บทที่ 2
เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงกลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอพนมไพร จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้เสนอแนวคิดจากการรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์และการจัดการเชิงกลยุทธ์
2. แนวคิดการวิเคราะห์โดยใช้ SWOT Analysis
3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
   - 3.1 ด้านเงินทุน
   - 3.2 ด้านการผลิต
   - 3.3 ด้านการตลาด
   - 3.4 ด้านการบริหารจัดการ
4. แนวคิดการมีส่วนร่วม
5. แนวคิดชุมชนเข้มแข็ง
6. แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน
7. แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง
8. แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง
9. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชนในอำเภอพนมไพร จังหวัดร้อยเอ็ด
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
    - 10.1 งานวิจัยภายในประเทศ
    - 10.2 งานวิจัยต่างประเทศ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์และการจัดการเชิงกลยุทธ์

1. ความหมายกลยุทธ์

กลยุทธ์ หมายถึง แผนงานระยะยาวของบริษัทที่ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อการบรรลุภารกิจ และเป้าหมายของบริษัทกลยุทธ์จะต้องใช้ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันให้มากที่สุดและลดข้อเสียเปรียบทางการแข่งขันให้น้อยที่สุด (สมยศ นาวีการ. 2544 : 27)

กลยุทธ์ หมายถึง การพิจารณาจุดมุ่งหมาย (Purpose) ภารกิจ (Mission) และวัตถุประสงค์พื้นฐานระยะยาว (Basic Long-term Objective) ขององค์กรยอมรับการปฏิบัติการและการจัดทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมายเหล่านั้น ดังนั้น วัตถุประสงค์จึงเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดกลยุทธ์ (สมยศ นาวีการ. 2544 : 3-10)

กลยุทธ์ หมายถึง วิธีการที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้วยวิธีที่ถูกต้อง การกำหนดกลยุทธ์ไม่ได้เริ่มที่ตัวกลยุทธ์ แต่เริ่มที่วิสัยทัศน์ซึ่งมีลำดับขั้นตอน คือ (เสนาะ ติเยาว์. 2544 : 101)

1. วิสัยทัศน์ (Vision) มีความหมายว่า การมองอนาคตให้ถูกต้องว่าจะเกิดอะไรขึ้น

2. ภารกิจ (Mission) เป็นคำที่ขยายความหมายของวิสัยทัศน์ให้ชัดเจนขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงทิศทางและความเชื่อที่ระบุว่าวิสัยทัศน์จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย

3. เป้าหมาย (Goal) และวัตถุประสงค์ (Objective) เป้าหมายกับวัตถุประสงค์จะแตกต่างกันในรายละเอียด เป้าหมายจะระบุถึงจุดหมายปลายทางขององค์กรที่เป็นส่วนรวม ส่วนวัตถุประสงค์จะเป็นจุดหมายปลายทางของการดำเนินงานในระดับหน่วยงาน มีความรับผิดชอบและเฉพาะเจาะจงกว่า

4. กลยุทธ์ (Strategy) ได้แก่ การกำหนดกลยุทธ์และการนำไปใช้

5. แผนการดำเนินงาน (Operating Plan) การจัดทำแผนดำเนินงานก็เพื่อเชื่อมต่อสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นด้วยกัน เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้สำเร็จตามเป้าหมาย

กลยุทธ์ หมายถึง วิธีการที่องค์กรเลือกที่จะดำเนินการจากจุดที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปยังจุดหมายปลายทางในอนาคตหรือรูปแบบของการตัดสินใจ และการปฏิบัติการบางอย่างที่ผู้บริหารใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร (กีรติ ยศยิ่งยง. 2548 : 158)

กลยุทธ์ หมายถึง วิธีการออกแบบการปฏิบัติให้เหมาะสมต่อการกำหนดจุดหมายปลายทางของธุรกิจในอนาคตหรือสิ่งที่ธุรกิจต้องการจะเป็นในอนาคต (วิชิต อู่อ้น. 2548 : 29)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

กลยุทธ์ หมายถึง วิธีการหรือแผนการที่คิดขึ้นอย่างรอบคอบมีลักษณะเป็นขั้นตอน มีความยืดหยุ่นพลิกแพลงได้ตามสถานการณ์ มุ่งหมายเพื่อเอาชนะคู่แข่งขัน หรือเพื่อหลบหลีกอุปสรรคต่าง ๆ จนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. ออนไลน์ : 2549)

สรุปได้ว่า กลยุทธ์ หมายถึง แผนการปฏิบัติงานที่องค์กรกำหนดขึ้นอย่างมีกระบวนการ และเป็นระบบ มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน สามารถยืดหยุ่นได้ ส่งผลให้เกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

2. ส่วนประกอบกลยุทธ์

ส่วนประกอบของกลยุทธ์ (Component of Strategy) มี 4 ประการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539 : 101) คือ

2.1 ขอบเขต (Scope) เป็นอาณาเขตที่ผลิตภัณฑ์มีการเสนอขายมีการปฏิบัติการให้บริการตลาดหรือมีความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิตซึ่งเป็นขอบเขตภายในกลยุทธ์

2.2 ความสามารถที่แตกต่าง (Distinctive Competence) เป็นการเหนือกว่าทางการแข่งขันหรือความสามารถที่เป็นเอกลักษณ์ในทักษะเฉพาะอย่าง เช่น การให้บริการลูกค้าหรือการผลิตซึ่งเกี่ยวข้องกับขอบเขตที่กำหนดเพื่อให้เกิดประสิทธิผล ความสามารถนี้จะมีช่วงเวลายาว

2.3 การจัดทรัพยากร (Resource Deployment) เป็นวิธีการที่องค์กรจัดแบ่งทรัพยากรมนุษย์สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน และทรัพยากรข้อมูล การกระจายทรัพยากรขึ้นอยู่กับขอบเขตของกลยุทธ์และความสามารถที่แตกต่างซึ่งใช้ในการแข่งขัน

2.4 การร่วมมือ (Synergy) เป็นวิธีการซึ่งส่วนต่าง ๆ ขององค์กรจะให้ความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การมุ่งที่ผลิตภัณฑ์ซึ่งผลิตร่วมกันจะให้ความสะดวก ผู้บริหารสามารถลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง

3. การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)

การจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การระบวนการในการประเมินสภาพแวดล้อมและศักยภาพขององค์กร เพื่อกำหนดเป้าหมาย แนวทาง และวิธีการปฏิบัติให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ระยะยาวขององค์กร ตลอดจนการดำเนินงานและการควบคุมให้องค์กรบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ตามที่ต้องการ โดยกระบวนการในการจัดการเชิงกลยุทธ์

4. กระบวนการและขั้นตอนการจัดการเชิงกลยุทธ์

4.1 กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วยขั้นตอน 7 ขั้นตอนดังนี้

4.1.1 ประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร (SWOT)

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร PHRANAKHON RAJABHAT UNIVERSITY

4.1.2 การกำหนดภารกิจขององค์กร

4.1.3 การกำหนด ปรัชญาและนโยบายขององค์กร

4.1.4 การกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์

4.1.5 การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร

4.1.6 การดำเนินกลยุทธ์ขององค์กร

4.1.7 การควบคุมกลยุทธ์ขององค์กร

4.2 ขั้นตอนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์

4.2.2 การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร

4.2.3 การปฏิบัติตามกลยุทธ์

4.2.4 การควบคุมกลยุทธ์

สรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นแผนการปฏิบัติการอธิบายถึงการจัดสรรทรัพยากรและกิจกรรมอื่น ๆ ให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมและช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายระยะยาว นักวิชาการให้ลักษณะสำคัญเกี่ยวกับ กลยุทธ์ ว่าเป็นจุดสุดท้าย จุดมุ่งหมาย ภารกิจ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ และวิธีการบรรลุเป้าหมาย

แนวคิดการวิเคราะห์โดยใช้ SWOT Analysis

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

การที่จะหากลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ได้คุณภาพนั้น จำเป็นที่จะต้องทำการวิเคราะห์ถึงปัจจัยและสภาวะต่าง ๆ เช่น จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) หรือการวิเคราะห์สวอท (SWOT Analysis) เพื่อที่จะได้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น การวิเคราะห์สวอทนี้จะบอกให้ทราบถึงปัจจัยหรือสภาวะแวดล้อมภายนอกมีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะใด จะก่อให้เกิดโอกาสและข้อจำกัดได้อย่างไร นอกจากนี้การวิเคราะห์จะช่วยให้ทราบถึงทรัพยากร (Rcsources) และความสามารถ (Capabilities) ว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนอย่างไร จะช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

สมยศ นาวีการ (2544 : 42) ได้ให้ความหมายของการวิเคราะห์สวอท (SWOT Analysis) ได้ดังนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จุดแข็ง (Strengths) หมายถึง การดำเนินงานภายในองค์กรสามารถกระทำได้องค์กรจะต้องวิเคราะห์การดำเนินงานภายใน เช่น การบริหาร การเงิน การตลาด การผลิต และการวิจัยพัฒนาเพื่อการพิจารณาถึงจุดแข็งของการดำเนินงานภายในเหล่านี้เป็นระยะ บริษัทหรือองค์กรที่จะบรรลุความสำเร็จจะกำหนดแนวทางการให้บริการขององค์กรที่ใช้ประโยชน์จากจุดแข็ง จากการดำเนินงานภายในเหล่านี้อยู่เสมอ

จุดอ่อน (Weaknesses) หมายถึง การดำเนินงานภายในองค์กรที่องค์กรไม่สามารถกระทำได้ดี การดำเนินงานภายในเหล่านี้ เช่น การบริหาร การเงิน การตลาด การบริการ การวิจัยและพัฒนา จะเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จขององค์กร องค์กรจะต้องกำหนดแนวทางในการให้บริการที่สามารถลบล้างหรือปรับปรุงจุดอ่อนของการดำเนินงานภายในเหล่านี้ให้ดีขึ้น

โอกาส (Opportunities) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร องค์กรจะต้องคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคมการเมือง เทคโนโลยีและการแข่งขันอยู่เป็นระยะ เพื่อการแสวงหาประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้ การพัฒนาของคอมพิวเตอร์และไบโอเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของประชากร การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและทัศนคติพนักงาน และการแข่งขันจากต่างประเทศที่รุนแรงขึ้น จะเป็นตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมภายนอกที่สำคัญ การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อาจจะทำให้ความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจจะทำให้ผลิตภัณฑ์บริการขององค์การต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

อุปสรรค (Threats) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอก ที่คุกคามต่อการดำเนินงานขององค์กร สภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและการแข่งขัน เป็นต้น ความไม่สงบภายในตะวันออกกลาง ความไม่สงบภายในประเทศสหรัฐอเมริกา ความเข้มแข็งของคู่แข่งขัน อัตราดอกเบี้ยและราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ล้วนแต่เป็นการคุกคามของสภาพแวดล้อมภายนอกทั้งสิ้น

ชนินทร์ ชุณหพันธรักษ์ (2545 : 63) ได้ให้ความหมายของการวิเคราะห์สวอท (SWOT Analysis) ไว้ดังนี้

จุดแข็ง หมายถึง ลักษณะเด่นของการดำเนินงานตามหน้าที่ทางธุรกิจต่าง ๆ ภายในองค์กรไม่ว่าจะเป็นทางด้านการผลิต การตลาด การเงินและบัญชี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ลักษณะเช่นนี้เป็นปัจจัยเอื้อต่อความสำเร็จขององค์กร ตัวอย่างจุดแข็งของกิจการ เช่น ตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก มีนวัตกรรมใหม่ ๆ ผู้นำด้านต้นทุนและราคา พนักงานมีความสามารถ การเงินที่มั่นคง เทคโนโลยีล้ำหน้า มีช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างทั่วถึง

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จุดอ่อน หมายถึง การดำเนินงานที่องค์กรไม่สามารถกระทำได้ดีในอุปสรรคต่อความสำเร็จขององค์กร องค์กรจึงต้องหาทางแก้ไขจุดอ่อนที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ตัวอย่างจุดอ่อนของกิจการ เช่น การเงินไม่เพียงพอ การพัฒนาสินค้าต่ำ ต้นทุนสูง สินค้าล้าสมัย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ล้าสมัย ขาดการวิจัยและพัฒนา ขาดทิศทางที่ชัดเจนด้านกลยุทธ์

โอกาส หมายถึง ช่องทางที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กรที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมขององค์กร ตัวอย่างเช่น การเจริญเติบโตในตลาดใหม่ การขยายตัวในตลาดระหว่างประเทศ ลูกค้าต้องการสิ่งใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงประชากรศาสตร์ กฎหมายที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ เศรษฐกิจดีขึ้น ตลาดต่างประเทศลดการกีดกันทางการค้า รายได้ประชากรสูงขึ้น

อุปสรรค หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่ก่อให้เกิดปัญหาหรืออุปสรรคต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ตัวอย่างเช่น ผู้เข้ามาใหม่ในตลาด ต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้น การขาดแคลนวัตถุดิบ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ปัญหาทางเศรษฐกิจ อุปสรรคทางกฎหมาย การเปลี่ยนแปลงทางอำนาจซื้อของผู้บริโภค มีสินค้าใหม่เข้ามาทดแทน

เชาว์ โรจนแสง (2546 : 206) ได้ให้ความหมายของ การวิเคราะห์สวอท (SWOT Analysis) ไว้ว่า

จุดแข็ง หมายถึง จุดเด่นของกิจการที่มีความเด่นพิเศษกว่าผู้อื่น ซึ่งความเด่นดังกล่าวสามารถที่จะนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการดำเนินงานทางการตลาดได้

จุดอ่อน หมายถึง ความเสียเปรียบที่กิจการต้องตระหนักและแก้ไขปรับปรุงเพื่อไม่ให้ความเสียเปรียบนั้นจะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานทางการตลาดหรืออาจปรับเปลี่ยนจุดอ่อนหรือความเสียเปรียบให้มาเป็นจุดเด่น คือขจัดจุดด้อยให้เหลือน้อยที่สุด

โอกาส หมายถึง โอกาสที่เอื้อต่อการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจ ซึ่งเกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการ หรืออีกนัยหนึ่งคือเกิดจากแรงผลักดันของสภาวะแวดล้อมมหภาค ซึ่งรวมถึงสภาวะแวดล้อมทางประชากรศาสตร์ รวมถึงผู้บริโภค คู่แข่งขัน ผู้จัดจำหน่าย และผู้จัดหาวัตถุดิบ ซึ่งสภาวะแวดล้อมดังกล่าวมีผลต่อการทำกำไรของธุรกิจทั้งสิ้น

อุปสรรค หมายถึง อุปสรรคที่เกิดจากผลกระทบของสภาวะแวดล้อมภายนอกที่กิจการไม่สามารถจะควบคุมได้ เป็นสภาวะแวดล้อมที่ทำให้เกิดแนวโน้มพัฒนาการทางการตลาดที่ไม่พึงประสงค์ของกิจการ เป็นสภาวะที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเพื่อเตรียมรับกับสภาวะแวดล้อมที่เป็นอุปสรรค นักการตลาดควรต้องนำมาพิจารณาว่ามีความรุนแรงและมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใดในอุปสรรคนั้น ๆ เพื่อให้สามารถวางแผนและตัดสินใจในการสร้างความพร้อมให้สามารถรับกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นกับกิจการในอนาคตได้ และในทางตรงกัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ข้ามนักการตลาดควรได้นำอุปสรรคดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อปรับวิกฤตให้เป็นโอกาสทางการตลาดของกิจการ

สรุปได้ว่า การวิเคราะห์สวอท หมายถึง การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายใน และสภาวะแวดล้อมภายนอกขององค์กร เพื่อประเมินศักยภาพขององค์กรและนำมาใช้ในการหาแนวทางในการส่งเสริม พัฒนา สร้างความก้าวหน้า หรือแก้ไขปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นกับองค์กรได้ รวมทั้งทำให้สามารถวางแผนรองรับกับผลกระทบที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นกับองค์กรเพื่อที่จะลดความเสียหายหรือหลีกเลี่ยงให้องค์กรได้รับผลกระทบน้อยที่สุด

2. เทคนิคการทำ SWOT (สวอท)

เทคนิคนี้เป็นการวิเคราะห์ซึ่งจะใช้แผนกลยุทธ์ต่าง ๆ ตลอดจนใช้เป็นเครื่องมือปรับปรุงการทำงานเป็นหมู่คณะ (Team) หรือแม้กระทั่งการศึกษาตนเอง หรือการวางแผนในการดำเนินชีวิตในครอบครัว เช่น การวางแผนพัฒนาต่าง ๆ ของ อบต. เป็นต้น โดยทั่วไปเทคนิคนี้ จะวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรนั้น ๆ

2.1 หลักการ

ความหมายของคำว่า SWOT ย่อมาจากคำ 4 คำ ในภาษาอังกฤษ คือ

"S" ย่อมาจากคำว่า "Strength" คือ มีจุดแข็งหรือจุดเด่นอะไรบ้างที่เสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็ง

"W" มาจากคำว่า "Weakness" หมายถึง จุดอ่อนของหน่วยงาน อาการป่วยของหน่วยงาน อาจจะมีบางส่วน บางองค์ประกอบที่จะกระทบต่อหน่วยงาน แล้วหน่วยงานยังคงอนุรักษ์หรือยืนยันไม่เปลี่ยนแปลงท่าที เช่น ทัศนคติของข้าราชการบางส่วนที่ยึดติดกับการรวมอำนาจ ในขณะที่สภาพแวดล้อมภายนอกเข้าสู่ความเป็นประชาธิปไตย ประชาชนเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยที่จะเป็นผู้คิดตัดสินใจลงมือแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง หรือหมายถึงสถานการณ์ที่เป็นลบและด้อยความสารถ

"O" มาจากคำว่า "Opportunity" หมายถึง โอกาสที่หน่วยงานจะได้รับการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้อาจจะเป็นความพร้อมและศักยภาพของบุคลากรในปัจจุบันแล้ว ตัวอย่างเช่น กรรมการพัฒนาชุมชนเป็นกรรมการที่ทำงานเกี่ยวข้องกับชาวบ้าน ประกอบกับรัฐมีนโยบายส่งเสริมสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโอกาสให้เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานได้แสดงฝีมือกันอย่างเต็มที่ หรือถือว่าเป็นปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยในการทำงานขององค์การบรรลุวัตถุประสงค์

"T" มาจากคำว่า "Threat" หมายถึง อุปสรรค แรงกดดัน หรืออันตราย ที่บั่นทอนความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงาน ซึ่งเป็นเรื่องที่หน่วยงานจะต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น ระบบการรายงานซ้ำซ้อนกันจนกระทั่งไม่มีโอกาสทำกิจกรรมที่สนับสนุนความคิดริเริ่มและแก้ไขปัญหาของประชาชนได้อย่างจริงจัง หรือกระแสการกระจายอำนาจราชการบริหารส่วนท้องถิ่น (อบต.) ที่มีผลกระทบในการดำเนินงาน อันเป็นปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร

2.2 วิธีการ / ข้อคำนึงถึง

การวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT นั้น มีขั้นตอน 4 ขั้น ที่สำคัญ คือ

2.2.1 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของหน่วยงาน / ชุมชน

2.2.2 กำหนดวิสัยทัศน์ / กำหนดทางเลือกของหน่วยงาน / ชุมชน

2.2.3 กำหนดเป้าหมาย / วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน / ชุมชน

2.2.4 วางแผนยุทธศาสตร์ หรือแผนเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาของหน่วยงาน / ชุมชน

ตามขั้นตอนทั้ง 4 นี้ มีปัจจัยสำคัญเพื่อคำนึงถึงและมีเงื่อนไขข้อจำกัดของเทคนิคนี้ คือ

1. ปัจจัยที่ควรคำนึงถึง

นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร (2543 : 31) ได้กล่าวถึงปัจจัยสำคัญ 6 ประการ ที่จำเป็นในกระบวนการวิเคราะห์ SWOT ไว้ดังนี้

1.1 การมีส่วนร่วมทุกระดับ ผู้นำหลักจะร่วมกับสมาชิกเริ่มค้นหาปัจจัย ตัดสินใจ ตลอดจนสามารถเสนอกลยุทธ์ทางเลือกได้ นอกจากนี้กระบวนการ SWOT ยังเอื้อให้สมาชิกมีส่วนร่วมจัดลำดับความสำคัญของกลยุทธ์ ซึ่งทำให้สมาชิกทราบถึงทิศทาง และแผนงานกลุ่ม

1.2 กระบวนการเรียนรู้ กระบวนการเรียนรู้เกิดจากการที่ผู้เข้าร่วมต้องคิดอย่างจริงจัง ต้องเสนอความคิดเห็นของตนต่อกลุ่ม ต้องอภิปรายโต้แย้ง แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และที่สำคัญต้องตัดสินใจเลือกทิศทางและกลยุทธ์ของกลุ่ม การวิเคราะห์ SWOT เอื้อให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้หลัก 2 เรื่อง คือ 1) ผู้เข้าร่วมเรียนรู้เรื่องของกลุ่มของตนได้กระจ่างขึ้น และ 2) กระบวนการวิเคราะห์ SWOT ทำให้เกิดการเรียนรู้การวางแผนแบบเป็นทีมและเป็นระบบ

1.3 การใช้เหตุผล การวิเคราะห์ SWOT เป็นกระบวนการที่เป็นระบบ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ซึ่งเอื้อให้เกิดการให้เหตุผลในการคิดและตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ ในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการ ผู้เข้าร่วมต้องใช้ความคิดและอภิปรายถึงเหตุผลต่าง ๆ ในการตัดสินใจ ซึ่งทำให้เกิดความรอบคอบในการกำหนดกลยุทธ์

1.4 การใช้ข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในกระบวนการวิเคราะห์ SWOT มาจาก 3 แหล่ง คือ 1) จากประสบการณ์การทำงานของผู้เข้าร่วม 2) จากผลการศึกษาวิเคราะห์องค์การ และ 3) จากแหล่งข้อมูลภายนอก เช่น วิทยากรที่เชิญมาให้ความรู้และเพิ่มเติมข้อมูล เป็นต้น ข้อมูลที่สำคัญและถูกต้องทำให้เกิดผลดีต่อกระบวนการ SWOT 3 ประการ คือ 1) เอื้อให้เกิดการมองการณ์ไกลได้ดี 2) กำหนดภารกิจและวัตถุประสงค์สอดคล้องกับสถานการณ์ และ 3) ระบุจุดอ่อน จุดแข็ง และอุปสรรคได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริง

1.5 กระตุ้นให้คิดและเปิดเผยประเด็นที่ซ่อนเร้น กระบวนการวิเคราะห์ SWOT และการอภิปรายโต้เถียง เพื่อบรรลุถึงการตัดสินใจร่วมกัน ดังนั้น กระบวนการวิเคราะห์ SWOT จึงสร้างสรรค์ให้เกิดการคิด การมองและความเข้าใจในแง่มุมใหม่ โดยผู้เข้าร่วมอาจจะยังไม่เคยคิดหรือเห็นแง่มุมใหม่นี้มาก่อน ซึ่งก่อให้เกิดการเผยแพร่ประเด็นที่ซ่อนเร้นของกลุ่ม หรือคลี่คลายสถานการณ์ที่ซับซ้อนให้เห็นได้ชัดเจนขึ้น ความชัดเจนดังกล่าวมีผลต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ที่ถูกต้องยิ่งขึ้น

1.6 การเป็นเจ้าของและพันธสัญญา จากการที่ผู้เข้าร่วมเป็นผู้คิด ใช้เหตุผลอภิปรายแลกเปลี่ยน จนกระทั่งนำไปสู่การตัดสินใจของเขาเองในการกำหนดภารกิจ วัตถุประสงค์และกลยุทธ์ของกลุ่ม กระบวนการวิเคราะห์ SWOT จึงช่วยสร้างให้ผู้เข้าร่วมเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของแผนงานและเกิดความผูกพันต่อการนำแผนกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ อย่างไรก็ดี การปฏิบัติตามแผนยังต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไข หรือมีตัวแปรบางอย่างที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ดังนั้นกระบวนการวิเคราะห์ SWOT จึงควรใช้อย่างต่อเนื่องเป็นประจำ เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์และเงื่อนไขที่เปลี่ยนแปลงการปฏิบัติทันที กระบวนการวิเคราะห์ SWOT เปิดเผยให้เห็นจุดอ่อนที่เป็นปัญหาซึ่งเห็นว่าเป็นปัญหาเร่งด่วนที่ต้องการแก้ไข เมื่อเสร็จสิ้นการวางแผนจะลงมือปฏิบัติแก้ไขปัญหานั้น ๆ ทันที หรือบางครั้งอาจไม่รอจนสิ้นสุดกระบวนการก็แก้ไขปัญหานั้น ๆ ได้เลย

สรุปได้ว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรเป็นการศึกษาเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน ซึ่งเป็นปัจจัยภายใน โอกาส อุปสรรค ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกขององค์การ ที่จะช่วยให้องค์กรสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันได้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

1. ด้านเงินทุน

กิจการเริ่มก่อตั้งขึ้นใหม่ จะมีความต้องการเงินทุนเพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ต่าง ๆ กันหลายวัตถุประสงค์ เช่น เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียน เพื่อลงทุนสินทรัพย์ถาวร เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในระยะก่อนเริ่ม และระยะแรกเริ่ม และเพื่อไว้ใช้จ่ายส่วนตัวและครอบครัวของผู้ประกอบการ

1.1 ประเภทของเงินทุน

จงจิตต์ หลีกภัย และศิรินันท์ ธนิตยวงศ์ (2542 : 359-361) กล่าวไว้ว่า ประเภทของเงินทุนที่กิจการต้องการเมื่อเริ่มธุรกิจ จะแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจที่ต้องการจะทำ เช่น ถ้าหากกิจการเป็นประเภทซุปเปอร์มาร์เก็ต ประเภทของเงินทุนที่ต้องการก็อาจจะได้แก่ ค่าสร้างอาคาร เครื่องบันทึกเงินสด รถเข็นสำหรับใส่ของสำหรับลูกค้า สินค้าต่าง ๆ ที่ต้องการจำหน่าย เครื่องใช้สำนักงาน และรายการอื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับกิจการประเภทนี้ เป็นต้น ซึ่งถ้าหากธุรกิจต่างประเภทกัน ก็จะมีความต้องการใช้จ่ายแตกต่างกันไปแต่โดยสรุปแล้ว ไม่ว่าธุรกิจ จะเป็นประเภทใดความต้องการเงินทุน จะสามารถแยกได้ ดังนี้

1.1.1 เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน นักธุรกิจมักจะให้คำจำกัดความเรื่องทุนหมุนเวียนไว้ใน 2 ความหมาย ในที่นี้จะกล่าวถึงความหมาย ทุนหมุนเวียนในส่วนที่หมายถึงสินทรัพย์หมุนเวียน ซึ่งสินทรัพย์หมุนเวียน คือ สินทรัพย์ซึ่งสามารถแปรสภาพเป็นเงินสดได้รวดเร็วและมีค่าใกล้เคียงเงินสด (ไม่ถูกลดค่ามาก เมื่อถูกแปรสภาพเป็นเงินสด) อันได้แก่ เงินสด หลักทรัพย์เปลี่ยนมือง่าย ลูกหนี้ สินค้า ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะไม่อยู่นิ่ง จะแปรสภาพอยู่ตลอดเวลา

1.1.2 เพื่อลงทุนในสินทรัพย์ถาวร สินทรัพย์ถาวร คือ สินทรัพย์ที่กิจการมีไว้ใช้งาน เพื่อก่อให้เกิดการผลิต และการขายไม่สามรถแปรสภาพเป็นเงินสดได้เร็ว ดังเช่น สินทรัพย์หมุนเวียน เช่น รถบรรทุก ซึ่งกิจการมีไว้ใช้ส่งของให้แก่ลูกค้า ผู้ซื้อสินค้าถือเป็นสินทรัพย์ถาวร แต่ถ้ารถบรรทุกดังกล่าวเป็นของกิจการตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ซึ่งมีไว้เพื่อจำหน่ายไม่ใช่มีไว้ใช้งาน ในกรณีหลังนี้ รถบรรทุกจะถือเป็นสินทรัพย์หมุนเวียน รายการที่ถือเป็นสินทรัพย์ถาวร ได้แก่ ที่ดิน โรงงาน เครื่องจักร รถยนต์ เป็นต้น สำหรับปริมาณความต้องการเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ เช่น ธุรกิจที่ทำการผลิต (อุตสาหกรรม) มีแนวโน้มของความต้องการสินทรัพย์ถาวรมากกว่าธุรกิจประเภทซื้อมาขายไป (การพาณิชย์) ในบรรดาธุรกิจที่ทำการผลิตด้วยการทำธุรกิจประเภทผลิตสินค้า สาธารณูปโภค เช่น ผลิตไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ เป็นต้น มีความจำเป็นต้องใช้สินทรัพย์ถาวรมากกว่าธุรกิจผลิตรองเท้า เป็นต้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร RAJABHAT SAKONNAKHON UNIVERSITY

1.1.3 เพื่อไว้เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในระยะก่อนเริ่ม และระยะแรกเริ่มกิจการ จะเริ่มดำเนินงานอาจต้องมีค่าใช้จ่ายหลายประการเกิดขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายในการติดต่อ ค่าจัดตั้งกิจการ ค่าโฆษณา ค่าเลี้ยงรับรอง และหลังจากที่กิจการเริ่มดำเนินงานในระยะแรก ๆ อาจจะยังไม่มีรายได้ แต่มีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเป็นประจำทุก ๆ เดือน เช่น ค่าดอกเบี้ย จ่ายค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าเช่าสำนักงาน เงินเดือน ค่าแรง ค่าซื้อวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้น สำหรับกิจการประเภทนี้ สำหรับวงเงินที่จะถือย่อมขึ้นกับแต่ละประเภทของกิจการ ได้มีนักวิชาการหลายท่านเสนอแนะไว้ว่า ควรจะมีเงินสำรองไว้ใช้จ่ายสำหรับค่าใช้จ่ายรายเดือนในปริมาณเพียงพอสำหรับค่าใช้จ่ายใน 1-3 เดือน

1.1.4 เพื่อไว้ใช้จ่ายส่วนตัวและครอบครัวของผู้ประกอบการ สำหรับธุรกิจขนาดย่อม การวางแผนจัดทำงานควรจัดเตรียมไว้สำหรับการใช้จ่ายส่วนตัวของเจ้าของและครอบครัวในช่วงการดำเนินงานระยะแรก อันที่จริงแล้วเงินส่วนนี้ไม่ควรเป็นค่าใช้จ่ายของธุรกิจ แต่ควรคำนึงถึง เพราะมิฉะนั้นแล้วผู้ประกอบการ หรือผู้ให้ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการจะต้องประสบปัญหาทางด้านการดำรงชีวิตประจำวัน หากเป็นเช่นนี้แล้วธุรกิจที่ก่อตั้งก็จะยากที่จะประสบความสำเร็จ จากประสบการณ์ที่ผ่านมาพบว่า ความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อมประการหนึ่ง นอกจากการแสวงหากำไรในระยะสั้นมากจนเกินไป ทั้ง ๆ ที่ช่องทางการได้รับกำไรในระยะยาวขึ้นดีมาก แต่ผู้ประกอบการรีบร้อนหวังกำไรระยะสั้นทั้งนี้เพราะปัญหาทางด้านฐานะการเงินของครอบครัวของผู้ประกอบการซึ่งไม่ได้จัดเตรียมไว้

1.2 การจัดหาแหล่งเงินทุน

การจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในธุรกิจ หาได้จาก (วรานี เวสสุนทรเทพ และณัฏฐดา ศรีมุข. 2547 : 19-20)

1.2.1 แหล่งเงินทุนภายใน ได้จากกการนำเงินปันผลที่จะจ่ายให้กับผู้ถือหุ้นมาลงทุนบางส่วนหรือทั้งหมด โดยคิดให้กับผู้ถือหุ้นเป็นยอดกำไรสะสม

1.2.2 แหล่งเงินทุนภายนอก หาได้จากการกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ เช่น สถาบันการเงิน และการออกหลักทรัพย์ต่าง ๆ เช่น หุ้นสามัญ และหุ้นบุริมสิทธ์ เป็นต้น

การจัดหาแหล่งเงินทุนของธุรกิจ สามารถจัดหาได้จาก ตลาดการเงิน (Financial Market) เป็นสถาบันการเงินที่เป็นสื่อกลางสำหรับผู้ต้องการออมและลงทุน แบ่งออกเป็น 2 ตลาด ดังนี้

1) ตลาดเงิน (Money Market) เป็นแหล่งที่ระดมเงินทุนและจัดสรรเงินทุนระยะสั้น เพื่อให้ธุรกิจนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีสถาบันการเงิน เช่น ธนาคาร บริษัทเงินทุนเป็นแหล่งกลาง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

2) ตลาดทุน (Capital Market) เป็นแหล่งระดมเงินทุนระยะยาวให้แก่ธุรกิจ โดยธุรกิจจะออกตราสารทุน เช่น หุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ หรือออกตราสารหนี้ เช่น หุ้นกู้ พันธบัตร ใบสำคัญสิทธิ์ (Warrant)

การดำเนินการของตลาดทุนแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) ตลาดแรก (Primary Market) เป็นตลาดที่ใช้ในการระดมเงินทุนจากนักลงทุน โดยเสนอขายหลักทรัพย์ที่ออกใหม่ มีการจัดจำหน่ายโดยตรงหรือผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย

2) ตลาดแรก (Secondary Market) เป็นตลาดที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนหลักทรัพย์ซึ่งเคยผ่านการซื้อขายในตลาดแรกมาแล้ว ตลาดรองเป็นแหล่งที่นักลงทุนในตลาดแรกสามารถขายหลักทรัพย์ที่ถือไว้คล่องตัวมากขึ้น เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนในการขายหลักทรัพย์ได้ง่ายและสะดวกขึ้น และธุรกิจผู้ออกหลักทรัพย์ก็สามารถขยายการลงทุนโดยการออกหุ้นได้มากขึ้น โดยมีศูนย์กลางในการซื้อขายหลักทรัพย์

1.3 แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจเพิ่งเริ่มก่อตั้ง

จงจิตต์ หลีกภัย และศิรินันท์ ธนิตยวงศ์ (2542 : 362-379) กล่าวไว้ว่า เงินทุนที่จะทำการจัดหามาดำเนินธุรกิจสำหรับกิจการเพิ่งเริ่มก่อตั้งนั้น สามารถจัดหาได้จากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1.3.1 เงินออมของตนเอง เมื่อกิจกรรมตั้งใหม่ต้องการระดมเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ เช่น จากการกู้ยืม ชวนคนอื่นเข้าเป็นหุ้นส่วนหรือจากการขายหุ้น คำถามแรกของบุคคลต่าง ๆ เหล่านี้มักจะเป็นคำถามที่ว่า เจ้าของลงทุนเท่าไหร่ ทั้งนี้เพราะการดำเนินธุรกิจย่อมมีความเสี่ยง หากกิจการดังกล่าวประกอบด้วยเงินทุนจากแหล่งของเจ้าของในปริมาณสูงผู้ให้กู้ยืมเงินหรือผู้ร่วมลงทุน หรือหุ้นส่วน ย่อมมีความปลอดภัยกว่ากิจการที่ประกอบด้วยเงินทุนจากแหล่งเจ้าของในปริมาณต่ำ ทั้งนี้เพราะหากกิจการต้องมีอันเป็นไป จะได้แน่ใจว่าเงินจากส่วนของเจ้าของมีปริมาณสูงพอที่จะรับภาระหนี้สินของกิจการได้ ดังนั้นกิจการที่มีเงินลงทุนจากเจ้าของกิจการน้อยมักจะได้รับการไว้วางใจจากเจ้าของแหล่งเงินทุนแหล่งอื่น ๆ สัดส่วนของเงินทุนจากแหล่งเจ้าของต่อความต้องการเงินทุนทั้งหมดที่เหมาะสมนั้นนักวิชาการหลายท่านมีความเห็นว่าควรอยู่ช่วงระหว่าง 1 ต่อ 2 หรือ 2 ต่อ 3

สำหรับทางด้านต้นทุนของเงินทุนจากแหล่งเงินออมของตนเองมีแนวคิดอยู่ 2 แนวคิด คือ

1) ถือว่าเงินจากแหล่งเงินออมของตนเอง ไม่มีต้นทุน

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม วิทยานิพนธ์ งานวิจัย

2) แนวความคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์มีความเห็นว่า ควรจะมีการคำนึงถึงต้นทุนของเงินลงทุนจากแหล่งเงินออมของตนเองด้วย เพราะการที่เจ้าของนำเงินออมของตนเองมาลงทุนในกิจการ จะต้องเสียโอกาสในการนำเงินออมดังกล่าวไปลงทุนเพื่อหาผลประโยชน์ในทางอื่น เช่น ให้ผู้อื่นกู้ ฝากเงินไว้กับสถาบันการเงิน เล่นแชร์ หรือลงทุนร่วมกับกิจการอื่น เป็นต้น ต้นทุนค่าเสียโอกาสของแต่ละคนจะไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นกับช่องทางของความสามารถในการหาผลประโยชน์ของแต่ละคน

1.3.2 เงินกู้ยืมนอกระบบ เงินกู้นอกระบบส่วนใหญ่ ได้แก่ การกู้ยืมจากญาติ หรือเพื่อน หรือนายทุนเงินกู้ นักธุรกิจที่มีประสบการณ์มักจะไม่สู้จะพอใจกับการระดมเงินทุนจากการกู้จากญาติ หรือเพื่อน ทั้งนี้เพราะมักจะประสบปัญหาของการเข้าไปวุ่นวายในการดำเนินกิจการของญาติหรือเพื่อน แต่ถ้าหากมีความจำเป็นต้องใช้เงินทุนจากแหล่งนี้จริง ๆ ควรมีการระบุให้แน่ชัดถึงเรื่องระยะเวลาของการกู้ยืม และสิทธิหน้าที่ของผู้ให้กู้ยืมที่จะมีต่อการตัดสินใจในนโยบายการดำเนินงานของกิจการ ทางที่ดีควรมีการติดต่อกู้ยืมกันแบบระบบธุรกิจ มีการติดต่อกันแบบธุรกิจต่อธุรกิจ สิทธิของเจ้าของในการตัดสินใจควรจะได้รับการเคารพจากผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง เงินจากการกู้ยืมมาจะปรากฏรายการในงบดุลเป็นเพียงรายการหนี้สิน และจะถูกลบล้างออกจากงบดุลเมื่อมีการชำระเงินดังกล่าวแล้ว จะไม่คงเหลืออยู่ในกิจการต่อไป

สำหรับเงินกู้ยืมจากนายทุนส่วนเงินกู้ อาจจะไม่ค่อยพบปัญหาการเข้ามาวุ่นวายในกิจการ ดังเช่นเงินกู้จากญาติหรือเพื่อนแต่ปัญหาจะอยู่ที่

1) อัตราดอกเบี้ยสูงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับเงินกู้จากสถาบันทางการเงิน อีกทั้งมักจะมีการคิดดอกเบี้ยทบกันด้วย

2) มักจะต้องมีหลักทรัพย์มาค้ำประกัน หรือทำจำนอง เมื่อเป็นเช่นนี้หากนักธุรกิจไม่สามารถหาผลตอบแทนได้ในอัตราที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้แล้ว ก็จะเกิดผลเสียต่อกิจการเป็นอย่างมาก

3) เงินกู้ยืมจากสถาบันทางการเงิน หมายถึง การกู้ยืมจากตลาดการเงินในระบบซึ่งมีความหมายถึงแหล่งเงินที่มีการดำเนินงานโดยสถาบันการเงินต่าง ๆ ภายในขอบเขตของตัวบทกฎหมาย ระเบียบกฎเกณฑ์ในการปฏิบัติจะแตกต่างกันไปตามแต่ละประเภทสถาบันตามที่กฎหมายระบุ สถาบันทางการเงินในประเทศไทย มีดังนี้ คือ

3.1) ธนาคารพาณิชย์ ปัจจุบันประเทศไทยมีธนาคารพาณิชย์ทั้งสิ้น 30 ธนาคาร เป็นธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทย 16 ธนาคาร และเป็นธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในต่างประเทศ 14 ธนาคาร สำหรับธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทยมีจำนวนสาขามากกว่าพันแห่งอยู่ทั่วประเทศไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3.2) บริษัทเงินทุนและบริษัทหลักทรัพย์ หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า บริษัทการเงิน สถาบันนี้เป็นสถาบันที่เพิ่งก่อตัวเมื่อ พ.ศ. 2512 แต่เป็นสถาบันที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว จำนวนบริษัทเงินทุนและบริษัทหลักทรัพย์ที่ได้จัดตั้งขึ้นโดยถูกต้องตามกฎหมายมีจำนวนมากกว่าร้อยแห่ง สถาบันนี้แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ

3.2.1) ธุรกิจเงินทุน (Finance Business) ประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 58 กระทรวงการคลัง ได้กำหนดประเภทและลักษณะของกิจการ ดังนี้

(1) กิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ (Commercial Finance Business) กิจการจัดหาเงินทุนจากประชาชนและให้กู้ยืมระยะสั้น (คือ ไม่เกิน 1 ปี) รวมทั้งการเป็นผู้รับรองผู้รับรางวัล หรือผู้สอดเข้าแก้หน้าในตั๋วเงิน เป็นการค้าปกติ

(2) กิจการเงินทุนเพื่อการพัฒนา (Development Finance Business) ได้แก่ กิจการจัดหาเงินทุนจากประชาชนและให้กู้ยืมระยะปานกลาง (คือ เกิน 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี) หรือระยะยาว (คือ เกิน 5 ปี) แก่กิจการอุตสาหกรรม เกษตรกรรม และพาณิชยกรรม เป็นการค้าปกติ

(3) กิจการเงินทุนเพื่อการจำหน่ายและการบริโภค (Sale and Consumer Finance Business) ได้แก่ กิจการจัดหาเงินทุนจากประชาชนและทำการดังต่อไปนี้เป็นการค้าปกติ

(3.1) ให้กู้ยืมเงินเพื่อให้ใช้เกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าโดยชำระราคาเป็นงวด ๆ (Installment Sale) หรือโดยให้เช่าซื้อ (Hire Purchase)

(3.2) ให้กู้ยืมเงินแก่ประชาชน เพื่อให้ได้ใช้ในการซื้อสินค้าจากกิจการที่มิใช่ของตนเอง

(3.3) รับโอนโดยมีค่าตอบแทนซึ่งสิทธิเรียกร้องที่เกิดจากการจำหน่ายสินค้า (Factoring)

(4) กิจการเงินทุนเพื่อการเคหะ (Housing Finance Business) ได้แก่ กิจการจัดหาเงินทุนจากประชาชนให้กู้ยืมเพื่อการเคหะ

3.2.2) ธุรกิจหลักทรัพย์ (Securities Business) ตามประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 58 ได้กำหนดประเภทและลักษณะของกิจการประเภทนี้ไว้ ดังนี้

(1) กิจการนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ (Securities-broker Business) ได้แก่ กิจการค้าประเภทนี้เป็นนายหน้าหรือตัวแทนซื้อขาย หรือแลกเปลี่ยนหลักทรัพย์ให้แก่บุคคลอื่น โดยได้รับค่านายหน้าหรือบำเหน็จเป็นการตอบแทน

(2) กิจการค้าหลักทรัพย์ (Securities –dealer Business) ได้แก่ กิจการค้าประเภทซื้อ ขาย หรือแลกเปลี่ยนหลักทรัพย์ในนามของตนเอง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

(3) กิจการที่ปรึกษาการลงทุน (Investment – advisor Business) กิจการให้คำแนะนำแก่ประชาชน ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม เกี่ยวกับคุณค่าของหลักทรัพย์ หรือความเหมาะสมในการลงทุน หรือซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใด ๆ ทั้งที่โดยได้รับค่าบริการหรือบำเหน็จเป็นการตอบแทนสำหรับการนั้น

(4) กิจการจัดจำหน่ายหลักทรัพย์ (Securities – underwriter Business) ได้แก่ กิจการรับจัดการจำหน่ายหลักทรัพย์ให้แก่ประชาชน

(5) กิจการจัดการลงทุน (Securities – management Business) ได้แก่ กิจการจัดการลงทุนตามโครงการ โดยการออกตราสาร หรือหลักฐานแสดงสิทธิในหลักทรัพย์ของแต่ละโครงการจำหน่ายแก่ประชาชน และนำเงินที่ได้จากการจำหน่ายตราสารหรือหลักฐานแสดงสิทธินั้นไปลงทุนในหลักทรัพย์ตามที่กำหนดไว้ในโครงการ

3.3) ธนาคารออมสิน เป็นสถาบันทางการเงินซึ่งตั้งขึ้นในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว พ.ศ. 2456 ปัจจุบันมีสำนักงานสาขาและตัวแทน มากกว่า 420 แห่ง เป็นสถาบันที่มีความมั่นคงโดยมีรัฐบาลเป็นประกัน

3.4) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2509 โดยความร่วมมือของกระทรวงการคลัง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และธนาคารแห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร

3.5) บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนา จัดตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2502 มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือการก่อตั้ง ขยาย หรือปรับปรุงกิจการ อุตสาหกรรมส่วนเอกชนให้ก้าวหน้า และทันสมัย และเพื่อระดมทุนทั้งภายในและภายนอกประเทศมาใช้ในการดำเนินการดังกล่าว

3.6) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จัดตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติธนาคารอาคารสงเคราะห์ พ.ศ. 2496 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้กู้ยืมแก่ผู้มีรายได้ชั้นกลาง เพื่อการปลูกซื้อบ้าน ธนาคารอาคารสงเคราะห์มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ

3.7) สำนักงานธนกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม เป็นสำนักงานภายใต้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม มีวัตถุประสงค์ให้ทุนกู้ยืมและให้ความช่วยเหลือวิชาการแก่อุตสาหกรรมขนาดย่อม และอุตสาหกรรมครัวเรือน วิธีการให้กู้ยืมร่วมกับธนาคารกรุงไทย

3.8) กิจการประกันชีวิต เริ่มดำเนินกิจการมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2472

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ในปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 12 บริษัท เป็นบริษัทที่จดทะเบียนในประเทศไทย 12 แห่ง และจดทะเบียนในต่างประเทศ 2 แห่ง มีจำนวนสาขาอยู่กระจัดกระจายไปในภูมิภาคด้วย

3.9) สหกรณ์การเกษตร คือ องค์กรที่จัดตั้งและดำเนินงานโดยกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์เดียวกัน เพื่อขจัดปัญหาเดือดร้อนในหมู่สมาชิก

3.10) สหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นสหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นโดยกลุ่มผู้มีวัตถุประสงค์เดียวกัน เพื่อขจัดปัญหาเดือดร้อนในหมู่สมาชิก สมาชิกส่วนใหญ่ของสหกรณ์ออมทรัพย์ ได้แก่ ผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชาการครู

3.11) บริษัทเครดิตฟองซิเอร์ เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจในการให้กู้เพื่อการซื้อที่ดิน หรือสร้างบ้าน ในปัจจุบันมีจำนวนมากกว่า 30 บริษัท

3.12) โรงรับจำนำ เป็นธุรกิจการเงินขนาดเล็กที่มีอยู่ตามชุมนุมชน ทำหน้าที่ให้กู้ยืม โดยการรับจำนำสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ

4) สินเชื่อการค้า สินเชื่อการค้าเกิดขึ้นระหว่างธุรกิจกับธุรกิจที่ทำการติดต่อซื้อขายกัน โดยผู้ซื้อสามารถชะลอเวลาการชำระเงินค่าสินค้าออกไปได้ระยะหนึ่ง เช่น 30 วัน 60 วัน ทั้งนี้ แล้วแต่จะตกลงกัน

5) ขายหุ้น ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นอาจจะตั้งขึ้นได้ในหลายรูปแบบ เช่น ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัท จำกัด ซึ่งธุรกิจขนาดย่อมก็สามารถที่จะก่อตั้งในรูปแบบใดก็ได้เช่นกัน ในกรณีที่ธุรกิจขนาดย่อมถูกจัดตั้งในรูปบริษัท จำกัด กิจการอาจทำการระดมเงินทุนโดยการออกหุ้น ซึ่งหุ้นที่สามารถจำหน่ายอาจแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

5.1) หุ้นสามัญ คือ หุ้นชนิดที่ผู้ถือหุ้นชนิดนี้มีฐานะเป็นเจ้าของกิจการโดยมีสิทธิอื่น ๆ ดังนี้ คือ มีสิทธิออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้น มีสิทธิในการตรวจตรากิจการต้องรับผิดชอบในหนี้สิน เท่ากับจำนวนเงินที่ยังส่งใช้ไม่ครบมูลค่าหุ้น ได้รับผลตอบแทนในรูปของเงินปันผลซึ่งจ่ายจากกำไร และมีสิทธิในการซื้อหุ้นใหม่ก่อน

5.2) หุ้นบุริมสิทธิ คือ หุ้นชนิดที่ผู้ถือหุ้นมีฐานะเป็นเจ้าของกิจการแต่มีสิทธิอื่น ๆ แตกต่างไปจากผู้ถือหุ้นสามัญ ดังนี้ คือ ไม่มีสิทธิออกเสียงในที่ประชุมผู้ถือหุ้น ไม่มีสิทธิในการตรวจตรากิจการ ได้รับเงินปันผลในจำนวนที่ตายตัวและแน่นอนทุกปี มีสิทธิได้รับทุนคืนก่อน ผู้ถือหุ้นสามัญ ไม่มีสิทธิในการซื้อหุ้นใหม่ก่อน และหุ้นบุริมสิทธิของบางบริษัทสามารถแปรสภาพเป็นหุ้นสามัญได้

6) ชวนคนอื่นเข้าเป็นหุ้นส่วน ธุรกิจขนาดย่อม อาจจัดตั้งขึ้นมาในรูปแบบของห้างหุ้นส่วน (Partnership) โดยการชักชวนผู้อื่นมาเป็นหุ้นส่วนดำเนินการ เพราะสาระสำคัญของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

หุ้นส่วนคือ การที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้าทุนกันเพื่อกระทำกิจกรรมร่วมกัน ดังนั้นการจัดหาเงินทุนมาจัดตั้งกิจการด้วยวิธีชวนคนอื่นเป็นหุ้นส่วนจึงเป็นอีกวิธีหนึ่งที่สามารถจัดทำได้ แต่การมีหุ้นส่วนอาจจะมีปัญหาในเรื่องสิทธิในการจัดการกิจการ ผู้ที่ถูกชวนเข้ามาเป็นหุ้นส่วนไม่ควรมีสิทธิเต็มที่ในการจัดการกิจการ ดังนั้น การจัดตั้งเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด โดยตนเองเป็นหุ้นส่วนประเภทไม่จำกัดความรับผิดชอบ มีหน้าที่ในการบริหารงาน ส่วนหุ้นส่วนที่ถูกชักชวนเข้ามาเป็นหุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิดชอบ ซึ่งไม่สามารถเป็นผู้จัดการได้เช่นนี้ก็จะไม่เกิดปัญหาการมีผู้จัดการมากกว่า 1 คน แต่อาจมีข้อเสียเปรียบในแง่ที่ว่า ห้างหุ้นส่วนจำกัดมีความสามารถในการระดมเงินกู้ น้อยกว่าห้างหุ้นส่วนสามัญและบริษัทจำกัด ทั้งนี้เพราะสาเหตุจากการที่ห้างหุ้นส่วนจำกัดมีหุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิดชอบ ซึ่งจะรับผิดชอบเพียงเท่าจำนวนเงินทุนที่ตนลงไปเท่านั้น หากนำเงินทุนมาลงยังไม่ครบ ก็จะรับผิดชอบเพียงจำนวนเงินที่ตนยังส่งไม่ครบเท่านั้น

7) การเล่นแชร์ เป็นวิธีการหมุนเงินซึ่งได้รับความนิยมทั่วไปในกลุ่มธุรกิจและประชาชน เป็นวิธีการช่วยเหลือทางการเงินโดยอาศัยความเชื่อใจกันเป็นสาระสำคัญ โดยผู้เล่นแชร์ หรือที่เรียกว่า ลูกวง ต่างลงเงินจำนวนหนึ่งเท่ากันเป็นรายงวด ซึ่งอาจเป็นเดือน ครึ่งเดือน หรือสัปดาห์ จำนวนงวดจะมีจำนวนเท่ากับลูกวงทั้งสิ้น และเจ้ามือหรือที่เรียกว่า เท้า ในงวดแรกของการเริ่มเล่น เท้าจะเป็นผู้ได้เงินไปใช้ก่อนโดยไม่ต้องเสียดอกเบี้ย ส่วนในงวดต่อไป จะมีการประมูลให้ดอกเบี้ยในระหว่างบรรดาลูกวง โดยมีเท้าเป็นศูนย์กลางรวบรวมข้อมูล ลูกวงรายใดประมูลให้ดอกเบี้ยสูงกว่า ก็จะเป็นผู้มีสิทธิ์ได้เงินที่ผู้เล่นแชร์ทุกคนมาลงรวมกันไปใช้ก่อน โดยหักดอกเบี้ย (ซึ่งเรียกว่า แชร์ดอกหัก) หรือจะส่งเพื่อเข้ากับเงินประจำงวดแล้วแต่ตกลงกัน (ซึ่งเรียกว่า แชร์ดอกตาม) หรือในบางวงไม่มีการประชุมให้ดอกเบี้ย แต่จะใช้วิธีการจับสลาก (ซึ่งเรียกว่า แชร์จับสลาก) ใครจับสลากได้ก็จะเป็นผู้ได้เงินไปใช้ในงวดนั้น โดยจะต้องจัดเลี้ยงอาหารแก่ผู้เล่นแชร์รายอื่น ๆ หรือที่เรียกว่าการเลี้ยงโต๊ะแชร์

การเล่นแชร์ นับเป็นวิธีการหาเงินที่ง่าย แต่ข้อเสียของการเล่นแชร์อยู่ที่การฉ้อโกง เพราะการเล่นแชร์อาศัยการไว้ใจกันเป็นสาระสำคัญโดยไม่มีหลักฐานใด ๆ และไม่มีการกำหนดคุณสมบัติของผู้เล่นแชร์แต่ประการใด ตลอดจนยังไม่ได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายเท่าที่ควร ในกรณีที่ต้องการความปลอดภัย แชร์บางวงใช้วิธีการให้ผู้เปียแชร์ไปแล้วทำสัญญากู้ให้เท้าแชร์ยึดถือไว้ หรือออกเช็คลงวันที่ล่วงหน้า

1.4 ปัจจัยที่จะต้องพิจารณาในการจัดโครงการสร้างการเงิน

ในการจัดโครงสร้างทางการเงินมีข้อที่พึงพิจารณา ดังนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

1.4.1 โครงสร้างทางการเงินนั้นควรมีต้นทุนถั่วเฉลี่ยต่ำ การที่เรียกว่า ต้นทุนถัวเฉลี่ย เพราะธุรกิจอาจจะมีเงินจากหลาย ๆ แห่ง แต่ละแห่งต่างมีต้นทุนที่แตกต่างกันไป ธุรกิจจึงควรมีการคำนวณต้นทุนถัวเฉลี่ยเพื่อไว้ใช้ประกอบในการตัดสินใจ เช่น ถ้าหากธุรกิจต้นทุนถัวเฉลี่ย 10.03 % ธุรกิจก็จะใช้อัตรา 10.03 % ไว้ประกอบการตัดสินใจว่าโครงการใดหากก่อให้เกิดผลตอบแทนต่ำกว่า 10.03 % ก็จะไม่ลงทุน เพราะจะทำให้กิจการประสบกับการขาดทุน

1.4.2 การเลือกแหล่งเงินทุนให้สอดคล้องกับความต้องการใช้เงินนั้นลงทุนเงินทุนที่ธุรกิจต้องการเพื่อนำมาลงทุนในสินทรัพย์ถาวรควรเป็นเงินทุนระยะยาว หรือระยะปานกลาง ทั้งนี้เพราะสินทรัพย์ถาวรเป็นสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดการผลิต และการขายตลอดอายุของสินทรัพย์นั้น เงินทุนประเภทนี้ธุรกิจต้องการไว้นาน แต่ถ้าหากธุรกิจต้องการนำมาใช้เป็นทุนหมุนเวียนเพื่อลงทุนในลูกหนี้ สินค้า ธุรกิจควรเลือกจากแหล่งระยะสั้น เพราะเงินลงทุนในลูกหนี้ สินค้า สามารถแปรสภาพเป็นเงินสดได้ในระยะเวลาที่รวดเร็ว สามารถชำระคืนได้ภายในกำหนด

1.4.3 สัดส่วนของการใช้เงินทุนจากเจ้าหนี้และจากเจ้าของมีความเหมาะสมอันมีผลทำให้ผลตอบแทนของเจ้าของสูงขึ้นในระดับที่เหมาะสม และในขณะเดียวกันมีความเสี่ยงน้อยที่สุด การใช้เงินทุนจากเจ้าของในอัตราสูงเป็นที่พึงพอใจต่อเจ้าหนี้ ในแง่ของการปลอดภัยที่จะได้รับชำระหนี้สิน และผู้บริหารไม่ต้องพะวงต่อการชำระคืน แต่การเพิ่มทุนโดยการใช้เงินทุนจากแหล่งเจ้าของ (กรณีบริษัทจำกัดออกหุ้นสามัญ) ทำให้เจ้าของเดิมเสียอำนาจในการควบคุมกิจการในแง่ของการบริหาร การนำเงินจากแหล่งเจ้าหนี้มาใช้ในการดำเนินธุรกิจในการควบคุมกิจการในแง่ของการบริหาร การนำเงินจากแหล่งเจ้าหนี้มาใช้ในการดำเนินธุรกิจนับเป็นสิ่งที่น่าสนใจ โดยถ้าหากกิจการสามารถหาผลประโยชน์ได้ในอัตราสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยของการกู้ยืม จะก่อให้เกิดผลดีต่อกิจการ เพราะจะทำให้ผลตอบแทนของเจ้าของสูงขึ้นซึ่งเรียกว่า Favorable Leverage แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าหากกิจการหาผลประโยชน์ได้ในอัตราที่ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยของการกู้ยืมก็จะก่อให้เกิดผลเสียต่อกิจการ เพราะจะทำให้ผลตอบแทนของเจ้าของต่ำลงมาก ซึ่งเรียกว่า Unfavorable Leverage แต่การใช้เงินทุนจากแหล่งเจ้าหนี้มีข้อเสียในแง่ของการมีความเสี่ยง เพราะว่ากิจการมีภาระที่จะต้องชำระดอกเบี้ยและเงินต้นเมื่อครบกำหนด

สรุปได้ว่า เงินทุนที่กิจการต้องการนั้น เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในระยะก่อนเริ่ม และระยะแรกเริ่ม และใช้จ่ายส่วนตัวและครอบครัวของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้ต้องการดำเนินธุรกิจจะสามารถจัดหาเงินทุนได้จากเงินออมของตนเอง เงินกู้ยืมจากนอกระบบ เงินกู้ยืมจากสถาบันทางการเงิน สินเชื่อการค้า ขายหุ้นชวนคนอื่นเข้าเป็นหุ้นส่วนและเล่นแชร์ ทั้งนี้การกำหนดโครงสร้างทางการเงินที่ดีควรเป็นโครงสร้างที่มีต้นทุนถัวเฉลี่ยต่ำ แหล่งเงินทุนที่นำมาใช้มีความสอดคล้องกับความต้องการใช้เงิน

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร RAJABHAT MAHAGARAHAM UNIVERSITY

ส่วนของการใช้เงินทุนจากเจ้าหนี้และเจ้าของมีความเหมาะสม มีผลทำให้ผลตอบแทนของเจ้าของสูงขึ้นในระดับที่เหมาะสม และในขณะเดียวกันก็มีความเสี่ยงน้อยที่สุด ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดในเรื่องนี้มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในตัวแปรตาม

2. ด้านการผลิต

การจัดการผลิตที่ดีจะต้องมีการวางแผน และวิธีการทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2.1 ความหมายของการจัดการผลิต

ธำรง ช่อไม้ทอง (2542 : 177) ได้ให้ความหมายของการจัดการผลิตไว้ว่า หมายถึง การวางแผน การจัดองค์กร และการควบคุม กระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

จากความหมายของการจัดการผลิตดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการจัดการผลิตมีหน้าที่หรือสาระสำคัญ ดังนี้

2.1 การวางแผน (Planning) ในการจัดการผลิตจะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย แผนงาน ตลอดจนวิธีการทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ การวางแผนจะครอบคลุมถึงการกำหนดกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติงาน การพยากรณ์ความต้องการ การวางแผนกำลังผลิต การวางแผนทำเลที่ตั้ง การวางผังโรงงาน การประสานงานการผลิต ตลอดจนการกำหนดอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคคล

2.2 การจัดองค์กร (Organization) เป็นการกำหนดรูปแบบและความสัมพันธ์ของหน่วยงาน การผลิต ตลอดจนการกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคคลในงานที่ต้องทำ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด หน้าที่สำคัญในการจัดองค์กรคือการจัดคนเข้าทำงาน การออกแบบงาน การกำหนดมาตรฐานในการทำงานและการวัดผลงาน

2.3 การควบคุม (Controlling) ในการจัดการผลิต ผู้จัดการผลิตต้องคอยตรวจสอบอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้แน่ใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ เพียงใด การควบคุมที่สำคัญประกอบด้วย การควบคุมการปฏิบัติการ การควบคุมสินค้าคงเหลือ และการควบคุมคุณภาพ

สรุปได้ว่า การจัดการผลิต หมายถึง การวางแผนในการจัดการผลิตโดยกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย แผนงาน กลยุทธ์ อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคคล รวมทั้งตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของสินค้า

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
RAJABHAT MAHANAKHORN UNIVERSITY

2.2 ปัจจัยการผลิต

สถาบันราชภัฏสวนดุสิต (2544 : 102-104) ระบุไว้ว่า ในการผลิตสินค้านั้นเรามุ่งที่จะทำให้เกิดมีสินค้า หรือบริการขึ้นมา เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ และบริการอื่น ๆ การทำให้เกิดมีสินค้าหรือบริการขึ้นมาได้นั้น ต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญ 4 ประการ คือ

2.2.1 ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง ที่ดิน ป่าไม้ แร่ธาตุต่าง ๆ น้ำและอากาศ

2.2.2 แรงงาน หมายถึง ความสามารถของมนุษย์ที่ถูกนำมาใช้ในการผลิตเพื่อทำให้เกิดเป็นสินค้าหรือบริการขึ้นมา

2.2.3 เงินทุน คือ เงินที่ใช้มีการดำเนินการซึ่งไม่จำกัดเฉพาะเงินที่ใช้ในการลงทุนในธุรกิจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงเครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ

2.2.4 ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มในการดำเนินการเป็นผู้ลงทุนบริหารงาน รับผิดชอบในการเสี่ยงภัยต่าง ๆ โดยหวังให้เกิดมีการผลิตสินค้า และบริการขึ้นเพื่อซื้อ – ขาย แลกเปลี่ยน และหวังได้ผลตอบแทนจากการกระทำนั้น

2.3 การวางแผนการผลิต

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2552 : 152) การวางแผนการผลิตเป็นการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในแง่ที่ว่า จะผลิตผลิตภัณฑ์อะไร มีรูปแบบอย่างไร มีคุณลักษณะอย่างไร ทั้งนี้เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ขึ้นตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การวางแผนผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจ เพราะผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ธุรกิจนำออกจำหน่ายในตลาด กิจกรรมธุรกิจจะอยู่รอดและเจริญเติบโตได้ก็ขึ้นอยู่กับการวางแผนผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

2.3.1 การวางแผนผลิตภัณฑ์ ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1) ระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

2) ความเชื่อถือได้ของผลิตภัณฑ์

3) ต้นทุนการผลิต

2.3.2 กระบวนการวางแผนผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยขั้นตอน 6 ขั้น คือ

1) การวิจัยผลิตภัณฑ์และการวิจัยตลาด

2) การออกแบบขั้นต้น

3) การทดลองผลิต

4) การทดสอบตลาด

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

5) การออกแบบขั้นสุดท้าย

6) การผลิตจำนวนมาก

2.4 การบริหารการผลิต

สถาบันราชภัฏสวนดุสิต (2544 : 104-118) ระบุไว้ว่า การบริหารการผลิตเป็นงานที่ประสานและควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งหมดที่จะทำให้เกิดผลผลิต การบริหารการผลิตจะเริ่มต้นก่อนที่จะมีการผลิต ผู้จัดการทางด้านการผลิต การตลาด การเงินและผู้จัดการส่วนอื่น ๆ จะต้องมาประชุมตัดสินว่าจะผลิตสินค้าอะไรออกมา โดยดูที่ความต้องการของผู้บริโภค เพื่อตกลงว่าจะผลิตอะไร และจะผลิตอย่างไร แล้ววัสดุ ส่วนประกอบ เครื่องมือ วัตถุดิบ เครื่องจักรแรงงาน จะต้องเตรียมให้มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการในเวลาและสถานที่ที่ต้องการ ผู้จัดการผลิตที่มีประสิทธิภาพต้องสามารถประสานคน เงิน เครื่องจักร วัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ เข้ากันได้อย่างประหยัด เพื่อให้เกิดผลผลิตที่ตลาดต้องการซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญของการบริหารการผลิต ได้แก่

2.4.1 โรงงาน ในการผลิตจำเป็นต้องมีโรงงานเพื่อเป็นแหล่งอำนวยความสะดวกและเพื่อให้เกิดการผลิตดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ การหาสถานที่ตั้งโรงงานที่เหมาะสม จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ที่ตั้งเหมาะสมจะมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย กำไรและอื่น ๆ อีกมาก การเลือกทำเลที่ตั้งโรงงาน ปกติแล้วสินค้าจะผลิตในโรงงานแต่ส่วนใหญ่เมื่อเริ่มกิจการใหม่ ๆ ผู้ผลิตอาจเริ่มต้นผลิตสินค้าของตนในห้องครัว โรงรถ แต่เมื่อกิจการเริ่มขยาย บริษัทควรจะหาสถานที่ที่แน่นอนและเหมาะสม ไม่ผิดกฎหมาย ดังนั้น การเลือกสถานที่สำหรับโรงงานควรมีการคิดให้ดีและรอบคอบก่อนตัดสินใจ แต่อย่างไรก็ตามทุกโรงงานจะต้องพิจารณาปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจ 3 ประการ ซึ่งเรียกว่า "Three Ps" ได้แก่

1) Proximity Factors (ความใกล้) ได้แก่ ใกล้ลูกค้า ใกล้วัตถุดิบ ใกล้แหล่งบริการด้านขนส่ง เช่น รถยนต์ รถไฟ และเรือบรรทุกสินค้า

2) People Factors (ปัจจัยเกี่ยวกับคน) ได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน ทัศนคติของท้องถิ่น กฎหมายภาษี ระเบียบต่าง ๆ และคุณภาพของชีวิตคนในถิ่นนั้น

3) Physical Factors (ปัจจัยทางกายภาพและพลังงาน) ได้แก่ ถูกใจพลังงานที่มีใช้ในถิ่นนั้น เช่น ไฟฟ้า ประปา น้ำมัน ธรรมชาติของผลผลิต ความสะดวกในการทิ้งและกำจัดขยะและของเสีย แหล่งน้ำ อากาศ สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

2.4.2 การควบคุมวัสดุในการผลิต วัสดุ หมายถึง สิ่งของเครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์ อะไหล่ ตลอดจนเครื่องจักร เครื่องยนต์ วัตถุดิบ วัสดุสำหรับการก่อสร้าง และของใช้เบ็ดเตล็ด รวมทั้งสินค้าสำเร็จรูปด้วย วัสดุที่อยู่ในขบวนการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบ (Raw Material) ส่วนประกอบ (Component Part) ชิ้นส่วนของเครื่องมือเครื่องใช้และเครื่องจักร (Assembly Part)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง งานระหว่างทำหรือวัสดุกึ่งสำเร็จรูป (Work in Process) วัสดุสำเร็จรูป (Finished Product) และวัสดุสิ้นเปลือง (Supplies) ดังนั้น การควบคุมวัสดุในการผลิตจะเกี่ยวข้องกับเรื่องดังต่อไปนี้

1) การจัดซื้อ (Purchasing) เป็นกิจกรรมที่รับผิดชอบในการประกันว่าบรรดาวัสดุของใช้และอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในกิจกรรมนั้นมีพร้อมอยู่ 2 ประเภท คือ

1.1) การจัดซื้อมาเพื่อขายต่อ (Purchasing for Resale) มีลักษณะ คือ ซื้อโดยพ่อค้า หรือผู้เก็งกำไร ใช้เวลาส่วนใหญ่หาสินค้า ใช้เวลาน้อยในการขาย หาซื้อของแปลกใหม่ที่เหมาะสม และเป็นที่ต้องการของลูกค้า ขายในราคาที่บวกกำไรแล้วยังเป็นที่พอใจของผู้บริโภค คุณภาพและบริการเป็นที่ถูกใจของลูกค้าและถ้าตัดสินใจผิดธุรกิจก็จะล้มเหลว

1.2) การซื้อมาเพื่อใช้หรือเปลี่ยนสภาพ (Purchas for Consumption or Conversion) ในกิจการอุตสาหกรรมต้องการวัสดุและของใช้ต่าง ๆ มาใช้ในการผลิตวัสดุที่จะต้องใช้ต้องมีอยู่พร้อม และมีเพียงพอตามระยะเวลาและขั้นตอนของการผลิตที่กำหนดให้

2) การกำหนดปริมาณสินค้าคงเหลือ วัสดุเป็นของมีราคา ต้นทุนการผลิตสินค้าอาจต้องใช้วัสดุถึง 55% ในการผลิตของที่อยู่ในคลังวัสดุ เป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่า ซึ่งบริษัทจะต้องหาซื้อมาด้วยเงินสด ถ้าบริษัทซื้อวัสดุเข้ามาเก็บไว้ในคลังมากเกินไปอาจเกิดปัญหาเงินหมุนเวียนจมอยู่ในวัสดุ หรืออาจทำให้วัสดุล้าสมัย หรือเสียหายได้หากปล่อยไว้นานเกินไป ในการกำหนดปริมาณสินค้าคงเหลือนั้น มีปัจจัยหลายอย่างที่ผู้บริหารพัสดุจำเป็นต้องพิจารณาดังนี้ คือ การกำหนดระดับสินค้าคงเหลือไว้เพื่อความปลอดภัย (Safety Stock) ระดับที่กำหนดจุดที่ต้องการสั่งซื้อ (Reorder Level) กำหนดปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมและประหยัด (Economic Order Quantity) และระยะเวลาที่ต้องใช้เพื่อทำการสั่งซื้อ (Lead time)

3) การรักษาวัสดุ สินค้าและวัสดุที่ได้มา กิจการต้องจัดการเก็บรักษาให้อยู่ในสภาพและปริมาณที่เหมาะสมไม่ให้เสียหายและสูญหาย ซึ่งจะเป็นหน้าที่ของแผนกเก็บรักษาโดยมีหน้าที่ ดังนี้

3.1) รับวัสดุจากแผนกรับของ ตรวจสอบสินค้าให้ตรงกับใบรับสินค้า นำสินค้าเข้าเก็บบันทึกข้อมูลลงใน Stock Card

3.2) จัดเก็บสินค้าและพัสดุให้อยู่ในลักษณะและคุณภาพดีอยู่เสมอ

3.3) ป้องกันมิให้สินค้าและพัสดุชำรุดสูญหาย ตรวจสอบสภาพสินค้าอยู่เสมอ

3.4) จัดทำรายงานการหมุนเวียนของสินค้าอยู่เสมอ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3.5) ควบคุมยอดคงเหลือของสินค้าและพัสดุแต่ละชนิดให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

3.6) ออกใบขอซื้อ ถ้ากิจการกำหนดให้เป็นหน้าที่ปฏิบัติ

3.7) ตรวจเช็คสต๊อกของสินค้าทุกครั้งที่มีการรับสินค้าเพิ่ม

3.8) ควบคุมการเบิกจ่ายของในคลัง โดยใช้ Stock Card และ Bin Card ให้ถูกต้องอยู่เสมอ

3.9) ให้บริการเบิกจ่ายสินค้าและพัสดุกับผู้ต้องการใช้สินค้าในแต่ละแผนก

2.4.3 วิธีการผลิต ผลผลิตที่ได้แต่ละชนิดมีวิธีการผลิตต่าง ๆ กัน ทั้งนี้แล้วแต่ลักษณะของผลผลิตซึ่งจะกำหนดวิธีการผลิต ได้ดังนี้

1) Analytic Process เป็นการนำวัตถุดิบมาแยกส่วนต่าง ๆ ออกเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น การกลั่นน้ำมันดิบ โดยผ่านกรรมวิธีต่าง ๆ แล้วได้น้ำมันสำหรับ เครื่องบิน น้ำมันดีเซล น้ำมันรถยนต์ ยางแอสฟัลต์ เป็นต้น

2) Synthetic Process เป็นวิธีการที่ตรงข้ามจากวิธี Analytic Process คือ วัสดุ วัตถุดิบต่าง ๆ จะถูกรวมเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ เช่น การผลิตแก้ว ในกระบวนการผลิตจะรวมหินปูน (Limes) ทราย (Potash Soda) และส่วนประกอบอื่น ๆ ที่จะให้เป็นแก้วที่มีลักษณะเฉพาะของโรงงานเข้าด้วยกัน

3) Fabrication Process เป็นวิธีการที่ผลิตภัณฑ์ใหม่ได้มาจากการนำสินค้าสำเร็จรูปจากอุตสาหกรรมอื่นมาประกอบกัน โดยวิธีเปลี่ยนรูปร่างของสินค้าสำเร็จรูปนั้น เช่น กางเกงยีนส์ได้มาจากผ้ายีน กระดุม ซิป เส้นด้าย

4) Assembly Process เป็นการเปลี่ยนรูปของสินค้าที่ได้มาจากวิธีการ Synthetic โดยเอาวัสดุสำเร็จรูปที่ได้จากอุตสาหกรรมอื่น ๆ มารวมหรือต่อเชื่อมเข้าด้วยกันโดยไม่ต้องมีการมาเปลี่ยนแปลงรูปร่างลักษณะอีก เช่น การผลิตเครื่องบิน จะใช้วิธีการ Assembly Process เกือบทั้งหมด

5) Continuous and Intermittent Process

5.1) Continuous Process เป็นวิธีการผลิตที่ใช้เครื่องจักร และวิธีการผลิตทำการผลิตวัสดุซ้ำ ๆ อย่างเดิมเป็นเวลานาน เครื่องจักรจะทำงานติดต่อกันเป็นเดือนโดยมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการและเครื่องมือน้อยมาก วิธีการนี้ใช้ในการผลิตรถยนต์ ผ้าใยสังเคราะห์ ใบมีดโกน สารเคมี ถ้าจะมีการเปลี่ยนแปลงแบบการผลิต หรือติดตั้งเครื่องมือใหม่จะต้องใช้เวลาหลายเดือน

5.2) Intermittent Process เป็นวิธีการผลิตที่มีการหยุดเครื่องจักรเป็น

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ระยะ ๆ และปรับปรุงแก้ไขเครื่องจักรใหม่เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีความแตกต่างกันเล็กน้อยการผลิตจะไม่ค่อยเหมือนกันทุกวัน วิธีการนี้เรียกว่า Job Shop คือ การที่บริษัทจะผลิตสินค้าตามที่ลูกค้ากำหนด เช่น การผลิตปืน กีตาร์

2.4.4 การควบคุมการผลิต เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในการทำสินค้าสำเร็จรูปออกมาเป็นการประสานคน วัสดุ เครื่องจักร เพื่อให้ได้ผลผลิตในจำนวนที่ต้องการในเวลาที่ต้องการตามสั่ง ในการควบคุมการผลิตจะมีอยู่ 6 ขั้นตอน คือ

1) การวางแผน (Planning) การผลิตที่ประสบความสำเร็จจะเริ่มต้นจากการวางแผน ผู้วางแผนการผลิตต้องรู้ว่าในการผลิตจะต้องใช้วัสดุอะไร เครื่องมือเครื่องจักรอะไร กระบวนการผลิตอย่างไร เวลาในการทำงาน การกำหนดพนักงานที่จะผลิตงาน ผู้วางแผนการผลิตจะต้องมองภาพการผลิตในแต่ละขั้นตอนจนกระทั่งสำเร็จได้

2) การจัดสายการผลิต (Routing) เป็นขั้นตอนการควบคุมการผลิตที่จะต้องเป็นไปอย่างต่อเนื่องในแต่ละขั้นตอนการผลิต จะต้องบอกว่าแต่ละการผลิตจะต้องทำงานอะไรบ้าง ผู้ควบคุมสายการผลิตงานจะต้องทำรายการ ขั้นตอนการผลิตเป็นขั้น ๆ

3) การกำหนดระยะเวลาการผลิต (Scheduling) เป็นการควบคุมการผลิตที่จะต้องจัดแบ่งเวลาสำหรับปฏิบัติงานในสายการผลิต ถ้าการกำหนดเวลาไม่ดีจะทำให้มีการสูญเสียเวลาในบางช่วงของการทำงาน ทำให้งานคั่งค้าง การผลิตสินค้าสำเร็จรูปเสร็จช้าเกินไป ซึ่งจะเป็นผลให้ลูกค้ายกเลิกคำสั่งให้ผลิตสินค้า

4) การแจกจ่ายงาน (Dispatching) เมื่อวางแผนการทำงานเสร็จแล้วกำหนดเส้นทางเดินของงานแล้ว และกำหนดตามรายการทำงานแล้ว จะมาถึงขั้นที่ผู้บริหารการผลิตจะจ่ายงานไปสู่หน่วยผลิต ก่อนจ่ายงานพนักงานในแผนกควบคุมการผลิตจะต้องรวบรวมวัสดุที่ใช้ในการผลิต และชิ้นส่วนต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตและพิมพ์รายการส่งไปที่แผนกที่เกี่ยวข้อง

5) การตามงาน (Follow - up) เป็นขั้นตอนการควบคุมการผลิตอีกขั้นหนึ่งที่ผู้วางแผนการผลิต จะควบคุมความก้าวหน้าของการผลิตแต่ละขั้นตอนตามสายการผลิต

6) การควบคุมคุณภาพ (Quality Assurance) หรือการตรวจสอบคุณภาพ บริษัทไม่ได้มุ่งหวังทำผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด แต่ต้องการได้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับงานและความต้องการของลูกค้าและราคาพอเหมาะ การตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์แต่ละบริษัทไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ผลิตภัณฑ์บางชนิดอาจใช้วิธีสุ่มตัวอย่างมาตรวจได้ แต่บางชนิดต้องตรวจที่ผลิตขึ้นมา ดังนั้น วิธีการตรวจสอบสินค้าจึงอาศัยความสามารถในการตัดสินใจเลือกวิธีการที่เหมาะสมที่สุดของผู้บริหารการตลาดที่จะกำหนดวิธีการ และจุดตรวจสอบที่เหมาะสมสำหรับสินค้าที่ผลิตออกมาแต่ละชนิด

มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเขาทอง
PHUKHAO THONG RAJABHAT UNIVERSITY

สรุปได้ว่า การจัดการผลิตที่ดีจะต้องมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย กลยุทธ์ในการผลิตโดยคำนึงถึงทรัพยากร แรงงาน เงินทุน และผู้ประกอบการ มีการมอบอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรที่ชัดเจน ตลอดจนตรวจสอบและควบคุมการผลิต ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดในเรื่องนี้มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในตัวแปรตาม

3. ด้านการตลาด

ตลาดมีบทบาทต่อความเจริญเติบโตและพัฒนาการทางเศรษฐกิจของประเทศเพราะตลาดเป็นสถานที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคด้วยการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สนองความต้องการในการบริโภค

3.1 ความหมายของการตลาด

เชาว์ โรจนแสง (2546 : 5) ได้ให้ความหมายของการตลาดในทัศนะของนักวิชาการหลายท่าน ดังนี้คือ

3.1.1 การตลาดในทัศนะของ อี เจอร์รอม เมกคาร์เธย์ (E. Jerome McCarthy) หมายถึง งานที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทั้งหลายที่เกี่ยวกับการพยายามให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ได้วิธีการคาดหมายถึงความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้า และรวมถึงการให้สินค้าและบริการผ่านจากผู้ผลิตไปยังลูกค้า เพื่อตอบสนองและสร้างความพอใจต่าง ๆ ให้กับลูกค้า

3.1.2 การตลาดในทัศนของ วิลเลียม เจ สเตนตัน (William J. Stanton) การตลาดหมายถึง ระบบของปฏิกิริยาของกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคปัจจุบัน และผู้บริโภคคาดหมาย

3.1.3 การตลาดในทัศนของ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Phillip Kotler) การตลาด หมายถึง กิจกรรมของมนุษย์ที่ดำเนินไปเพื่อให้มีการตอบสนองความต้องการต่าง ๆ และสร้างความพึงพอใจโดยอาศัยกระบวนการแลกเปลี่ยน

3.1.4 ความหมายของการตลาดที่กำหนดโดยคณะกรรมการสมาคมการตลาดแห่งประเทศสหรัฐอเมริกา คือ การตลาด หมายถึง การทำกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคสุดท้าย หรือผู้ใช้เพื่อการอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ

แนวความคิดการตลาด หมายถึง การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหมดของกิจการมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยทำให้เกิดการสร้างสรรค์ การจูงใจ และการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคในระดับที่กิจการมีผลกำไร โดยเน้นที่อนาคตของกิการ ผู้บริโภค

ผลกำไร และการประยุกต์วิธีการบริหารในเชิงกลยุทธ์มาใช้กับการขาย การจัดจำหน่าย และหน้าที่ทางการตลาดอื่น ๆ (Kotler. 2003 : 234)

สรุปได้ว่า การตลาด หมายถึง การคาดหวัง การจัดการความต้องการของผู้บริโภค และการทำให้ความต้องการของผู้บริโภคได้รับการตอบสนองอย่างเป็นที่พึงพอใจโดยอาศัยกระบวนการของการแลกเปลี่ยน การตลาดจึงต้องมีสิ่งนำเสนอเพื่อการแลกเปลี่ยน (Offering) การคาดหวังความต้องการของผู้บริโภค (Anticipation of Demand) การจัดการเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค (Management of Demand) และการทำให้ความต้องการของผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจ (Satisfactions of Demand)

3.2 ความสำคัญและวัตถุประสงค์ของการตลาด

การตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และยกระดับความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสังคมทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยกันอย่างเป็นระบบในสังคม แต่ละปัจเจกชนสามารถประกอบอาชีพที่ตนเองถนัดและได้ใช้ความรู้ ความสามารถ ของแต่ละบุคคลได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ การตลาดมีบทบาทอย่างใหญ่หลวงต่อความเจริญเติบโตและพัฒนาการทางเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากการตลาดเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการวิจัย และพัฒนาหาสิ่งแปลกใหม่มาสนองความต้องการของตลาด และสังคมทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้หลายทาง และผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค จึงมีผลทำให้เกิดการจ้างงานเกิดรายได้กับแรงงานและธุรกิจ ทำให้ประชาชนมีกำลังซื้อ และสามารถสนองความต้องการในการบริโภค ซึ่งทำให้มาตรฐานการครองชีพของบุคคลในสังคมมีระดับสูงขึ้นและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ความสำคัญของการตลาดอาจกล่าวได้ดังนี้ (เชาว์ โรจนแสง. 2546 : 11)

3.2.1 การตลาดเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน การดำเนินการทางการตลาดของธุรกิจจะทำให้ผู้ผลิตกับผู้บริโภคเข้ามาใกล้กัน และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค จนทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนในระดับที่ผู้ซื้อและผู้ขายเกิดความพึงพอใจ การตลาดยังไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องทำให้ผู้บริโภคเกิดความซื่อสัตย์ภักดีต่อผลิตภัณฑ์ที่บริโภค คือกลับมาใช้หรือซื้อซ้ำเมื่อมีความต้องการ

3.2.2 การตลาดเป็นตัวเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค การดำเนินการทางการตลาดทำให้ผู้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ด้วยการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในปริมาณ ในเวลา ในสถานที่ที่ผู้บริโภคต้องการ ในราคาที่ผู้บริโภคมีกำลังการซื้อ และโอนความเป็นเจ้าของได้ การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค นอกจากจะดำเนินการในหน้าที่การตลาด

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ให้เกิดความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันในเรื่องดังกล่าวแล้ว สิ่งสำคัญที่จะต้องกระทำอีกประการหนึ่งคือ การสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคในกิจกรรมดังกล่าว

3.2.3 การตลาดเป็นตัวผลักดันให้มีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ด้วยแนวคิดของการตลาดในการมุ่งสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคและรับผิดชอบต่อสังคม ผลักดันให้ผู้ผลิตต้องพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงต่อความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ตลอดจนจูงใจผู้บริโภค ด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ และการตลาดในระบบเศรษฐกิจเสรี ซึ่งมีการแข่งขันกันมากในการสร้างความพึงพอใจและจูงใจผู้บริโภค จึงยิ่งเป็นแรงผลักดันให้มีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขันในตลาดเสรี

3.2.4 การตลาดเป็นกลไกในการเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจด้วยการก่อให้เกิดการบริโภค การดำเนินการทางการตลาด กระตุ้นให้เกิดการบริโภค และการพึ่งพากันอย่างเป็นระบบ มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจทั้งระบบ การสร้างความต้องการ และการสนองความต้องการในการบริโภคผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการไหลเวียนในระบบเศรษฐกิจ คือ เกิดการใช้ทรัพยากร เกิดการจ้างงาน เกิดรายได้ เกิดการบริโภค และเกิดการใช้แรงงาน ซึ่งจะมีการพึ่งพากัน และเชื่อมโยงไหลเวียนตามลำดับอย่างเป็นระบบ ผลจะทำให้การดำรงชีวิตของมนุษยชาติในสังคมอยู่ในระดับที่ดีมีการกินดีอยู่ดี มีความเป็นอยู่อย่างเป็นสุขโดยทั่วกัน

3.3 หน้าที่การตลาด

หน้าที่ทางการตลาด หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดการนำสินค้าและบริการออกสู่ตลาด อาจแบ่งออกตามกิจกรรมที่ทำได้ ดังนี้

3.3.1 หน้าที่ที่จะทำให้มีการโอนกรรมสิทธิ์ของสินค้าจากผู้ขายไปสู่ผู้ซื้อ เช่น

1) การซื้อ เป็นการหาความต้องการของการซื้อ การเลือกแหล่งซื้อ การพิจารณาความเหมาะสมของสินค้า อาจกระทำโดยวิธีตรวจสอบ วิธีพิจารณาตัวอย่าง และวิธีหารายละเอียดต่าง ๆ จากคำอธิบาย

2) การขาย เป็นการสร้างอุปสงค์ การขายจึงต้องอาศัยเครื่องมือทางการตลาดในรูปของการส่งเสริมการจำหน่ายเข้ามาช่วยเหลือ ซึ่งเป็นการช่วยสร้างหรือกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ในการซื้อสินค้าที่เสนอขายในระดับต่าง ๆ จนถึงขั้นเกิดการซื้อ

3.3.2 หน้าที่เกี่ยวกับการจัดส่งสินค้า ได้แก่

1) การขนส่ง หมายถึง การนำบริการและสินค้าไปถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคต้องการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

2) การจัดเก็บสินค้า ความจำเป็นของการจัดจำหน่ายสินค้าประการหนึ่ง คือ คลังเก็บสินค้า สินค้าที่ผลิตเสร็จและเตรียมที่จะออกจำหน่ายนั้น จำเป็นต้องมีคลังเก็บสินค้าที่ปลอดภัย

3.3.3 หน้าที่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่

1) การเงิน เช่น การให้สินเชื่อ

2) การเสี่ยง คือ การรับภาระเสี่ยงภัยเกี่ยวกับสินค้า เช่น การรับคืนสินค้าชำรุด สินค้าเสื่อมสภาพเนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดี อัคคีภัย

3) การสนเทศทางการตลาด คือ การหาข่าวสารด้านการตลาด เช่น จำนวนอุปสงค์ อุปทานของตลาด นิสัยการซื้อของผู้บริโภค

4) การจัดมาตรฐานและแบ่งเกรดของสินค้า การจัดมาตรฐาน หมายถึง การตั้ง หรือ กำหนดว่าสินค้านั้นควรมีคุณภาพอย่างไร หรือควรมีขนาดอย่างไร การแบ่งเกรดคือการกำหนดมาตรฐานของแต่ละสินค้าหลายระดับ แต่ละระดับเรากำหนดเป็นเกรดต่าง ๆ ได้ ซึ่งเป็นการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าในด้านคุณภาพ ปริมาณที่เหมือนเดิม

สรุปได้ว่า การตลาดเป็นการจัดการความต้องการของผู้บริโภคและทำให้ผู้บริโภคได้รับการตอบสนองอย่างเป็นที่พึงพอใจ โดยอาศัยการแลกเปลี่ยน ประกอบกับเป็นการยกระดับความเป็นอยู่ของบุคคลในสังคมให้สูงขึ้น ช่วยสร้างรายได้ของประชากร รวมทั้งมีหน้าที่เกี่ยวกับการจัดส่งสินค้าและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดในเรื่องนี้มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในตัวแปรตาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4 ด้านการบริหารจัดการ

4.1 ความหมายการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการ คือ การทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยอาศัยความพยายามของกลุ่มบุคคลร่วมกับการจัดการไม่ใช่เพียงอาศัยสัญชาตญาณส่วนตัวหรือลางสังหรณ์เพียงเท่านั้น เพราะอาจทำให้งานไม่ประสบผลสำเร็จ จึงเป็นที่ยอมรับกันว่า เมื่อบุคคลมาทำงานร่วมกันปัญหาต่าง ๆ ย่อมมีเกิดขึ้นเป็นธรรมดา ดังนั้น การบริหารจัดการจึงถือได้ว่าเป็นหลักเกณฑ์เพื่อการแก้ปัญหาของกลุ่มหรือองค์กร (ธงชัย สันติวงษ์. 2543 : 50)

การจัดการ คือ กระบวนการวางแผนการจัดระบบการทำงาน ดำเนินการและควบคุมให้บุคคลทำงาน โดยจัดสรรทรัพยากรสนับสนุนให้ได้รับความสำเร็จในผลลัพธ์ที่ต้องการ และการจัดการประกอบไปด้วยกระบวนการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (สถาบันราชภัฏสวนดุสิต. 2544 : 40)

4.1.1 การวางแผน (Planning) ซึ่งจะเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดเป้าหมาย กำหนดกระบวนการ หรือวิธีการดำเนินงานและกำหนดปัจจัยทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้

4.1.2 การจัดการระบบการทำงาน (Organizing) เป็นการกำหนดงานหรือกิจกรรมย่อย ๆ ที่ต้องการปฏิบัติตามแผน จัดวางให้ระบบงานต่าง ๆ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน

4.1.3 การจัดการบุคลากร (Staffing) จะเป็นกระบวนการกำหนดคุณสมบัติและจำนวนของบุคลากรในแต่ละงาน วางระบบสายงาน การปกครองบังคับบัญชาจากการบริหารระดับสูงถึงระดับล่าง การกำหนดอำนาจหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งและกำหนดการเคลื่อนไหวของงาน (Flow of Work) จากจุดหนึ่งไปสู่จุดอื่น ๆ

4.1.4 การสั่งการให้มีการปฏิบัติ (Directing) เกี่ยวข้องกับการดำเนินการให้มีการปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้ล่วงหน้าทั้งในด้านการใช้ทรัพยากร เช่น เงิน และในด้านการให้บุคลากรทุกตำแหน่งหน้าที่ปฏิบัติงานตามกำหนด

4.1.5 การควบคุมและประสานงาน (Controlling and Coordination) คือ การกำกับดูแล และประสานงานให้ทุกงานดำเนินการมีประสิทธิภาพ ตามแผนและสอดคล้องสัมพันธ์กันทุกงาน นอกจากนี้ยังเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานและมาตรการแก้ไขปรับปรุงถ้าการปฏิบัติและผลงานไม่ได้มาตรฐาน

4.1.6 การติดตามประมวลผล และรายงาน (Reporting) จะเกี่ยวข้องกับการติดตามผลและการปฏิบัติงานในขั้นตอนต่าง ๆ และการประเมินผลที่เกิดขึ้นทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ นำมาเป็นระบบข้อมูลรายงานสภาพและผลของการทำงาน เพื่อใช้ในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน และเพื่อพิจารณาความสำเร็จ

4.1.7 การจัดการทรัพยากร (Budgeting) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการระดมหาแหล่งทุน การลงทุนในด้านจัดทรัพยากร และเครื่องมือเครื่องใช้ ค่าดำเนินงาน และค่าตอบแทนให้กับบุคลากรเพื่อให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่น

ความหมายของการจัดการ การจัดการ มาจากคำภาษาต่างประเทศว่า Management และการบริหาร แปลมาจากคำว่า Administration การบริหารนิยมใช้ในทางราชการเกี่ยวกับเรื่องนโยบาย และมีความหมายกว้างกว่าการจัดการ ซึ่งนิยมใช้ในด้านธุรกิจและเป็นเรื่องของการนำไปปฏิบัติ แต่อย่างไรก็ตามคำทั้งสองคำนี้อาจใช้แทนกันได้

การจัดการ คือ กระบวนการนำทรัพยากรการบริหารมาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามขั้นตอนกระบวนการบริหาร คือ การวางแผน (Planning) การจัดการระบบการทำงาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

(Organizing) การชี้นำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) ซึ่งความหมายดังกล่าวมีคำสำคัญ 3 คำ คือ กระบวนการ ทรัพยากรการบริหารและวัตถุประสงค์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2545 : 444)

เมื่อได้ประมาณความคิดเห็นของนักวิชาการ ซึ่งได้ชี้ให้เห็นถึงลักษณะของการจัดการในทางเดียวกันว่าจะต้องอาศัยบุคคลอื่นมาช่วยในการจัดการโดยใช้กลไกตามระบบการจัดการและเสริมให้สอดคล้องกับสภาพในยุคปัจจุบัน

การบริหารเปรียบเทียบกับการจัดการ (Administration versus Management) การบริหารและการจัดการ หมายถึง กิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่น ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งมีความแตกต่างกัน ดังนี้

คำว่า บริหาร (Administration) ใช้ในการบริหารระดับสูง หน้าที่หลักคือกำหนดนโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนเป็นคำที่นิยมใช้ในการบริหารรัฐกิจ (Public Administration)

คำว่า การจัดการ (Management) เน้นการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบาย (แผนที่วางไว้) นิยมใช้กับการจัดธุรกิจ (Business Management)

ผู้บริหาร (Manager) เป็นบุคคลที่ทำหน้าที่ในกระบวนการบริหาร โดยอาศัยหน้าที่ 5 ประการ คือ การวางแผน (Planning) การจัดการองค์กร (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) ทรัพยากรขององค์กร

บริหาร หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกันดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน เฮอร์เบิร์ต์เอ. ไซมอน (Herbert A Simon; อ้างถึงใน ศิริอร ขันธหัตถ์. 2536 : 2)

4.2 ลักษณะของการจัดการ

ในปัจจุบันการจัดการ มีบทบาทและมีความสำคัญในสังคมมากขึ้น การจัดการมีลักษณะแตกต่างไปจากวิชาชีพอื่น ลักษณะสำคัญของการจัดการมีดังนี้

4.2.1 การจัดการเป็นศาสตร์อย่างหนึ่ง อยู่ในรูปของสังคมศาสตร์ เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์มีชีวิตจิตใจ และความต้องการซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์ สถานการณ์และสิ่งแวดล้อมตลอดเวลา ถึงแม้จะไม่มีหลักเกณฑ์ตายตัวเหมือนศาสตร์บริสุทธิ์ เช่น วิชาฟิสิกส์ วิชาเคมี แต่การจัดการยังเป็นระบบวิชาความรู้ ประกอบด้วย หลักการและวิธีการ เป็นต้น

4.2.2 วิชาการจัดการ สามารถศึกษาเรียนรู้ ถ่ายทอดวิชาอย่างเป็นระบบ มีเปิดสอนวิชาการจัดการในระดับอุดมศึกษาอย่างเป็นทางการ และในโอกาสสำคัญได้มีการมอบปริญญาดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ บริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ ถวายแด่องค์ประมุขของประเทศ แสดงให้เห็นว่าวิชาการจัดการมีความสำคัญและครอบคลุมไปถึงวิชาอื่นอย่างกว้างขวาง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4.2.3 การจัดการเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคล เช่น ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ผู้ร่วมงาน ประชาชนโดยทั่วไป ชุมชน สังคม และกลุ่มวิชาชีพต่าง ๆ เช่น นักบัญชี และนักวิศวกร ความสำเร็จของการจัดการ ต้องอาศัยความร่วมมือของกลุ่มบุคคลและกลุ่มวิชาชีพต่าง ๆ

4.2.4 งานในหน้าที่ด้านการจัดการ มีลักษณะงานโดยทั่วไปที่คล้ายคลึงกันมีอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบเหมือนกันแทบทุกองค์กร อาจแตกต่างกันในเชิงปริมาณตามขนาดและขอบเขตขององค์กร

ตามสภาพในปัจจุบัน มีสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทั้งในและต่างประเทศ เช่น สมาคมการจัดการธุรกิจของประเทศ สมาคมนักบริหารของอเมริกา สมาคมมาตรฐานของญี่ปุ่น สมาคมเหล่านี้มีบทบาทโดยส่งเสริมและร่วมกิจกรรมด้านวิชาการ ให้แก่สมาชิกและได้ดำเนินการกำหนดจรรยาบรรณเพื่อเป็นแนวทางให้สมาชิกปฏิบัติเท่านั้น แต่มิได้กำหนดโทษหากมีการฝ่าฝืนจรรยาบรรณ ซึ่งแตกต่างจากวิชาชีพแพทย์และวิชาชีพวิศวกรรม นอกจากสมาคมได้กำหนดจรรยาบรรณและระเบียบข้อบังคับ รัฐได้ออกกฎหมายกำหนดบทลงโทษในการประกอบอาชีพทั้งสองวิชาชีพ การจัดการควรจะต้องมีแนวคิดในการสร้างหลักเกณฑ์มากขึ้น และอาศัยเวลาอีกระยะหนึ่งในการพัฒนาวิชาชีพและมาตรฐานต่าง ๆ ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4.3 ความสำคัญของการจัดการ

การจัดการเกิดคู่มากับการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นเวลาช้านาน การจัดการมีความสำคัญต่อมนุษย์ต่อองค์กรและประเทศในหลายด้าน ดังนี้

4.3.1 การจัดการถูกพัฒนาคู่กับการดำเนินชีวิตของมนุษย์และช่วยให้มนุษย์ดำรงอยู่อย่างผาสุก

4.3.2 จำนวนประชากรของแต่ละประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นผลทำให้องค์กรต่าง ๆ ต้องให้ความสำคัญและขยายงานให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

4.3.3 การจัดการเป็นเครื่องบ่งชี้ให้ทราบถึงความเจริญก้าวหน้าของสังคม ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านอุตสาหกรรม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว

4.3.4 การจัดการเป็นกรรมวิธีที่สำคัญ ที่จะนำสังคมและโลกไปสู่ความเจริญก้าวหน้าแบบไร้พรมแดนในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ

4.3.5 การจัดการมีลักษณะเป็นการทำงานร่วมกันของกลุ่มบุคคลในสังคม ฉะนั้นความสำเร็จของการจัดการขึ้นกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม เทคโนโลยี วัฒนธรรมและการเมือง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4.3.6 ชีวิตประจำวันของมนุษย์ไม่ว่าจะอยู่ในครอบครัวหรือสำนักงาน ย่อมมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการอยู่เสมอ ดังนั้นการจัดการเป็นเรื่องที่น่าสนใจมีอิทธิพลและจำเป็นต่อการดำรงชีวิตเสมอ

4.4 ปัจจัยในการจัดการ

การจัดการจะสามารถดำเนินงานไปสู่เป้าหมายได้ จำเป็นต้องมีปัจจัยพื้นฐานหรือปัจจัยในการจัดการหรือสิ่งจำเป็นในการจัดการ มีอยู่ 6 ประการ หรือเรียกสั้น ๆ ว่า M'6

4.4.1 บุคลากร (Man) เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญมากที่สุด เพราะบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการปัจจัยอื่น เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ คือ เป้าหมายขององค์กร

4.4.2 เงิน (Money) เป็นปัจจัยหลัก หรือเป็นปัจจัยกลางที่จะบันดาลให้เกิดการจัดซื้อสิ่งของวัสดุ ที่ดิน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการขององค์กรในรูปแบบต่าง ๆ

4.4.3 วัสดุ (Material) เป็นปัจจัยที่จะต้องนำป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์

4.4.4 วิธีการ (Method) เป็นวิธีการปฏิบัติงาน เป็นขั้นตอนในการทำงานเพื่อเปลี่ยนสภาพของวัสดุ ให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือการบริการ

4.4.5 เครื่องจักรกล (Machine) เป็นเครื่องมือ อุปกรณ์ ใช้สำหรับผลิตสินค้าหรือการบริการแก่ลูกค้า

4.4.6 การตลาด (Marketing) เป็นการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ เพื่อผลกำไรและความอยู่รอดขององค์กร

สรุปได้ว่า การบริหารจัดการเป็นกิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่น ๆ ที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกันดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยปัจจัยหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ บุคลากร เงิน วัสดุ วิธีการ เครื่องจักร และการตลาด ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดในเรื่องนี้มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในตัวแปรตาม

แนวคิดการมีส่วนร่วม

1. ความหมาย

มีผู้ให้ความหมายที่หลากหลายแล้วแต่ความเข้าใจหรือประสบการณ์ของ แต่ละบุคคล ดังนี้

การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง กระบวนการที่รัฐบาลทำการส่งเสริมชักนำสนับสนุน และสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชน ทั้งในรูปส่วนบุคคล กลุ่มคน ชมรม สมาคม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
MAHASARAKHAM RAJABHAT UNIVERSITY

มูลนิธิและองค์กรอาสาสมัครรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้าร่วมในการดำเนินการเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่องรวมกัน การมีส่วนร่วมของประชาชนในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งมีผลกระทบถึงตัวประชาชนเอง ผู้นำการเปลี่ยนแปลงต้องยอมรับในความสามารถของประชาชนเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของหลักการพัฒนาชุมชน ซึ่งจะนำประชาชนให้บังเกิดการพึ่งตนเอง (Self Reliance) และความเชื่อมั่น (Self Confidence) ในการปฏิบัติงานตามโครงการพัฒนาต่าง ๆ ในชุมชนก่อให้เกิดความสามารถและประสิทธิภาพในการดูแลตนเอง ตามระบอบประชาธิปไตยโดยเน้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการริเริ่มการพึ่งพาตนเองการพิจารณาตัดสินใจและเลือกโครงการให้สอดคล้องกับความต้องการพื้นฐานของประชาชน (เสริมเกียรติ เกษมสุข. 2538 : 16)

ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2543 : 140) ให้ไว้ 2 ลักษณะ คือ

1.1 การมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนา โดยให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มจนสิ้นสุดโครงการ ได้แก่ การร่วมมือค้นหาปัญหา การวางแผน การตัดสินใจ การระดมทรัพยากร และเทคโนโลยีในท้องถิ่น การบริหารจัดการ การติดตามประเมินผลรวมทั้งการรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในโครงการ โดยโครงการพัฒนาดังกล่าวจะต้องมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมชุมชน

1.2 การมีส่วนร่วมในนัยทางการเมือง คือ การส่งเสริมสิทธิ และพลังอำนาจของพลเมืองโดยประชาชน พลังชุมชน พัฒนาขีดความสามารถของคนในการจัดการกระบวนการและโครงสร้างประชาชน ที่สามารถแสดงออกซึ่งความสามารถของคนและได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

2. ลักษณะการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของประชาชนเกิดขึ้นได้ในหลายลักษณะดังต่อไปนี้

2.1 ร่วมทำการศึกษาค้นคว้าปัญหา และสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน รวมตลอดความต้องการของชุมชน

2.2 ร่วมคิดหาและสร้างรูปแบบและวิธีการพัฒนา เพื่อแก้ไขและลดปัญหาของชุมชน หรือสรรค์สร้างสิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน หรือสนองความต้องการของชุมชน

2.3 ร่วมวางแผนนโยบายหรือแผนงาน หรือโครงการ หรือกิจกรรมเพื่อขจัดและแก้ปัญหา และสนองความต้องการของชุมชน

2.4 ร่วมตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม

2.5 ร่วมจัดหรือปรับปรุงระบบการบริหารการพัฒนา ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2.6 ร่วมกันลงทุนในกิจกรรมโครงการของชุมชน ตามขีดความสามารถของตนเองและหน่วยงาน

2.7 ร่วมปฏิบัติตามนโยบาย แผนงานโครงการ และกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

2.8 ร่วมควบคุม ติดตาม ประเมินผล และร่วมบำรุงรักษาโครงการและกิจกรรมที่ได้ทำไว้ ทั้งโดยเอกชนและรัฐบาลให้ประโยชน์ได้ตลอดไป (เสริมเกียรติ เกษมสุข.2538 : 17)

3. ประเภทของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมในทางการเมือง แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. 2543 : 139)

3.1 การส่งเสริมสิทธิและพลังอำนาจของพลเมืองโดยประชาชน หรือชุมชน พัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดการ เพื่อรักษาผลประโยชน์ของกลุ่ม ควบคุมการใช้และกระจายทรัพยากรชุมชน อันจะก่อให้เกิดกระบวนการและโครงสร้างที่ประชาชนในชนบทสามารถแสดงออกซึ่งความสามารถของตน และได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนา

3.2 การเปลี่ยนแปลงกลไกการพัฒนาโดยรัฐ มาเป็นการพัฒนาที่ประชาชนมีบทบาทหลักโดยการกระจายอำนาจในการวางแผนจากส่วนกลางมาเป็นส่วนภูมิภาค เพื่อให้ภูมิภาคเป็นเอกเทศ ให้มีอำนาจทางการเมือง การบริหาร มีอำนาจต่อรองในการจัดสรรทรัพยากรอยู่ในมาตรฐานเดียวกัน โดยประชาชนสามารถตรวจสอบได้

การมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการพัฒนาได้ 5 ขั้นตอน (ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. 2543 : 138)

1) ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา การพิจารณาปัญหา และจัดลำดับความสำคัญของปัญหา

2) ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการค้นหาสาเหตุแห่งปัญหา

3) ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการค้นหาและพิจารณาแนวทางวิธีการในการแก้ปัญหา

4) ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหา

5) ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการประเมินผลของกิจกรรมการพัฒนา

การที่ประชาชนรวมกลุ่มกันในงานพัฒนากิจกรรมพัฒนาชนบทในทุก ๆ ขั้นตอน ตั้งแต่การร่วมทำการศึกษาค้นคว้าปัญหา หาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ร่วมงานนโยบายหรือแผนงาน โครงการ ร่วมตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ร่วมจัดหรือปรับปรุงระบบการบริหารการพัฒนา ร่วมลงทุนในกิจกรรมโครงการ ตามขีดความสามารถของชุมชนหรือองค์กร ร่วมปฏิบัติตามนโยบายแผนงานโครงการ รวมไปถึงการติดตามประเมินผล อีกทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมของกลุ่มร่วมกัน

สำหรับการมีส่วนร่วมที่สัมพันธ์กับเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า เศรษฐกิจพอเพียงให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มของชาวบ้าน ทั้งนี้กลุ่มชาวบ้านหรือองค์กรชาวบ้านจะทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ให้หลากหลาย ครอบคลุมทั้งการเกษตรแบบผสมผสาน การทำธุรกิจ ค้าขาย การท่องเที่ยวระดับชุมชน เป็นต้น หากองค์กรชาวบ้านได้รับการพัฒนาให้เข้มแข็ง และมีเครือข่ายที่กว้างขวางมากขึ้น เกษตรกรทั้งหมดในชุมชนก็จะได้รับการดูแลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น อีกประเด็นหนึ่ง พบว่าฐานคิดในการพัฒนาเพื่อเกิดเศรษฐกิจพอเพียงให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ทำให้เกิดการวิจัยและพัฒนา “ธุรกิจชุมชนครบวงจร” (ผลิต-แปรรูป-ขาย-บริโภค)โดยพัฒนาจากวงจรธุรกิจขนาดเล็กในระดับท้องถิ่นไปสู่วงจรธุรกิจที่ใหญ่ขึ้นในระดับประเทศ

4. ยุทธวิธีการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชุมชน

4.1 วิธีการกระตุ้น ให้เกิดการรวมตัวกันของผู้แทนประชาชนของกลุ่มต่าง ๆ

4.1.1 ให้ร่วมคิดร่วมทำเรื่องที่เป็นประเด็นปัญหาใกล้ตัว และแนวทางการพัฒนาที่ไม่ยากนักในพื้นที่นั้นก่อน

4.1.2 หากิจกรรมที่ให้ร่วมคิด ร่วมทำ ในการแก้ไขปัญหา เช่น ปัญหายาเสพติด การรณรงค์การเลือกตั้ง การจัดทำแผนชุมชน ฯลฯ ไปอย่างต่อเนื่อง

4.1.3 การสร้างบรรยากาศให้เปิดรับฟังปัญหา และในบางกรณีที่กำลังของชาวบ้านไม่สามารถแก้ไขให้เป็นรูปธรรมได้โดยชี้แนะเท่าที่จำเป็น แต่ไม่ชักนำโดยเด็ดขาด

4.1.4 จากการร่วมคิดร่วมทำในกิจกรรมจากง่ายไปยาก ที่ค่อย ๆ ประสบความสำเร็จจะนำไปสู่การเรียนรู้ ความมั่นใจและชุมชนที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืนในอนาคต

4.2 สิ่งจูงใจประกอบการกระตุ้น

การกระตุ้นให้เกิดการรวมตัวของชาวบ้าน หากจะให้ได้ผลสำเร็จจำเป็นต้องมีสิ่งจูงใจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทั้งนี้เพราะตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ชาวบ้านเปรียบเสมือนคนไข้ที่รับยามาหลายขนาน จากส่วนราชการต่าง ๆ จากนโยบายของรัฐบาลบางยุคบางสมัย ซึ่งต่างก็ยื่นยาขนานต่าง ๆ ให้จนชาวบ้านส่วนใหญ่เกิดอาการดื้อยา การที่จะลุกขึ้นมาทำอะไรโดย ไม่มีสิ่งจูงใจที่พอมองเห็นได้นั้นน่าจะยาก ดังนั้นจึงหากลวิธีในการดำเนินงานดังนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4.2.1 ระยะสั้น เป็นโครงการที่รัฐบาลนำมาลงให้ประชาชน การจัดทำโครงการพัฒนาต่าง ๆ โดยผ่านองค์การบริหารส่วนตำบลหรือโครงการพัฒนาตำบลกำหนดให้ตำบลลำปรายมาศสองแสนถึงสี่แสนบาทซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ชาวบ้านมารวมตัวในรูปของประชาคมโดยมีนโยบายตั้งแต่เริ่มต้นว่าหากประชาคมได้ประชุมเสนอปัญหาความต้องการ และได้จัดลำดับความสำคัญแล้วห้ามคณะกรรมการหมู่บ้านและองค์การบริหารส่วนตำบลแก้ไขโครงการของชาวบ้านโดยเด็ดขาด โดยให้นายอำเภอกำกับ ดูแลให้เป็นไปตามนโยบายโดยเคร่งครัด หากเราสามารถกระตุ้นให้ชาวบ้านรวมตัวกันแล้วต้องให้ชาวบ้านเห็นคุณค่าของการรวมตัวนั้น การรวมตัวนั้นจะเกิดความยั่งยืน ซึ่งในขณะนี้ก็มีโครงการพัฒนาเศรษฐกิจ ชุมชนและไม่เกิน 2 ล้านบาท ที่ต้องใช้การมีส่วนร่วมของประชาคมประชารัฐ ในการร่วมดำเนินการ

4.2.2 ระยะกลางและระยะยาว ปัญหาและความต้องการของชาวบ้านส่วนใดก็ตาม ที่ชาวบ้านสามารถแก้ไขให้ดำเนินการ โดยมีการติดตามประเมินผล มีการประชุมทุกเดือนและแจ้งผลให้สมาชิกประชาชนทราบว่าส่วนใดได้แก้ไขแล้ว ส่วนใดต้องมีประโยชน์ของการที่มีส่วนร่วมในการพัฒนา

4.2.3 รองบประมาณและรอนานเท่าใด เพื่อให้ชาวบ้านเห็นประโยชน์

4.2.4 ปัญหาและความต้องการของชาวบ้านในส่วนที่ยังไม่ได้รับการแก้ไขให้นำมารวบรวมจัดทำเป็นแผนพัฒนาอำเภอ โดยชี้แจงให้ชาวบ้านเข้าใจว่าที่มารวมตัวกันนี้เพื่อจะนำปัญหาและความต้องการของเขามาจัดทำโครงการในอนาคต ซึ่งหากเราสามารถสะท้อนปัญหาของชาวบ้านถูกต้องมาตั้งแต่ระดับหมู่บ้านจนถึงการจัดทำแผนอำเภอ จะเป็นแผนที่อยู่บนความต้องการของประชาชน ส่วนกระบวนการทำงานกับชาวบ้านจนถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลให้เป็นไปตามขั้นตอน ดังนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

การให้ชาวบ้านถกเถียงกันถึงปัญหาแสดงความคิดเห็นและความต้องการที่เสนอมา โดยใช้หลักเกณฑ์ง่าย ๆ คือ ดูความเสียหายว่ากระทบประชาชนกี่ครอบครัว กระทบพื้นที่ กี่ไร่ เพื่อให้มีการถกเถียงด้วยเหตุผลมิใช่พวกมากลากไป และสรุปด้วยลำดับปัญหาและความต้องการของหมู่บ้านนั้นปัญหาใดแก้ไขได้เอง แก้ไขได้เองบางส่วน หรือเกินกำลังความสามารถ

ทำบัญชีปัญหาความต้องการของหมู่บ้านต่าง ๆ และนำมาจัดลำดับอีกครั้งในประชาคมตำบล โดยยึดหลักเกณฑ์จำนวนครัวเรือนและพื้นที่ที่ประสบความเสียหา ตลอดจนความรุนแรงของปัญหานั้น

1) นำลำดับปัญหาความต้องการในแต่ละปัญหามาพิจารณาจัดลำดับอีกครั้งในประชาคม เพื่อให้เป็นการวางแผนแบบล่างขึ้นบน (Bottom Up) ไม่ใช่จากบนลงล่างอีกทั้งในประชาคม (Top Down) เพราะเราต้องยอมรับว่าปัญหาความต้องการของชาวบ้านมักเป็นเรื่อง

ใกล้ตัว เช่น ขาดน้ำอุปโภคบริโภค ขาดไฟฟ้า ฯลฯ แต่ปัญหาในเรื่องการศึกษา วัฒนธรรม ประเพณี ปัญหาเยาวชน และปัญหาสังคมอื่น ๆ ที่ชาวบ้านยังไม่พูดถึง ซึ่งเป็นหน้าที่ของส่วนราชการที่ถือว่ามีการศึกษาสูงมากจะช่วยเสริมเติมบางส่วนลงไปให้ครบถ้วน

2) เมื่อได้ลำดับปัญหาและความต้องการในระดับตำบลแล้ว ให้มีการประชุมร่วมกันระหว่างประชาคม ส่วนราชการและผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อรับปัญหาดังกล่าวไปพิจารณาจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาต่อไป

3) ใช้แผนพัฒนาตำบลหรืออำเภอเป็นแม่บทในการกำกับการจัดทำโครงการและงบประมาณของส่วนราชการเป็นหลัก

5. ยุทธศาสตร์และยุทธวิธีการมีส่วนร่วม

ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการสร้างจิตสำนึกและสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนตระหนักและเข้ามามีส่วนร่วม (นเรศ สงเคราะห์สุข. 2541 : 113-114) ได้สรุปประสบการณ์การทำงานที่ถือว่าเป็นยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน ไว้ 6 ประการ คือ

5.1 การจัดกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) การจัดกระบวนการเรียนรู้สามารถทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

5.2 จัดเวทีวิเคราะห์สถานการณ์ของหมู่บ้านเพื่อทำความเข้าใจและเรียนรู้ร่วมกันในประเด็นต่าง ๆ

5.3 จัดเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือจัดทัศนะศึกษาดูงานระหว่างกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ภายในชุมชนและระหว่างชุมชน

5.4 ฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะเฉพาะด้านต่าง ๆ

5.5 ลงมือปฏิบัติจริง

5.6 ถอดประสบการณ์และสรุปผลบทเรียนที่จะนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการทำงานที่เหมาะสม

สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การทำงานรวมกับกลุ่มเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้วยความตั้งใจ โดยทำการในลักษณะที่เป็นกระบวนการพัฒนา โดยให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่ม ได้แก่ การร่วมค้นหาปัญหา การวางแผน การตัดสินใจ มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน หรือมีการรวมกลุ่มกัน มีลักษณะติดต่อสื่อสารกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันในการปฏิบัติหรือการกระทำในบางสิ่งบางอย่าง และมีการติดตามประเมินผล รวมถึงการได้รับประโยชน์ของกลุ่มที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ และการมีส่วนร่วมของประชาชนจะเกิดขึ้นได้ด้วยดีจะต้องให้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

การศึกษาแก่ประชาชน เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติ ค่านิยมให้สามารถทำงานร่วมกันได้โดยมีอิสระในการตัดสินใจ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดในเรื่องนี้มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในตัวแปรตาม

แนวคิดชุมชนเข้มแข็ง

1. ความหมายของชุมชน

ฐปนรรฆ์ ชูเลิศ (2550 : 6) ได้มีการให้ความหมายหรือนิยามของชุมชนไว้ในแหล่งต่าง ๆ มากพอสมควรเมื่อพิจารณาความหมายเหล่านั้น ปรากฏว่ามีความแตกต่างกันไปตามพื้นฐานของแนวคิดและประสบการณ์ของผู้ให้คำนิยาม รวมทั้งบริบทของการให้นิยามด้วยความแตกต่างเหล่านี้ ที่ทำให้สามารถแบ่งความหมายของชุมชนออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1.1 ชุมชนในความหมายของกลุ่มคน ลักษณะนี้จะเน้นที่กลุ่มคนที่อยู่ในท้องที่ หรือเมืองเดียวกัน อยู่ใต้กฎหมายเดียวกัน ตัวอย่างของชุมชนในความหมายนี้ ได้แก่ กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรรเดียวกัน เป็นต้น

1.2 ชุมชนในความหมายของพื้นที่ ลักษณะนี้จะเน้นพื้นที่หรืออาณาบริเวณที่มีคนอยู่ร่วมกัน ชุมชนในความหมายนี้จะแสดงออกให้เห็นในลักษณะของชื่อของชุมชน เช่น ชุมชนบ้านงิ้วงาม เป็นต้น

1.3 ชุมชนในความหมายของกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์ ลักษณะนี้จะแสดงให้กลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้หลายสำนวน สามารถแบ่งออกได้ 3 กลุ่ม คือ (ฐปนรรฆ์ ชูเลิศ. 2550 : 7)

1.3.1 ชุมชนในความหมายของกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน ชุมชนในความหมายนี้ หมายถึง กลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน อยู่ในวงเดียวกัน ซึ่งอาจจะอยู่ในพื้นที่เดียวกันหรืออยู่คนละพื้นที่ก็ได้ เช่น ชมรมนักวิทยาศาสตร์ ชมรมคณิตศาสตร์ เป็นต้น

1.3.2 ชุมชนในความหมายตามแนวมานุษยวิทยา ชุมชนในความหมายนี้จะเน้นที่กลุ่มคนที่มีประวัติความเป็นมา ชาติพันธุ์ ความเชื่อ ศาสนา วัฒนธรรมเดียวกัน ซึ่งอาจอยู่ในพื้นที่เดียวกัน อยู่ร่วมกันในพื้นที่เดียวกัน

1.3.3 ชุมชนในความหมายตามแนวสังคมวิทยา ความหมายนี้จะเน้นที่ความสัมพันธ์ทางสังคมของสมาชิกในชุมชน การรวมตัวของสมาชิกอาจจะอยู่ในพื้นที่เดียวกันหรือไม่ก็ได้ สิ่งสำคัญคือสมาชิกจะต้องมีความสัมพันธ์ทางสังคม เช่น วัตถุประสงค์ร่วมกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันและมีการจัดการร่วมกัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สรุปได้ว่า ชุมชน หมายถึง การรวมตัวของกลุ่มคนที่อาจจะอยู่ในพื้นเดียวกันหรือไม่ก็ได้ อาจมีชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมเดียวกันหรือไม่ก็ได้ โดยที่กลุ่มคนที่มารวมตัวกันนั้นจะต้องมีวัตถุประสงค์ของการมารวมตัวร่วมกัน มีการทำกิจกรรมร่วมกัน มีอุดมการณ์ร่วมกัน มีการเรียนรู้จากการปฏิบัติการร่วมกัน มีการติดต่อสื่อสาร มีความเอื้ออาทรต่อกัน และมีการจัดการร่วมกัน

2. ความหมายของชุมชนเข้มแข็ง

ประเวศ วะสี (2541 อ้างถึงใน ฐปนรรฆ์ ชูเลิศ. 2550 : 3-6) สำหรับในประเทศไทยมีเอกสารอันเป็นผลงานของผู้ทรงคุณวุฒิ ที่แสดงให้เห็นที่มาของแนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเข้มแข็งโดยมีสาระสำคัญสอดคล้องกันประการหนึ่ง คือ ที่มาของแนวคิดล้วนเป็นการเสนอทางออกต่อปัญหาหรือวิกฤติ อันเป็นผลมาจากการพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นหลัก ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ชุมชนเข้มแข็งมาจากแนวคิดสังคมสมานุภาพเป็นแนวคิดของประเวศ วะสี โดยผ่านงานเขียนชิ้นสำคัญ คือ แนวคิดยุทธศาสตร์สังคมสมานุภาพและวิชชา จากงานเขียนดังกล่าวพอประมวลความคิดรวบยอดได้ว่า สภาพของสังคมไทยมีส่วนของสังคมมีความเข้มแข็งและมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันเป็นอย่างมาก คือ ภาครัฐ ซึ่งมีรัฐนุภาพ (อำนาจบังคับ) แต่ในส่วนของประชาชนหรือภาคสังคมกับมีพลังอำนาจที่เรียกว่าสังคมมานุภาพอยู่น้อยหรือไม่มีเลย ปรากฏการณ์เช่นนี้ส่งผลให้สังคมไทยโดยรวมขาดดุลยภาพและเกิดความล้าหลังในการพัฒนา ดังนั้น ศาสตราจารย์นายแพทย์ประเวศ วะสี จึงได้เสนอแนวคิดที่เกื้อหนุนให้ภาคสังคมหรือประชาชนมีความเข้มแข็ง เพื่อที่จะก่อให้เกิดดุลยภาพทางสังคมที่เรียกว่า สังคมสมานุภาพขึ้น โดยนัยนี้ก็คือจะต้องพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน ต่อมาก็ขยายมาเป็นคำอื่น ๆ เช่น ชุมชนเข้มแข็ง ความเป็นชุมชน ประชามติ ประชาสังคม เป็นต้น

2.2 ชุมชนเข้มแข็งมาจากแนวคิด สังคมเข้มแข็งซึ่งเป็นแนวคิดของธีรยุทธ บุญมี เขามองว่าการแก้ปัญหาพื้นฐานของสังคมนั้นต้องให้ความสำคัญกับพลังที่สามหรือพลังของสังคม หากแม้นว่าสังคมโดยรวมมีความเข้มแข็ง นักธุรกิจ นักวิชาชีพ นักศึกษาปัญญาชน รวมทั้งชาวบ้านสามารถร่วมแรงร่วมใจกันผลักดันสังคม ปัญหาต่าง ๆ ที่เป็นพื้นฐานก็จะสามารถแก้ไขได้ ทั้งนี้สังคมเข้มแข็งในความหมายของ ธีรยุทธ บุญมี จะเน้นที่ลักษณะที่กระจัดกระจาย พลังทางสังคมที่มาจากส่วนของสังคมทุกวิชาชีพ ทุกระดับรายได้ ทุกภูมิภาคของประเทศ ซึ่งโดยนัยนี้สังคมเข้มแข็งจะมีความแตกต่างจากแนวคิดประชาชนเป็นใหญ่ หรืออำนาจของประชาชน ดังเช่นกระบวนการเคลื่อนไหวทางการเมืองในอดีต

2.3 ชุมชนเข้มแข็งมาจากแนวคิด ฐานคิดสู่ทางเลือกใหม่ของสังคมไทย ซึ่งเป็นแนวคิดของ เสน่ห์ จามริก เขามองว่าท่ามกลางปัญหาวิกฤติด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เขาได้มองเห็นปัจจัยแห่งปัญหาอย่างลึกซึ้งถึงแก่นและได้คิดแก้ปัญหาโดยเสนอ 4 ฐานหลัก คือ ฐานเศรษฐกิจ ฐานปัญญา ฐานสภาพสิ่งแวดล้อมและ ฐานชุมชน ซึ่งล้วนแต่ปฏิสัมพันธ์และเกื้อกูลกัน กล่าวเฉพาะฐานชุมชนเป็นเรื่องของพลังและผลประโยชน์ร่วมกันของชุมชนในการพัฒนาหรือประกอบการแล้วเฉลี่ยผลโดยแบ่งปัน พึ่งตนเองได้ หากฐานชุมชนเข้มแข็งก็จะเป็นพื้นฐานของประเทศที่เข้มแข็งด้วย

2.4 ชุมชนเข้มแข็งมาจากแนวคิด ชุมชนอธิปไตย ซึ่งเป็นการเสนอโดย พิทยา ว่องกุล เขาเห็นว่า ชุมชนอธิปไตยหรืออำนาจอธิปไตยของชุมชนเป็นหลักคิดที่แก้ไขวิกฤติสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง โดยมองลึกถึงการแก้ปัญหา โครงสร้างทางเศรษฐกิจให้อยู่ดีกินดี พึ่งตนเองได้ มีความเป็นธรรม พึ่งตนเองและสร้างทุนของชุมชนขึ้นมา ซึ่งจะทำให้ช่วยลดช่องว่างทางเศรษฐกิจระหว่างมนุษย์ทีละน้อย ลดช่องว่างการทำลายสภาพแวดล้อมธรรมชาติ สังคมที่เป็นธรรมก็จะบังเกิดขึ้นพร้อมกับการเมืองที่เป็นธรรม เมื่อถึงจุดนั้นสำนึกในธรรมชาติและมนุษย์จะพัฒนาสู่ระดับสูง

จากเอกสารที่แสดงให้เห็นที่มาของแนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเข้มแข็ง พอสรุปได้ว่า ชุมชนเข้มแข็งเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นจากเอกสารในการแสวงหาทางแก้ไขปัญหาของสังคมที่กำลังเกิดขึ้น โดยการเสนอตัวแบบ Model ของสังคมที่เห็นว่าจะสามารถแก้ไขปัญหาได้

นอกจากนี้ ในการให้ความหมายของชุมชนเข้มแข็ง พบว่า ได้มีการให้ความหมายไว้ดังนี้ ความหมายของชุมชนเข้มแข็งมีความหมายเช่นเดียวกับความหมายของชุมชน ความเป็นชุมชน ประชาคม ประชาสังคม สังคมเข้มแข็ง ซึ่งคำเหล่านี้ มีความหมายเดียวกัน โดยหมายถึง การที่ประชาชนหนึ่งมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีอุดมการณ์ร่วมกัน หรือมีความเชื่อร่วมกันในบางเรื่องมีการติดต่อสื่อสารกันหรือมีการรวมกลุ่มกันจะอยู่ห่างกันก็ได้ มีความเอื้ออาทรต่อกัน มีการเรียนรู้กันในการกระทำกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน และมีการจัดการที่มีการรวมตัวของกลุ่มคนจนกลายเป็นชุมชนนั้น คือให้เกิดพลังในการแก้ไขปัญหาและสร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามทุกอย่างทั้งในด้านเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง และสุขภาพ

สรุปได้ว่า ชุมชนเข้มแข็ง หมายถึง ชุมชนที่สามารถแก้ปัญหาและ/หรือสร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม เป็นต้น เพียงด้านใดด้านหนึ่งหรือมากกว่า หรือทั้งหมดทุกด้านก็ได้ โดยที่สมาชิกของชุมชนรวมตัวกันเพื่อดำเนินการดังกล่าว จะเห็นได้ว่าชุมชนที่เข้มแข็งนั้น ไม่จำเป็นต้องเข้มแข็งทุกด้านเหมือนกัน บางชุมชนอาจจะเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจ ในขณะที่บางชุมชนเข้มแข็งในด้านสิ่งแวดล้อม แต่ชุมชนเหล่านี้ล้วนเป็นชุมชนที่เข้มแข็งทั้งสิ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน

ได้มีผู้ให้ความหมายของเศรษฐกิจชุมชน ดังนี้

เศรษฐกิจชุมชน หมายถึง พฤติกรรมของชุมชนในการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของชุมชน (กรมการพัฒนาชุมชน. 2543 : 8)

เศรษฐกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือองค์กรชุมชนหรือเอกชนร่วมกิจกรรมร่วมช่วยกันดำเนินงานด้วยตนเองทั้งหมด หรือบางส่วนโดยประสานทำงานกับพหุภาคีและผู้คนในท้องถิ่น มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมช่วยเหลือการผลิต การตลาด ทุนการจัดการร่วมกันในเรื่องเกี่ยวกับการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร การค้าขาย การบริการ การท่องเที่ยว การพัฒนาส่งเสริมวัฒนธรรมในท้องถิ่นเพื่อมุ่งให้เกิดรายได้ ส่งผลต่อบุคคล ครอบครัวและชุมชน

เศรษฐกิจชุมชน คือ การดำเนินกิจกรรมเศรษฐกิจทั้งภาคเกษตรกรรมอุตสาหกรรม และภาคบริการ ที่คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์และร่วมเป็นเจ้าของ โดยการพัฒนาจากฐานของ “ศักยภาพท้องถิ่น” หรือ “ทุนในชุมชน” ซึ่งรวมถึงเงินทุน แรงงาน วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น พิพิธภัณฑ์ วัด ที่ดิน แหล่งน้ำ ความหลากหลายทางชีวภาพ สภาพภูมิประเทศ ลมฟ้าอากาศ ฯลฯ โดยเป้าหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คือ การพัฒนาศักยภาพตั้งแต่ระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชน โดยใช้กิจกรรมทางเศรษฐกิจสร้าง “กระบวนการเรียนรู้” ซึ่งจะทำให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ นอกจากนี้ยังมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ฯลฯ หรือการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างบูรณาการ (สุวารีย์ ศรีปูณะ. 2541 : 21)

เศรษฐกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมทางการผลิต การแปรรูป การขายผลผลิต การซื้อและการบริโภคในชุมชน อาจจะเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้ และกำไรในชุมชน (กรมการพัฒนาชุมชน. 2547 : 9)

แนวคิดพื้นฐาน ที่ทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเป็นรูปธรรม ได้แก่ (สุวารีย์ ศรีปูณะ. 2541 : 13)

1. เน้นการพัฒนาอย่างบูรณาการ โดยให้คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ยึดพื้นที่หลักเพื่อให้การพัฒนาตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนและสอดคล้องกับศักยภาพของท้องถิ่น

2. การสร้างภาคีและเครือข่ายความร่วมมือในลักษณะ “พหุภาคี” เพื่อประสาน “พลังสร้างสรรค์” ทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาชน โดยมีองค์กรชุมชนเป็นแกนกลาง ภาคีอื่น ๆ ทำหน้าที่ช่วยกระตุ้นอำนวยความสะดวกส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา

RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3. เริ่มการพัฒนาจากชุมชนท้องถิ่นไปสู่ระดับชาติให้องค์กรชุมชนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนา เพื่อให้เกิดพลังการพัฒนาจากความต้องการของคนในชุมชน ซึ่งจะช่วยให้การพัฒนามีความต่อเนื่อง

4. ส่งเสริมการรวมกลุ่มชาวบ้านและการสร้างเครือข่ายองค์กรชุมชนเพื่อให้คนในชุมชน มีส่วนร่วมในการพัฒนา สร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งด้านการศึกษา สาธารณสุข การผลิต การตลาด การะดมทุน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ฯลฯ

5. ใช้กิจกรรมเศรษฐกิจ สร้างการเรียนรู้และสร้างอาชีพที่หลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่คนในชุมชน ซึ่งแตกต่างกันทั้งเพศ วัย การศึกษา ความถนัด ฐานะทางเศรษฐกิจ

6. ยึดปรัชญาการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามแนวพระราชดำรัส "การพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง" ตามขั้นตอนของ "ปรัชญาใหม่"

สุวารีย์ ศรีปูณะ (2541 : 133 - 134) ได้เสนอหลักการเศรษฐกิจชุมชน ดังนี้

1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อเป็นรากฐานของความปกติสุข
2. ความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนทั้งรัฐ เอกชนและชาวบ้าน
3. ยึดชุมชนเป็นหลัก ผลประโยชน์ส่วนใหญ่ต้องตกอยู่กับชาวบ้าน
4. ผลิตสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึงผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม
5. เป็นกระบวนการการเรียนรู้แก่ชาวบ้านและผู้บริโภค

ดังนั้น เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมของเศรษฐกิจชุมชน ทุกฝ่ายควรสนับสนุนและร่วมดำเนินการ ดังนี้

1. สร้างเวทีการเรียนรู้ เช่น เวทีประชาคม ตำบล/อำเภอ ร้านค้าชุมชน ตลาดนัดชุมชนฯลฯ
2. วิเคราะห์ศักยภาพของท้องถิ่น (ทุนในชุมชน)
3. วางแผนพัฒนา "เศรษฐกิจพอเพียง" ตามขั้นตอนของ "ปรัชญาใหม่"
4. ส่งเสริมการรวมกลุ่ม (กลุ่มอาชีพ กลุ่มออมทรัพย์ และการสร้างเครือข่ายองค์กรชุมชน)
5. พัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การแปรรูป การบรรจุหีบห่อ การจัดการสิ่งแวดล้อม
6. พัฒนาระบบตลาด เช่น ตลาดในท้องถิ่น สร้างเครือข่าย ผู้ผลิต ผู้บริโภค เชื่อมโยงผู้ผลิตกับตลาดในเมือง โรงงาน อุตสาหกรรมการเกษตร ฯลฯ
7. พัฒนากิจกรรมทางด้านการศึกษา สังคม วัฒนธรรม สาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

8. วิจัยเพื่อสนับสนุนงานพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

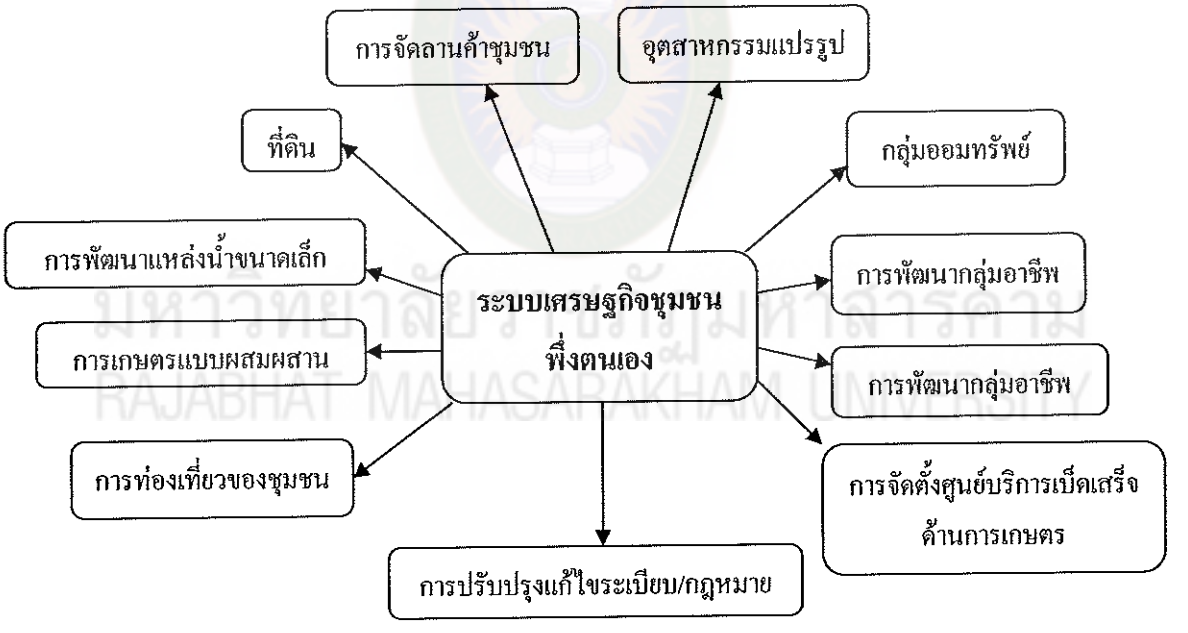
9. สร้างศูนย์การเรียนรู้ เศรษฐกิจชุมชนแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ระดับอำเภอ จังหวัด โดยเน้นการมีส่วนร่วมขององค์กรชุมชนท้องถิ่น

10. สร้างหลักสูตรฝึกอบรมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและพัฒนาสถานที่ศึกษาดูงาน

11. พัฒนาระบบข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ช่วยตัดสินใจในการทำธุรกิจชุมชน

12. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนสู่สังคมในวงกว้างในการปฏิบัติเพื่อความเป็นรูปธรรมของเศรษฐกิจชุมชนนั้น ผู้เกี่ยวข้องควรจะคำนึงถึงโครงสร้างพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง

โครงสร้างพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจที่พึ่งตนเอง



แผนภาพที่ 1 โครงสร้างพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจชุมชน

ที่มา : ปรับปรุงจาก สุวารีย์ ศรีปูณะ (2541 : 137)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สรุปได้ว่า จากแนวคิดเศรษฐกิจชุมชน เป็นการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมทางการผลิต การแปรรูป การขายผลผลิต การซื้อและการบริโภคในชุมชน เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้ และกำไรในชุมชนดังนั้นการบริหารการพัฒนาจึงถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์การพัฒนาของกลุ่ม

แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง

ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองไว้ ดังนี้

1. เริ่มที่ชุมชนในชนบทหรือภาคเกษตรกรรม ในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งเป็นเศรษฐกิจพื้นฐานของประเทศ อันเป็นรากฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับภาค จุดสำคัญของเศรษฐกิจชุมชน คือ ยึดชุมชนเป็นหลัก ประชาชนต้องสามัคคีร่วมมือกันช่วยเหลือกัน การพึ่งตนเองและการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งเป็นเสมือนทุนทางสังคมโดยเริ่มจากการส่งเสริมการผลิตพื้นฐาน คือเกษตรผสมผสานซึ่งภาครัฐ ภาคเอกชนต้องเข้าไปให้การช่วยเหลือสนับสนุน จัดหาสระน้ำในแปลงไร่นาของเกษตรกร และทำแหล่งน้ำขนาดเล็กในพื้นที่ให้เป็นแหล่งน้ำสำรองสำหรับเติมน้ำในแหล่งน้ำในแปลงไร่นา ขณะเดียวกันก็เป็นมาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาภัยแล้งในฤดูภัยแล้งด้วย ทั้งนี้การดำเนินการดังกล่าว ต้องเน้นการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชนเป็นหลัก

2. ส่งเสริมการรวมกลุ่มของประชาชนโดยการใช้กิจกรรมทางเศรษฐกิจเป็นเครื่องมือเป็นปัจจัยที่เชื่อมความสัมพันธ์ของสมาชิก เพราะกิจกรรมทางเศรษฐกิจนี้เป็นสิ่งที่สมาชิกเห็นประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมเป็นเรื่องใกล้ตัว เช่น การรวมกลุ่มที่เป้าหมายทางการผลิต กลุ่มเพื่อระดมทุน กลุ่มเพื่อการแปรรูปผลผลิต กลุ่มเพื่อการตลาด และกลุ่มอาชีพอุตสาหกรรมในครัวเรือน เป็นต้น

3. การสร้างเครือข่ายองค์กรชุมชน โดยที่ประชาชนในชนบทมีการรวมกลุ่มมานานแล้ว ซึ่งมีทั้งที่ประสบปัญหาและที่ประสบผลสำเร็จ มีการพัฒนาตนเองให้เข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ก็มีอยู่มากมาย แต่กลุ่มเหล่านั้นกระจายกันอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ขาดการเชื่อมโยง ดังนั้นหากจะสร้างความเข้มแข็งให้แก่กลุ่มชาวบ้านจะต้องส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดเครือข่ายของกลุ่มชาวบ้านขึ้น โดยจะต้องสำรวจว่า มีกลุ่มชาวบ้านอยู่ที่ไหนบ้าง ทำอะไรกันอยู่ และมีความสามารถอย่างไร เป็นต้น

4. สนับสนุน ส่งเสริมการตลาดรูปแบบต่าง ๆ ปัญหาพื้นฐานภาคเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน คือ ตลาด ซึ่งเมื่อชาวบ้านทำการผลิตผลทางการเกษตรแล้วไม่สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่เป็นธรรม แนวคิดในการแก้ปัญหาดังกล่าวคือจัดให้มีตลาดนัดชุมชนหรือ

ร้านค้าชุมชนในทุกอำเภอ เพื่อให้เกษตรกรมีตลาดที่ขายผลผลิต ได้อย่างเป็นธรรม และประชาชนในเมืองเองก็ซื้อผลผลิตได้ในราคาถูก ในขณะเดียวกันเกษตรกรและกลุ่มอาชีพ ก็สามารถใช้ร้านค้าชุมชนเป็นเวทีแห่งการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการผลิต ซึ่งจะเป็นการช่วยให้มีการพัฒนาคุณภาพผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ดียิ่งขึ้น และยังเป็นสถานที่ที่จะทำให้ภาคธุรกิจได้เข้ามาคัดเลือกซื้อ หรือสั่งซื้อผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ที่จะไปจำหน่าย

5. จัดให้มีเวทีประชาคมเศรษฐกิจพื้นฐานของชุมชนในทุกระดับ เพื่อใช้เป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ปรึกษาหารือ แก้ไขปัญหาของชุมชนเอง วางแผนจัดทำโครงการ และการแสวงหางบประมาณในลักษณะแบบ คิดเอง ทำเอง ระหว่างเพื่อนด้วยกันโดยมีผู้แทนจากส่วนราชการ หน่วยงานองค์กรพัฒนาเอกชนคอยเสริมความช่วยเหลือให้เป็นเวทีประชาคมเศรษฐกิจชุมชน/หมู่บ้าน และขยายเป็นเวทีประชาคมในระดับอำเภอต่อไป (กรมการพัฒนาชุมชน. 2547 : 10) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคำสอนของพระพุทธเจ้าที่ว่าตนแลเป็นที่พึ่งแห่งตน ดังนี้

5.1 มนุษย์จำเป็นต้องบริโภคปัจจัยสี่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารจึงควรผลิตเพื่อบริโภคให้ได้มากที่สุด ดังที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสว่าไม่จำเป็นต้องพึ่งพาตนเองให้ได้หมดทั้งร้อยเปอร์เซ็นต์ เกษตรกรอาจเริ่มต้นพึ่งตนเองจาก 10 เปอร์เซ็นต์ เป็น 20 เปอร์เซ็นต์ แล้วค่อย ๆ ยกระดับขึ้นไปเรื่อย ๆ ก็ได้ รูปแบบการผลิตที่เป็นพื้นฐานและเป็นอุดมคติเพื่อการพึ่งตนเอง คือ การทำเกษตรแบบผสมผสานที่เหมาะกับสภาพภูมิศาสตร์ และทรัพยากรของท้องถิ่นที่ผ่านมาเน้นการเพาะปลูกพืชเชิงเดี่ยว (Mono grope) เพื่อขายได้เงินไปซื้อข้าวอาหาร สิ่งของเครื่องใช้ มาบริโภคทำให้มีหน้าสินไม่เป็นตัวของตัวเอง สถาบันครอบครัวและชุมชนล่มสลาย เพราะรายได้ไม่เพียงพอต้องอพยพแรงงานเข้าสู่เมืองและภาคอุตสาหกรรม สิ่งจำเป็นต่าง ๆ ล้วนกำหนดราคาโดยกลไกตลาด สินค้าบริโภคจึงมีราคาสูง คนส่วนใหญ่จึงเกิดภาวะหนี้สินแต่เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองจะส่งเสริมให้ครอบครัวมีผลผลิตส่วนเกินที่ออกสู่ตลาดจึงเป็น กำไรเกษตรกรเป็นผู้กำหนด หรือตัวกระทำ (Actor) ต่อตลาด ไม่ใช่กลไกตลาดเป็นกำหนด

5.2 การรวมกลุ่มของชาวบ้านระดับชุมชนหมู่บ้าน และตำบลจะทำให้เกิดพลังและเกิดการต่อรองในระบบตลาดได้ในขณะที่เศรษฐศาสตร์กระแสโลกาภิวัตน์ให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มพ่อค้าและสมาคมอุตสาหกรรมมากกว่า แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองมุ่งได้ชาวบ้านเป็นทั้งเจ้าของทุนและผู้ประกอบการทางเศรษฐกิจเอง โดยถือว่าวัตถุดิบ แรงงาน ทักษะ ทุนและยุทธศาสตร์ทางธุรกิจต้องอยู่ภายใต้การตัดสินใจด้วยตนเอง (Self – determination) ของสมาชิกชุมชน รัฐเป็นเพียงผู้สนับสนุนข้อมูลข่าวสาร ความรู้ในการบริหารจัดการ สนับสนุนการทำวิจัยเพื่อการพัฒนาผลผลิตและเทคโนโลยีการผลิต รวมทั้งปรับปรุงแก้ไขกฎหมายระเบียบต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนธุรกิจชุมชนให้มีอนาคตการรวมตัวเป็นกลุ่มของชาวบ้าน เป็นเงื่อนไขที่จำเป็นและ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ขาดไม่ได้ หากไม่รวมตัวกันกับเศรษฐกิจตลาดจะทำลายชุมชนเพราะการแก่งแย่งแข่งขัน ตลาดก็จะปั่นป่วนเพราะคนในชุมชนและในประเทศขาดกำลังซื้อ

5.3 ระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเอง (Self – reliance economic) ของชุมชนให้คุณธรรม ให้คุณธรรมและวัฒนธรรมดั้งเดิมของไทยเป็นแกนกลางของการจัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้ง การทำความดีมีสัจจะ มีเมตตา เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และคำสอนของพระพุทธศาสนาทั้งหลาย โดยที่สิ่งเหล่านี้เป็นทั้งแบบแผนเศรษฐกิจที่กำกับด้วยคุณธรรม (Moral economic) ส่วนระบบเศรษฐกิจแบบตลาดตามหลักเศรษฐศาสตร์กระแสโลกาภิวัตน์นั้น มุ่งใช้วัตถุ คือ กำไร เป็นแรงจูงใจในธุรกิจเพียงอย่างเดียว การขายิ่งที่ตนมีและการส่งออกเพื่อให้ได้เงินตราจึงเป็นเป้าหมายสำคัญ

5.4 การประสานเชื่อมโยง (Articulation) ระหว่างแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองกับแนวคิดเศรษฐศาสตร์แระแสโลกาภิวัตน์ โดยระบบเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองไม่ได้ปฏิเสธระบบตลาด แต่ถือว่าตลาดมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนความสำคัญทางการค้าระหว่างเกษตรกรกับพ่อค้า นักธุรกิจ และระหว่างปัจเจกบุคคล มาเป็นความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนพ่อค้า เป็นกลุ่มกับปัจเจกชน ชุมชนเป็นเจ้าของหรือประกอบการเอง และมีการสร้างเครือข่ายชุมชนระดับอำเภอ จังหวัด ภาค และประเทศ อาณาจักรธุรกิจและอำนาจการต่อรองของชุมชนก็จะมากยิ่งขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ของประเทศมากขึ้นด้วย (สุวารีย์ ศรีปูณะ. 2541 : 129-130)

สรุปได้ว่า แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นให้มั่นคง โดยเริ่มต้นจากการปรับกระบวนทัศน์ การพัฒนาแบบแยกส่วน ไปสู่การพัฒนาอย่างบูรณาการ ซึ่งทุกส่วนมีความเชื่อมโยงกันว่า เมืองและชนบทไม่สามารถแยกส่วนกันได้ ในการพัฒนาเกษตร อุตสาหกรรมและการเกื้อกูลกันขณะเดียวกันควรสร้างโอกาสการเรียนรู้ให้กับคนในชุมชน คือ การสร้างที่หลากหลาย โดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตนเองและสอดคล้องกับศักยภาพ ทรัพยากรเทคโนโลยีเหมาะสมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์เพื่อเพิ่มพูนความรู้ รายได้ทรัพยากร ความเอื้ออาทรต่อกัน อันจะนำมาซึ่งความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้การพัฒนาอย่างยั่งยืน

แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

1. ความสำคัญ

เศรษฐกิจพอเพียงเป็นการพัฒนาตามขั้นตอน ปรัชญาใหม่ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอดนานกว่า 30 ปี ตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ และเมื่อภายหลังได้ทรงเน้นย้ำแนวทาง

การแก้ไขเพื่อให้รอดพ้น และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลง โดยมีปรัชญาดังนี้ คือ เศรษฐกิจพอเพียงชี้แนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติของประชาชนทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลางที่ต้องอยู่บนพื้นฐานของความสมดุล รู้จักพอประมาณอย่างมีเหตุมีผลมีความรอบรู้เท่าทันโลก เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตของคนไทย และเป็นแนวทางที่จะทำให้ประเทศมีการพัฒนาอย่างสมดุลและยั่งยืน มีลักษณะเป็นองค์รวมโดยมี คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา นั่นคือ จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบและความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎีและนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ให้ความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา ความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วกว้างขวางทางด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

2. การพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง

โดยการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามขั้นตอนของปรัชญาใหม่มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ขั้นตอนแรก เป็นการผลิตเพื่อใช้บริโภคภายในครัวเรือนในระดับชีวิตที่ประหยัด ทั้งนี้จะต้องมีความสามารถในท้องถิ่นประกอบอยู่ด้วย

2.2 ขั้นตอนที่สอง เป็นการรวมกลุ่มเพื่อการผลิต การตลาด ความเป็นอยู่สวัสดิการ การศึกษา สังคมและศาสนา

2.3 ขั้นตอนที่สาม เป็นการร่วมมือกับองค์กรภายนอก ในการทำธุรกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิต (สรรเสริญ วงศ์ชอุ่ม. 2544 : 2)

3. หลักการสำคัญของเศรษฐกิจพอเพียง

หัวใจของเศรษฐกิจพอเพียง คือ ความสมดุล และที่ประเทศไทยประสบกับปัญหาในด้านต่าง ๆ อยู่ในปัจจุบัน เกิดจากการขาดความสมดุลในหลาย ๆ ด้าน คือ

3.1 ด้านวัตถุ หรือเศรษฐกิจ กับด้านจิตใจหรือศีลธรรมจรรยา เพราะที่ผ่านมาแนวทางการพัฒนาประเทศให้ความสำคัญกับวัตถุจนทำให้เกิดความโลภไม่สิ้นสุด คนรวยได้รับการยกย่อง ไม่ว่าคนรวยนั้นจะได้มาอย่างไร ส่วนด้านจิตใจจะถูกละเลย ไม่ได้รับการพัฒนา คนที่ทำตามกฎเกณฑ์หรือคนดีมักไม่ร่ำรวยอย่างรวดเร็วทางวัตถุเหมือนคนคดโกง

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม MAHASARAKHAM UNIVERSITY

3.2 ด้านการผลิตเพื่อบริโภคเองในครอบครัวกับเพื่อขาย ที่ผ่านมาการผลิตเพื่อขายได้รับการเน้น ทำให้เกิดความชำนาญในการผลิตเฉพาะอย่าง ทำให้เศรษฐกิจขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในขณะที่การผลิตเพื่อการบริโภคในครอบครัวแทบไม่ได้รับการสนใจมากนัก การทำอะไรเป็นเพียงอย่างเดียวหรือการผลิตเฉพาะอย่างทำให้เพิ่มความเสี่ยงต่อเหตุการณ์ภายนอกมากขึ้น

3.3 ด้านการลงทุนที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล กับชนบทที่ห่างไกล ที่ผ่านมากรุงเทพฯ และปริมณฑลได้รับเงินเป็นส่วนมากกว่าคนในชนบท มีผลประโยชน์ในกรุงเทพฯ ที่จะต้องรักษา ผู้นำรัฐบาลเห็นกรุงเทพฯ อยู่ทุกวันแต่แทบไม่เคยสัมผัสชนบทอย่างแท้จริง

3.4 ด้านการกระจายผลของการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ให้ตกอยู่ในมือคนรวย ซึ่งมีทุกสิ่งทุกอย่างแล้ว กับคนจนจำนวนมากซึ่งต้องหาเช้ากินค่ำ ที่ผ่านมาคนรวยยิ่งร่ำรวยมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่วนคนจนยังจนต่อไป คนรวยเป็นผู้คุมอำนาจทางการเมือง นโยบายเศรษฐกิจ ทำให้คนรวยได้รับการเอื้ออาทร และผลประโยชน์มากกว่าคนจน

3.5 ด้านการอุตสาหกรรมและการบริการกับการเกษตรที่ผ่านมาอุตสาหกรรมและการบริการได้รับการสนับสนุนอย่างท่วมท้น ในขณะที่การเกษตรเกือบถูกลืมยิ่งไปกว่านั้นเกษตรกรได้รับการเหยียดหยามว่าต่ำต้อย ล้าหลัง ไม่มีใครเหลียวแลยามแก่เฒ่า ไม่มีสวัสดิการของรัฐเหมือนคนในอาชีพอื่น ๆ ถึงแม้ว่าจะไม่ได้รับความเอื้ออาทรทางด้านนโยบาย ชาวนาก็ยังผลิตข้าวเพื่อเลี้ยงคนทั้งชาติได้

3.6 ด้านเทคโนโลยียุคใหม่กับภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ผ่านมาประเทศไทยทุ่มเทเพื่อเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่พร้อม ๆ กับเหยียดหยามภูมิปัญญาเดิม คนในชาติลืมว่าประเทศตนมีอะไรดี ไม่เข้าใจและซาบซึ้งในสิ่งที่ตนมีอยู่แล้ว ไม่สนใจศึกษาเพื่อพัฒนาต่อไป

ความไม่สมดุลในด้านต่าง ๆ เหล่านี้ เกิดการพัฒนาชาติในอดีตทำให้ประเทศล่อแหลมต่อผลกระทบจากเหตุการณ์ภายนอกและล่อแหลมต่อความล่มสลายของสังคมภายใน การลดความเสี่ยงพร้อมกับการหาทางประกันต่อผลกระทบจากภายนอกและการล่มสลายของสังคมภายในจะต้องเป็นจุดหมายการพัฒนาชาติต่อไป (ไสว บุญมา. 2543 : 69-71)

สรุปได้ว่า แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ถือเป็นการพัฒนาอย่างบูรณาการ กล่าวคือ มีการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและการเมือง โดยอาศัยความร่วมมือจากองค์กรต่าง ๆ ทั้งเอกชนและภาครัฐมาร่วมกันในการพัฒนา โดยยึดพื้นที่เป็นหลักและการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งจะต้องอาศัยองค์กรชุมชน เป็นศูนย์กลางในการร่วมคิดร่วมสร้างและร่วมแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ทั้งนี้หากการพัฒนาประสบความสำเร็จจะทำให้ชุมชนเกิดการพึ่งตนเอง อันจะทำให้เศรษฐกิจดี สังคมดี และสิ่งแวดล้อมดีมีความยั่งยืน ซึ่งถือว่าเป็นทุนทางสังคม ที่สำคัญในการพัฒนาประเทศที่สมดุลและยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอพนมไพร จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน (2546 : 2-3) ได้เสนอความหมาย โดยพิจารณาตามแนวคิดของรัฐบาลว่า วิสาหกิจชุมชนไม่ใช่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) ความคาดหวังของรัฐบาลที่มีต่อ SMEs คือ คนที่มีเงินทุนไม่มากนักสามารถมีธุรกิจเป็นของตนเอง สร้างรายได้ให้กับประเทศได้และเป็นแหล่งจ้างแรงงาน ที่แม้กิจการรายหนึ่ง ๆ จะสร้างแรงงานไม่มากนักแต่ถ้ามี SMEs เกิดขึ้นได้มากแห่ง แรงงานก็จะมีงานทำได้เป็นจำนวนมาก แต่ความคาดหวังของรัฐบาลที่มีต่อวิสาหกิจชุมชน คือ คนในทุกชุมชนมองเห็นสินทรัพย์ของตนเองและชุมชนมีค่า สามารถทำให้มีค่าเพิ่มขึ้น และนำมาเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนได้ และสรุปว่าวิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการสร้างรายได้รูปแบบหนึ่งที่มีขนาดเล็กว่าวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprise) ผลผลิตของกิจการเกิดจากสินทรัพย์ของชุมชน ได้แก่ ความรู้ ภูมิปัญญาดั้งเดิม ทักษะฝีมือ วัฒนธรรม ธรรมชาติ หรืออื่น ๆ ที่เป็นแบบพื้นบ้านที่มีรูปแบบการจัดการสมัยใหม่โดยคนในชุมชน เป็นกิจการของคนในชุมชน และมีจุดหมายในการดำเนินกิจการ คือ การพึ่งตนเองและพึ่งกันและกันของชุมชน สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนได้เสนอทัศนะเพิ่มเติมว่า ความหมาย วิสาหกิจ ชุมชนที่สรุปมาจากแนวคิดของรัฐบาล เอกสารวิชาการ แนวความคิดในแวดวงนักพัฒนาสรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชน คือ กิจการที่ชุมชนและคนในชุมชนเป็นเจ้าของกิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการ หรือกิจการอื่น ๆ เพื่อสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชนโดยการนำทุนทางสังคมของชุมชนที่มีอยู่อันได้แก่ ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ทรัพยากรท้องถิ่น ผนวกกับการบริหารจัดการสมัยใหม่ เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรืออาจกล่าวให้เข้าใจง่าย ๆ ได้ว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชน โดยชุมชนเพื่อประโยชน์ของคนในชุมชนที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทุนทางสังคมของชุมชนในการดำเนินกิจการดังกล่าว

กรมการพัฒนาชุมชน (2546 : 4) สรุปความหมายของวิสาหกิจชุมชนว่า หมายถึง การประกอบกิจการด้วยหลักสามัคคีธรรมของชุมชน โดยชุมชนในการผลิตสินค้าการให้บริการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

อื่น ๆ เพื่อการเรียนรู้และการพึ่งตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชนด้วยการนำทุนของชุมชนมาดำเนินการโดยใช้รูปแบบการจัดการที่เหมาะสม ก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง

สำนักบริหารกองทุนพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน (2545 : 3) ได้ให้ความหมายวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กลุ่ม/เครือข่าย/กลุ่มหรือองค์กรท้องถิ่นหรือปราชญ์ชาวบ้าน ในชุมชนที่ประกอบการ หรือดำเนินงานการผลิตและแปรรูปผลิตสินค้า กิจการทุนสวัสดิการชุมชน กิจการวัฒนธรรม และธรรมชาติของชุมชน กิจการศิลปหัตถกรรม กิจการให้บริการ กิจการสุขภาพอนามัยชุมชน กิจการการเรียนรู้เชื่อมโยงซึ่งกันและกันโดยนำภูมิปัญญาของชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบทั้งในและนอกชุมชนมาจัดผสมผสานสร้างสรรค์ผลผลิตให้มีคุณค่าการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ของชุมชนอย่างยั่งยืน

จารุพงศ์ พลเดช (2546 : 1) ได้อธิบายว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการสร้างรายได้รูปแบบหนึ่งที่มีขนาดเล็กกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม ผลผลิตของกิจการเกิดขึ้นจากสินทรัพย์ของชุมชน มีรูปแบบการจัดการสมัยใหม่ โดยคนในชุมชนเป็นกิจการของคนในชุมชน และมีจุดมุ่งหมาย เพื่อการพึ่งตนเองและพึ่งพาซึ่งกันและกันของชุมชน

สรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน

2. หลักการของวิสาหกิจชุมชน

กรมการพัฒนาชุมชน (2545 : 3) โดยสำนักบริหารกองทุนพัฒนาชุมทชนได้อธิบายหลักการของวิสาหกิจชุมชน โดยพิจารณาจากความหมายของวิสาหกิจชุมชนดังนี้

2.1 หลักการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาทรัพยากรของชุมชน

2.2 หลักการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรปกครองท้องถิ่น

2.3 หลักการส่งเสริมเครือข่ายองค์กรและพัฒนาผู้นำ

2.4 หลักการบูรณาการ ทุนและสินทรัพย์ของชุมชน

2.5 หลักการเรียนรู้และการเชื่อมโยงภาคีการพัฒนา

2.6 หลักการบริหารจัดการและตัดสินใจโดยชุมชน

2.7 หลักการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2.8 หลักการผลประโยชน์ร่วมกัน

2.9 หลักการติดตาม ตรวจสอบได้ โปร่งใสและยุติธรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

2.10 หลักการต่อยอดและขยายผล

2.11 หลักการวิจัยและพัฒนา

2.12 หลักการพึ่งตนเอง

3. ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2546 : 2) ได้กล่าวไว้ว่า การส่งเสริมในชุมชนที่ผ่านมามักสอนให้ชาวบ้านผลิตหรือแปรรูป โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มรายได้โดยไม่คิดถึงการพึ่งตนเองหรือความพอเพียง แต่แนวคิดของวิสาหกิจชุมชนเน้นที่การช่วยตนเอง ดังนั้น ในความเป็นวิสาหกิจชุมชนดังกล่าวจึงต้องมีลักษณะอย่างน้อย 7 ประการ คือ

3.1 ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการ

3.2 ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน

3.3 ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน

3.4 มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล

3.5 มีการดำเนินการตามแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ

3.6 มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ

3.7 มีการพึ่งพาตนเองเป็นเป้าหมาย

4. ทุนของชุมชนหรือสินทรัพย์ของชุมชน

กรมการพัฒนาชุมชน (2545 :2) กล่าวไว้ว่า สินทรัพย์ของประชาชนและชุมชนที่มีอยู่ไม่ได้ หมายถึง เงินทอง แต่หมายถึง ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ทักษะ ฝีมือ ธรรมชาติของชุมชน ความสงบ วิถีชีวิต วัสดุธรรมชาติ พืชผลการเกษตรซึ่งรัฐบาลเห็นว่า สิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐาน หรือ ทุนทางสังคมของชุมชน เพราะเป็นสิ่งที่ได้สร้างสมและสืบทอดต่อ ๆ มาเป็นสมบัติของคนในชุมชน ทุกคนซึ่งยังมีอยู่อีกมาก แต่ไม่ได้รับความสนใจที่จะบำรุงและนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน และอนาคตการดำรงชีวิตบนทุนของสังคมอื่นก็เท่ากับเป็นการพัฒนาจากพื้นฐานที่อ่อนแอ ถึงจะโตขึ้นไปก็เป็นการโตขึ้นไปเพื่อรอวันล่มสลาย ในวันนี้สิ่งที่ประเทศไทย จำเป็นจะต้องทำอย่างยิ่ง คือ การซ่อมรากภูมิปัญญาเดิม แล้วต่อยอดด้วยวิทยาการสมัยใหม่และความรู้สมัยใหม่เพื่อให้พื้นฐานของไทยแข็งแกร่งและดำรงอยู่ได้ต่อไปกับโลกแห่งอนาคต

กรมการพัฒนาชุมชน (2545 : 10-12) โดยสำนักบริหารกองทุนพัฒนาชุมชนได้กล่าวถึงทุนของชุมชน ดังนี้

4.1 ทุนธรรมชาติ ได้แก่ อากาศ พลังงานจากแสงอาทิตย์ พลังงานลม น้ำฝน

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แร่ธาตุต่าง ๆ ในดิน /หิน/กรวด/ทราย

4.2 ทุนสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ป่าไม้ ภูเขา สัตว์ป่า สมุนไพร ชีวภาพ หญ้า พืชขนาดเล็ก ทะเล ป่าชายเลน สัตว์น้ำ ขยะ น้ำตก

4.3 ทุนผลผลิต ได้แก่ ที่ดิน สัตว์ป่า ยางพารา ต้นไม้ประเภทต่าง ๆ สัตว์น้ำ ผลไม้ประเภทต่าง ๆ ผลผลิตทางการเกษตรประเภทต่าง ๆ

4.4 ทุนสัจจะสะสม ได้แก่ ประหยัดเก็บออมเงินเป็นประจำสม่ำเสมอ (รายวัน รายปักษ์ รายเดือน) ประหยัดออมทรัพย์ในรูปผลผลิต ออมข้าวเปลือก ข้าวสาร รำข้าว แกลบ ออมผัก ข้าวโพด มันสำปะหลัง ออมฟางข้าว หญ้า ตับจาก ฯลฯ สุกร ไก่ ปลา กระบือ ประหยัดออมทรัพย์ในรูปแรงงาน ขอมือ ขอแรง ลงแขก

4.5 ทุนภูมิปัญญา/ประสบการณ์ ได้แก่ การจัดเวทีระดมความคิดทำแผนชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน (หัตถกรรม ทอผ้า เกษตรกร ฯลฯ) ประเพณี วัฒนธรรมชุมชน ไสยศาสตร์ คติธรรม ความเชื่อ สุภาษิต คำสอน นวดแพทย์แผนไทย โรงเรียน วัด โบสถ์ มัสยิด พระสงฆ์ หมอ ครูอาจารย์ พยาบาล การแลกเปลี่ยนเรียนรู้

4.6 ทุนทางสังคม ได้แก่ ความสามัคคี ความเอื้อเฟื้อช่วยเหลือกัน การเสียสละเพื่อส่วนรวม ความไว้วางใจกัน ความศรัทธาเชื่อถือกัน การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายเป็นพลังต่อรอง ช่วยกัน การไม่เบียดเบียนผู้อื่น การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรทุกชนิดการพบปะพูดคุยยอมรับกัน การไม่เบียดเบียนผู้อื่น การอาสาสมัครช่วยชุมชน

4.7 ทุนมนุษย์ ได้แก่ เด็ก เยาวชน สตรี บุรุษ คนชรา ปราชญ์ชาวบ้าน นักพัฒนา ครู ผู้นำศาสนา พยาบาล แพทย์ ผู้นำอาสาสมัครประเภทต่าง ๆ ผู้นำกลุ่มประเภทต่าง ๆ

4.8 ทุนเทคโนโลยี ได้แก่ จักรยาน จักรยานยนต์ เกวียน ล้อเลื่อน รถยนต์ เครื่องกี่ กระตุกผ้า เครื่องโม่ บด อัด ครกกระเดื่องตำข้าว ระหัดวิดน้ำ เครื่องถางป่า เครื่องพ่นยา ครก สาก เครื่องโยกน้ำบาดาล โยงตักน้ำ ยกยอจับปลา

5 การจัดการแบบวิสาหกิจชุมชน

การจัดการเป็นเรื่องใหญ่ที่ชุมชนต้องเรียนรู้ เรียนรู้ว่าจะจัดการอย่างไร เริ่มต้นด้วยการร่วมกันวางแผนการผลิต การตลาด การบริโภคร่วมกัน สร้างวงจรเศรษฐกิจชุมชนขึ้นมาใหม่ เชื่อมโยงทุกเรื่องที่ทำได้ ทำแบบประสานพลัง (Synergy) และใช้ให้เกิดผลทวีคูณ คิดเชิงบวกยังน้อยไปต้องคิดแบบทวีคูณ หมายถึง ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ สนับสนุนเกื้อกูลกันนี่คือลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชน ตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนระดับหมู่บ้าน เช่น บ้านน้ำหิน อำเภอนาน้อย จังหวัดน่าน ระดับตำบล เช่น ตำบลไม้เรียง อำเภอฉาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ปลูกยางพาราเป็นหลัก

และทำสวนผลไม้ ตัวอย่างการจัดระบบการผลิต การตลาด ตำบลบ้านใหม่ อำเภอหนองบุญนาก จังหวัดนครราชสีมา ได้มีการเรียนรู้ทำแผนแม่บทชุมชนหมู่บ้านทั้ง 9 หมู่ของตำบลนี้แบ่งกันรับผิดชอบดูแลกิจกรรมการผลิตต่าง ๆ (เสรี พงศ์พิศ และสุภาส จันทร์หงษ์. 2548 : 11-16)

6. การบริหารจัดการทุนของชุมชน

กรมการพัฒนาชุมชน (2545 : 11) โดยสำนักบริหารกองทุนพัฒนาชุมชนได้กล่าวถึงการบริหารทุนของชุมชน ดังนี้

6.1 การจัดเวทีชาวบ้าน การสำรวจค้นหาและทำข้อมูลสารสนเทศของทุนในชุมชนทุกประเภท และประเมินศักยภาพไว้เป็นฐานในการนำไปใช้ประโยชน์ โดยจัดให้มีระบบบันทึกไว้เป็นหลักฐาน

6.2 จัดเวทีประชาคมเพื่อจัดทำแผนของชุมชน โดยใช้ต้นทุนจากภายในชุมชนเองเป็นหลักระยะเริ่มแรก

6.3 ค้นหากิจกรรมของชุมชนที่มีต้นทุนเดิมอยู่แล้ว นำมาต่อยอดขยายผลและเชื่อมรากให้เข้มแข็ง เช่น กรณีหมู่บ้านกองทุนแก้ไขปัญหาความยากจน เครือข่ายกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กองทุนหมู่บ้าน ศูนย์สาธิตการตลาดและกลุ่มแปรรูปผลิตทางการเกษตร เป็นต้น

6.4 เชื่อมโยงผู้นำแต่ละกลุ่ม องค์กร เป็น “เครือข่าย” เพื่อเป็น “แกนนำ” ในการจัดการผสมผสาน “ต้นทุน” ที่มีอยู่ให้เป็นธรรมชาติ ชัดเจนในหมู่บ้านหรือตำบล

6.5 ประชาคมร่วมกันกำหนดพื้นที่ตามข้อมูลสารสนเทศ ความพร้อมด้านทุนประเภทต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในแผนชุมชน

6.6 แกนนำเครือข่ายองค์กรชุมชนในพื้นที่ซึ่งกำหนดไว้ ดำเนินการเสริมรากภูมิปัญญาเดิมผสมผสานต้นทุนต่าง ๆ เข้าไปสนับสนุน การผลิต การบริหารงานเพื่อให้เกิดผลผลิตและก่อให้เกิดรายได้แก่สมาชิกและชุมชนในภาพรวม

6.7 ผลผลิตที่บังเกิดผลเป็นรูปธรรม นั้นแบ่ง 2 ประเภท คือ เพื่อการพึ่งตนเอง เช่น ผลิตแต่พอกิน พอใช้ ไม่ต้องซื้อ ไม่ต้องจ่ายเงิน และเพื่อให้เกิดรายได้ส่วนหนึ่ง สามารถนำไปซื้อสิ่งที่เป็นสินค้าอุปโภค บริโภค ที่จำเป็นในครัวเรือน ส่วนที่สอง นำไปสมทบทุน สวัสดิการชุมชน เช่น เงินกองทุนฌาปนกิจสงเคราะห์ บริจาคปรับปรุงสาธารณสมบัติ หรือนำไปช่วยเหลือเอื้อเฟื้อเกื้อกูลสมาชิกในชุมชน ทำให้ชุมชนน่าอยู่ ชุมชนอยู่ดีมีสุข

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

7. รูปแบบของวิสาหกิจชุมชน

รูปแบบของวิสาหกิจชุมชนจำแนกตามขอบข่ายของกิจการที่ประกอบ สามารถกำหนดได้เป็น 2 รูปแบบ ดังนี้ 1) วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการเดี่ยว คือ วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการที่มีการบริหารจัดการโดยคณะผู้บริหารในชุมชนชุดเดียว โดยจะมีผลผลิตมากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์/บริการก็ได้ และ 2) วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการในรูปเครือข่าย คือ วิสาหกิจชุมชนที่มีความสัมพันธ์กับกิจการอื่น ๆ โดยแต่ละวิสาหกิจต่างมีการประกอบการตามเป้าหมายวัตถุประสงค์ของกิจการของตน หากแต่มีความสัมพันธ์แบบพึ่งพา เกื้อกูลเชื่อมโยงกันในรูปแบบต่าง ๆ กล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติหรือสร้างผลิตภัณฑ์โดยครอบครัวในชุมชน โดยองค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชนเพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนมีหลักคิดสำคัญ คือ สร้างความหลากหลายของผลผลิตและผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อการบริโภคแบบพึ่งพาตนเองลดรายจ่ายให้ครอบครัวสร้างเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีให้ตนเองและมีคุณธรรมรับผิดชอบต่อสมาชิกคนอื่น ๆ ที่อยู่ร่วมกันในชุมชน โดยไม่เห็นแก่ประโยชน์ด้านกำไรสูงสุดและเอาเปรียบผู้บริโภค (เสรี พงศ์พิศและสุภาส จันทร์หงษ์. 2548 : 31-32)

8. การจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548 : 3) ได้กล่าวไว้ว่าตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 2548 สถานที่รับจอทะเบียน คือ สำนักงานเกษตรอำเภอทุกอำเภอ และศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลทั่วประเทศ และการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนอย่างน้อยต้องมีรายการดังต่อไปนี้

8.1 ชื่อและที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชน

8.2 ชื่อและที่อยู่ของผู้มีอำนาจทำการแทนวิสาหกิจชุมชน

8.3 ชื่อและที่อยู่ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

8.4 กิจการที่วิสาหกิจชุมชนมีความประสงค์จะดำเนินการ

9 การต่อทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548 : 3) ได้กล่าวไว้ว่าตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 2548 ภายในสามสิบวันนับตั้งแต่สิ้นปีปฏิทินให้วิสาหกิจชุมชนที่มีความประสงค์จะดำเนินการต่อไป ต้องยื่นคำร้องขอต่อนายทะเบียน ณ สถานที่ที่ทำการจดทะเบียนไว้ข้างต้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน เป็นกิจการที่ชุมชนและคนในชุมชนเป็นเจ้าของกิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการหรือกิจการอื่น ๆ เพื่อสร้างรายได้พึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชนและระหว่างชุมชน โดยการนำทุนทางสังคมของชุมชนที่มีอยู่เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและการเรียนรู้ของชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับบริบท วิสาหกิจชุมชน ในอำเภอพนมไพร จังหวัดร้อยเอ็ด

อำเภอพนมไพรเป็นเมืองที่มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานจากหลักฐานด้านเอกสาร ซึ่งบริเวณอำเภอพนมไพร เดิมเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรขอมโบราณ ชนกลุ่มแรกที่อพยพมาตั้งหลักแหล่งคือ ชาวข่าจะแด ซึ่งเป็นกลุ่มชนจากแถบอีสานตอนใต้ มาตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณชายทุ่งใหญ่ด้านทิศใต้เมือง ในปัจจุบันชาวข่าตั้งชื่อเมืองของตนเองว่า เมืองยางคะบุรี (ปัจจุบันเป็นบ้านโนนม่วง ตำบลนานวล) ต่อมาเมื่อมีพลเมืองมากขึ้นจึงมีการขยายบ้านเมืองมาอยู่ทางดอนทิศเหนือเมืองเดิม และตั้งชื่อบ้านที่ขยายมาอยู่ใหม่ว่าบ้านจะแจ ซึ่งเป็นภาษาชาวข่า และบ้านจะแจนี้ถือว่าเป็นจุดกำเนิดของอำเภอพนมไพร

ปัจจุบันอำเภอพนมไพรมีที่ตั้งและอาณาเขต ดังนี้ จำนวนพื้นที่ทั้งหมดของอำเภอพนมไพร มีทั้งสิ้น 458.082 ตารางกิโลเมตร อำเภอพนมไพรตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของจังหวัด มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอเสลภูมิ และอำเภอเมืองยโสธร จังหวัดยโสธร

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอเมืองยโสธรและอำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร อำเภอศิลาลาด จังหวัดศรีสะเกษ และอำเภอหนองฮี

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอหนองฮี อำเภอสุวรรณภูมิ และอำเภออาจสามารถ

อำเภอพนมไพรมีลักษณะภูมิประเทศเป็นมรสุมเขตร้อน และมีประชากรจำนวนทั้งสิ้นรวม 77,233 คน โดยจำแนกออกเป็นจำนวนประชากรชาย รวม 38,752 คน จำนวนประชากรหญิง รวม 38,481 มีความหนาแน่นของประชากร 5.9 คน/ตารางกิโลเมตร ด้านเศรษฐกิจของอำเภอพนมไพรมีอาชีพหลัก ได้แก่ ทำนา มีอาชีพเสริม ได้แก่ เลี้ยงสัตว์ ปลูกพืชสวน

การปกครองส่วนภูมิภาค ท้องที่อำเภอพนมไพรประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 14 แห่ง โดยมี 2 เทศบาล 12 ตำบล 160 หมู่บ้าน ได้แก่ เทศบาลตำบลพนมไพร เทศบาลตำบลโพธิ์ชัย องค์การบริหารส่วนตำบลพนมไพร องค์การบริหารส่วนตำบลแสนสุข องค์การบริหารส่วนตำบลกุดน้ำใส องค์การบริหารส่วนตำบลหนองทัพไทย องค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ใหญ่ องค์การบริหารส่วนตำบลวารีสวัสดิ์ องค์การบริหารส่วนตำบลโคกสว่าง องค์การ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บริหารส่วนตำบลนานวล องค์การบริหารส่วนตำบลคำไฮ องค์การบริหารส่วนตำบลสระแก้ว องค์การบริหารส่วนตำบลค้อใหญ่ องค์การบริหารส่วนตำบลชานุวรรณ (ออนไลน์ : 2555)

รายชื่อวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอพนมไพร จังหวัดร้อยเอ็ด ที่ได้รับอนุมัติการจดทะเบียน ดังแสดงในตารางที่ 1 (สำนักงานเกษตรอำเภอพนมไพร. 2554)

ตารางที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอพนมไพร จังหวัดร้อยเอ็ด

ลำดับที่	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	จำนวนสมาชิก (คน)
1.	กลุ่มทอผ้า ผ้าไหม ผ้าห่ม ผ้าขิต	66
2.	กลุ่มกองทุนปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพ ปุ๋ยอัดเม็ด	56
3.	กลุ่มสัจจะสะสมทรัพย์,ออมทรัพย์	99
4.	กลุ่มร้านค้าชุมชน	48
5.	กลุ่มผู้เลี้ยงโคแม่พันธ์และโคเนื้อ	50
6.	กลุ่มผลิตเมล็ดพันธ์ข้าวชุมชน	53
7.	กลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่นทัพเจริญ	21
8.	กลุ่มเกษตรกรสมุนไพร	39
9.	กลุ่มปลูกพืชเกษตรหมุนเวียน	59
10.	กลุ่มแปรรูปพริก	36
11.	กลุ่มปลาร้า ปลาส้ม	83
12.	กลุ่มสตรีแม่บ้านดอกไม้ประดิษฐ์	133
13.	กลุ่มเพาะเห็ด	93
14.	กลุ่มจำหน่ายใบหม่อนและเส้นไหม	61
15.	กลุ่มแปรรูปถั่วลิสง	47
16.	กลุ่มทอเสื่อกก	202
17.	กลุ่มแม่บ้านเกษตรปลูกหม่อนเลี้ยงไหม	94
18.	กลุ่มปลูกต้นกก	21
19.	กลุ่มส่งเสริมอาชีพทำน้ำยาล้างจาน	58
20.	กลุ่มเลี้ยงปลา	42
21	กลุ่มเย็บผ้า เสื้อ กางเกง	147
22.	กลุ่มศูนย์สาธิตการเกษตร	71

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ลำดับที่	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	จำนวนสมาชิก (คน)
23.	กลุ่มจักสานเก้าอี้หวาย	30
24.	กลุ่มเก้าอี้ โต๊ะ สานกระติ๊บข้าวการเกษตร	146
25.	กลุ่มพัฒนาอาชีพพืชผักสวนแตง	24
26.	กลุ่มทำขนมกะหรี่ปั๊บ	30
27.	กลุ่มเลี้ยงจิ้งหรีดปลูกผัก	28
28.	กลุ่มโรงสีข้าวชุมชน	180
29.	กลุ่มเกษตรกรชาวนา	193
30.	กลุ่มแจ่วบองสมุนไพร	59
31.	กลุ่มพัฒนาการเลี้ยงสุกรก้าวหน้า	26
32.	กลุ่มแปรรูปข้าว ผลิตข้าว	50

ที่มา : สำนักงานเกษตร อำเภอพนมไพร. 2554

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยภายในประเทศ

ทรงศักดิ์ แก้วดา (2547 : 48) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในการส่งเสริมอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กิ่งอำเภอนาเยีย จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลและสมาชิกกลุ่มอาชีพมีความเห็นว่าการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการบัญชีการจัดการ การเงินและงบประมาณ ด้านการจัดการผลิตและด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ส่วนด้านการวางแผน และด้านการจัดการตลาดมีการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อย สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลและสมาชิกกลุ่มอาชีพที่มีเพศและอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานแตกต่างกัน แต่สมาชิกแต่ละตำแหน่งในองค์การบริหารส่วนตำบลและกลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน

วิทยา จันทะวงศ์ศรี (2547 : 77) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า การมีความพร้อมในด้านแรงงานจากสมาชิกในกลุ่มก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนทำให้การดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จได้ เนื่องจากต้นทุนในการจัดแรงงานจะน้อยกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับกรณี

การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนนั้นไม่มีแหล่งแรงงานเป็นของตนเอง ทำให้ต้องจ้างแรงงานจากท้องถิ่นอื่นเข้ามาทำงาน ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นแล้วยังทำให้การตกลงพูดคุยกันยากกว่าแรงงานในท้องถิ่นเดียวกัน ซึ่งส่งผลเสียต่อการดำเนินงานกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน

วลัยลักษณ์ ภูพิพัฒน์ (2548 : 80) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การดำเนินงานบริหารจัดการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาเขตอำเภอกุมภาวาปี จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า กรรมการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานการบริหารจัดการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน และกรรมการที่มีอาชีพเกษตรเห็นว่าคณะกรรมการมีการดำเนินงานบริหารจัดการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการวางแผนและด้านการจัดหาบุคลากรมากกว่า แต่เห็นว่ามีด้านการจัดองค์กรน้อยกว่ากรรมการที่มีอาชีพรับราชการ

ราชัน วงษ์ทวี (2549 : 105-108) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตผ้าไหมทอมือในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตผ้าไหมทอมือ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนทั้ง 7 ด้าน มีระดับการปฏิบัติโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านการจัดการกลุ่ม ด้านการสั่งการ ด้านการรายงาน ด้านการประสานงาน ด้านการจัดคนเข้าทำงาน ด้านการวางแผน และด้านการจัดทำงบประมาณ และปัจจัยสถานภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตผ้าไหมทอมือในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ทั้ง 4 ด้าน คือ จำนวนสมาชิกในกลุ่ม รายได้ของกลุ่ม จำนวนเงินทุนของกลุ่ม และระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่มที่แตกต่างกันมีผลต่อการบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตผ้าไหมทอมือในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนแตกต่างกัน

ใจแก้ว แถมเงิน (2550 : 67-68) ได้ทำการวิจัยเรื่อง วิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน ส่วนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ มุ่งเน้นสินค้าให้มีคุณภาพคงทนในการใช้งาน ผลิตตามหลักภูมิปัญญา มีคุณสมบัติโดดเด่นเฉพาะขึ้นอยู่กับสรรพคุณของสมุนไพรแต่ละชนิดสินค้ามีความหลากหลายให้เลือก ปรับปรุงและออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามมากขึ้น พยายามพัฒนาสินค้าให้มีการรับรองคุณภาพจากสถาบันหรือหน่วยงานที่น่าเชื่อถือและสร้างตรายี่ห้อของสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักมากขึ้น

สุมนา เกิดสินธ์ชัย (2550 : 67-71) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เพราะ

ส่วนหนึ่งหน่วยงานราชการได้กำหนดมาตรฐานหีบห่อ กำหนดประเมินผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างจึงมีส่วนร่วมไม่มากเท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และการมีประสบการณ์ฝึกอบรมที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนแตกต่างกัน ส่วนประเภทของกลุ่มสมาชิกไม่แตกต่างกัน

นิตยา อินทร์บัว (2551 : 82-83) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ศักยภาพในการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาแม่แจ่ม อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกมีส่วนร่วมคิดร่วมตัดสินใจร่วมแสดงความคิดเห็นในการบริหารจัดการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถพึ่งพาตนเองได้ และในการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีการนำความรู้ เทคโนโลยีสมัยใหม่มาผสมผสานกันกับภูมิปัญญาเดิมในการปรับปรุงดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ได้นำปัญหาส่วนใหญ่ที่พบมาแก้ไขปรับปรุงโดยการพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง

พฤกษ์ ชวพันธ์ (2551 : 83) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ เกษตรกรตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ในภาพรวม มีผลต่อการซื้อในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยในแต่ละด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผู้ขายวัตถุดิบ ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านกระบวนการผลิต ด้านบริหารจัดการ ด้านสายสัมพันธ์ และด้านกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เกษตรกรที่มีอายุ สถานะภาพในครอบครัวพื้นที่หมู่บ้าน รายได้ และการเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์แตกต่างกัน

ชฎาพร ไชยศรี (2552 : 106) ได้ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน แม่บ้านเกษตรกรบ้านผาฆ้อง ตำบลห้วยส้ม อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า การวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มจะมีการจัดประชุมกลุ่มเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อกำหนดนโยบายการทำงานของกลุ่ม เพื่อวางแผนในการดำเนินงานของกลุ่ม และเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มต่อไป การจัดโครงสร้างการบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แม่บ้านเกษตรกรบ้านผาฆ้อง มีการดำเนินงานกลุ่มด้วยการลงมติจากเสียงข้างมาก มีคณะกรรมการกลุ่มจำนวน 14 กลุ่ม แบ่งหน้าที่ตามตำแหน่ง คือ ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก ประชาสัมพันธ์ ปฏิคม ส่งเสริมอาชีพ กรรมการอีก 7 คน ส่วนการพัฒนาบุคลากรในกลุ่มคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มจะมี

การพัฒนาร่วมกัน การนำ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในกลุ่มมีการคัดเลือกหัวหน้ากลุ่ม วางนโยบาย การบริหารภายในกลุ่ม ควบคุมดูแลการผลิต ปฏิบัติงานด้านการผลิตและการขายภายในกลุ่ม เป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจสุดท้ายในกิจกรรมของกลุ่ม และสมาชิกผู้ถือหุ้น จำนวน 7-14 คน ที่ได้รับคัดเลือกจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แม่บ้านเกษตรกรผาม้อง ให้มาเป็นกรรมการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัชรินทร์ ภู่แพร (2552 : 107-109) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลพบุรี ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย สินค้ามีคุณภาพใช้งานได้นาน ราคาถูกกว่าสินค้าประเภทเดียวกัน มีสินค้าหลายชนิดและมีจำหน่ายตลอดเวลา มีการรับประกันสินค้าและมีขนาดบรรจุหลายขนาดให้เลือก ส่วนการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนแตกต่างกัน

วุฒินันท์ กวีพิชชาพัชร (2553 : 72-73) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการของกลุ่มอาชีพ ศึกษากรณีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกก บ้านวาริชภูมิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านคน ประกอบด้วยคณะการทำงานของกลุ่มและสมาชิกกลุ่มมีโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจน มีคณะกรรมการบริหารจัดการกลุ่ม คณะกรรมการมาจากการแต่งตั้ง มีประธานหรือผู้นำ มีการกำหนดหน้าที่ของคณะกรรมการไว้ ด้านเงิน กลุ่มมีการระดมทุนจากสมาชิกภายในกลุ่ม และได้รับทุนเป็นเงินอุดหนุนหรือเงินสนับสนุนภายนอกกลุ่ม ด้านวัสดุอุปกรณ์ กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากเทศบาลตำบลวาริชภูมิ และศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน และด้านการจัดการ กลุ่มไม่มีการกำหนดหรือแบ่งหน้าที่ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ สมาชิกจะ แปรรูปผลิตภัณฑ์ตามความถนัดของตนเอง กลุ่มมีการประชุมประจำทุกเดือน เป็นการพูดคุยปรึกษาแสดงความคิดเห็นในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การบอกข่าวจากส่วนราชการ หรือขอความร่วมมือกลุ่ม สรุปรายได้ – รายจ่ายของทุกเดือน

เจตสุภา พิมพะนิตย์ (2554 : 234-235) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย ที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้ แตกต่างกันมีความ

คิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน ไม่แตกต่างกัน ส่วนขนาดครอบครัวและระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนแตกต่างกัน

มาลัยวรรณ์ คล้ายคลึง (2554 : 127-128) ได้ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจข้าวอินทรีย์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมใจโนนค้อทุ่ง จังหวัดอำนาจเจริญ ผลการวิจัยพบว่า ด้านการบริหารกลุ่ม มีการบริหารกลุ่มในรูปแบบคณะกรรมการโดยแบ่งหน้าที่กันตามความถนัดความรู้ ความสามารถ โดยผ่านการเห็นชอบจากคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม คณะกรรมการแต่ละฝ่าย ได้แก่ ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก คณะกรรมการประสานงานและที่ปรึกษากลุ่ม มีกฎระเบียบข้อบังคับที่เข้มงวด สมาชิกทุกคนให้การเคารพยกย่องผู้ก่อตั้งกลุ่ม การดำเนินงานเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มและการดำเนินงานแบบกลุ่มเครือข่าย สมาชิกทำงานตามที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มกำลังความสารถ และมีความสุขในการทำงาน มีการประเมินผลและประชุมคณะกรรมการและสมาชิกอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การประชุมประจำเดือน การประชุมประจำปี และการประชุมเร่งด่วน ด้านการบริหารการเงิน พบว่า มีการระดมทุนหมุนเวียนจากการถือหุ้นของสมาชิก เงินทุนกู้ยืมและส่วนแบ่งจากผลกำไรในแต่ละปี มีการขอรับงบประมาณอุดหนุนจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อพัฒนากลุ่ม มีการแบ่งผลกำไรแก่สมาชิกปีละ 1 ครั้ง ตามสัดส่วนของมติในที่ประชุม การจดบันทึกทางการเงินในรูปแบบสมุดบันทึกแยกเป็นส่วนต่าง ๆ และนำเสนอในที่ประชุมตามระเบียบวาระการประชุม

หอมไกล วงศ์ภาคำ (2554 : 55) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มผลิตข้าวฮาง บ้านจำปา หมู่ 5 ตำบลหนองลาด อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ทำให้กลุ่มนั้นประสบความสำเร็จคือการที่มีผู้นำที่ดี มีความเป็นผู้นำสูง และเสียสละทำให้ทางกลุ่มเกิดความสามัคคีและสามารถสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม มีความสามารถที่จะทำให้สมาชิกเห็นคุณค่าของการผลิตว่าการร่วมมือนั้นได้รับผลประโยชน์ตามมาเป็นอย่างดีมีอนาคต และมีความภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นจนทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง ทำให้มีศักยภาพเป็นศูนย์เรียนรู้และสร้างเครือข่ายได้

2. งานวิจัยต่างประเทศ

ฮอดเกตส์ และเดอร์โต (Hodgetts and Kurtho. 1996 : 19-21) ได้ศึกษาปัญหาและความล้มเหลวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า

1. ข้อมูลไม่เพียงพอ ผู้ประกอบการขาดข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ทำให้เกิดการตัดสินใจที่ผิดพลาด

2. การขยายตัวของกิจการอย่างรวดเร็ว ทำให้การขยายตัวของการใช้ทรัพยากรไม่สอดคล้อง ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านการจัดการและการเงินตามมา

3. ขาดข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า กิจการไม่สามารถตัดสินใจวางแผนทางการตลาดและการให้สินเชื่อกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ความล้มเหลวในการหาตลาด กิจการยึดกลุ่มลูกค้าหรือเน้นการตลาดหนึ่งจึงทำให้การกระจายสินค้าและลูกค้าไม่มาก

5. ขาดข้อมูลการวิจัยตลาด กิจการไม่มีการศึกษาข้อมูลทางการตลาดอย่างเพียงพอ ทำให้การตัดสินใจดำเนินการทางด้านการตลาดมีจุดอ่อน

6. ปัญหาทางด้านกฎหมาย กิจการไม่เข้าใจหรือพยายามหลีกเลี่ยงกฎหมายซึ่งในระยะยาวจะมีผลผูกพันต่อเนื่องอย่างมาก

7. ความไม่เป็นธรรม กิจการเน้นสมาชิกในครอบครัวช่วยกันทำงาน ซึ่งบางครั้งทำให้เกิดความลำเอียงในการปฏิบัติและการจ่ายผลตอบแทน ทำให้เกิดปัญหาการจัดการ

8. ขาดความสามารถทางด้านเทคนิค กิจการบางประเภทต้องการความรู้ความสามารถทางด้านเทคนิค และความพร้อมในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงด้านเทคนิค ดังนั้นการขาดความสามารถทางด้านเทคนิค จึงทำให้กิจการไม่สามารถแข่งขันได้

9. พึ่งพาความสามารถของบุคคลเพียงบุคคลเดียว โดยกิจการขนาดย่อมจะเน้นบทบาทของบุคคลเพียงบางคน ดังนั้น ถ้าบุคคลนั้นมีปัญหาการดำเนินธุรกิจจะขาดความต่อเนื่อง

10. การจัดการที่ดี การจัดการเป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินธุรกิจ ถ้ามีปัญหาทางด้านการจัดการ จะกระทบถึงการดำเนินงานของกิจการ

มาร์กิต (Margit, D. P. 2006 : 156) ได้ศึกษาการตลาดแบบบูรณาการไปสู่การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ พบว่า การวิจัยครั้งนี้ได้ให้ข้อมูลและวิการปฏิบัติงานแก่ผู้สื่อสารการตลาด ซึ่งอาจจะเป็นการเพิ่มความสำเร็จให้กับความพยายามในการโฆษณาการประชาสัมพันธ์มากยิ่งกว่าเดิม และยังให้มุมมองที่เป็นประโยชน์ในการใช้ได้อย่างเหมาะสมและยังสามารถประยุกต์ใช้กับเหตุการณ์ทางด้านการตลาด ซึ่งจะทำให้เป็นข้อได้เปรียบทางเทคนิคในการพัฒนาเหตุการณ์ทางด้านการตลาด และให้คำแนะนำในทางการปฏิบัติแก่ผู้ปฏิบัติงานสำหรับคุณค่าอันสูงสุดในกระบวนการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ของสินค้าและบริการในทางปฏิบัติ ส่งผลในการเพิ่มประสิทธิผลมากยิ่งกว่าเดิม และยังได้ให้มุมมองเชิงกลยุทธ์ซึ่งมีความจำเป็นสำหรับกระบวนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ สรุป

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ได้ว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ การบริหารจัดการและส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ รวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ ในการทำงานที่มีขั้นตอนมากเกินไปต้องพยายามสร้างความเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ และความรับผิดชอบให้มีมาก ๆ จะช่วยสร้างศรัทธาของลูกค้าเป็นอย่างดี ต้องรู้จักวิธีการสร้างสัมพันธภาพอันดีในการทำงานร่วมกัน โดยการให้ทุกคนมีส่วนร่วมรับรู้ ออกความคิดเห็น และมีส่วนร่วมรับผิดชอบ ต้องรู้จักการยอมรับ การให้อภัยและการให้เกียรติซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะผู้บริหารกิจการต้องสร้างสัมพันธภาพที่ดีอยู่เสมอ ในด้านการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ต้องมีวิการผลิตให้เหมาะสมกับภาวะของตลาดจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับ และนำวิธีการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารการตลาด ซึ่งอาจจะเป็นการคิดหากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสำเร็จให้กับความพยายามในการโฆษณา การประชาสัมพันธ์มากยิ่งกว่าเดิม และยังให้มุมมองที่เป็นประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมสามารถประยุกต์ใช้กับเหตุการณ์การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจะทำให้เป็นข้อได้เปรียบทางเทคนิคในการพัฒนากลยุทธ์ได้เป็นอย่างดี

จากการตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยดังกล่าวมากำหนดเป็นตัวแปรเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอพนมไพร จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ดังนี้

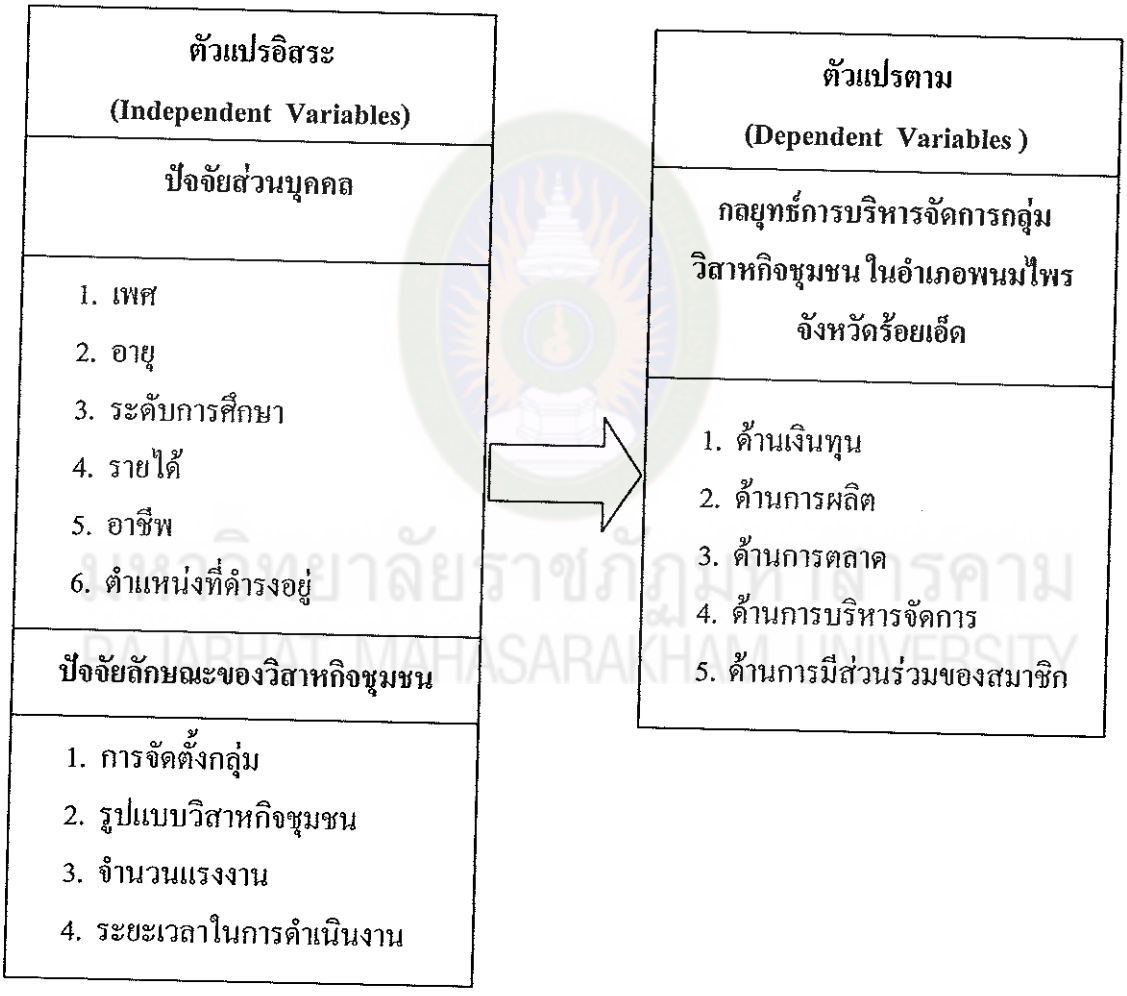
1. ปัจจัยส่วนบุคคล โดยกำหนดมาเป็นตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และตำแหน่งที่ดำรงอยู่

2. ปัจจัยลักษณะของวิสาหกิจชุมชน โดยกำหนดมาเป็นตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย การจัดตั้งกลุ่ม ได้มาจากแนวคิดของ สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548 : 3) รูปแบบวิสาหกิจชุมชน ได้มาจากแนวคิดของ เสรี พงศ์พิศ และสุภาส จันทร์หงษ์ (2548 : 31) จำนวนแรงงาน และระยะเวลาในการดำเนินงาน

3. กลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอพนมไพร จังหวัดร้อยเอ็ด โดยกำหนดมาเป็นตัวแปรตาม ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้ ด้านเงินทุน ได้มาจากแนวความคิดของ วรานี เวสสุนทรเทพ, ณัฏฐดา ศรีมุข (2547 : 19-20) ด้านการผลิต ได้มาจากแนวความคิดของ

กิ่งพร ทองใบ (2552 : 152) ด้านการตลาด ได้มาจากแนวความคิดของ เชาว์ โรจนแสง (2545 : 11) ด้านการบริหารจัดการ ได้มาจากแนวความคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2545 : 444) และด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก ได้มาจากแนวความคิดของ ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2543 : 139-140) แล้วนำมาบูรณาร่วมกันเพื่อตั้งเป็นตัวแปรตาม จากนั้นนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ได้ ดังแผนภาพที่ 2 ต่อไปนี้

กรอบแนวคิด



แผนภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY