

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ภายใต้สถานการณ์โลกและแนวโน้มของการพัฒนาประเทศในช่วงเปลี่ยนผ่านจากยุคเศรษฐกิจฟองสบู่มาสู่การพัฒนาแบบยั่งยืนทำให้ประเทศไทยต้องมีการปฏิรูประบบเศรษฐกิจและสังคมให้ทันต่อสถานการณ์โลก โดยมุ่งที่จะฟื้นฟูเศรษฐกิจให้หลุดพ้นจากภาวะวิกฤติ พร้อมทั้งวางรากฐานและพัฒนาเศรษฐกิจให้เข้มแข็ง มีเสถียรภาพต่อการแข่งขันกับนานาประเทศ ขณะเดียวกันจะต้องให้ความสำคัญกับวิธีการดำเนินการด้านบริหารจัดการและสร้างภาวะผู้นำเพื่อให้เกิดการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) เป็นแผนที่ได้อัญเชิญแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาและบริหารประเทศ เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชนจนถึงระดับรัฐทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 จึงถือเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศระยะปานกลางที่มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ระยะยาว และมีการดำเนินงานต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ในด้านแนวคิดที่ยึด “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” และให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่สมดุล (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2545 : 1-2) ดังพระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ “การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น ต้องสร้างพื้นฐานคือมีความพอมี พอกิน พอใช้ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้นก่อน โดยใช้วิธี การและใช้อุปกรณ์ที่ประหยัดแต่ถูกต้องตามหลักวิชา เมื่อได้พื้นฐานมั่นคงพร้อมพอควรและปฏิบัติได้แล้ว จึงค่อยสร้างค่อยเสริมความเจริญและฐานะทางเศรษฐกิจขั้นสูงขึ้นไป โดยลำดับต่อไป หากมุ่งแต่จะทุ่มเทสร้างความเจริญ ขกเศรษฐกิจขั้นให้รวดเร็วแต่ประการเดียว โดยไม่ให้แผนปฏิบัติการสัมพันธ์กับสภาวะของประเทศและของประชาชนโดยสอดคล้องด้วย ก็จะเกิดความไม่สมดุล

ในเรื่องต่าง ๆ ขึ้น ซึ่งอาจกลายเป็นความยุ่งยากล้มเหลวได้ในที่สุด” (พระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วันพฤหัสบดีที่ 18 กรกฎาคม 2517) จากพระบรมราโชวาท ดังกล่าว นายกรัฐมนตรีพันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร ได้สนองพระราชดำริ จัดตั้งโครงการกองทุนหมู่บ้านขึ้นเป็นเครื่องมือให้ประชาชนที่อยู่ในชนบทได้เข้าหาแหล่งทุน ซึ่งแหล่งทุนนี้จะทำให้สามารถที่จะมีงานทำนอกฤดูเก็บเกี่ยวและมีเงินหมุนเวียนในการแปรรูปสินค้าเกษตร การใช้ความสามารถในเชิงฝีมือแรงงานของตนเองมีการผลิตของขายได้ เป็นการสร้างศักยภาพในระดับประชาชนทั่วไป ซึ่งจะไปเชื่อมโยงกับการพัฒนาของเกษตรกรซึ่งรัฐบาลได้ทำไปแล้วเพื่อที่จะให้ประชาชนซึ่งยากจนและลำบากเป็นเกษตรกรรายย่อยได้มีโอกาสในการที่จะหาเงินไปใช้หนี้ได้ เป็นการหาเงินแล้วเอาเงินนั้นไปต่อเงิน คือการเอาเงินนั้นไปสร้างอาชีพใหม่เพื่อให้มีรายได้มากขึ้น และเมื่อครบ 3 ปีก็นำไปใช้หนี้ได้ ขณะเดียวกันรัฐบาลมีโครงการอันหนึ่ง คือเป็นการส่งเสริมให้ทุกตำบลมีผลิตภัณฑ์ ต่อหนึ่งตำบล ซึ่งหมายความว่า ทุกหนึ่งตำบล จะต้องมีความผลิตหลักประจำตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งรัฐบาลจะเข้าไปส่งเสริมทั้งในเรื่องของเทคโนโลยีในการผลิต ส่งเสริมในเรื่องของเงินทุนหมุนเวียน ส่งเสริมในเรื่องของการตลาด การบริหาร การจัดการ เพราะฉะนั้น ทุกตำบลในอนาคตจะมีสินค้าประจำตำบล (ทำเนียบรัฐบาล. วันที่ 6 พฤษภาคม : 2544)

จากนโยบายดังกล่าวก่อให้เกิดความตื่นตัวและผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีทั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จจนสามารถพัฒนาไปถึงการส่งออกยังต่างประเทศ มีการเผยแพร่ทางสื่อต่าง ๆ และมีการศึกษาวิจัยถึงวิธีการดำเนินการ การบริหารจัดการ การตลาด วิสัยทัศน์ เป้าหมาย รวมถึงปัญหาอุปสรรคและวิธีการแก้ไขปัญหาเพื่อเป็นตัวอย่างและแนวทางสำหรับผู้สนใจอย่างกว้างขวาง แต่กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ไม่ประสบความสำเร็จยังไม่มีการเผยแพร่ และศึกษาวิจัยกันมากนัก (สำนักงานพัฒนาชุมชน. 2546 : 13)

กลุ่มจักสานบ้านลุมพุก ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคามเป็นกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ไม่ประสบความสำเร็จในระดับจังหวัด (5 คาว) ได้เพียง 2 คาวในระดับจังหวัด พ.ศ. 2547 และ 3 คาวในระดับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พ.ศ. 2546 (พัฒนาชุมชน. สัมภาษณ์ : 2547) หน่วยงานราชการได้เข้ามาให้ความช่วยเหลือเรื่อยมาแต่กลุ่มยังขาดปัจจัยที่ต้องได้รับการพัฒนาต่อไป

ด้วยสาเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงกระบวนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจักสานบ้านลุมพุก ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย การบริหารการจัดการ การตลาด วิสัยทัศน์

เป้าหมาย จุดอ่อน จุดแข็ง การใช้โอกาส และอุปสรรค ที่ส่งผลให้กลุ่มไม่ประสบความสำเร็จ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่บ้านลุมพุก คือ ทำให้กลุ่มมีความเป็นอยู่และสภาพเศรษฐกิจดีขึ้น และสามารถใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศในการบริหารจัดการวางแผนพัฒนากลุ่มให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน

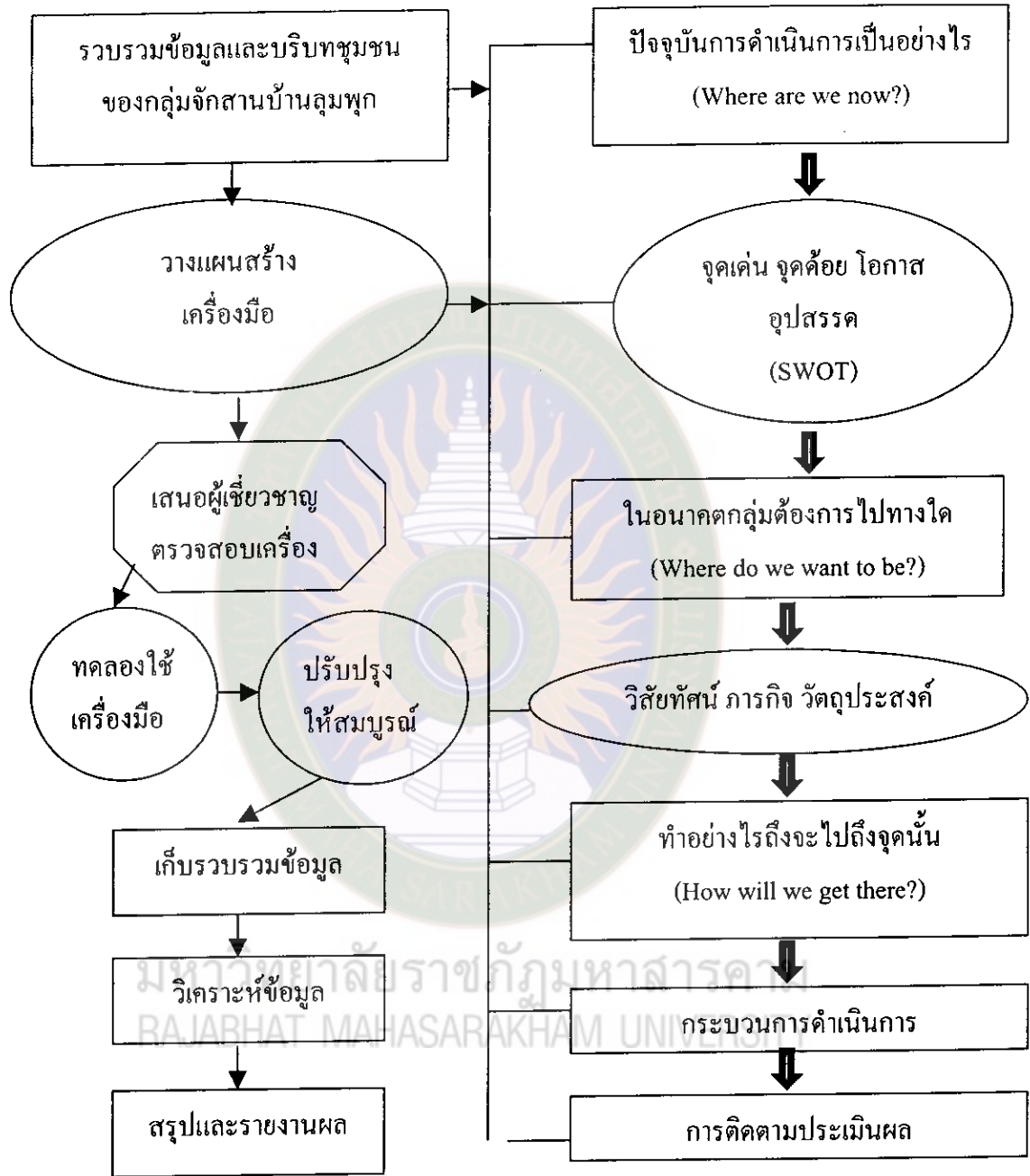
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจักสานบ้านลุมพุก ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการผลิตระดับข้าวไม้ไผ่ของกลุ่มจักสานบ้านลุมพุก ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม
3. ทราบถึงสาเหตุที่กลุ่มไม่ประสบผลสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่เป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับจังหวัด (5 ดาว)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัย “ศึกษากลยุทธ์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ของกลุ่มจักสานบ้านลุมพุก ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม” ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสรุปกำหนดเป็นกรอบแนวคิดและทิศทางในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น (Independent Variable) ประกอบด้วย การดำเนินการในปัจจุบัน (สภาวะแวดล้อมภายนอก เศรษฐกิจ, การเมือง, สังคม, เทคโนโลยี การแข่งขัน การบริหารงาน ลูกค้า) ความคาดหวังในอนาคต (วิสัยทัศน์, ภารกิจ, วัตถุประสงค์) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ วิธีการดำเนินการเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างรูปแบบกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

รูปแบบกรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกระบวนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ของกลุ่มจักสานบ้านลุมพุก ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ดังนี้

1. กระบวนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย การบริหารการพัฒนา การตลาด การกำหนด วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค และข้อดีข้อเสียของกลุ่มจักสานกระติบข้าว

2. ประชากรได้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตกระติบข้าวไม้ไผ่จำนวนทั้งสิ้น 18 คน แยกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

2.1 คณะกรรมการบริหารกลุ่มจักสานบ้านลุมพุก จำนวน 6 คน เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ ของกลุ่ม และศึกษาสาเหตุที่กลุ่มไม่ประสบผลสำเร็จในระดับจังหวัด (5 ดาว)

2.2 สมาชิกกลุ่มจักสานบ้านลุมพุก จำนวน 12 คน เพื่อศึกษากระบวนการผลิต และศึกษาสาเหตุที่กลุ่มไม่ประสบผลสำเร็จในระดับจังหวัด (5 ดาว)

3. การศึกษาครั้งนี้เจาะจงเฉพาะพื้นที่บ้านลุมพุก ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

นิยามศัพท์เฉพาะ

กลยุทธ์ หมายถึง โครงร่างหรือภาพรวมของวิถีทางต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

การพัฒนา หมายถึง สภาพที่ดีขึ้นหรือเจริญขึ้นอันเกิดจากกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่ไม่อยู่ภายใต้เงื่อนไขของธรรมชาติทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดจากการกระตุ้นหรือการกระทำของมนุษย์เพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่ของกลุ่มจักสานบ้านลุมพุก ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

กระบวนการบริหารกลยุทธ์ หมายถึง การกำหนดหัวใจหรือขั้นตอนในการบริหารกลยุทธ์ให้มีความสัมพันธ์กันและประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยการบริหาร 3 ขั้นตอน คือ การกำหนดแผนกลยุทธ์ การนำแผนกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ และ การติดตามประเมินผลแผนกลยุทธ์

การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การบริหารองค์กรที่เน้นการมองภาพรวมอย่างเป็นระบบ และมองผลกระทบต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นทั้งองค์กร ทั้งภายนอกและภายใน ว่า จะส่งผลโดยรวมอย่างไร เพื่อนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์และเป้าหมายระยะยาว กำหนดทิศทางให้องค์กรสามารถอยู่รอดและได้รับประโยชน์สูงสุด

การบริหารการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง การบริหารนโยบาย แผนงาน และโครงการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

การตลาด หมายถึง กระบวนการวางแผนและการบริหารแนวความคิดเกี่ยวกับการตั้งราคา การส่งเสริมการขาย การจัดจำหน่ายสินค้า บริการหรือความคิดเพื่อสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองความพอใจของบุคคลและบรรลุเป้าหมายของกิจการ (Kotler, 2000 : 6)

กระบวนการวางแผน หมายถึง แนวคิดการตัดสินใจ การเปลี่ยนแปลงในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหัตถกรรมไม้ไผ่ของกลุ่มจักสานบ้านลุมพุกอันได้แก่ การลงทุน การจัดหาและเตรียมวัสดุอุปกรณ์ ขั้นตอนและวิธีการผลิต การใช้แรงงาน การรับซื้อ การจำหน่าย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นข้อมูลสารสนเทศของ กลุ่มจักสานบ้านลุมพุก ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ในการพัฒนาตนเอง พัฒนาระบบการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของกลุ่ม และการวางยุทธศาสตร์ในการผลิตกระติบข้าวให้สืบทอดแก่ลูกหลานและมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สำเร็จในระดับจังหวัด (5 ดาว)