นแรง, ขยะทะเล) ที่ส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรม แนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีการตลาดดิจิทัล ควรมีการจัดการข้อมูลบน Google Maps ให้ถูกต้องและน่าเชื่อถือ เพื่อให้นักท่องเที่ยวค้นหาเจอเป็นอันดับแรก และการสื่อสารความจริงผ่านโซเชียลมีเดีย ใช้ Facebook Page ในการอัปเดตสถานการณ์รายวัน เช่น วันนี้เจอโลมาหรือไม่,

สภาพอากาศเป็นอย่างไร เพื่อบริหารความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและสร้างความน่าเชื่อถือ การสร้างระบบจองที่ง่าย (Easy Booking) พัฒนาช่องทาง LINE OA หรือระบบรับจองเบื้องต้น เพื่อลดการพึ่งพานายหน้าและเก็บฐานข้อมูลลูกค้าด้วยตนเอง

19) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ โดยจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 5 คน เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 100 การจำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา คือ กลุ่มอายุ 30 - 35 ปี, 36- 40 ปี และ 41 - 45 ปี จำนวน ละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา ได้แก่ ระดับประถมศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นความพึงพอใจโดยรวมต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.15 ระดับความคิดเห็นมากประเด็นที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ประสิทธิภาพและการใช้งาน และประโยชน์ที่ได้รับจากช่องทางการตลาดดิจิทัล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ระดับความคิดเห็นมาก รองลงมา ได้แก่ การออกแบบและความสวยงาม ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00 ระดับความคิดเห็นมาก ลำดับสุดท้ายคือ การใช้งานระบบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ระดับความคิดเห็นมาก

20) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมต่อการวางระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ โดยจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 11 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 11 คน ซึ่งเป็นเพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.55 ส่วนเพศหญิงมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 45.45 การจำแนกตามอายุผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาคือกลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปี, 30 - 35 ปี, 36- 40 ปี, 41 - 45 ปี, และ 46 - 50 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 เท่ากัน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา โดยไม่ได้ศึกษาในระบบ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 รองลงมา ได้แก่ ระดับประถมศึกษา, ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น, และระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 จำนวนน้อยที่สุด ได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และระดับปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 ระดับความคิดเห็นมาก ประเด็นที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ประโยชน์ที่ได้รับจากช่องทางการตลาดดิจิทัล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ระดับความคิดเห็นมาก รองลงมาได้แก่ การออกแบบและความสวยงามค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ระดับความคิดเห็นมาก และประสิทธิภาพและการใช้งาน

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ระดับความคิดเห็นมาก ลำดับสุดท้าย คือ การใช้งานระบบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ระดับความคิดเห็นค่อนข้างมาก

5.2 อภิปรายผล

1) ด้านระบบบัญชีและการบริหารจัดการต้นทุน ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนทั้งสองแห่งยังขาดระบบบัญชีที่เป็นมาตรฐาน ใช้วิธีการจดบันทึกด้วยมือและขาดความต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัญหาพื้นฐานที่พบได้ทั่วไปในวิสาหกิจชุมชนไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูดาพร สอนภักดี (2566) และ ทาริกา แยมะมัง และ นันทวัจน์ ปัญญาเศรษฐนากรณ์ (2562) ที่พบว่าวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดการพัฒนากระบบบัญชีให้เป็นปัจจุบัน ทำให้ไม่สามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ได้จริง นอกจากนี้ การขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีตามคู่มือมาตรฐานของ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2564) ส่งผลให้กลุ่มไม่สามารถคำนวณต้นทุนต่อหน่วยและจุดคุ้มทุนได้ถูกต้อง โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรแปรรูป ถ้าเขาพระที่มีต้นทุนวัตถุดิบผันผวน และกลุ่มท่องเที่ยวบ้านแหลมประทับที่ขาดการคิดค่าเสื่อมราคา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุชาติ ชัยศรี (2563) ที่กล่าวว่า การบัญชีเพื่อการจัดการเป็นเครื่องมือสำคัญในการตัดสินใจ หากผู้ประกอบการไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริง จะส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรและความอยู่รอดของกิจการในระยะ

2) ด้านระบบการควบคุมภายในของทั้งสองกลุ่มยังมีความเสี่ยงสูง โดยเฉพาะการบริหารจัดการเงินสดและการขาดการแบ่งแยกหน้าที่ ระหว่างผู้รับเงิน ผู้จ่ายเงิน และผู้บันทึกบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุจิตรา ศรีวิไล (2562) ที่ระบุว่าระบบควบคุมภายในที่ดีเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารงานวิสาหกิจชุมชนเพื่อป้องกันการรั่วไหลของทรัพย์สิน สภาพการณ์ดังกล่าวสะท้อนถึงความจำเป็นในการนำกรอบแนวคิด COSO (2013) มาประยุกต์ใช้ โดยเฉพาะในด้านกิจกรรมการควบคุม เพื่อให้เกิดการตรวจสอบถ่วงดุล นอกจากนี้ การตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารทางการเงินยังเป็นสิ่งที่จำเป็นตามมาตรฐานการตรวจสอบ

3) ด้านการตลาดและการปรับตัวสู่ยุคดิจิทัลผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า แม้กลุ่มจะมีผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น ยึดติดกับรูปแบบการตลาดดั้งเดิมและขาดช่องทางออนไลน์ เป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายฐานลูกค้า สอดคล้องกับแนวคิด Marketing 4.0 ของ Kotler et al. (2017) ที่ระบุว่าธุรกิจต้องเปลี่ยนผ่านการตลาดแบบดั้งเดิมสู่การตลาดดิจิทัล การพัฒนาช่องทาง E-Commerce และการสร้างแบรนด์บนโซเชียลมีเดียตามข้อเสนอแนะของ สิริินทร์ ชัยสัมฤทธิ์ (2565) และ พัฒน์พงษ์ ศิริวัฒน์ (2565) เป็นกลยุทธ์ที่จำเป็นเร่งด่วนสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย การวิจัยยังสอดคล้องกับงานของ นริสรา ลอยฟ้า, เสาวลักษณ์ รักชอบ, และ ปราริชาติ รื่นพงศ์พันธ์ (2563) รวมถึง อัปสร อีซอ et al. (2563) ที่พบว่า การเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถช่วยให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่และสร้างรายได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

4) การพัฒนาประสิทธิภาพระบบบัญชีและสารสนเทศทางการเงิน ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบระบบเอกสารที่ครอบคลุมตั้งแต่วงจรรายจ่าย ได้แก่ ใบจัดซื้อ, ใบสำคัญจ่าย จนถึงวงจรรายรับ ได้แก่ ใบเสร็จรับเงิน, ตัวเรือ, ใบแจ้งหนี้ ช่วยแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนของข้อมูลทางการเงินทั้งสองกลุ่มประสบอยู่เดิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูดาพร สอนภักดี (2566) และ ทาริกา แยมะมัง และ นันทวัฒน์ ปัญญาศรนากรณ (2562) พบว่าปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนไม่ได้ขึ้นอยู่กับการผลิตเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยระบบบัญชีที่เป็นปัจจุบันและตรวจสอบได้เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการตัดสินใจ นอกจากนี้ การจัดทำรายงานทางการเงินและรายงานเพื่อการบริหาร ได้แก่ รายงานสินค้าคงเหลือ, รายงานลูกหนี้ ยังช่วยให้คณะกรรมการกลุ่มสามารถติดตามสถานะของกิจการได้ชัดเจนขึ้น สอดคล้องกับแนวทางของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2564) ระบุว่าการจัดทำบัญชีตามมาตรฐานจะช่วยสร้างความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มต่อหน่วยงานภายนอกโดยวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระ ที่มีการออกแบบระบบควบคุมเจ้าหนี้และลูกหนี้ ช่วยให้การบริหารกระแสเงินสดมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5) การวางระบบการควบคุมภายใน ผลการวิจัย ระบบการควบคุมภายในที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้นสามารถลดความเสี่ยงในการดำเนินงานได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะมาตรการ การแบ่งแยกหน้าที่ระหว่างผู้อนุมัติ ผู้จ่ายเงิน และผู้บันทึกบัญชี ซึ่งนำไปใช้ทั้งสองกลุ่ม สอดคล้องกับกรอบแนวคิดของ COSO (2013) ระบุว่ากิจกรรมการควบคุม ที่ดีต้องมีการสอบทานซึ่งกันและกันเพื่อป้องกันการทุจริตและความผิดพลาดในกรณีของ วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับการนำระบบตัวเรือที่มีเลขที่รันต่อเนื่องและสมุดบันทึกเที่ยวเรือมาใช้ควบคู่กับการกระหนยอดเงินสดรายวัน ช่วยแก้ปัญหาความเสี่ยงจากการรับเงินสดหน้างาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุจิตรา ศรีวิไล (2562) ที่เสนอว่าวิสาหกิจชุมชนที่มีธุรกรรมเงินสดจำนวนมากต้องสร้างร่องรอยตรวจสอบ (Audit Trail) ที่ชัดเจนเพื่อป้องกันการรั่วไหลของรายได้

6) ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจและการบริหารต้นทุน ผลการวิเคราะห์ทางการเงิน การพัฒนาระบบบริหารจัดการส่งผลดีต่อผลประกอบการอย่างชัดเจน โดย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 23.0 และ ROI ร้อยละ 52.66 ต่อปี วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ อัตรากำไรสุทธิร้อยละ 21.21 และ ROI สูงถึงร้อยละ 67.08 ต่อปี ตัวเลขเหล่านี้สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการทำกำไรที่อยู่ในเกณฑ์สูงเมื่อเทียบกับวิสาหกิจชุมชนทั่วไป สอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (1985) เรื่องความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่ระบุว่าการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพเป็นพื้นฐานสำคัญของการสร้างผลกำไรที่ยั่งยืน การวิเคราะห์ จุดคุ้มทุน พบว่าวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถ้ำเขาพระต้องมีรายได้ขั้นต่ำ 11,236 บาท/เดือน วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ต้องมีรายได้ขั้นต่ำ 38,388 บาท/เดือน ข้อมูลเหล่านี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวางแผนบริหารจัดการ ตามทฤษฎีบัญชีเพื่อการจัดการของ สุชาติ ชัยศรี

(2563) และ Horngren et al. (2021) ที่กล่าวว่า การทราบจุดคุ้มทุนและส่วนเกินเพื่อความปลอดภัยช่วยให้ผู้บริหารสามารถประเมินความเสี่ยงและกำหนดนโยบายราคาขายได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะกลุ่มท่องเที่ยวที่มีส่วนเกินเพื่อความปลอดภัยสูงถึงร้อยละ 83.21 แสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งในการรองรับความผันผวนของรายได้ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสู่ความยั่งยืนขององค์กรตามทัศนะของ นิตยา รัตนกุล (2565)

7) การประเมินความพึงพอใจของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียว และวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ต่อการวางระบบบัญชีที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจในระดับ มาก ถึง มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.60 และ 4.09 ตามลำดับ) โดยประเด็นที่ได้รับคะแนนสูงสุดเหมือนกันคือ ความสามารถในการให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ และความเหมาะสมของรูปแบบบัญชี ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า การออกแบบระบบบัญชีโดยเน้นความเรียบง่ายแต่ครอบคลุมสาระสำคัญ สามารถตอบโจทย์ความต้องการของวิสาหกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูดาพร สอนภักดี (2566) พบว่าระบบบัญชีประสบความสำเร็จในระดับชุมชน ต้องไม่ใช่ระบบที่ซับซ้อนตามมาตรฐานบัญชีชุดใหญ่ แต่ต้องเป็นระบบที่สมาชิกมองเห็นประโยชน์ในการนำตัวเลขไปใช้บริหารจัดการได้จริง เช่น การรู้ต้นทุนและกำไรที่แท้จริง ตามแนวคิดบัญชีเพื่อการจัดการของ สุชาติ ชัยศรี (2563) ประเด็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งจากการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์กับคะแนนความพึงพอใจด้าน ความเข้าใจง่ายได้คะแนนต่ำที่สุดในทั้งสองกลุ่ม (4.20 และ 3.73) พบความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันดังนี้ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขียว ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 60 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่งผลให้มีคะแนนความพึงพอใจรวมสูง (4.60) และมีความเข้าใจในระบบได้ดีกว่า วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 54.55) มีอายุ 50 ปีขึ้นไป และระดับการศึกษาอยู่ในกลุ่มไม่ได้ศึกษาในระบบและประถมศึกษา (รวมกันร้อยละ 45.45) ส่งผลให้คะแนนด้าน ความเข้าใจง่าย อยู่ที่ 3.73 ซึ่งน้อยกว่าอีกกลุ่มอย่างเห็นได้ชัดปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทาริกา แยมะมั่ง และ นันทวัฒน์ ปัญญาศรนากรณ (2562) และ ดวงใจ นิลสุวรรณ (2564) ที่ระบุตรงกันว่า ข้อจำกัดด้านทักษะและความรู้พื้นฐาน เป็นอุปสรรคสำคัญที่สุดในการพัฒนาระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่อาจเรียนรู้เทคโนโลยีหรือระบบเอกสารช้ากว่าคนรุ่นใหม่ แม้ว่าคะแนนด้านความเข้าใจง่ายจะต่ำที่สุด แต่ยังอยู่ในเกณฑ์ มาก แสดงให้เห็นว่าระบบที่พัฒนาขึ้นยังอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ แต่ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2565) เสนอแนะการวางระบบบัญชีเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ แต่ต้องควบคู่ไปกับการฝึกอบรมซ้ำ ๆ และการสร้างพี่เลี้ยงบัญชี ในกลุ่ม เพื่อให้สมาชิกที่สูงอายุหรือมีพื้นฐานน้อยสามารถปรับตัวและใช้งานระบบได้อย่างยั่งยืน

8) สภาพการดำเนินงานด้านการตลาดและการวิเคราะห์ SWOT ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วเขียว และวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับพบว่า ทั้งสองกลุ่มมี จุดแข็งด้านผลิตภัณฑ์ ที่ชัดเจน โดยกลุ่มเกษตรกรแปรรูปมีนวัตกรรม ปลาหวานหญ้าหวาน และ ตูบพลังงานแสงอาทิตย์ส่วน กลุ่มท่องเที่ยวมีทรัพยากรที่มีเอกลักษณ์ คือ โลมาสีชมพูและเขาหินพับผ้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value: CSV) ของ Porter & Kramer (2011) ที่เสนอว่าธุรกิจเพื่อสังคมควรใช้นวัตกรรมในการแก้ปัญหาสังคม เช่น สุขภาพ, สิ่งแวดล้อมไปพร้อมกับการสร้างรายได้ นอกจากนี้ การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและภูมิปัญญาดั้งเดิม เช่น เตาถ่าน ยังสอดคล้องกับเทรนด์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่สำคัญกับ ความยั่งยืนและความเป็นของแท้ ผลการวิจัยที่เสนอให้มีการสร้าง แปรนดัดดิจิทัลและการเล่าเรื่อง จึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริินทร์ ชัยสัมฤทธิ์ (2565) ที่พบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ชุมชน สามารถเพิ่มการมีส่วนร่วม และยอดขายได้อย่างมีนัยสำคัญการสร้างมาตรฐานความปลอดภัยและมาตรฐานสินค้า เช่น PGS Organic ยังเป็นเกราะป้องกันที่สำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในระยะยาว สอดคล้องกับแนวคิดของ นิตยา รัตนกุล (2565) พบว่า มาตรฐานคุณภาพคือหัวใจสำคัญของความยั่งยืนสำหรับวิสาหกิจชุมชน

9) การประเมินความพึงพอใจวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วเขียว และวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ที่มีต่อการพัฒนาเทคโนโลยีการตลาดดิจิทัล พบว่า สมาชิกทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจสูงสุดในด้าน ประโยชน์ที่ได้รับจากช่องทางการตลาดดิจิทัล และ ประสิทธิภาพและการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.40 และ 4.36 ตามลำดับ) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า แม้สมาชิกบางส่วนจะเป็นผู้สูงอายุ แต่ก็ตระหนักดีว่าเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มโอกาสทางการค้าและการประชาสัมพันธ์ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Narisara Loifa et al. (2563) และ Apsorn E-sor et al. (2563) ที่พบว่าผู้ประกอบการชุมชนในปัจจุบันมีการตื่นตัวและยอมรับว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นช่องทางรอดที่ช่วยให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ได้โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง คะแนนความพึงพอใจด้าน การใช้งานระบบของทั้งสองกลุ่มอยู่ในลำดับสุดท้าย (3.80 และ 3.45) โดยมีความสัมพันธ์โดยตรงกับปัจจัยพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรแปรรูปถั่วเขียวสมาชิกส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60) และมีช่วงอายุที่หลากหลาย ทำให้คะแนนการใช้งานระบบอยู่ที่ 3.80 (ระดับมาก) ซึ่งถือว่าไม่มีปัญหาในการปรับตัว วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ สมาชิกส่วนใหญ่อายุ 50 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 54.55) และส่วนใหญ่ไม่ได้ศึกษาในระบบหรือจบประถมศึกษา ทำให้คะแนนการใช้งานระบบอยู่ที่ 3.45 (ระดับค่อนข้างมาก/ปานกลาง) ซึ่งต่ำที่สุดในทุกด้านปรากฏการณ์นี้สะท้อนภาพของช่องว่างทางดิจิทัล ในสังคมผู้สูงอายุ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัฒน์พงษ์ ศิริวัฒน์ (2565) ที่ระบุว่า อุปสรรคสำคัญของผู้ประกอบการรายย่อยและผู้สูงอายุในไทยคือความกังวลเรื่องความซับซ้อนของ

เทคโนโลยี ซึ่งตรงกับมิติ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ตามทฤษฎี TAM หากระบบมีความซับซ้อนเกินไป ผู้ใช้งานกลุ่มนี้จะมีแนวโน้มต่อต้านหรือเลิกใช้ ดังนั้น การพัฒนาสื่อดิจิทัลสำหรับกลุ่มนี้จึงต้องเน้นความง่าย ไม่ซับซ้อน และต้องมีที่เลี้ยงคอยแนะนำ ตามแนวคิดการแพร่พันธุ์นวัตกรรมของ Rogers (2003) ที่ระบุว่าความซับซ้อน เป็นปัจจัยลบต่ออัตราการยอมรับนวัตกรรม คะแนนความพึงพอใจด้านการออกแบบและความสวยงาม ของทั้งสองกลุ่มอยู่ในระดับสูง (4.00 และ 4.18) แสดงให้เห็นว่าการปรับปรุงโลโก้ บรรจุภัณฑ์ หรือหน้าเพจ Facebook ให้มีความทันสมัย สามารถสร้างความประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริินทร์ ชัยสัมฤทธิ์ (2565) ที่พบว่า การสื่อสารแบรนด์ผ่านภาพลักษณ์ที่สวยงามบนโซเชียลมีเดีย มีผลต่อความน่าเชื่อถือและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคยุคใหม่

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) วิสาหกิจชุมชนทั้ง 2 กลุ่ม ควรนำระบบการแบ่งแยกหน้าที่ระหว่างผู้รับเงิน ผู้จ่ายเงิน และผู้บันทึกบัญชี ไปปฏิบัติใช้อย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะ วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ที่มีกระแสเงินสดหมุนเวียนรายวันสูง ควรใช้ระบบตัวเรือที่มีเลขที่กำกับและตรวจสอบยอดเงินกับทางตัวทุกสิ้นวัน เพื่อป้องกันความผิดพลาดและการทุจริตที่อาจเกิดขึ้น

2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วขาวพระ ควรให้ความสำคัญกับการจดบันทึกต้นทุนวัตถุดิบ (ปลา, ทุเรียน) ที่มีความผันผวนตามฤดูกาลลงในแบบฟอร์มที่ผู้วิจัยออกแบบให้ เพื่อให้สามารถคำนวณต้นทุนต่อหน่วยที่แท้จริงและกำหนดราคาขายได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงจากการขาดทุนสะสมโดยไม่รู้ตัว

3) เอกสารประกอบการลงบัญชี วิสาหกิจชุมชนทั้ง 2 กลุ่มควรสร้างวินัยในการใช้เอกสารที่ถูกต้องตามหลักการบัญชี ได้แก่ ใบจัดซื้อ ใบสำคัญจ่าย และใบเสร็จรับเงิน โดยต้องแนบหลักฐานทุกครั้งที่มีการเบิกจ่ายงบประมาณ เพื่อให้ข้อมูลทางการเงินมีความน่าเชื่อถือ โปร่งใส และสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการขอรับการสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอกในอนาคต

4) การตลาดดิจิทัลสำหรับผู้สูงอายุในการบริหารจัดการสื่อออนไลน์ ควรมีการมอบหมายหน้าที่ให้สมาชิกที่มีทักษะด้านเทคโนโลยี หรือดึงลูกหลานในชุมชนเข้ามาช่วยดูแลระบบ (Admin) ควบคู่ไปกับสมาชิกอาวุโส เพื่อลดช่องว่างทางทักษะและทำให้การสื่อสารการตลาดดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การติดตามผลระยะยาวควรมีการติดตามผลการใช้ระบบบัญชีและระบบควบคุมภายในที่ได้วางไว้ อย่างน้อย 1 รอบปีบัญชี เพื่อประเมินความยั่งยืนของการปฏิบัติงานจริง และปรับปรุงแก้ไข

จุดบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นเมื่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้มั่นใจว่าวิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินงานด้วยตนเองได้อย่างเข้มแข็ง

2) การยกระดับสู่บัญชีดิจิทัล ควรมีการศึกษาและพัฒนาระบบการบันทึกบัญชีโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ เช่น การใช้แอปพลิเคชันบัญชีบนสมาร์ทโฟน หรือโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปขนาดเล็ก แทนการจดบันทึกด้วยมือ เพื่อเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และลดความซ้ำซ้อนของงานเอกสาร เมื่อกลุ่มมีความพร้อมด้านบุคลากรมากขึ้น

3) การเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจควรมีการศึกษาวិจัยเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น การนำสินค้าแปรรูปของกลุ่มถั่วขาวไปจำหน่ายในเส้นทางท่องเที่ยวของกลุ่มบ้านแหลมประทับ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจร่วมกันในระดับอำเภอ



บรรณานุกรม

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2564). *คู่มือการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชน*. กรมส่งเสริมการเกษตร.
- กฤษดา วิศวธีรานนท์, และ กุลพงศ์ ยูนิพันธ์. (2549). *Supply Chain & Logistic: ทฤษฎีและตัวอย่าง* (พิมพ์ครั้งที่ 4). ส.ส.ท.
- คณะกรรมการกำกับดูแลกิจการธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). *คู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับสถาบันการเงิน*. ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- ชุตานพร สอนภักดี. (2566). การพัฒนาระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์พืชอินทรีย์บ้านสระกระเทียม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 9(1), 1-9.
- ดวงใจ นิลสุวรรณ. (2564). การพัฒนาระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชนในภาคใต้ตอนบน. *วารสารวิชาการบัญชี*, 17(2), 45-58.
- ทาริกา แยมะมั่ง, และ นันทวัจน์ ปัญญาธนากรณ. (2562). การพัฒนาระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชนตำบลห้วยม่วง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(3), 73-112.
- นริสรา ลอยฟ้า, เสาวลักษณ์ รักชอบ, และ ปาริชาติ รื่นพงศ์พันธ์. (2563). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, 12(1), 55-69.
- นิตยา รัตนกุล. (2565). การจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อความยั่งยืน. *วารสารการพัฒนาชุมชน*, 19(2), 45-60. พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548. (2548, 20 มกราคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 122 ตอนที่ 6 ก. หน้า 1-13.
- พรพจน์ ศรีตัน. (2564). *โครงการนวัตกรรมทางสังคมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- พัฒน์พงษ์ ศิริวัฒน์. (2565). กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ*, 13(1), 71-82.
- พูนศักดิ์ พิษญากร. (2563). *การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนไทยสู่ความยั่งยืน*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏ.
- สิรินทร์ ชัยสัมฤทธิ์. (2565). *การตลาดดิจิทัลและการสื่อสารแบรนด์บนโซเชียลมีเดีย*. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สุจิตรา ศรีวิล. (2562). ระบบควบคุมภายในกับการบริหารงานของวิสาหกิจชุมชน. *วารสารการบัญชี*

และการจัดการ, 15(1), 63–78.

สุชาติ ชัยศรี. (2563). *การบัญชีเพื่อการจัดการสำหรับผู้ประกอบการ (Accounting for Managerial Decision)*. พีเอส พับลิชชิง.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2565). *คู่มือการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

อัปสร อีซอ, ปวีณา เจาะอารง, ศุภมาส รัตนพิพัฒน์, และ รอมซี แตมาสา. (2563). *การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอท็อปจังหวัดยะลาตามโครงการพระบรมราโชบายเพื่อการราชภัฏยะลา*.

Arens, A. A., Elder, R. J., & Beasley, M. S. (2017). *Auditing and assurance services: An integrated approach* (16th ed.). Pearson Education.

Chaffey, D. (2020). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson Education.

Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). (2013). *Internal control—Integrated framework*. COSO.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
<https://doi.org/10.2307/249008>

Drucker, P. F. (1999). *Management challenges for the 21st century*. HarperBusiness.

Hornigren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2021). *Cost accounting: A managerial emphasis* (17th ed.). Pearson.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. John Wiley & Sons.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

UNESCO. (2022). *Creative economy outlook 2022*. UNESCO Publishing.

ภาคผนวก

1. ผลการพิจารณาการอนุมัติโครงการร่างการวิจัย
(WU-EC-EX-3290-67)
2. แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน ฝ่ายบริหารทั่วไปและธุรการ สถาบันส่งเสริมการวิจัยและนวัตกรรมสู่ความเป็นเลิศ
(คนิตา หวานคง โทร.0-7567-3590)

ที่ อว ๗๕ ๒๑ ๐๑/๓๑๖๓/๒๕๖๗ วันที่ ๒๘ ตุลาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอส่งแจ้งผลการพิจารณาอนุมัติโครงการวิจัย (WU-EC-EX-3-290-67)

เรียน อาจารย์กมลนันท์ ชีวรัตน์โชติ

ตามที่ ท่านได้ส่งโครงการวิจัย (ฉบับแก้ไข) เพื่อขออนุมัติการทำวิจัยในมนุษย์ เรื่อง การพัฒนา
ด้านการตลาดดิจิทัลและการวางระบบบัญชี เพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอ
ขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช (Development of Digital Marketing and Accounting System
Implementation to Raise Income from Community Enterprises Thong Nian Subdistrict, Khanom
District, Nakhon Si Thammarat Province) รหัสโครงการวิจัย WU-EC-EX-3-290-67 เมื่อวันที่
17 ตุลาคม 2567 นั้นคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ได้พิจารณาโครงการวิจัยดังกล่าวเมื่อวันที่
28 ตุลาคม 2567 มีมติเห็นสมควรอนุมัติ ดังนี้

เลขที่เอกสารรับรอง WUEC-24-366-01

ระยะเวลาที่รับรอง 1 ปี ตั้งแต่ 28 ตุลาคม 2567 ถึงวันเดือนปี 27 ตุลาคม 2568

โดยเอกสารรับรองโครงการวิจัยในมนุษย์จะดำเนินการจัดส่งให้ท่านหลังจากที่ลงนามเรียบร้อยแล้ว
จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ศุภรัตน์ ช่างโรง

(นางสาวสุธารัตน์ ช่างโรง)

เลขานุการคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

๒๘ ตุลาคม ๒๕๖๗ ๑๕๖๕๕๕๕๕ Personal PKI-LN
Signature Code : 9YzUU-GsQd5-XLNMf-llkRU

หมายเหตุ วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ขนอม)

แบบสัมภาษณ์ที่.....



แบบสัมภาษณ์สภาพการดำเนินงานทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนทางด้านบัญชี

โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลและการวางระบบบัญชีเพื่อการยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอนนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปประกอบการโครงการวิจัย คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย กรุณาตอบให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยนี้มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ ไม่มีการให้ข้อมูลใด ๆ ที่เปิดเผยเกี่ยวกับกิจการของท่านในรายงาน การนำเสนอผลงานวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น

หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามชุดนี้ โปรดติดต่อข้าพเจ้านางกมลนันท์ ชีวรัตนโชติ หมายเลขโทรศัพท์ 080 – 5287222

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ข้อมูลไว้ ณ โอกาสนี้

นางกมลนันท์ ชีวรัตนโชติ

อาจารย์ประจำหลักสูตรวิชาการบัญชี

วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล.....
2. อายุผู้ตอบแบบสอบถาม.....ปี
3. ระดับการศึกษา
 - [] 1. ไม่ได้ศึกษาในระบบ
 - [] 2. ประถมศึกษา
 - [] 3. มัธยมศึกษาตอนต้น
 - [] 4. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
 - [] 5. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า สาขา.....
 - [] 6. ปริญญาตรี สาขา
 - [] 7. สูงกว่าปริญญาตรี สาขา

ตอนที่ 2 : ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน

1. ชื่อวิสาหกิจชุมชน.....
 - ที่อยู่ บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....ตำบล.....
 - อำเภอ.....จังหวัด..... เบอร์โทรศัพท์.....
 - รหัสทะเบียน.....
 - สมาชิกของวิสาหกิจชุมชน
 - 1).....
 - หน้าที่รับผิดชอบ.....
 - 2).....
 - หน้าที่รับผิดชอบ.....
 - 3).....
 - หน้าที่รับผิดชอบ.....
 - 4).....
 - หน้าที่รับผิดชอบ.....
 - 5).....
 - หน้าที่รับผิดชอบ.....

- 6).....
 หน้าที่รับผิดชอบ.....
- 7).....
 หน้าที่รับผิดชอบ.....
- 8).....
 หน้าที่รับผิดชอบ.....
- 9).....
 หน้าที่รับผิดชอบ.....
- 10).....
 หน้าที่รับผิดชอบ.....
2. วัตถุประสงค์ของวิสาหกิจชุมชน
- 1).....
- 2).....
- 3).....
- 4).....
- 5).....
3. ประเภทผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน
- 1).....
 ราคาขายบาท
 ประมาณการต้นทุน.....บาท
 ประมาณการขายจำนวน.....ชิ้นต่อเดือน
- 2).....
 ราคาขายบาท
 ประมาณการต้นทุน.....บาท
 ประมาณการขายจำนวน.....ชิ้นต่อเดือน
4. ข้อมูลด้านการเงิน
- เงินลงทุนแรกเริ่ม (บาท)
- แหล่งเงินทุนแรกเริ่ม (บาท)

มูลค่าหุ้น (บาท).....
 แหล่งเงินทุนเพิ่มเติมในปีต่อ ๆ มา (บาท)
 ยอดขายต่อเดือน (บาท)
 กำไรต่อเดือน (บาท)
 อัตราดอกเบี้ยจ่ายแก่สมาชิก (บาท).....
 อัตราเงินปันผล (บาท)
 จำนวนสมาชิก (คน).....

ตอนที่ 3 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน

1. ผู้ดำเนินการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน

☐ 1.1 มี ได้แก่

.....

☐ 1.2 ไม่มี เพราะ.....

.....

2. วิสาหกิจชุมชนเคยเข้ารับการฝึกอบรมการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนหรือไม่

☐ 2.1 เคยได้รับการอบรม

เรื่อง.....

.....

วันที่เขาอบรม.....

☐ 2.2 ไม่เคย เพราะ.....

.....

3. วิสาหกิจชุมชนของท่านมีการจัดทำบัญชีเป็นประจำหรือไม่

☐ 3.1 มี

รายละเอียดของการจัดทำบัญชี.....

.....

☐ 3.2 ไม่มี เพราะ.....

.....

4. วิสาหกิจชุมชนของท่านมีการบันทึกบัญชีโดยวิธีใด (ไม่มีการจัดทำบัญชีไม่ต้องตอบข้อนี้)
- ☐ 4.1 บันทึกด้วยมือ
 - ☐ 4.2 บันทึกด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (ระบุ.....)
 - ☐ 4.3 บันทึกด้วยมือและโปรแกรมสำเร็จรูป (ระบุ.....)
5. วิสาหกิจชุมชนของท่านมีสมุดหรือเอกสารในการบริหารงานด้านการเงินของกลุ่ม โดยจัดทำเอกสารใดบ้าง
- ☐ 5.1 ไม่ได้จัดทำ เพราะ.....
 - ☐ 5.2 สมุดจดรายรับ-รายจ่าย ได้แก่.....
 - ☐ 5.3 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
6. วิสาหกิจชุมชนของท่านมีการจัดทำรายงานการเงินและรายงานทางการบริหารของกลุ่ม โดยจัดทำรายงานใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ 6.1 ไม่ได้จัดทำ เพราะ.....
 - ☐ 6.2 งบทดลอง
 - ☐ 6.3 งบฐานะการเงิน
 - ☐ 6.4 งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ
 - ☐ 6.5 งบต้นทุนการผลิต
 - ☐ 6.6 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
7. ระยะเวลาในการจัดทำรายงานการเงินและรายงานทางการบริหารของกลุ่ม
- ☐ 7.1 ไม่ได้จัดทำ
 - ☐ 7.2 รายเดือน
 - ☐ 7.3 รายไตรมาส
 - ☐ 7.4 รายปี
 - ☐ 7.5 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ในการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนมีตรวจสอบหรือติดตามหรือไม่ จากแหล่งใด

- ☐ 8.1 ไม่มี
- ☐ 8.2 มี จากคณะกรรมการบริหารกลุ่ม
- ☐ 8.3 มี จากคณะกรรมการตรวจสอบที่กลุ่มแต่งตั้งขึ้น
- ☐ 8.4 มี จากหน่วยงานภายนอก ระบุ.....
-

ตอนที่ 4 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ 1) ไม่มี เพราะ
-
- ☐ 2) ด้านเอกสารและวิธีการจัดทำบัญชี รายละเอียดของปัญหา ได้แก่
-
-
- ☐ 3) ด้านความร่วมมือและการประสานงาน รายละเอียดของปัญหา ได้แก่
-
-
- ☐ 4) ด้านความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน รายละเอียดของปัญหา ได้แก่
-
- ☐ 5) อื่น ๆ.....
-

ตอนที่ 5 : ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

ขอบคุณมากค่ะ ☺

ผู้สัมภาษณ์.....

วันที่สัมภาษณ์.....

เวลา.....

แบบสัมภาษณ์ที่.....



แบบสัมภาษณ์สภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนทางการตลาด

โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลและการวางระบบบัญชีเพื่อการยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอนามน จังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง : แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ มีจำนวน 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปด้านการตลาด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปประกอบการโครงการวิจัย คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย กรุณาตอบให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยนี้มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ ไม่มีการให้ข้อมูลใด ๆ ที่เปิดเผยเกี่ยวกับกิจการของท่านในรายงาน การนำเสนอผลงานวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น

หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามชุดนี้ โปรดติดต่อข้าพเจ้านางกมลนันท์ ชีวรัตนโชติ หมายเลขโทรศัพท์ 080 – 5287222

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ข้อมูลไว้ ณ โอกาสนี้

นางกมลนันท์ ชีวรัตนโชติ

อาจารย์ประจำหลักสูตรวิชาการบัญชี

วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล.....
2. อายุผู้ตอบแบบสอบถาม.....ปี
3. ระดับการศึกษา
 - [] 1. ไม่ได้ศึกษาในระบบ
 - [] 2. ประถมศึกษา
 - [] 3. มัธยมศึกษาตอนต้น
 - [] 4. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
 - [] 5. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า สาขา.....
 - [] 6. ปริญญาตรี สาขา
 - [] 7. สูงกว่าปริญญาตรี สาขา
4. หน้าที่ความรับผิดชอบในวิสาหกิจชุมชน
5. การทำงานร่วมกับวิสาหกิจชุมชน.....ปี

ตอนที่ 2 : ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน

1. ชื่อวิสาหกิจชุมชน.....
 - ที่อยู่ บ้านเลขที่..... หมู่ที่..... ตำบล.....
 - อำเภอ..... จังหวัด..... เบอร์โทรศัพท์.....
 - รหัสทะเบียน.....
2. วัตถุประสงค์ของวิสาหกิจชุมชน
 - 1).....
 - 2).....
 - 3).....
 - 4).....
3. ประเภทผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน
 - 1).....
 - 2).....
 - 3).....

ตอนที่ 3 : ข้อมูลทั่วไปด้านการตลาด

1. กลุ่มตลาดเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายเดิม ได้แก่

กลุ่มเป้าหมายใหม่เพิ่มเติม ได้แก่.....

2. ลักษณะเด่นตราสินค้า.....

.....

.....

3. สภาพปัจจุบันของการตลาด.....

.....

.....

.....

4. ความต้องการการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล.....

.....

.....

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

ขอบคุณมากค่ะ ☺

ผู้สัมภาษณ์.....

วันที่สัมภาษณ์.....

เวลา.....



แบบประเมินความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชน

โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลและการวางระบบบัญชีเพื่อการยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง : แบบประเมินความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชน มีจำนวน 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปประกอบการโครงการวิจัย คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย กรุณาตอบให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยนี้มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ ไม่มีการให้ข้อมูลใด ๆ ที่เปิดเผยเกี่ยวกับกิจการของท่านในรายงาน การนำเสนอผลงานวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น

หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามชุดนี้ โปรดติดต่อข้าพเจ้านางกมลนันท์ ชีวรัตนโชติ หมายเลขโทรศัพท์ 080 – 5287222

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ข้อมูลไว้ ณ โอกาสนี้

นางกมลนันท์ ชีวรัตนโชติ

อาจารย์ประจำหลักสูตรวิชาการบัญชี

วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

1. ชื่อ-สกุล.....
2. อายุผู้ตอบแบบสอบถาม.....ปี
3. ระดับการศึกษา
 - [] 1. ไม่ได้ศึกษาในระบบ
 - [] 2. ประถมศึกษา
 - [] 3. มัธยมศึกษาตอนต้น
 - [] 4. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
 - [] 5. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 - [] 6. ปริญญาตรี
 - [] 7. สูงกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2 : ความพึงพอใจต่อการวางระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชน โปรดระบุระดับความพึงพอใจของท่านโดย
ทำเครื่องหมาย ✓ ในหัวข้อต่อไปนี้

ประเด็นการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความเหมาะสม รูปแบบบัญชีมีความเหมาะสมกับลักษณะและขนาดของวิสาหกิจชุมชน					
2. ความเข้าใจง่าย รูปแบบบัญชีมีความเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน เหมาะสมกับระดับความรู้ ด้านบัญชีของสมาชิก					
3. ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน รูปแบบบัญชีสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง					
4. ความสามารถในการให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ - ทราบผลการดำเนินงานของวิสาหกิจมีกำไรหรือขาดทุน - ทราบฐานะการเงินของวิสาหกิจชุมชนทั้งสินทรัพย์ หนี้สิน และทุน - ทราบต้นทุนการผลิตที่แท้จริง					

ตอนที่ 3: ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณมากค่ะ ☺

คณะผู้วิจัย

แบบประเมินที่.....



แบบประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล

โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลและการวางระบบบัญชีเพื่อการยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอนามน จังหวัดนครศรีธรรมราช

คำชี้แจง : แบบประเมินชุดนี้ มีจำนวน 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปประกอบการโครงการวิจัย คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย กรุณาตอบให้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยนี้มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ ไม่มีการให้ข้อมูลใด ๆ ที่เปิดเผยเกี่ยวกับกิจการของท่านในรายงาน การนำเสนอผลงานวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น

หากท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามชุดนี้ โปรดติดต่อข้าพเจ้านางกมลนันท์ ชีวรัตนโชติ หมายเลขโทรศัพท์ 080 - 5287222

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ข้อมูลไว้ ณ โอกาสนี้

นางกมลนันท์ ชีวรัตนโชติ

อาจารย์ประจำหลักสูตรวิชาการบัญชี

วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

1. ชื่อ-สกุล.....
2. อายุผู้ตอบแบบสอบถาม.....ปี
3. ระดับการศึกษา
 - [] 1. ไม่ได้ศึกษาในระบบ
 - [] 2. ประถมศึกษา
 - [] 3. มัธยมศึกษาตอนต้น
 - [] 4. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
 - [] 5. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 - [] 6. ปริญญาตรี
 - [] 7. สูงกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลโดยทำเครื่องหมาย ✓ ในหัวข้อต่อไปนี้

ประเด็นในการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ประสิทธิภาพและการใช้งาน ความยากง่ายในการเข้าถึง ความรวดเร็ว และความ สะดวกของช่องทางต่าง ๆ					
2. การใช้งานระบบ มีความชัดเจนและไม่ซับซ้อน มีความครบถ้วน					
3. การออกแบบและความสวยงาม สวยงาม ดึงดูด และเหมาะสมกับสินค้า					
4. ประโยชน์ที่ได้รับจากช่องทางการตลาดดิจิทัล - ช่วยประชาสัมพันธ์สินค้า/บริการได้ดีขึ้น - เพิ่มความน่าเชื่อถือของกลุ่ม - สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ขอบคุณมากค่ะ ☺

คณะผู้วิจัย

แบบสรุปข้อมูลโครงการวิจัยทุนสนับสนุนเงินรายได้

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

ชื่อโครงการ : การพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลและกาวางระบบบัญชี เพื่อยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

หัวหน้าโครงการ : นางกมลนันท์ ชีวรัตนโชติ

โทรศัพท์...0805287222...**อีเมล...**kamonnani@rmutsv.ac.th...**งบประมาณ** 48,350...**บาพระยะเวลาดำเนินการ**...1...ปี

แพลตฟอร์มตามยุทธศาสตร์ อววน.: แผนงานที่ 9. แผนงานเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการในพื้นที่ (Local Enterprises) บนฐานทรัพยากรพื้นที่ เพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากและเศรษฐกิจหมุนเวียนในพื้นที่

โปรแกรมตามยุทธศาสตร์ อววน.:

พื้นที่ทำวิจัย : ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

พื้นที่การใช้ประโยชน์ : ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

ที่มาและความสำคัญ/หลักการและเหตุผล :

การวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับและวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระเพื่อการพัฒนาการวางระบบบัญชี และเทคโนโลยีสำหรับการตลาดดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ตั้งอยู่ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่โครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบลสร้างรากแก้วให้ประเทศ ได้ดำเนินโครงการด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเล ด้วยเครื่องอบลมร้อนพลังงานแสงอาทิตย์ และด้านการบริการเรือท่องเที่ยว จากนั้นได้จัดตั้งเป็น วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ ตั้งอยู่ที่ 52/1 หมู่ที่ 5 ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช และ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ ตั้งอยู่ที่ 18/3 หมู่ 6 ตำบลทองเนียน อำเภอนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ปลาหวาน ปลาเส้น ปลาแดดเดียว ปลาเค็ม และกะปิ เป็นต้น โดยโดยทางวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเขาพระ ได้รับมาตรฐาน PGS (ระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม Participatory Guarantee Systems : PGS) ของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นระบบการรับรองเกษตรอินทรีย์ตามมาตรฐาน

เมื่อคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการจากลงพื้นที่และร่วมทำงานกับชุมชนพบว่า กลุ่มยังประสบปัญหาในการวิสาหกิจชุมชนทั้ง 2 ซึ่งพบประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในลำดับต่อไป ได้แก่ 1. การบริหารในด้านต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน เป็นวิถีชาวบ้าน ทั้งทางด้านการบัญชีและการเงิน และการบริหารจัดการภายในวิสาหกิจ 2. ผลิตภัณฑ์ไม่มีการโฆษณาสินค้าให้เป็นที่รู้จัก และไม่มีจุดวางจำหน่ายสินค้าที่ชัดเจนเพื่อให้กลุ่มลูกค้าเข้าถึง และนำสินค้าจำหน่ายบน platform online เป็นส่วนสำคัญที่สามารถช่วยขับเคลื่อนและการส่งเสริมและพัฒนาประชาสัมพันธ์สินค้า ส่งเสริมการตลาด การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายการเข้าถึง และการบริหารจัดการวิสาหกิจ และทางด้านการบัญชีและการเงิน เพื่อช่วยสร้างรายได้ให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมากขึ้นและอย่างยั่งยืนให้กับชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการ : 1) เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) พัฒนาการวางระบบบัญชี ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช 3) พัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการตลาดดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลทองเนียน อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช
ผลการวิจัย : 1) วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 วิสาหกิจชุมชนทั้งสองแห่งดำเนินการกิจกรรมโดยเน้นการใช้ทรัพยากรและจุดเด่นในท้องถิ่น ทั้งการแปรรูปอาหารทะเลและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แต่พบว่าสภาพการจัดทำบัญชียังอยู่ในระดับเริ่มต้น โดยใช้วิธีจดบันทึกด้วยมือ ขาดมาตรฐานและไม่มีการจัดทำรายงานทางการเงินที่เป็นระบบ ด้านการตลาดส่วนใหญ่ยังเป็นรูปแบบดั้งเดิมที่เน้นการขายตรงและบอกต่อ โดยขาดทักษะด้านสื่อดิจิทัลและระบบจองออนไลน์ รวมถึงต้องเผชิญอุปสรรคสำคัญจากปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ เช่น ความไม่แน่นอนของวัตถุดิบตามฤดูกาลและสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการรายได้กลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ 2) วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาและวางระบบบัญชีให้เหมาะสมกับบริบทการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนทั้งสองแห่ง โดยเริ่มจากการจัดทำผังบัญชีที่จำแนกหมวดหมู่ชัดเจน และออกแบบเอกสารทางการเงินที่สำคัญ ได้แก่ ใบจัดซื้อ ใบสำคัญจ่าย และใบส่งของ/ใบแจ้งหนี้ เพื่อใช้เป็นหลักฐานประกอบการบันทึกบัญชีที่สามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ พร้อมทั้งวางระบบการควบคุมภายในโดยเน้นการแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบและการใช้เอกสารที่มีเลขที่กำกับเพื่อสร้างความโปร่งใส ผลจากการพัฒนาระบบช่วยให้กลุ่มสามารถวิเคราะห์ศักยภาพทางการเงินได้อย่างเป็นรูปธรรม พบว่ากลุ่มแปรรูปถั่วขาวพระมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 23.00 และจุดคุ้มทุนที่ 11,236 บาทต่อเดือน ขณะที่กลุ่มท่องเที่ยวแหลมประทับมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 21.21 และจุดคุ้มทุนที่ 38,388 บาทต่อเดือน ข้อมูลเหล่านี้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญให้ผู้นำกลุ่มใช้ในการตัดสินใจบริหารจัดการต้นทุนและวางแผนการผลิตได้อย่างแม่นยำ โดยผลการประเมินความพึงพอใจพบว่าสมาชิกมีความพึงพอใจต่อระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้นในระดับมากถึงมากที่สุด เนื่องจากมีรูปแบบที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริงในกิจกรรมประจำวันของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งทางการเงินให้กับวิสาหกิจชุมชนในระยะยาว 3) วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการตลาดดิจิทัลโดยมุ่งเน้นการสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ (Branding) และสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงง่าย เช่น Facebook และ Line เพื่อขยายฐานลูกค้าจากระดับท้องถิ่นสู่ตลาดวงกว้าง มีการออกแบบเนื้อหา (Content) และพัฒนาระบบการให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือด้วยการใช้ฐานข้อมูลกลางและระบบการรีวิวจากผู้ใช้บริการจริง ผลการดำเนินงานพบว่าสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสองแห่งมี

ความพึงพอใจต่อการพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัลในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ที่ 4.15 และ 3.95 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดสำคัญในด้านทักษะการใช้งานเทคโนโลยีของสมาชิกกลุ่มที่เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการสนับสนุนและฝึกอบรมทักษะดิจิทัลอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการวางระบบ เพื่อให้การยกระดับรายได้ของวิสาหกิจชุมชนตำบลทองเนียนเป็นไปอย่างยั่งยืน
ผลผลิตที่เกิดขึ้นจริง (output) 1) วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 รายงานวิเคราะห์สภาพการดำเนินงาน ข้อมูลเชิงลึกของ 2 กลุ่มเป้าหมาย ระบุถึงโครงสร้างองค์กร กระบวนการผลิต และรูปแบบการบริการ การจำแนกปัญหาหลักภายใต้ คือ การขาดระบบบัญชีมาตรฐาน ขาดการควบคุมทางการเงิน และการพึ่งพาการตลาดแบบบอกต่อเพียงอย่างเดียว 2) วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ชุดเอกสารทางการบัญชีมาตรฐาน ประกอบด้วยแบบฟอร์มใบจัดซื้อ, ใบสำคัญจ่าย และใบส่งของ/ใบแจ้งหนี้ ที่มีการระบุเลขที่กำกับเพื่อสร้างร่องรอยการตรวจสอบ - วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปถั่วเหลือง กำไรสุทธิ ร้อยละ 23, อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ร้อยละ 52.66 และจุดคุ้มทุน เท่ากับ 11,236 บาท/เดือน - วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลมประทับ กำไรสุทธิ ร้อยละ 21.21, อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ร้อยละ 67 และจุดคุ้มทุน เท่ากับ 38,388 บาท/เดือน - การควบคุมภายใน มีแนวทางการแบ่งแยกหน้าที่และขั้นตอนการเบิกจ่ายเงินที่โปร่งใส 3) วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เครื่องมือการตลาดดิจิทัล สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ได้แก่ การสร้างตัวตนของแบรนด์ ผ่านแพลตฟอร์ม Facebook และ Line OA เพื่อการสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า และระบบฐานข้อมูลและวิธีการสร้างฐานข้อมูลเบอร์โทรศัพท์ติดต่อที่เป็นปัจจุบัน และระบบกระตุ้นการรีวิวกจากลูกค้าจริงเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ - แผนการพัฒนาทักษะดิจิทัลมีข้อเสนอแนะในการจัดอบรมสำหรับสมาชิก โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อลดช่องว่างทางเทคโนโลยี
ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง (outcome) 1) สมาชิกในกลุ่มเกิดความเชื่อมั่นในระบบการเงินมากขึ้น ลดความขัดแย้งภายในเนื่องจากมีเอกสารร่องรอยการตรวจสอบ (Audit Trail) ที่ชัดเจน สะท้อนได้จาก ผลการประเมินความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด (4.09 - 4.60) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้นช่วยให้การบริหารงานมีความเป็นมืออาชีพและตรวจสอบได้จริง 2) ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจ ผู้นำกลุ่มไม่ได้บริหารงานด้วยความรู้สึกอีกต่อไปแต่สามารถตัดสินใจบนฐานข้อมูลจริง เช่นการทราบจุดคุ้มทุนทำให้วางแผนการผลิตและการจองการท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ ทราบถึงอัตราผลตอบแทน (ROI) ที่ชัดเจน (ร้อยละ 52.66 และ 67.08) ช่วยให้สามารถวางแผนขยายกิจการหรือปรับปรุงต้นทุนเพื่อเพิ่มกำไรในอนาคตได้อย่างมีทิศทาง 3) ด้านภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของแบรนด์ กลุ่มมี "ตัวตนออนไลน์" ที่น่าเชื่อถือ การมีเพจ Facebook หรือ Line OA ที่มีข้อมูลถูกต้องและระบบการรีวิว ช่วยสร้างการยอมรับจากนักท่องเที่ยวและลูกค้าภายนอกตำบลทองเนียน ส่งผลให้กลุ่มก้าวพ้นจากการเป็นเพียงวิสาหกิจแบบดั้งเดิม สู่การเป็นธุรกิจชุมชนที่มีความพร้อมในยุคเศรษฐกิจ

ดิจิทัล 3) ด้านเศรษฐกิจในระยะยาวระบบบัญชีที่แม่นยำและการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้นจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของรายได้และการลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นโดยการควบคุมต้นทุนที่มีประสิทธิภาพซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัยในการ"ยกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนตำบลทองเนียน"อย่างเป็นรูปธรรม
ผลกระทบที่เกิดขึ้นจริง (impact) 1) ความมั่นคงทางการเงินและความยั่งยืนการที่วิสาหกิจชุมชนทราบตัวเลขทางเศรษฐกิจที่แม่นยำ เช่น จุดคุ้มทุนและ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ส่งผลกระทบให้กลุ่มสามารถวางแผนบริหารความเสี่ยงได้ดีขึ้น ลดการก่อหนี้ที่ไม่จำเป็น และสามารถบริหารจัดการเงินทุนหมุนเวียนให้เพียงพอต่อการดำเนินกิจการในระยะยาว ซึ่งเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันทางการเงินให้กับเศรษฐกิจฐานรากของตำบลทองเนียนอย่างเข้มแข็ง 2) การยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการ การเปลี่ยนจากระบบจดบันทึกตามความเข้าใจส่วนบุคคล มาเป็น ระบบบัญชีมาตรฐาน ที่มีเอกสารประกอบชัดเจน (ใบจัดซื้อ, ใบสำคัญจ่าย, ใบแจ้งหนี้) ส่งผลกระทบให้วิสาหกิจชุมชนยกระดับสถานะจาก "กลุ่มกิจกรรมชุมชน" สู่การเป็น "ธุรกิจชุมชนมืออาชีพ" ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญหากกลุ่มต้องการขยายไปสู่การจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล หรือการขอรับการสนับสนุนทุนและเงินกู้จากหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการเงินในอนาคต 3) การลดความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล ได้สร้างผลกระทบในการ "ปิดช่องว่างทางเทคโนโลยี" ให้กับคนในพื้นที่อำเภอชนอม สมาชิกได้เรียนรู้การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ และการสื่อสารกับลูกค้าผ่านสื่อใหม่ๆ ซึ่งเป็นการพัฒนาทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งในเศรษฐกิจยุคปัจจุบัน ทำให้ชุมชนไม่ถูกทิ้งไว้ข้างหลังและสามารถเข้าถึงโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ได้เท่าทันโลก
การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ ด้านนโยบาย โดย: หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ เช่น สำนักงานเกษตรอำเภอชนอม, องค์การบริหารส่วนตำบลทองเนียน (อบต.) และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากโดยนำ "รูปแบบการจัดกรบัญชี" และ "โมเดลการตลาดดิจิทัล" จากงานวิจัยนี้เป็นต้นแบบ (Best Practice) ในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ด้านสังคม โดย: สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและคนในชุมชนตำบลทองเนียน ช่วยสร้างเสริมระบบบรรณาภิบาลและความโปร่งใสภายในองค์กรชุมชน ผ่านการใช้ระบบการควบคุมภายในและเอกสารบัญชีที่มีร่องรอยการตรวจสอบ (Audit Trail) ซึ่งจะช่วยลดความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์ภายในกลุ่ม นอกจากนี้การพัฒนาแบรนด์และการสื่อสารออนไลน์ยังช่วยสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น (เช่น การท่องเที่ยวชมโลมาและผลิตภัณฑ์แปรรูป) และสร้างการมีส่วนร่วมของคนหลายวัยในชุมชนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจร่วมกัน ด้านเศรษฐกิจ โดย: คณะกรรมการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูปอ่าวเขาพระ และวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแหลม

ประจักษ์ โดยการนำข้อมูลตัวเลขทางการเงิน เช่น จุดคุ้มทุน (Break-even point) และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) มาใช้ในการวางแผนลดต้นทุนและตั้งราคาผลิตภัณฑ์/บริการได้อย่างแม่นยำ และใช้ช่องทางการตลาดดิจิทัล (Facebook, Line OA) ที่พัฒนาขึ้นในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่นอกพื้นที่ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มรายได้สุทธิและการเติบโตของกำไร (Net Profit) อย่างยั่งยืนตามเป้าหมายของวิสาหกิจ ด้านวิชาการ โดย: นักวิชาการ, อาจารย์, นักศึกษา และสถานประกอบการ (โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย) ใช้เป็นกรณีศึกษา (Case Study) ในการเรียนการสอนรายวิชานวัตกรรมชุมชน หรือการประกอบการดิจิทัล โดยแสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้ทฤษฎีปัญหาและการตลาดเข้ากับบริบทจริงของชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับนักวิจัยท่านอื่นในการนำไปศึกษาต่อยอด (Further Research) ในประเด็นการขยายผลการใช้งานเทคโนโลยีในกลุ่มสังคมผู้สูงอายุ หรือการพัฒนาระบบบัญชีบนคลาวด์สำหรับวิสาหกิจชุมชนในอนาคต	การเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ 1. การนำเสนอผลงานวิจัยในงานประชุมวิชาการระดับชาติ หรือการตีพิมพ์บทความวิจัยในวารสารทางวิชาการ (เช่น วารสารบัญชี หรือวารสารบริหารธุรกิจ) ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย หรือเครือข่ายวิจัยอื่น ๆ 2. การจัดกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ (Workshop) และการส่งมอบคู่มือระบบบัญชีและสื่อประชาสัมพันธ์ให้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนตำบลท้องเนียน เพื่อใช้ในการดำเนินงานจริง
TRL/SRL ระดับ 4 งานวิจัยมีการพัฒนาเทคโนโลยี (ระบบบัญชีและเครื่องมือการตลาดดิจิทัล) และได้นำไปทดสอบใช้งานจริงในสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง (Relevant Environment) คือในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย มีการประเมินผลและปรับปรุงจนสามารถใช้งานได้จริงตามบริบทของพื้นที่ แต่ยังคงมีการพัฒนาต่อเนื่องในด้านความชำนาญของผู้ใช้งานที่เป็นผู้สูงอายุ	

















ประวัติผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ-สกุล นางกมลนันท์ ชีวรัตน์โชติ

คุณวุฒิ ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบัญชีบริหาร) มหาวิทยาลัยบูรพา

หน่วยงาน วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ 99 หมู่ 4 ตำบลทองเนียน

อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช 80210

โทรศัพท์ 080-5287222

E-mail address Kamonnan.l@rmutsv.ac.th

ผู้ร่วมโครงการวิจัย

ชื่อ-สกุล นายวิชร ยั่งยืน

คุณวุฒิ ปริญญาเอก ปรัชญาคฤถิติบัณฑิตปรัชญาคฤถิติบัณฑิต (การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

หน่วยงาน วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ 99 หมู่ 4 ตำบลทองเนียน
อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช 80210

โทรศัพท์ 081-6762226

E-mail address wachira.y@rmutvs.ac.th

ชื่อ-สกุล นางสาวเมธพร มีเดช

คุณวุฒิ ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

หน่วยงาน วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ 99 หมู่ 4 ตำบลทองเนียน
อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช 80210

โทรศัพท์ 089-6457373

E-mail address metaporn.m@rmutsv.ac.th