

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง สัมฤทธิ์ผลของการจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ซึ่งได้นำเสนอเนื้อหาที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. บริบทวิสาหกิจชุมชน
2. ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบ
3. ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์
4. ความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

บริบทวิสาหกิจชุมชน

1. ความหมายและความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชน

1.1 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน อาจจะเป็นคำใหม่ที่หลาย ๆ คนยังไม่เข้าใจ และเข้าใจผิดไปว่าเป็นการช่วยเหลือของภาครัฐในด้านการสนับสนุนเงินทุนเพื่อประกอบอาชีพเหมือนหลาย ๆ โครงการที่ผ่านมา ซึ่งวิสาหกิจชุมชน เกิดขึ้นหลังจากที่รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจพอเพียงควบคู่ขนานไปกับเศรษฐกิจกระแสหลัก อันเนื่องมาจากว่าเศรษฐกิจกระแสหลักก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่างรายได้ของประชาชนและก่อให้เกิดปัญหาสังคมตามมามากมาย

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย (2551 : 21-25) วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการขนาดเล็กและขนาดจิ๋ว เพื่อจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการพึ่งพาตนเองและความเพียงพอของครอบครัวและชุมชน ทุน ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ร้อยรัดผู้คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชน เป็นพี่น้องไว้ใจกัน ให้เกิดประสิทธิภาพและยั่งยืน เกิดประโยชน์กับชุมชนผู้เป็นเจ้าของวิสาหกิจนั้นเป็นหลัก

โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ และคณะ (2547 : 39-40) วิชาสหกิจชุมชน คือ การประกอบการโดยชุมชนที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งด้านการผลิต การค้า และการเงิน และต้องการใช้ปัจจัยการผลิตนี้ให้เกิดดอกผลทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ด้านเศรษฐกิจ คือ การสร้างรายได้และอาชีพ ด้านสังคม คือ การยึดโยงร้อยรัดความเป็นครอบครัวและชุมชนให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ แบ่งทุกข์แบ่งสุขซึ่งกันและกัน โดยผ่านการประกอบกระบวนการของชุมชน

สำหรับความหมายของวิชาสหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิชาสหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 นั้น วิชาสหกิจชุมชน หมายความว่า กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นรูปนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการส่งเสริมวิชาสหกิจชุมชนประกาศกำหนด

1.2 ความเป็นมาของวิชาสหกิจชุมชน

วิชาสหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ คำว่า “วิชาสหกิจชุมชน” นั้นสามารถใช้คำว่า “ธุรกิจชุมชน” แทนได้ อันเนื่องมาจากว่าชุมชน ไม่ใช่รัฐ ดังนั้นสถาน-ประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของก็ต้องจัดว่าเป็นของภาคเอกชนเช่นเดียวกัน แต่ในความเป็นจริงแล้วถ้าหากใช้คำว่า ธุรกิจนั้นก็หมายถึงการแสวงหากำไรเป็นที่ตั้ง แต่สถานประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของนั้นกลับมีแนวคิดที่เน้นการพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าการแสวงหากำไร ดังนั้นจึงควรใช้คำว่า “วิชาสหกิจชุมชน” เช่นเดียวกับ “รัฐวิสาหกิจ” ที่หลายคนรู้จัก โดยวิชาสหกิจชุมชนนั้นจัดเป็นกลุ่มกิจกรรมของชุมชนที่ชุมชนคิดได้จากการเรียนรู้ ไม่ใช่กิจกรรมเดี่ยว ๆ ที่ทำเพื่อมุ่งสู่ตลาดใหญ่ และไม่ใช้กิจกรรมที่ซับซ้อนอะไร ล้วนแล้วแต่เป็นการทำกินทำใช้ทดแทนการซื้อจากตลาดได้ และเป็นการจัดการระบบการผลิตและบริโภคที่มีอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น การจัดการเรื่องข้าว หมู เห็ด เป็ด ไก่ ผัก ผลไม้ น้ำยาสระผม สบู่ น้ำยาล้างจาน หรืออื่น ๆ ที่ชุมชนทำได้เองโดยไม่ยุ่งยากนัก การทำกินทำใช้ทดแทนการซื้อเป็นการลดรายจ่ายและยังช่วยให้ระบบเศรษฐกิจใหญ่เข้มแข็งขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการจัดระบบเศรษฐกิจใหม่ให้เป็นฐานที่เป็นจริงในชุมชน เพราะถ้าชุมชนเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ กระแสพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงเปรียบเศรษฐกิจพอเพียงเหมือนเสาเข็มของตึกที่ทำให้ตึกมั่นคงแข็งแรงเศรษฐกิจของประเทศก็จะเข้มแข็งและอยู่ได้ ที่ผ่านมาระบบเศรษฐกิจในประเทศเปรียบเหมือนการสร้างตึกที่มีฐานแคบ ถ้าฐานไม่แข็งแรง ตึกก็พังลงมา ดังนั้น วิชาสหกิจชุมชนจึงมีความสำคัญในการสร้างฐานมั่นคงให้กับประเทศได้ โดยกระตุ้น

เศรษฐกิจระดับรากหญ้าให้เข้มแข็งและกระจายโอกาสการประกอบอาชีพให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ และลดภาระค่าใช้จ่ายให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น

วิสาหกิจชุมชน จัดเป็นองค์กรภาคประชาชนที่ไม่มีรูปแบบ ไม่ได้เป็นนิติบุคคล ตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ การสนับสนุนจึงไม่เป็นระบบและไม่มีเอกภาพ ส่งผลให้มีปัญหาในการดำเนินงานเพราะวิสาหกิจชุมชนบางแห่งไม่เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานรัฐหรือภาคเอกชน และบางครั้งมีการสนับสนุนจากภาครัฐแต่ไม่ตรงความต้องการที่แท้จริง พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 จึงได้ถูกประกาศใช้อย่างเป็นทางการและมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2548 เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ก่อนที่จะเกิดวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศไทย เมื่อกลางปี 2540 คนไทยทุกสาขาอาชีพกำลังพอใจกับความทันสมัยทัดเทียมกับนานาอารยประเทศ คาดหวังไกลไปถึงจะเป็นประเทศพัฒนาอันดับที่ 5 ของเอเชีย โดยการปั่นราคาทุกอย่างให้มีราคาเกินความเป็นจริง จึงทำให้เรือคสวนไร่นาของเกษตรกรมีราคาสูง มีมูลค่าในทางการค้ามากกว่าที่จะเป็นแหล่งทำมาหากิน ทำให้พื้นที่การเกษตรถูกเปลี่ยนมือไปใช้ในทางธุรกิจอย่างอื่นมากขึ้นเรื่อย ๆ เกษตรกรขาดที่ทำกิน ราคาผลผลิตตกต่ำดินฟ้าอากาศไม่อำนวย จึงมีการเปลี่ยนอาชีพตามแรงกระตุ้น ให้มีการลงทุนในการทำธุรกิจซึ่งเป็นนโยบายที่จะทำให้เป็นประเทศอุตสาหกรรมมากขึ้น การลงทุนการจ้างงานเพิ่ม คนชนบทจึงหลั่งไหลเข้าเมือง เปลี่ยนจากอาชีพอิสระที่มีความมั่นคงในชีวิต ไปเป็นลูกจ้างเพียงเพื่ออยากให้ได้เงินเพิ่มขึ้น จะได้จับจ่ายซื้อสินค้าของใช้ที่ทันสมัยเหมือนคนอื่นได้ (ศูนย์อำนวยการต่อสู้เอาชนะความยากจน กระทรวงมหาดไทย (ศตจ.มท.). 2548 : 3-6)

การลงทุนตามแรงกระตุ้นจากนโยบาย โดยที่ผู้ลงทุนยังขาดความรู้ความชำนาญขาดประสบการณ์ ขาดเงินทุนพื้นฐานของตนเองเริ่มต้นก็กู้ยืมเป็นหนี้เกินตัว หวังร่ำรวยด้วยความเสี่ยง เพราะการส่งเสริมจึงทำให้ทุกอย่างสะดวกรวดง่าย แต่การเป็นหนี้ก็ง่าย หลักประกันนี้ถูกตั้งราคาสูงเกินความจริง การเป็นหนี้จึงเห็นเป็นเรื่องปกติธรรมดาไม่น่ากลัวไม่ระมัดระวัง เพราะมองด้านเดียวคือรายได้หรือเพื่อหวังจะร่ำรวย ที่จริงเหตุการณ์แบบนี้ไม่ใช่ไม่เคยเกิดขึ้น แต่เนื่องจากคนไทยลืมนง่าย เพียงไม่ถึงสิบปีผ่านมาพวกเราที่ลืมนกันแล้ว มาถึงตอนนี้พวกเราเริ่มคิด ไม่แตกต่างจากครั้งนั้นเลย การกระตุ้นให้เป็นหนี้สินก็เข้มข้นมากขึ้น หลักประกันนี้แบบใหม่ ๆ มีให้ใช้ได้อีกเยอะแยะ มันสมองคนก็เป็นหลักประกันนี้ได้แล้ว สิทธิต่าง ๆ ที่เคยใช้อย่างอื่นอยู่ก็สามารถนำมาเป็นหลักประกันนี้ได้แหล่งหนี้หรือแหล่งทุนก็มีหลายช่องทางให้เลือกมากขึ้น หรือจะไม่เลือกทั้งหมดเลยก็ได้

การเรียนรู้ของชุมชนเป็นวิธีหนึ่งที่ทำให้คนที่ขาดโอกาสเรียนในระบบได้ใช้ช่องทางนี้ เรียนรู้ในสิ่งที่จะต้องรู้ เพราะต้องรู้ในสิ่งที่จะทำและต้องการทำในสิ่งที่รู้จริงเท่านั้นจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศได้จัดให้มีกระบวนการเรียนรู้เมื่อปี 2539 และเรียกเครื่องมือของการเรียนรู้ที่ว่า “กระบวนการจัดทำแผนแม่บทชุมชน” โดยมีแกนนำในชุมชนจำนวนหนึ่ง ได้มาร่วมกันกำหนด วิธีการขั้นตอนต่าง ๆ สร้างกระบวนการเรียนรู้ เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่เป็นแนวทางในการนำไปใช้ แก้ปัญหาป้องกันปัญหาและพัฒนาสิ่งดี ๆ ที่มีอยู่ให้ทุกคนรู้จักตนเองรู้จักศักยภาพ รู้จักการจัดการ ทรัพยากร เป้าหมายคือการพึ่งตนเองในระดับครอบครัว พึ่งพิงกันในระดับชุมชนพึ่งพาอาศัยกัน ในระดับเครือข่าย

หลังจากที่แนวคิดและตัวอย่างในการปฏิบัติได้ขยายผลออกไปภายนอกช่วงนั้น ประเทศไทยเกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้นทุกพื้นที่มีปัญหาปั่นป่วนกันทั่วประเทศ ปี พ.ศ. 2542 องค์การสหประชาชาติ (UNDP) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาเกษตรกรรมยั่งยืนในประเทศไทย พบว่า กระบวนการแผนแม่บทชุมชนเป็นการเตรียมความพร้อมของคนเพื่อรองรับการพัฒนาในทุกด้าน จึงได้นำเสนอผลงานวิจัยชิ้นนี้ต่อหน่วยงานพัฒนาต่าง ๆ ในประเทศ กองทุนเพื่อการลงทุนทางสังคม (SIF) ให้การสนับสนุนชุมชนต่าง ๆ ที่มีความพร้อม ได้จัดทำแผนแม่บทชุมชน ทั่วประเทศ ประมาณ 1,700 ตำบล ในปี 2543-2544 นับว่าเป็นการขยายผลครั้งใหญ่ ที่ทำให้ชุมชนตื่นตัวอย่างกว้างขวาง แต่อย่างไรก็ตามการดำเนินการในพื้นที่เป็นจำนวนมาก ๆ ผลที่ได้ อาจจะแตกต่างกันออกไป อาจจะสมบูรณ์บ้างบกพร่องบ้างเป็นธรรมดาแต่เป็นการทำให้เกิด กระแสการพึ่งตนเองกระจายไปในวงกว้างทั่วประเทศ และหลังจากนั้นก็มีการสนับสนุนจาก หน่วยงานอื่น ๆ เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) สถาบันพัฒนา องค์การชุมชน (พอช.) เป็นต้น ที่สำคัญสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ เล็งเห็นความสำคัญของกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน จึงได้มีนโยบายให้เล็งเห็นความสำคัญของ กระบวนการเรียนรู้ของชุมชน จึงได้มีนโยบายให้ทุกตำบลของประเทศไทย ได้จัดทำแผนแม่บท ในการแก้ปัญหาชุมชนของตนเองให้เสร็จภายใน 3 ปี คือเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546-2548 โดย มอบหมายให้ 5 หน่วยงานแบ่งกันรับผิดชอบเป็นรายจังหวัด ได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการศึกษานอกโรงเรียน กรมพัฒนาชุมชน และกระทรวงสาธารณสุข ส่วนตำบลที่อยู่ใน พื้นที่ชายแดนทั้งหมดมอบหมายให้กองทัพพบเป็นผู้รับผิดชอบ(กรมพัฒนาชุมชน. 2548 : 17-19)

เมื่อสิ้นปี 2548 ทุกตำบลในประเทศไทยได้มีการจัดทำแผนแม่บทชุมชน เสร็จเรียบร้อย ซึ่งอาจจะสมบูรณ์บ้าง ไม่สมบูรณ์บ้างเป็นเรื่องธรรมดาและคาดว่าหลังจากปี 2548 รัฐบาลได้ผลักดันให้มีการนำแผนแม่บทชุมชนลงสู่การปฏิบัติ เพราะถึงแม้จะมีแผนดีเพียงใดถ้า ไม่นำไปสู่การปฏิบัติก็ไม่มีความหมายในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาให้เกิดการ

เปลี่ยนแปลงได้เลย แต่ก็ยังเป็นห่วงว่าเมื่อนำแผนไปปฏิบัติพร้อม ๆ กันทั่วประเทศก็คงจะเกิดกิจกรรม เกิดกลุ่มองค์กรเล็กบ้างใหญ่บ้างขึ้นทั่วประเทศ และถ้ายังไม่มีผู้รับผิดชอบโดยตรงก็อาจจะมีปัญหาใหม่เกิดขึ้น คือถูกหาว่ากลุ่มองค์กรต่าง ๆ เหล่านั้น หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นใหม่เป็นกลุ่มเถื่อน ธุรกิจเถื่อนและจะทำให้ชาวบ้านปั่นป่วนวุ่นวาย หรือถูกดึงเข้าไปสู่กฎหมายที่มีกิจกรรมหรือวิธีทำมีอยู่แล้ว แต่จะต้องปรับเป้าหมายกิจกรรมหรือวิธีทำต่าง ๆ ให้เข้ากับกฎหมายที่มีอยู่ บางทีอาจจะต้องฝืนใจทำ เพราะไม่สอดคล้องกับความต้องการหรือ แนวทางที่เหมาะสม ก็จะไม่สามารถแก้ปัญหาได้อีกเหมือนเดิม (กรมพัฒนาชุมชน. 2548 : 20)

คณะทำงานชุดหนึ่งประกอบด้วย ผู้นำชุมชนผู้มีประสบการณ์ นักวิชาการ นักกฎหมาย นักการเมืองกลุ่มเล็ก ๆ ที่สังเกตเห็นปัญหานี้จึงได้ร่วมกันร่างพระราชบัญญัติฉบับหนึ่งเรียกว่า “พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน” พร้อม ๆ กับการกำหนดการทำแผนแม่บทชุมชนทุกตำบลทั่วประเทศ ถึงแม้จะเป็นการยากลำบากในการออกกฎหมายที่เป็นความต้องการของประชาชน แต่ด้วยการช่วยผลักดันกันหลายฝ่าย จนพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนผ่านทุกขั้นตอนออกมาได้ และประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้ว เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2548 โดยให้กรมส่งเสริมการเกษตรเป็นสำนักงานเลขานุการ มีคณะกรรมการระดับชาติ ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนหน่วยงานต่าง ๆ หลายหน่วยงาน ร่วมเป็นคณะกรรมการและมีตัวแทนชุมชนที่ทำวิสาหกิจจำนวน 10 คน เป็นคณะกรรมการระดับชาติมีคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัด ประกอบด้วยผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้แทนชุมชนจังหวัดละ 6 คน ร่วมเป็นคณะกรรมการระดับจังหวัด คณะกรรมการทั้ง 2 ระดับ ได้ประชุมกันร่างระเบียบการปฏิบัติงานเบื้องต้น เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานในการรับขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติฉบับนี้แล้ว (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2548 : 14-15)

จากวิกฤติเศรษฐกิจของประเทศไทย ปี 2540 ผู้การประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง ซึ่งมีชุมชนจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้าแข่งขันทางการค้าให้ได้รับการส่งเสริมความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการและพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชน มีความเข้มแข็งสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้น (ภาณุฉัตร วุฒิกิจาจารย์, มปป. : 24)

การประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 9 มกราคม 2548 จึงเป็นบทบาทหนึ่งของภาครัฐในการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ “ทุนของชุมชน” ที่มีอยู่จริงให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างชาญฉลาด เพื่อพัฒนาโครงสร้าง

พื้นฐานของชุมชนและสนับสนุนให้นำทุนของชุมชนดังกล่าวมา เป็นแหล่งสร้างรายได้ในการพึ่งพาตนเองและพึ่งพากันและกันของชุมชน โดยพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้ให้คำนิยามของ “วิสาหกิจชุมชน” ว่าหมายความว่า กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด จากคำนิยามดังกล่าวทำให้เข้าใจได้ชัดเจนว่า วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถดำเนินการได้โดยบุคคลหนึ่งบุคคลใดเพียงผู้เดียว แต่จะต้องรวมตัวกันและดำเนินกิจการในรูปแบบของคณะบุคคลซึ่งคณะบุคคลเหล่านี้จะมีสถานะเป็นนิติบุคคลหรือไม่ก็ได้ (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. 2548 : 31-33)

วิสาหกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่เกิดจากชุมชน ที่ต้องการรวมกลุ่มกันเพื่อช่วยเหลือกันในการดำเนินกิจการต่าง ๆ ที่มีลักษณะเป็นการประกอบการ บริหารจัดการเชิงธุรกิจ แต่ไม่ได้ต้องการทำธุรกิจเต็มรูปแบบ แต่เพื่อสร้างรากฐานความมั่นคงให้สมาชิก ซึ่งถ้าทำคนเดียวจะทำได้ หรือถ้าไปรวมกับสหกรณ์ใหญ่ ๆ ก็ลำบาก เป็นการร่วมกันสร้างระบบสวัสดิการให้ตนเอง หรืออีกนัยหนึ่ง สร้างภูมิคุ้มกันให้กลุ่ม ให้ชุมชน ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญอยู่ 7 ประการ คือ (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. 2548 : 38-40)

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ ไม่ใช่เป็นลูกจ้างอย่างที่ทำงานในหลายชุมชน ที่มีเจ้าแ่คนนอก หรือคนรวยคนเดียวเป็นเจ้าของ ให้ชาวบ้านเป็นแรงงาน เป็นเหมือนโรงงานในหมู่บ้าน แทนที่จะตั้งอยู่ในเมือง และดำเนินการโดยชุมชน ไม่ใช่ไปจ้างคนต่างถิ่นต่างแดนมาทำงานให้
2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน เป็นงานที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ไม่ใช่ไปลงทุนที่อื่นที่ไหน
3. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน เป็นอะไรที่ไม่ใช่ทำตามคนอื่น แต่เป็นผลผลิตของกระบวนการเรียนรู้ การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือเป็นการค้นคิดอะไรใหม่ ๆ ซึ่งถ้าหากเหลือใช้เอาไปขายข้างนอกก็จะแข่งขันกับคนอื่นได้ ไม่ใช่ได้แต่เลียนแบบคนอื่น
4. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ทำให้ผลผลิต

มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เขาไปขายข้างนอกก็อาจจะแข่งขันกับคนอื่นได้ เพราะมีทั้งของเก่าและของใหม่ผสมผสานกัน ทำให้ได้ของดีท้องถิ่นและรูปแบบหรือเทคนิคสากลมาเสริมหรือผสมกันกลมกลืน

5. มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ หมายถึงการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนไม่ใช่เน้นที่การผลิตเรื่องหนึ่งสองเรื่องเพื่อขายอย่างเดียว แต่ผลิต แปรรูป จัดการให้เกิดการประกอบการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นเป็นหลัก แปลว่าต้องทำอะไรหลาย ๆ อย่าง ต้องมีข้อมูล ต้องวิจัยเอาเองว่า ชุมชนกินอยู่อย่างไร ซื้อกินซื้อใช้อะไรบ้าง และจะทำอะไรเพื่อลดการซื้อกินซื้อใช้ลงให้ได้สัก “เศษหนึ่งส่วนสี่” ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ถ้ามีข้อมูลที่ชุมชนวิจัยเองก็จะพบว่า มีมากกว่านี้อีกที่ชุมชนทำเองได้

6. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ วิสาหกิจชุมชนเกิดได้ สำเร็จได้ด้วย “ความรู้ และปัญญา” ไม่ใช่เพียงเพราะมีเงินมีงบแล้วจะเกิดได้ การใช้ “เงินนำหน้าปัญญาตามหลัง” อาจเกิดได้แต่เพียงโครงการ แต่ไม่อาจเกิดการพัฒนายั่งยืน การเรียนรู้จะทำให้เข้าใจกระบวนการวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด และจะเข้าใจข้อสุดท้ายต่อไปนี้ คือ

7) มีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมาย ถ้าไม่มีการเรียนรู้ก็จะไม่เข้าใจความข้อนี และจะคิดเพียงสั้น ๆ ว่า ทำอย่างไรจึงจะผลิตเยอะ ๆ ขายเยอะ ๆ จะได้ตั้งค้าย่อย ๆ ซึ่งก็เหมือนหลอกตัวเอง เพราะที่สุดก็วนไปมากับการผลิตแล้วขายไม่ออก เป็นหนี้เป็นสิน ท้อ หดกำลังใจ เลิกทำ หันไปรับจ้าง หาเงินไปซื้ออยู่ซื้อกินเหมือนเดิม

2. ประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชน

สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ได้แบ่งประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชนออกเป็น 3 ประการหลัก ดังนี้ (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. 2555 : 4)

2.1 การรวมตัวกันของเกษตรกรในการประกอบธุรกิจในระดับชุมชน มีความมั่นคงได้รับการรับรองตามกฎหมาย

2.2 การส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาความสามารถในการจัดการ ตรงตามความต้องการที่แท้จริง

2.3 ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ มีความพร้อมที่จะพัฒนาสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคต

3. การสร้างเครือข่ายการพัฒนาและการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้มีความยั่งยืน

การพัฒนาในยุคปัจจุบันเพื่อก้าวไปสู่ความสำเร็จและความยั่งยืนมิใช่เป็นสิ่งที่สามารถกระทำได้โดยเพียงลำพังอีกต่อไป ถึงแม้ว่าองค์กรจะมีความพร้อมในเรื่องของ เครื่อง ไม้เครื่องมือในการบริหารจัดการกับทรัพยากรที่มีอยู่ก็ตาม สิ่งหนึ่งที่จะนำพาองค์กรหรือชุมชนไปสู่ความสำเร็จและความยั่งยืนในปัจจุบันนั้น ก็คือ “เครือข่าย” เพราะเชื่อว่าเครือข่ายจะสามารถดึงชุมชนให้ก้าวไปสู่การพัฒนาที่มีความยั่งยืนได้ และการสร้างเครือข่ายการพัฒนาและการเสริมสร้างวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. 2555 : 5-8)

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย

แนวคิดเกี่ยวกับ “เครือข่าย” “องค์กรเครือข่าย” และ “เครือข่ายทางสังคม” ซึ่งได้มีนักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เสนอแนวคิดและให้นิยามเกี่ยวกับคำดังกล่าวไว้อย่างหลากหลาย ซึ่งได้รวบรวมเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

พูล สตาร์คีย์ (Paul Starkey. 1997 : 14) นักวิชาการชาวต่างประเทศ ได้ให้แนวคิดของเครือข่ายว่า เป็นการรวมกลุ่มของปัจเจกชนหรือองค์กร โดยสมัครใจ โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารหรือดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ในขณะที่แต่ละองค์กรก็มีการจัดการของตัวเองอย่างเต็มที่ กล่าวคือ เครือข่ายไม่ได้มีผลต่อการปกครองตนเอง (Autonomy) และอิสระ (Interdependence) ของสมาชิก

กาญจนา แก้วเทพ (2538 : 35) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายว่า หมายถึงรูปแบบหนึ่งของการประสานของบุคคล กลุ่ม หรือองค์กรหลายๆ องค์กรที่ต่างก็มีทรัพยากรของตนเอง ว่ามีเป้าหมายมีวิธีการทำงาน และมีกลุ่มเป้าหมายของตัวเอง บุคคลหรือกลุ่มเหล่านี้ได้เข้ามาประสานงานกันอย่างมีระยะเวลาานพอสมควร แม้อาจจะไม่มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอก็ตาม แต่ก็จะมีการวางรากฐานเอาไว้ (เปรียบได้กับการต่อสายโทรศัพท์เอาไว้) เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความต้องการที่จะขอความช่วยเหลือหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มอื่น ๆ เพื่อแก้ปัญหา ก็สามารถติดต่อไปได้ในการเข้าร่วมเป็นองค์กรเครือข่าย แม้ว่าองค์กรเหล่านี้จะมีบางสิ่งบางอย่างร่วมกัน เช่น มีเป้าหมายร่วมกัน มีประโยชน์ร่วมกัน องค์กรเหล่านี้ก็ยังคงความเป็นเอกเทศอยู่ เพราะการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายเป็นการเข้าร่วมเพียงบางส่วนขององค์กรเท่านั้น

ประหยัด จนุรพรพิทักษ์กุล (2538 : 19) ได้ให้ความหมายของคำว่า “เครือข่าย” ว่า เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลในชุมชนระหว่างชุมชน กลุ่มกับกลุ่ม ชุมชนกับชุมชน โดยมีหลักยึดตามขอบเขตพื้นที่ประเด็นเนื้อหาและกระบวนการเรียนรู้เป็นหนึ่งเดียวกระบวนการดังกล่าวเกิดจากท้องถิ่นเหมาะสมกับท้องถิ่นที่จะช่วยให้บุคคลและชุมชนสามารถดำเนินชีวิตอยู่ได้ด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน การปฏิบัติ แบบอย่างของผู้รู้ การอบรม

ตั้งสอนในบริบททางสังคม คมนาคม แบบการติดต่อที่สะดวกยิ่งขึ้น ทำให้การไปมาหาสู่ดูงาน การร่วมกันทำ ข้ามเขตแดนของชุมชน อำเภอ จังหวัด และภาคเป็นไปได้ง่าย

อคิน รพีพัฒน์ (มปป. : 259) ได้ให้แนวคิดของเครือข่ายว่า หมายถึง การเป็นพวกกันของหลาย ๆ องค์กรชุมชนเพื่อทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง และมีเป้าหมาย บางอย่างร่วมกัน เช่น เครือข่ายกลุ่มออมทรัพย์ เกิดจากการที่กลุ่มออมทรัพย์ในชุมชนต่าง ๆ มารวมกันเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดจากการรวมกลุ่มออมทรัพย์ เป็นต้น

นฤมล นิราทร (2543 : 21-22) ได้แบ่งลักษณะเฉพาะขององค์กรเครือข่ายที่ ต่างจากองค์กรกลุ่มไว้ ดังนี้

1. องค์กรเครือข่ายมีลักษณะเป็นโครงสร้างทางความคิด กล่าวคือ บุคคล ที่เกี่ยวข้องในองค์กรเครือข่ายจะมีกรอบความคิดเกี่ยวกับองค์กรเครือข่ายใกล้เคียงกัน ในด้าน ความรู้ ความสามารถ ความคาดหวังต่อเครือข่าย

2. องค์กรเครือข่ายไม่มีลำดับชั้น โดยลักษณะการเชื่อมโยงระหว่าง เครือข่ายเป็นไปในลักษณะแนวราบ แต่ละองค์กรเป็นอิสระต่อกันซึ่งแต่ละกลุ่มมีเป้าหมาย มีกิจกรรมของตนเองอยู่แล้ว การเข้าร่วมเครือข่ายเป็นการเข้าร่วมกิจกรรมเป็นเพียงบางส่วน เมื่อโครงการสำเร็จแล้วเครือข่ายอาจจะสลายตัวไปได้ ซึ่งองค์ประกอบตรงนี้ส่วนนี้เองที่ทำให้ เครือข่าย (Network) มีความแตกต่างกับกลุ่ม (Group) แต่ระดับความอิสระของ แต่ละองค์กรในเครือข่ายอาจไม่เท่ากัน

3. องค์กรเครือข่ายมีการแบ่งงานกันทำ การที่องค์กรเข้าร่วมเป็นเครือข่าย กันเพราะส่วนหนึ่งคาดหวังการพึ่งพิงแลกเปลี่ยนความสามารถระหว่างกันมีการแบ่งงานกันทำ อีกทั้งยังเป็นการลดโอกาสที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งจะแสดงอำนาจเหนือเครือข่ายด้วย

4. ความเข้มแข็งขององค์กรเครือข่ายจะนำไปสู่ความเข้มแข็งโดยรวมสมาชิก เครือข่าย ดังนั้นการพัฒนาองค์กรแต่ละเครือข่ายจึงเป็นสิ่งสำคัญ

5. องค์กรเครือข่ายกำหนดการบริหารจัดการเอง ในการทำงานร่วมกัน ในลักษณะแนวราบ จำเป็นต้องมีความสมานฉันท์โดยผ่านกระบวนการทางประชาธิปไตยซึ่ง หมายถึงการต่อรอง ตกลงระหว่างองค์กรเครือข่ายเกี่ยวกับการบริหารจัดการภายในเพื่อให้ เครือข่ายสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้

6. ความสำเร็จขององค์กรเครือข่ายต้องอาศัยระยะเวลาในการบ่มเพาะ ความสัมพันธ์ ศรัทธา และความไว้วางใจ ตลอดจนการสร้างกรอบแนวทางการคิดเพื่อให้ เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การแก้ไขปัญหาาร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งการดำเนินการ ร่วมกันระหว่างองค์กรอย่างต่อเนื่อง

เครือข่ายทางสังคม เป็นสายใยความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมระหว่างบุคคลหนึ่งกับบุคคลอื่น ๆ อีกหลาย ๆ คน ทางสังคมที่บุคคลมีต่อกันและกันและลักษณะของความสัมพันธภาพทางสังคมที่เกิดขึ้น สามารถนำไปใช้ในการอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคลเหล่านี้ได้ ซึ่ง นฤมล นิราทร (2543 : 27-28) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคม (Social Network Perspective) ก่อให้เกิดการสมมติต่าง ๆ ที่ใช้อธิบายเกี่ยวกับผู้กระทำทางสังคม ความสัมพันธ์ทางสังคมและโครงสร้างทางสังคม ไว้ ดังนี้

1. ผู้กระทำและการกระทำต่าง ๆ ของพวกเขาจะถูกมองในฐานะของหน่วยงานที่มีการพึ่งพาซึ่งกันและกัน แทนที่จะเป็นหน่วยที่เป็นอิสระในตนเอง
2. ความเชื่อมโยง ระหว่างผู้กระทำจะผ่าน Flow ของทรัพยากรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุ เงิน หรือสิ่งที่ไม่ใช่วัตถุ เช่น ข้อมูล การสนับสนุนทางการเมืองมิตรภาพหรือความนับถือ เป็นต้น

ตัวแบบเครือข่าย ที่เน้นปัจเจกบุคคล จะมองสภาพแวดล้อมเชิงโครงสร้างที่เป็นเครือข่าย ในฐานะที่เป็นตัวก่อให้เกิดโอกาสต่าง ๆ ที่เอื้อหรือจำกัดการกระทำของปัจเจกบุคคล และจะอธิบายโครงสร้าง ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างทางสังคมเศรษฐกิจการเมืองหรืออื่น ๆ ว่าเป็นแผนที่ยื่นยาวของความสัมพันธ์ระหว่างผู้กระทำทางสังคมต่าง ๆ (พิมพัลย์ ปรีดาสวัสดิ์ และวาทีณี บุญชะลิกย์, มปป. : 345)

3.2 ประเภทและลักษณะของเครือข่าย

การแบ่งประเภทของเครือข่ายสามารถแบ่งได้หลายประเภทจำแนกตามประเด็นปัญหาของกลุ่มสมาชิก ขอบเขตของด้านพื้นที่ วัตถุประสงค์ด้านเครือข่าย รูปแบบการจัดการของเครือข่าย วิธีการติดต่อ (เครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์) ซึ่งประเภทของเครือข่ายดังกล่าวสามารถจัดแสดงรูปแบบความสัมพันธ์ได้ ดังนี้ (นุชนาฎ จันทวิเศษ, 2543 : 26-27)

1. จะเป็นลักษณะของการเชื่อมต่อที่เป็นวงเวียนหรือเป็นวัฏจักรสมาชิกในเครือข่ายจะรู้จักผู้อื่นแค่เพียงสองต่อสองเท่านั้น เป็นลักษณะวงเวียน คือ หนึ่งรู้จักสองสองรู้จักสาม แต่หนึ่งไม่รู้จักสามและสี่ ซึ่งลักษณะนี้เป็นการสื่อสารทางเดียวทำให้การทำงานไปได้ช้า
2. ตัวแบบเครือข่ายแบบรวมศูนย์ เป็นเครือข่ายที่ผ่านศูนย์กลางในขณะที่สมาชิกจะไม่เชื่อมต่อกับสมาชิกคนอื่นลักษณะการเชื่อมต่อที่เป็นกากบาทลักษณะนี้จะมีศูนย์กลางอำนาจ เป็นการรวมอำนาจเข้าสู่ศูนย์กลางจะพบในเครือข่ายหน่วยงานราชการซึ่งเครือข่ายแบบนี้ยังอยู่ในลักษณะเป็นงานประจำที่ไม่ซับซ้อน
3. ตัวแบบเครือข่ายแบบมีศูนย์กลางสมาชิกจะมีความสัมพันธ์กับสมาชิกอื่นและเลขาธิการในการอำนวยความสะดวกและเชื่อมต่อระหว่างสมาชิก

4. ตัวแบบนี้สมาชิกเชื่อมต่อกันหมดโดยปราศจากศูนย์กลางเพื่ออำนวยความสะดวก รูปแบบนี้เป็นเครือข่ายที่สมบูรณ์ตามทฤษฎีหากแต่เป็นไปได้ในความเป็นจริง ลักษณะของการเชื่อมต่อเป็นระบบหนึ่งเดียว ลักษณะเหมือนดวงดาว เป็นเครือข่ายที่เชื่อมถึงกันทั้งหมด มีการกระจายอำนาจสูงสุด ทุกคนมีสิทธิเสรีภาพในการพูดรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ซึ่งเครือข่ายแบบนี้เหมาะกับงานที่ซับซ้อนมองคนเดียวไม่เห็นต้องช่วยกันหลายมุมมอง มีข้อดีทำให้ทุกคนสามารถเปิดเผย มีความพอใจในกระบวนการทำงานเห็นเป้าหมายร่วมกันหาทางออก ร่วมกัน และมีความเท่าเทียมกันได้

5. ตัวแบบเครือข่ายกระจายอำนาจ เครือข่ายต่าง ๆ จะปฏิสัมพันธ์กับเครือข่ายอื่นกับทรัพยากรของเครือข่ายโดยศูนย์กลางทำหน้าที่ควบคุมกฎระเบียบ

6. ลักษณะของการเชื่อมต่อเป็นระบบลูกโซ่ เป็นการรวมอำนาจไว้ที่จุดหนึ่ง แล้วค่อย ๆ บอกต่อ ๆ กันไปโดยปลายสุดจะเป็นผู้รับอย่างเดียว ไม่มีการ Feedback หรือการนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ กลับมาที่จุดเริ่มต้น

สมเกียรติ พงษ์ไพบูลย์ และคณะ (2542 : 35) ได้ชี้ให้เห็นถึงลักษณะเครือข่ายการเรียนรู้ไว้ 3 ประการ ด้วยกัน คือ

1. เครือข่ายที่เป็นไปในรูปสถาบัน ลักษณะเครือข่ายในรูปของสถาบัน จะทำงานโดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกันอย่างหนึ่ง เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นร่วมกันจัดทำพจนานุกรมอีสาน โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกันที่สร้างเอกสารทางวิชาการ และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

2. เครือข่ายที่เป็นภูมิปัญญาที่แสวงหาทางรอดเศรษฐกิจอะไรต่าง ๆ พอเกิดหลาย ๆ จุดเกิดการไหลเวียนและเกิดกระบวนการทางภูมิปัญญาขึ้น จากภูมิปัญญาธรรมดาเกิดเป็นกระบวนการเรียนรู้

3. เครือข่ายในรูปองค์กรที่มีอยู่ในขณะนี้คือองค์กรชุมชน ซึ่งเครือข่ายการเรียนรู้คือการสร้างอำนาจให้ผู้ยากจน 3 ทางด้วยกัน ทางที่หนึ่ง คือความรู้ที่รู้แจ้งแล้วเป็นประโยชน์ต่อประชาชน ทางที่สอง คือ องค์กรอำนาจของประชาชนที่สามารถต่อรองกดดันและสร้างกระบวนการได้ ทางที่สาม คือ เศรษฐกิจชุมชน ถ้าเครือข่ายการเรียนรู้ตอบสนอง 3 ทางนี้ไม่ได้ คิดว่าจะไม่เป็นผลสำเร็จ ซึ่งรูปแบบเครือข่ายการเรียนรู้ในชนบทที่ผ่านมา มีกระบวนการเรียนรู้ในแนวนอนมีรูปแบบต่าง ดังนี้

3.1 กรณีที่เกษตรกรมาพบกันเอง เป็นการเชื่อความรู้ระหว่างพวกที่เป็นปัญญาชนด้วยกัน

3.2 กรณีที่มีนักวิชาการลงไปคุยกับผู้นำของเขา แล้วเกิดกระบวนการ
สร้างความรู้ใหม่ขึ้น

3.3 กรณีที่มีสถาบันภายนอกเข้ามาเสริมองค์ความรู้

3.4 กระบวนการเชื่อมผู้นำเข้ากันแล้วเกิดทางเลือกในการแก้ปัญหาและ
การพัฒนาขึ้น

โดยสรุป เครือข่าย คือ การสร้างสายใยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อบุคคล
ชุมชนต่อชุมชน องค์กรต่อองค์กร หรือกลุ่มผลประโยชน์อื่น ๆ ในลักษณะของการแลกเปลี่ยน
เรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ร่วมกัน ซึ่งอาจจำแนกตามประเด็นปัญหาของกลุ่มสมาชิก ขอบเขต
ของด้านพื้นที่ วัตถุประสงค์ด้านเครือข่าย รูปแบบการจัดการของเครือข่าย วิธีการติดต่อ เพื่อ
นำไปสู่การสร้างและพัฒนาเครือข่ายร่วมกัน

3.3 การสร้างและพัฒนาเครือข่าย

การพัฒนาเครือข่ายองค์กรชุมชนนั้น นักพัฒนาชุมชนมีปัจจัยสำคัญในการ
ทำงานที่เอื้อต่อกระบวนการขับเคลื่อนการพัฒนา 3 ประการ

3.3.1 การสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้นำชุมชน องค์กรชุมชน
และเครือข่ายองค์กรชุมชน โดยแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อหาแนวทางการทำงาน การทดลองตาม
แนวทางที่ได้จากการสรุปบทเรียน การเรียนรู้จากผลการทำงานเป็นกระบวนการเรียนรู้และพัฒนา
อย่างต่อเนื่อง

3.3.2 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชน องค์กรชุมชน และเครือข่าย
องค์กรชุมชนให้มีส่วนร่วมในการดำเนินการ เพื่อพัฒนาตามหลักการมีส่วนร่วม

3.3.3 การสนับสนุนกระบวนการทำงาน ซึ่งเป็นการปฏิบัติงาน
เพื่อการพัฒนาชุมชน โดยคนในชุมชน โดยกระบวนการพัฒนาชุมชน ซึ่งเป็นการเรียนรู้
สรุปบทเรียนและพัฒนาตนเองของผู้นำชุมชน องค์กรชุมชน เครือข่ายองค์กรชุมชน
จากประสบการณ์ในการทำงาน

3.4 วัตถุประสงค์ของการสร้างและพัฒนาเครือข่าย

เพื่อให้เกิดการติดต่อสัมพันธ์กันของคน กลุ่ม องค์กรชุมชน การสร้างเครือข่าย
มีความสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนอย่างยิ่ง เพราะการที่ประชาชน กลุ่ม ชุมชน ได้ใช้พลังปัญญา
ความรู้ความสามารถของตนเองในการดำเนินเครือข่าย โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน
ก่อให้เกิดการถ่ายทอดศักยภาพระหว่างบุคคลต่อบุคคล กลุ่มต่อกัน ชุมชนต่อชุมชน และ
เสริมสร้างให้เกิดการสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกันนอกจากนี้ เครือข่ายชุมชนจะมีบทบาท
สำคัญในการประสานเชื่อมโยงการดำเนินงานระหว่างองค์กรชุมชนในระดับเดียวกัน ซึ่งอาจจะ

อยู่ในชุมชนเดียวกัน หรือระหว่างชุมชน หรือประสานเชื่อมโยงการดำเนินกิจกรรมขององค์กร ชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับที่ต่างกันทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน (กรมการพัฒนาชุมชน. 2545 : 14-15)

3.5 กระบวนการเสริมสร้างและพัฒนาเครือข่าย

กระบวนการเสริมสร้างเครือข่ายและพัฒนาเครือข่าย (นฤมล นิราทร. 2543 : 329-230) ได้แบ่งเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ขั้นการตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่าย เป็นขั้นตอนที่ ผู้ปฏิบัติ และฝ่ายจัดการ ตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่ายเพื่อที่จะทำงานให้บรรลุ เป้าหมาย รวมทั้งพิจารณาองค์กรต่าง ๆ ที่เห็นว่าเหมาะสมเป็นเครือข่ายในการทำงาน

ขั้นการติดต่อกับองค์กรที่จะเป็นเครือข่าย หลังจากตัดสินใจในองค์กร ที่เห็นว่าเหมาะสมในการเข้าร่วมเครือข่าย ก็จะเป็นขั้นตอนของการติดต่อสัมพันธ์เพื่อชักชวนให้ เข้าร่วมเป็นเครือข่ายในการทำงาน โดยการรวมเป็นเครือข่ายจะเกิดขึ้น เมื่อองค์กรมีความ ต้องการเหมือนกัน ดังนั้นจะต้องสร้างความคุ้นเคยและการยอมรับ รวมทั้งความไว้วางใจระหว่าง กันเป็นขั้นตอนในการปลูกจิตสำนึก โดยการให้ข้อมูล แลกเปลี่ยนข้อมูล และกระตุ้นให้อยาก แก้ไขปัญหาด้วยกัน อาจเรียกขั้นตอนนี้ว่าเป็นขั้นการเตรียมกลุ่มหรือเตรียมเครือข่าย (Pre Group)

ขั้นการสร้างพันธมิตรร่วมกัน เป็นการสร้างความผูกพันร่วมกัน ซึ่งหมายถึง การตกลงในความสัมพันธ์ต่อกัน ในขั้นตอนนี้องค์กรเข้าสู่การตกลงที่จะทำงาน ร่วมกัน ซึ่งในการที่จะทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการหรือการแก้ไขปัญหา กลุ่มและองค์กรต้องมีความรู้เพียงพอที่จะทำกิจกรรมได้ ดังนั้นจึงต้องเสริมความรู้ที่จำเป็น โดยการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในกลุ่ม หรือแลกเปลี่ยนกับองค์กรนอกกลุ่ม อาจเรียกขั้นตอนนี้ว่า กลุ่มศึกษาเรียนรู้ (Learning Group) หรือเป็น Informal Co-operation การสร้างเครือข่าย

ขั้นการพัฒนาความสัมพันธ์ เป็นขั้นตอนที่สร้างเครือข่ายให้ปรากฏผลงาน เป็นรูปธรรมเป็นการเริ่มทำกิจกรรมโดยใช้ทรัพยากรร่วมกัน ขณะเดียวกันก็มีการตกลงกัน ในด้านการบริหารจัดการกลุ่ม เริ่มต้นจากการกำหนดวัตถุประสงค์ของเครือข่าย กำหนดกิจกรรม จัดวางข้อตกลงในการทำงาน กำหนดบทบาทของสมาชิก รวมทั้งสิทธิและหน้าที่ของกรรมการ เป็นต้น อาจเรียกขั้นตอนนี้ว่า ขั้นกลุ่มกิจกรรม Action Group หรือ เป็นขั้นตอน Formal Agreement ของการสร้างเครือข่าย

ขั้นการทำกิจกรรมร่วมกันหลังจากผ่านขั้นตอนพัฒนาความสัมพันธ์ จนนำไปสู่การทำกิจกรรมร่วมกันแล้วจะทำให้สมาชิกเครือข่ายได้รับประโยชน์ความสัมพันธ์ของ เครือข่ายจะแน่นแฟ้นขึ้นพร้อมกับการเรียนรู้ร่วมกัน นอกจากนี้จะเป็นประโยชน์ของฝ่ายปฏิบัติการ

แล้วยังเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความสัมพันธ์ด้วย อาจนำไปสู่การขยายตัว ทั้งการขยายกิจกรรม หรือขยายกลุ่มตามพื้นที่ หรือตามลักษณะกิจกรรมในส่วนของ การสร้างเครือข่ายในขั้นตอนนี้ อาจอยู่ในระดับเข้า “ลงทุน” ในองค์กรใหม่ (Minority Investment) และการจัดตั้งองค์กรใหม่ร่วมกัน

3.6 กระบวนการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายกลุ่ม

กระบวนการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายถือว่าเป็นสิ่งสำคัญซึ่งกรมการพัฒนาชุมชน ได้กำหนดกระบวนการส่งเสริมการสร้างเครือข่าย ดังนี้ (กรมการพัฒนาชุมชน. 2547 : 20)

3.6.1 การรู้จักกลุ่ม / ขยายแนวคิดเรื่องกลุ่ม ในกรณีที่กลุ่มมีอยู่แล้ว

ควรมีการสำรวจกลุ่มต่างในหมู่บ้าน และรายต่างหมู่บ้านเพื่อนามาจัดกลุ่มความสนใจ หรือกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ใกล้เคียงกัน ส่วนกรณีไม่มีกลุ่ม ควรชักชวนผู้นำที่เข้มแข็งไปพูดคุย จะช่วยให้รวมกลุ่มง่ายขึ้น

3.6.2 การประชุมกลุ่มเพื่อเริ่มต้นเครือข่าย เป็นการกระตุ้นให้กลุ่มต่าง ๆ เห็นความสำคัญและสนใจที่จะมาพบกัน

3.6.3 กำหนดวัตถุประสงค์ และแผนงานของเครือข่ายร่วมกัน

3.6.4 ทดลองทำกิจกรรมร่วมกันของเครือข่าย จากกิจกรรมง่าย ๆ หลังจากทำกิจกรรมร่วมกันแล้ว ควรสรุปบทเรียนจากการทำงานร่วมกัน

3.6.5 สร้างความชัดเจนของงานที่ทำร่วมกันของเครือข่าย โดยการกำหนดกิจกรรมที่ชัดเจนของเครือข่าย คัดเลือกกรรมการ ตั้งกฎกติกา ร่วมกัน กำหนดช่วงเวลาของการพบกัน

3.6.6 การพัฒนาเป็นองค์กร โดยคณะกรรมการและสมาชิกต้องตัดสินใจ ร่วมกันว่าจะอยู่ในรูปองค์กรใด

3.6.7 การก้าวต่อไป (การพัฒนา) ขององค์กรเครือข่าย

3.7 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

พ.ศ. 2548

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 หมายถึง คณะบุคคลที่รวมตัวกัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำกิจกรรม อย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย มาตรา 11 เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอาจดำเนินการดังต่อไปนี้ได้

3.7.1 ให้คำแนะนำและช่วยเหลือกิจการภายในวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย ดังต่อไปนี้

- 1) ให้ความช่วยเหลือในการจัดตั้ง หรือการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำ วัตถุดิบ ทรัพยากร หรือภูมิปัญญาของชุมชน ใช้ให้เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชนและสภาพ ที่ท้องถิ่น
- 2) ให้ความรู้การฝึกอบรม หรือช่วยเหลือในการปรับปรุงหรือพัฒนาการผลิต การให้บริการ การบริหารจัดการ การหาทุน การตลาด และอื่น ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อ การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย
- 3) ให้คำแนะนำหรือดำเนินการใด ๆ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนในเครือข่ายทั้งในระดับพื้นที่ ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ

3.7.2 ให้คำแนะนำและช่วยเหลือกิจกรรมภายนอกของวิสาหกิจชุมชน ในเครือข่าย ดังต่อไปนี้

- 1) เป็นคนกลางในการติดต่อกับส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรการ มหาชน หรือ หน่วยงานอื่นของรัฐ รวมทั้งองค์กรภาคเอกชน เพื่อขอรับความช่วยเหลือและการ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย
- 2) ประสานงานกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน หรือวิสาหกิจชุมชนอื่นเพื่อ แลกเปลี่ยนความรู้หรือดำเนินกิจกรรมอื่นอันเป็น ประโยชน์หรือเพิ่มพูนประสิทธิภาพ ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเครือข่าย

3.7.3 เป็นศูนย์กลางในการส่งเสริมความสามัคคีและการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่ง กันและกัน และความร่วมมือทางวิชาการ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและมี ประสิทธิภาพในการดำเนินงานไม่ว่าในด้านคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ การบริหาร จัดการ และการพัฒนาตลาด

3.7.4 เสนอความเห็นต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับนโยบายหรือมาตรการ ในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน

3.8 การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในแต่ละระดับให้มีความยั่งยืน

การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable development) หมายถึง การพัฒนาที่ ตอบสนองความต้องการของปัจจุบันโดยไม่ทำให้ผู้คนในอนาคตเกิดปัญหาในการตอบสนอง ความต้องการของตนเอง (นิยามของคณะกรรมการ โลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development) การพัฒนาที่ยั่งยืนรวมความถึง 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน โครงการพัฒนาใด ๆ ต้องคำนึงถึง

องค์ประกอบทั้งสามด้านนี้การพัฒนายังขึ้นเป็นอะไรที่ไกลกว่าเพียงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นการเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมเพื่อลดการบริโภคทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมลงไปในระดับที่ยังรักษาความสมดุลที่ดี ทำให้คนอยู่กับธรรมชาติโดยไม่ทำลายล้างอย่างที่ผ่านมาและยังทำกันอยู่หลายแห่ง ให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชน อยู่ดีกินดี และอยู่เย็นเป็นสุข (เสรี พงศ์พิศ. 2547 : 15-16)

4. ขั้นตอนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

ขั้นตอนการพัฒนาด้านวิสาหกิจชุมชนสามารถแบ่งได้ 3 ระดับ ดังนี้

4.1 ระดับครอบครัว คือ วิสาหกิจแบบพึ่งตนเอง ทำทดแทนการพึ่งพาภายนอก เช่น ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ไร่กินเอง ทำยาสระผมไว้ใช้เอง มีความสามารถพัฒนาผลผลิตและทรัพยากร เช่น ด้านอาหาร ทำการหมักกองพืชผัก การขยายพันธุ์พืช สัตว์ การทำข้าวซ้อมมือ การทำสมุนไพรรักษาโรค สามารถพัฒนาเป็นบริการ เช่น การนวดเพื่อรักษาสุขภาพ

4.2 ระดับชุมชนและเครือข่าย คือ วิสาหกิจแบบพอเพียง ทำทดแทนการพึ่งพาภายนอก เช่น ร่วมกันทำโรงสีชุมชน กลุ่มออมทรัพย์ฯ มีความสามารถพัฒนาผลผลิตและทรัพยากร เช่น ผลิตภัณฑ์จากโรงสีชุมชน ผลิตภัณฑ์สมุนไพรรักษาโรค โรงปุ๋ยชีวภาพ สามารถพัฒนาเป็นบริการ เช่น กองทุนสวัสดิการ ร้านค้าชุมชน คลินิกพื้นบ้าน เป็นต้น

4.3 ระดับธุรกิจ คือ วิสาหกิจแบบก้าวหน้า ทำทดแทนการพึ่งพาภายนอก เช่น แคมпусสมุนไพรรักษาผมหมอก สมุนไพรป้องกันแมลง มีความสามารถพัฒนาผลผลิตและทรัพยากร เช่น โรงงานขนมจีน สามารถพัฒนาเป็นบริการ เช่น ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศูนย์สุขภาพ เป็นต้น

5. รูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

รูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ เช่น

5.1 วิสาหกิจที่ประกอบกิจการเดียว ได้แก่ วิสาหกิจที่ประกอบกิจการเพียงหนึ่งเดียว โดยคณะผู้บริหารในชุมชนชุดเดียว และไม่สร้างเครือข่ายกับวิสาหกิจอื่น ๆ โดยจะมีผลผลิตมากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์และบริการได้

5.2 วิสาหกิจที่ประกอบกิจการในรูปแบบเครือข่าย ได้แก่ วิสาหกิจที่มีปฏิสัมพันธ์กับกิจการอื่น โดยแต่ละวิสาหกิจต่างมีการประกอบการตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของกิจการ หากแต่มีปฏิสัมพันธ์แบบพึ่งพาเกื้อกูล เชื่อมโยงกันในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เครือข่ายกิจกรรม ได้แก่ วิสาหกิจที่มีต่อกิจกรรมเกื้อกูลกันมาเป็นเครือข่ายกัน ทั้งที่เป็นกิจกรรมประเภทเดียวกันหรือหลายประเภท และเครือข่ายพื้นที่ ได้แก่ วิสาหกิจที่ดำเนินการอยู่ในระดับพื้นที่เดียวกัน เช่น ระดับหมู่บ้านเดียวกันหรือระดับตำบลด้วยกันหรือต่างระดับพื้นที่กัน เช่น วิสาหกิจระดับหมู่บ้าน ระดับตำบล มาเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกัน

6. ระดับการดำเนินงานวิสาหกิจ

วิสาหกิจชุมชนสามารถจัดระดับการดำเนินงานโดยใช้เป้าหมายของการผลิตของวิสาหกิจชุมชนเป็นเกณฑ์ แบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

6.1 วิสาหกิจชุมชนระดับพื้นฐาน ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบการเพื่อให้เกิดผลผลิตที่นำไปกินใช้ได้ อย่าง พออยู่พอกิน มุ่งเน้นลดรายจ่าย ทั้งระดับครัวเรือนและชุมชน

6.2 วิสาหกิจชุมชนระดับพัฒนา ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบการเพียงให้ผลผลิตมีพอกินพอใช้ เพื่อการลดรายจ่ายและมีส่วนเหลือสามารถนำไปแบ่งปันแลกเปลี่ยน หรือจำหน่ายให้เกิดรายได้เพื่อนำไปสู่การ อยู่ดีกินดี ของครัวเรือน ชุมชน และระหว่างชุมชน

6.3 วิสาหกิจชุมชนระดับก้าวหน้า ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบการมุ่งสู่การเพิ่มรายได้ ไปสู่การขยายการลงทุน ลดการนำเข้า เพิ่มการส่งออกของผลิตภัณฑ์ขยายกิจการ ขณะเดียวกันก็สามารถจัดผลกำไร เพื่อสวัสดิการของชุมชน หรือเพื่อกิจกรรมสาธารณประโยชน์ สร้างความมั่งมีศรีสุข ของครัวเรือน ชุมชน ขยายไปถึงระหว่างชุมชนและนำไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง ขยายต่อไป

7. กระบวนการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

7.1 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบกิจการด้วยหลักสามัคคีธรรมของชุมชน โดยชุมชนในการผลิตสินค้า การให้บริการและอื่น ๆ เพื่อการเรียนรู้ การพึ่งตนเองของครอบครัวชุมชน และระหว่างชุมชน ด้วยการนำทุนของชุมชนมาดำเนินการ โดยใช้รูปแบบการจัดการที่เหมาะสม ก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม บนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง

7.2 จุดมุ่งหมายของการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

จุดมุ่งหมายของการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน คือ การเสริมสร้างภูมิปัญญาท้องถิ่น และกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เพื่อสร้าง โอกาสและรายได้ของชุมชนฐานราก ให้ชุมชนและเครือข่ายสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

7.3 หลักการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

หลักการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน คือ การนำภูมิปัญญาของชุมชนมาบริหารจัดการทำให้ทรัพย์สินของชุมชนกลายเป็นสินทรัพย์ที่มีค่า และทำให้มีมูลค่าเพิ่ม นำไปสู่การผลิตสินค้า การให้บริการและอื่น ๆ ของชุมชนทำให้เกิดรายได้แก่ชุมชนและเครือข่าย สร้างความมั่นคงแก่เศรษฐกิจรากฐาน

7.4 องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้

- 7.4.1 เป็นกิจการของชุมชน
- 7.4.2 ดำเนินการ โดยใช้ทุนของชุมชนและมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม
- 7.4.3 ดำเนินการด้วยหลักสามัคคีธรรม
- 7.4.4 เน้นกระบวนการเรียนรู้ในการดำเนินการ
- 7.4.5 มีเป้าหมายเพื่อการพึ่งพาตนเองของชุมชน

8. รูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

รูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนอาจเป็นไปได้เป็น 2 รูปแบบหลัก ๆ ดังนี้

8.1 วิสาหกิจที่ประกอบกิจการเดียว เป็นวิสาหกิจที่ประกอบกิจการเพียงหนึ่งเดียว โดยคณะผู้บริหารในชุมชนชุดเดียวและไม่สร้างเครือข่ายกับวิสาหกิจอื่น ๆ โดยมีผลผลิตมากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์/บริการได้

8.2 วิสาหกิจที่ประกอบกิจการในรูปเครือข่าย เป็นวิสาหกิจที่มีปฏิสัมพันธ์กับกิจการอื่น โดยแต่ละวิสาหกิจต่างมีการประกอบการตามเป้าหมายวัตถุประสงค์ของกิจการ หากแต่มีการปฏิสัมพันธ์กันแบบพึ่งพา เกื้อกูลเชื่อมโยงกันในรูปแบบต่าง ๆ

9. ขั้นตอนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

9.1 การเตรียมความพร้อมของชุมชน เพื่อทำความเข้าใจแก่ชุมชนในการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจชุมชนของกรมส่งเสริม สหกรณ์ และเตรียมข้อมูลพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อกำหนดกิจกรรมหรือธุรกิจของชุมชนในแผนของชุมชน ตลอดจนเตรียมกลุ่มที่จะดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน โดยมีขั้นตอนในการปฏิบัติดังนี้

9.1.1 เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยี การเกษตรประจำตำบล โดยชี้แจงทำความเข้าใจนโยบายกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เกี่ยวกับแผนวิสาหกิจชุมชน ภารกิจของกรมส่งเสริมสหกรณ์ แนวคิดวิสาหกิจชุมชน การเตรียมการจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชน เตรียมผู้นำชุมชน แกนนำระดับหมู่บ้าน/ตำบล และผู้ประสานงานระดับตำบล/หมู่บ้าน

9.1.2 จัดเวทีชุมชนร่วมกับคณะกรรมการศูนย์ฯ ประชุมเกษตรกรในตำบลเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน โดยคำนึงถึงหัวข้อการประชุมแกนนำของแต่ละหมู่บ้านผู้ประสานระดับตำบล นโยบายกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ภารกิจกรมส่งเสริมสหกรณ์ และแนวคิดวิสาหกิจชุมชน

9.2 สํารวจข้อมูลชุมชนด้านเศรษฐกิจ เพื่อเก็บข้อมูลต่าง ๆ ของชุมชนในแต่ละหมู่บ้านในส่วนที่เกี่ยวข้องในการคํานึงธุรกิจชุมชน นำมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนหรือทิศทางของชุมชน กำหนดกิจกรรมหรือธุรกิจของชุมชน ที่จะคํานึงการในแผนวิสาหกิจชุมชน จะต้องคํานึงถึงข้อมูลด้านเศรษฐกิจของชุมชน ทรัพยากร ผลผลิตของชุมชน เช่น ผลผลิต การเกษตรทั้งพืชและสัตว์ พืชผัก ผลไม้ สมุนไพรพื้นบ้าน สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรม ในชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยว ภูมิปัญญา สํารวจความรู้ต่าง ๆ ที่ชุมชนมี ผู้รู้ผู้ชำนาญ หรือทักษะฝีมือต่าง ๆ ที่จะเป็ประโยชน์ในการทำกิจกรรมการเพิ่มมูลค่า หรือการค้าของชุมชน รายได้และรายจ่ายของแต่ละครัวเรือนในหมู่บ้าน เพื่อหารายการใช้จ่าย และที่มาของรายได้ของชุมชนเป็นแนวทางในการพิจารณาเลือกกิจกรรมหรือธุรกิจของชุมชน โดยมีวิธีการปฏิบัติ ดังนี้

9.2.1 มอบหมายให้ข้าราชการในสังกัด (ระดับ 5-7) ที่เหมาะสมลงพื้นที่ที่ปฏิบัติงานเชิงอาสา สมัครลงพื้นที่การคํานึงงาน

9.2.2 ร่วมมือกับผู้นำชุมชนจัดทีมงานอาสาสมัคร สํารวจข้อมูลของแต่ละหมู่บ้าน แบ่งเป็น 3 ทีม คือ ทีมสํารวจทรัพยากร ทีมสํารวจภูมิปัญญา ทีมสํารวจรายได้ และรายจ่ายครัวเรือน รวบรวมข้อมูลแต่ละหมู่บ้านแบ่งเป็นหมวดหมู่ และรวบรวมจัดทำเป็นข้อมูลภาพรวมของตำบล

9.3 การจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชน เป็นแผนของชุมชนที่มีจุดมุ่งหมายในการสร้างความเข้มแข็งในทางเศรษฐกิจชุมชน ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ เป็นแผนที่ชุมชนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมคํานึงการ และร่วมติดตามผล เพื่อประโยชน์ของชุมชน แผนวิสาหกิจชุมชนในแนวทางของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นแผนวิสาหกิจชุมชนระดับตำบล (หนึ่งตำบลมีวิสาหกิจชุมชนเดียวแต่มีหลายกิจกรรมได้) ของประชาชนในตำบลที่ตั้งศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล มีวัตถุประสงค์เป็นที่เล็งช่วยให้อํานาจการจํานึงการแผนวิสาหกิจชุมชน โดยมีวิธีการปฏิบัติดังนี้

9.3.1 จัดประชุมผู้นำชุมชนและคณะกรรมการบริหารศูนย์ โดยสรุปประเมินศักยภาพของตำบล โดยนำข้อมูลภาพรวมของตำบล มาเรียนรู้และวิเคราะห์ เพื่อหาศักยภาพของชุมชน และความพร้อมในการทำธุรกิจชุมชน นำข้อมูลศักยภาพของชุมชนมาพิจารณาร่วมกับสภาพปัญหา รายการ ใช้จ่ายและรายได้ของชุมชน ระดมความคิด กำหนดแนวทางในการคํานึงงาน เพื่อยกร่างกิจกรรมและโครงการที่สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการของคนในชุมชน คัดเลือกสินค้าหรือบริการที่จะทำเป็นธุรกิจของชุมชน คัดเลือกกลุ่ม

ผู้ประกอบการที่รับผิดชอบแต่ละธุรกิจหรือกิจกรรม และคัดเลือกพื้นที่เป้าหมายที่จะดำเนินการยก
 ร่างแผนวิสาหกิจชุมชนระดับตำบล

9.3.2 การประชาสัมพันธ์แผนวิสาหกิจระดับตำบล โดยจัดประชุมเกษตรกร
 ผู้นำชุมชน คณะกรรมการบริหารศูนย์ฯ นำเสนอแผน/โครงการ กิจกรรมต่างๆ ที่ได้คัดเลือกไว้
 เพื่อเปิดรับข้อคิดเห็นและข้อวิจารณ์ และข้อเสนอแนะจากชุมชน ลงคะแนนเพื่อคัดเลือก
 กิจกรรม/โครงการหรือธุรกิจ จัดเรียงลำดับความสำคัญก่อนหลัง

9.3.3 การเขียนแผนวิสาหกิจชุมชน โดยแนะนำผู้นำชุมชน และผู้แทน
 คณะกรรมการศูนย์ฯ บรรจุโครงการ/กิจกรรมหรือธุรกิจ ที่ผ่านการคัดเลือกเขียนเป็นแผน
 วิสาหกิจของชุมชน

9.4 การดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจชุมชน เพื่อช่วยเหลือและแนะนำการบริหาร
 จัดการวิสาหกิจชุมชน มีขั้นตอนการปฏิบัติดังนี้

9.4.1 มอบหมายผู้รับผิดชอบส่งเสริม สนับสนุน แนะนำ และติดตาม
 การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล
 แต่ละแห่ง

9.4.2 แนะนำการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน การกำหนดระเบียบ ข้อบังคับ และกติกา
 ต่าง ๆ เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน

9.4.3 ฝึกอบรมการบริหารจัดการธุรกิจและองค์กร

9.4.4 แนะนำวางระบบบัญชี (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์)

9.4.5 ประสานการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและการตลาด เพื่อพัฒนา
 คุณภาพ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และบริการเพื่อการค้า

9.4.6 ประสานการเข้าหาแหล่งทุน เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
 การเกษตร ธนาคารออมสิน ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
 กองทุนหมู่บ้านและอื่น ๆ โดยให้ความรู้ ความเข้าใจ และมีความชัดเจนในกฎเกณฑ์ ระเบียบ
 เงื่อนไข ฯลฯ ของแหล่งเงินทุนต่าง ๆ

9.4.7 ประสานการเชื่อมโยงเครือข่ายด้านวัตถุดิบการผลิต และการตลาด

9.4.8 สร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน โดยให้ชุมชนคิดเป็น ทำเป็น
 แก้ไขเป็น

10. ความเป็นมาของธุรกิจชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์

10.1 ความเป็นมาของจังหวัดกาฬสินธุ์

จังหวัดกาฬสินธุ์ สันนิษฐานว่าเดิมเคยเป็นถิ่นที่อยู่ของชาวละว้า ซึ่งตรงกับสมัยก่อนกรุงศรีอยุธยา ครั้นถึงสมัยกรุงธนบุรี ได้เกิดเหตุการณ์ที่มีผลต่อการก่อตั้งเมืองกาฬสินธุ์ เพราะเกิดมีการฉัดแย้งระหว่างเจ้าผู้ปกครองนครเวียงจันทร์ (เมืองหลวงของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวในปัจจุบัน) กับเสนาอำมาตย์ชั้นผู้ใหญ่เป็นเหตุให้มีการรวบรวมผู้คนเพื่ออพยพเข้ามาจากฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงมายังฝั่งขวา แต่เจ้าผู้ครองนครเวียงจันทร์ก็ยังคงทัพติดตามมา จึงต้องอพยพต่อไปอีก สายที่ 1 มุ่งหน้าไปทางทิศตะวันออก สายที่ 2 มุ่งหน้าลงทางใต้ โดยมีท้าวโสมพะมิตรเป็นผู้นำและพบว่า บริเวณแก่งสำโรงชายคงสงเปลือย (บริเวณที่ตั้งจังหวัดกาฬสินธุ์ในปัจจุบัน) มีความอุดมสมบูรณ์ มีลำน้ำป่าวเหมาะแก่การตั้งถิ่นฐานบ้านเรือน จึงตั้งตนเป็นอิสระอยู่ที่บ้านแก่งสำโรง ต่อมาในสมัยรัตนโกสินทร์ ท้าวโสมพะมิตรได้เข้าสวามิภักดิ์ต่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชและได้รับพระกรุณาโปรดเกล้ายกฐานะบ้านแก่งสำโรงเป็นเมือง และพระราชทานนามว่าเมืองกาฬสินธุ์ พร้อมทั้งมีพระบรมราชโองการแต่งตั้งให้ท้าวโสมพะมิตรเป็นพระยาชัยสุนทร และเป็นเจ้าเมืองปกครองดูแลเมืองกาฬสินธุ์เป็นคนแรก ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้มีการจัดรูปแบบการปกครองเป็นแบบเทศาภิบาล ประกอบด้วยมณฑล จังหวัด อำเภอ และตำบล เมืองกาฬสินธุ์จึงเปลี่ยนเป็นอำเภออุทัยกาฬสินธุ์ ขึ้นกับจังหวัดร้อยเอ็ด จนกระทั่งจังหวัดร้อยเอ็ดได้รับการยกฐานะเป็นมณฑลร้อยเอ็ด เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2456 อำเภออุทัยกาฬสินธุ์จึงได้รับการยกฐานะเป็นจังหวัดกาฬสินธุ์ ต่อมาเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วประเทศ ในสมัยรัชกาลที่ 7 จังหวัดกาฬสินธุ์จึงถูกยุบเป็นอำเภอเมืองกาฬสินธุ์ และขึ้นกับจังหวัดมหาสารคาม เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2474 จนกระทั่งถึงวันที่ 1 ตุลาคม 2490 จึงได้รับการยกฐานะเป็นจังหวัดกาฬสินธุ์ จนถึงปัจจุบัน (สำนักงานเกษตรจังหวัดกาฬสินธุ์.

2555 : 2-5)

ที่ตั้งและอาณาเขต จังหวัดกาฬสินธุ์ตั้งอยู่ทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ ไทย และอยู่ตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 16-17 องศาเหนือ และอยู่ระหว่างเส้นแวงที่ 103-104 องศาตะวันออก ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 519 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 6,946.75 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4.4 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 4.1 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง คือ ทิศเหนือ ติดจังหวัดสกลนคร และจังหวัดอุดรธานี ทิศตะวันออก ติดจังหวัดร้อยเอ็ด และจังหวัดมุกดาหาร ทิศใต้ ติดจังหวัดร้อยเอ็ด และจังหวัดมหาสารคาม และทิศตะวันตก ติดจังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดขอนแก่น

การปกครองและประชากรในปี พ.ศ. 2555 แบ่งการปกครองออกเป็น 18 อำเภอ 135 ตำบล 1,588 หมู่บ้าน โดยมีอำเภอ ดังนี้

1. อำเภอเมืองกาฬสินธุ์	มี 16 ตำบล 185 หมู่บ้าน
2. อำเภอดอนจาน	มี 5 ตำบล 48 หมู่บ้าน
3. อำเภอสมเด็จ	มี 8 ตำบล 94 หมู่บ้าน
4. อำเภอนามน	มี 5 ตำบล 67 หมู่บ้าน
5. อำเภอท่าคันโท	มี 6 ตำบล 60 หมู่บ้าน
6. อำเภอหนองกุงศรี	มี 9 ตำบล 113 หมู่บ้าน
7. อำเภอกมลาไสย	มี 8 ตำบล 111 หมู่บ้าน
8. อำเภอสามชัย	มี 4 ตำบล 47 หมู่บ้าน
9. อำเภอห้วยเม็ก	มี 9 ตำบล 84 หมู่บ้าน
10. อำเภอห้วยผึ้ง	มี 4 ตำบล 52 หมู่บ้าน
11. อำเภอนาคู	มี 5 ตำบล 55 หมู่บ้าน
12. อำเภอสหัสขันธ์	มี 8 ตำบล 85 หมู่บ้าน
13. อำเภอเขาวง	มี 6 ตำบล 71 หมู่บ้าน
14. อำเภอฆ้องชัย	มี 5 ตำบล 48 หมู่บ้าน
15. อำเภอกุฉินารายณ์	มี 12 ตำบล 148 หมู่บ้าน
16. อำเภอยางตลาด	มี 16 ตำบล 208 หมู่บ้าน
17. อำเภอร่องคำ	มี 3 ตำบล 40 หมู่บ้าน
18. อำเภอดำม่วง	มี 6 ตำบล 71 หมู่บ้าน

การปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลเมือง 1 แห่ง เทศบาลตำบล 67 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 84 แห่ง จำนวนประชากรทั้งสิ้นจำนวน 980,484 คน เป็นชายจำนวน 488,487 คน เป็นหญิงจำนวน 491,997 คน ประชากรชายคิดเป็นร้อยละ 49.82 ของประชากรทั้งหมด และประชากรหญิงคิดเป็นร้อยละ 50.18 ของประชากรทั้งหมด ประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลจำนวน 208,843 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ส่วนที่เหลืออีกจำนวน 771,641 คน คิดเป็นร้อยละ 78.7 อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล

10.2 วิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์

นโยบายส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดกาฬสินธุ์ ปี 2553-2556 ประกอบด้วย (สำนักงานเกษตรจังหวัดกาฬสินธุ์. 2555 : 7-35)

10.2.1 การพัฒนาการผลิตทางการเกษตร มุ่งเน้นสนับสนุนช่วยเหลือ
ด้านการพัฒนาพืชหลักของจังหวัด ประกอบด้วย ข้าว มันสำปะหลัง และยางพาราเป็นหลัก

10.2.2 การพัฒนาผ้าไหมแพรวา มุ่งเน้นส่งเสริมกลุ่มผ้าไหมแพรวา
บ้านโพน ซึ่งเป็นกลุ่ม OTOP และส่วนหนึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยให้สำนักงานพัฒนา
ชุมชนจังหวัด ดูแลเป็นเจ้าภาพหลัก

10.2.3 การพัฒนาเศรษฐกิจและท่องเที่ยว มุ่งเน้นการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม
ไดโนเสาร์สหัสขันธ์ กลุ่มผ้าไหมแพรวาบ้านโพน อำเภอคำม่วง การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน
เพื่อเชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์จังหวัด ยังขาดโอกาสในการ
เข้าถึงงบประมาณ

การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน มีความสอดคล้องกับความต้องการ
ของวิสาหกิจชุมชน การครอบคลุมจำนวนและประเภทกิจการวิสาหกิจชุมชนจังหวัด ข้อจำกัด
และโอกาสของวิสาหกิจชุมชนในการเข้าถึง และได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงาน
ภาคี การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยสำนักงานเกษตรจังหวัด
กาฬสินธุ์ ในฐานะสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด และ
หน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานพาณิชย์
จังหวัด ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สหกรณ์จังหวัด สำนักงานปฏิรูปที่ดิน
จังหวัด สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์จังหวัด สำนักงานประมงจังหวัด สำนักงานปศุสัตว์จังหวัด
สำนักงานท้องถิ่นจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคง
ของมนุษย์จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานสรรพากรจังหวัด องค์การบริหาร
ส่วนจังหวัด ธนาคารออมสิน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น การดำเนินการส่งเสริม
และสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนมีความสอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจชุมชนในระดับหนึ่ง
จากข้อมูลการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนของหน่วยงานภาคี ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน
ในปี 2555 พบว่าวิสาหกิจชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาคีด้านความรู้
ด้านปัจจัย ด้านการตลาด และด้านเงินทุน เฉพาะส่วนที่มีการบันทึกลงในระบบสารสนเทศแล้ว
(ข้อมูลวันที่ 1 สิงหาคม 2555) จำนวน 356 แห่งคิดเป็นงบประมาณทั้งสิ้น จำนวน 14,591,700
บาท ข้อจำกัดและโอกาสของวิสาหกิจชุมชนในการเข้าถึง และการได้รับการสนับสนุนของ
หน่วยงานภาคี มีดังนี้

1. หน่วยงานภาคีบางหน่วยงาน มีกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมสนับสนุน
ตามภารกิจของหน่วยงาน เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน เน้นเป้าหมายไปที่กลุ่ม OTOP
ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบางกลุ่มเป็นกลุ่ม OTOP แต่บางกลุ่มไม่ได้เป็นกลุ่ม OTOP

2. หน่วยงานภาคีส่วนใหญ่ เน้นส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนที่มีผลงานดีอยู่แล้ว และมีผลการประเมินศักยภาพในระดับดี ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและตัวชี้วัดตามที่หน่วยงานตั้งไว้ และสามารถประชาสัมพันธ์ผลงานได้ ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผลการประเมินศักยภาพในระดับปานกลาง หรือระดับต้องปรับปรุงไม่ได้รับโอกาส

3. หน่วยงานภาคีบางหน่วยงาน เช่น สำนักงานปฏิรูปที่ดินจะมีเป้าหมายที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในเขตปฏิรูปที่ดิน

4. หน่วยงานภาคีในระดับจังหวัด ได้รับการจัดสรรงบประมาณจากส่วนกลางน้อย ทำให้การส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนไม่ทั่วถึง

5. มีข้อจำกัดในการบูรณาการเป้าหมายในการส่งเสริมสนับสนุนของหน่วยงาน ไม่สอดคล้องกัน

6. หน่วยงานภาคีบางหน่วยงาน เช่น สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ สหกรณ์จังหวัดมีข้อจำกัดเรื่องอัตรากำลังเจ้าหน้าที่

7. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีข้อจำกัดและไม่มีความพร้อมในการได้รับโอกาสการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาคี

8. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางแห่งไม่ให้ความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

9. กลุ่มวิสาหกิจบางแห่งขาดการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพราะเมื่อถึงฤดูกาลทำนาหรือเก็บเกี่ยวผลผลิตก็จะไปทำงานในส่วนนั้น การดำเนินงานของกลุ่มจึงชะงักลงจากการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านมาส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชน ดังนี้

1. ชุมชนเกิดการรวมกลุ่มในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนมากขึ้น มีการทำกิจกรรมและเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน

2. สมาชิกชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

3. สมาชิกชุมชนใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ มีงานทำอย่างต่อเนื่อง

4. มีการใช้จ่ายและหมุนเวียนเงินในท้องถิ่นมากขึ้น

5. สถาบันการเงินมีความเชื่อมั่น และให้การสนับสนุนสินเชื่อ

เพื่อสนับสนุนการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนมากขึ้น

วิสาหกิจชุมชนและแนวโน้มทิศทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของจังหวัด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 ซึ่งมีพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ในระยะแรกมีการยื่นจดทะเบียนค่อนข้างน้อย และค่อย ๆ เพิ่มขึ้นในปี 2549-2555 ข้อมูลการยื่นจดทะเบียนค่อนข้างชะลอตัวจากข้อมูลการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ดัชนียอดข้อมูล ณ วันที่ 1 สิงหาคม 2555 วิสาหกิจชุมชน

มาขึ้นจดทะเบียนจำนวน 1,516 แห่ง สมาชิกจำนวน 25,113 ราย จำนวนวิสาหกิจชุมชนที่
ประกอบการจริงจำนวน 1,267 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 83.57 ของจำนวนวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด
จำนวนสมาชิกที่ประกอบการจริงจำนวน 21,645 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.19 ของสมาชิกวิสาหกิจ
ชุมชนทั้งหมด จำนวนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนทั้งหมดจำนวน 3 แห่ง สมาชิกจำนวน 43 ราย
เมื่อเปรียบเทียบ กับจำนวนวิสาหกิจชุมชนทั้งหมดพบว่า เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่เป็นทางการมี
น้อยมาก จากข้อมูลการประเมินศักยภาพ ข้อมูล ณ วันที่ 1 สิงหาคม 2555 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ที่มีการประกอบกิจการจริง

อำเภอ	จำนวนที่ประกอบการ (แห่ง)	สมาชิก
1. เมืองกาฬสินธุ์	196	3,596
2. ดอนจาน	58	1,263
3. สมเด็จ	33	645
4. นามน	37	625
5. ท่าคันโท	83	996
6. หนองกุงศรี	136	1,841
7. กมลาไสย	52	920
8. สามชัย	65	892
9. ห้วยเม็ก	62	832
10. ห้วยผึ้ง	55	921
11. นาหว้า	34	727
12. สหัสขันธ์	34	289
13. เขาวง	92	1,840
14. หนองชัย	20	331
15. กุฉินารายณ์	150	2,749
16. ยางตลาด	45	1,250
17. ร่องคำ	19	292
18. คำม่วง	96	1,636
รวม	1,267	21,645

ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดกาฬสินธุ์ (2555 : 17)

ตารางที่ 2 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนเด่นของจังหวัดเป็นรายอำเภอ อย่างน้อยอำเภอละ 1 แห่ง

อำเภอ	ชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
1. เมืองกาฬสินธุ์	1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปเนื้อสัตว์น้าจารย์ 2. กลุ่มข้าวหอมมะลิปลอดสารพิษบ้านโพนมน หมู่ที่ 2 3. กลุ่มผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษดอนสวรรค์ 4. กลุ่มทอผ้าฝ้ายพื้นเมืองบ้านโคกล่าม หมู่ที่ 3 5. กลุ่มปลาสามถอดก้างธารทอง
2. ยางตลาด	6. กลุ่มทอเสื้อกอกและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเสื้อกอกตำบลบัวบาน
3. ท่าคันโท	7. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสมุนไพรดำรับไท 8. กลุ่มประดิษฐ์ของชำร่วยไทยเจริญ
4. กมลาไสย	9. กลุ่มสตรีและเยาวชนบ้านเสี้ยว 10. กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปปลาสดสมบูรณ์ 11. กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองยางอู่ม 12. กลุ่มผู้เลี้ยงโคเนื้อท่าเมือง-โนนตำราญ
5. คอนจาน	13. กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการเกษตร 14. โครงการเลี้ยงโคเนื้อเพื่อขยายพันธุ์ 15. ฟูอินทรีย์ชีวภาพ 16. ผู้ปลูกเห็ดบ้านคุ้มใต้ 17. กลุ่มเกษตรกรทำนาหนองแปน
6. สหัสขันธ์	18. ขนมหินบ้านโจด 19. จัดทำแปลงขยายพันธุ์ข้าวเมืองแอ่ 20. ร้านค้าชุมชนบ้านสะอาดไชยศรี 21. ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมไชยเจริญ
7. ห้วยผึ้ง	22. กลุ่มเพาะเห็ดบ้านม่วงใต้ 23. กลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษบ้านม่วงนา 24. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรม่วงนาพัฒนา
8. กุฉินารายณ์	25. ตารับแม่แดงปลาต้ม 26. ปลาไร่ไฮเทค 27. กุสิงห์ไวน์ผลไม้พร้อมดื่ม

อำเภอ	ชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
9. ร่องคำ	28. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวงทองกุดหว้า 29. น้ำดื่มสะอาดชุมชนอ่างแก้ว 30. กลุ่มปุ๋ยหมักชีวภาพ 31. น้ำดื่มรูปผาทิพย์ 32. ฟีนภูมิโท 33. กลุ่มปุ๋ยชีวภาพบ้านสองห้อง
10. เขาวง	34. สามัคคีชาวนา 35. แม่บ้านศิลปะประดิษฐ์ตุ๊กตาผ้าไหมบ้านร่องคำ 36. เกษตรอินทรีย์ 37. รักษ์สมุนไพร 38. ภูไทฝ้ายงามอำเภอเขาวง 39. กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านม่วงหวาน 40. แม่บ้านม่วงไข่ร่วมใจพัฒนา
11. สามชัย	41. กลุ่มผลิตภัณฑ์ไต้ะเก้าอี้จากวัสดุเศษไม้ 42. กลุ่มส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าวหนองผือ 43. กลุ่มอาชีพกระเช้าเถาวัลย์ 44. กลุ่มผลิตภัณฑ์ไต้ะเก้าอี้จากวัสดุเศษไม้ รากไม้ ดอกไม้ 45. กลุ่มผู้ปลูกและแปรรูปสมุนไพรพื้นบ้าน 46. กลุ่มทอผ้าไหมแพรวา 47. กลุ่มกรองน้ำดื่ม 48. กลุ่มจักสานบ้านหนองช้าง
12. นาคู	49. กลุ่มแปรรูปจากปลา 50. กลุ่มทอผ้าฝ้ายลายน้ำไหล 51. ข้าววงอกยางกลิ้ง 52. ข้าวกลิ้งปลอดสารเพื่อสุขภาพบ้านนาขอ 53. ผู้ผลิตน้ำผลไม้ 54. กลุ่มผลิตปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพ (ชนิดอัดเม็ด)

อำเภอ	ชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
13. ห้วยเม็ก	55. กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านกุดตาโกส 56. ข้าวพันธุ์ดีที่หนองบัว 57. ถั่วตัดสมุนไพรคำแก้ว 58. กลุ่มถั่วลิสงตราทรายแก้ว 59. กลุ่มทอเสื่อกกกุดท่าลือ
14. สมเด็จ	60. กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองหาดทรายมูล 61. กลุ่มผลิตยางแผ่นชั้นดีหนองป่าอ้อย 62. กลุ่มสวนเห็ดปลอดสารพิษ 63. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านโนนชาด หมู่ที่ 5 64. กลุ่มโพธิ์คำแปรรูปผลิตภัณฑ์ 65. แปรรูปเนื้อสัตว์สมเด็จ
15. หนองชัย	66. กระจ่างถั่วลิสงโนนเขวา 67. กลุ่มผ้าทอมือเก๋เด็ด่าโนนทัน 49 68. นางเลิศขนมทิพย์ 69. กลุ่มไม้กวาดพลาสติก 70. กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าห่มบ้านหนองหวาย 71. กลุ่มสตรีทอผ้าลายจิดพื้นฐานหัวโนนเปลือย
16. นามน	72. กลุ่มหน่อไม้ฝรั่งเขตปฏิรูปที่ดิน 73. กลุ่มขนมทองม้วนทองพับ 74. กลุ่มตัดเย็บผ้าไหมจิวร 75. กลุ่มผลิตปุ๋ยอินทรีย์โนนเที่ยง 76. กลุ่มปลูกอ้อยโรงงาน
17. หนองกุงศรี	77. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองไผ่ 78. กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารจากถั่วเหลืองหนองชุมแสง 79. กลุ่มทำกระเป๋าหนองชุมแสง 80. กลุ่มเย็บผ้าหนองชุมแสง หมู่ที่ 7 81. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่ หมู่ที่ 14

อำเภอ	ชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
18. คำม่วง	82. กลุ่มข้าวหอมมะลิปลอดสารพิษ 83. กลุ่มจักสานบ้านโพน 84. กลุ่มตุ๊กตาดินเผา 85. กลุ่มแพรวาผู้ไทบ้านโพน 86. เกษตรกรไม้ผล

ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดกาฬสินธุ์, กรมส่งเสริมการเกษตร (2555 : 19-23)

การแยกประเภทของวิสาหกิจชุมชนนั้น มีการแยกประเภทหลายมุมมอง เช่น
ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2542 : 52) ได้จำแนกประเภทของวิสาหกิจชุมชน
ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ด้วยกัน คือกลุ่มที่ไม่เป็นทางการและกลุ่มที่เป็นทางการ

1. กลุ่มที่ไม่เป็นทางการ คือ ไม่มีการจดทะเบียนและไม่อยู่ในกรอบของ
กฎหมายใดโดยเฉพาะ แต่เป็นการดำเนินงานที่ไม่ผิดศีลธรรม ไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยของ
บ้านเมืองและสังคม เช่น กลุ่มพัฒนาอาชีพต่าง เป็นต้น

2. กลุ่มที่เป็นทางการ จะดำเนินงานภายใต้กรอบของกฎหมายใดกฎหมาย
หนึ่ง เช่น กลุ่มเกษตรกรทำนาระดับตำบล ตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสหกรณ์และ
กลุ่มเกษตรกร บริษัทวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ ดำเนินงานในรูปแบบ
บริษัท แต่มีชาวบ้านเป็นผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่ รูปแบบคล้ายกับบริษัทมหาชน เป็นต้น

อุษา โสทรจิตร (2545 : 47) กล่าวถึง วิสาหกิจชุมชนว่า วิสาหกิจชุมชน
ก็เหมือนกับธุรกิจทั่วไปที่มีการจัดแบ่งธุรกิจออกเป็นประเภทตามการประกอบการ 4 ประเภท
คือ ธุรกิจการผลิต ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจค้าส่งและธุรกิจบริการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจการผลิต หมายถึง การผลิตโดยการนำเอาวัสดุหรือสินค้า
บางชนิดมาแปรสภาพให้เป็นสินค้าใหม่ มีรูปแบบใหม่ จะทำงานผลิตในครัวเรือน ซึ่งอาศัย
วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ผลิตเครื่องปั้นดินเผา ผลิตเครื่องจักรสาน ทอผ้า เป็นต้น อาจจะ
ดำเนินการจำหน่ายสินค้าที่ผลิตเอง หรืออาจจะขายสินค้าที่ผลิตได้ให้แก่พ่อค้าคนกลาง หรือ
ตัวแทนจำหน่ายสินค้าต่อไป

2. ธุรกิจค้าปลีก หมายถึง กิจการที่ทำการขายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค
ณ จุดที่ทำการขายสินค้าที่นิยมจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค ได้แก่ สินค้าอุปโภค สินค้าบริโภค

ทุกชนิด ธุรกิจประเภทนี้เน้นการร่วมทุนของสมาชิก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ในบรรดาสมาชิก และผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิก เพื่อลดค่าใช้จ่ายจากการที่จะต้องซื้อจากพ่อค้าคนกลางที่กำหนดอัตรากำไรไว้สูง

3. ธุรกิจค้าส่ง หมายถึง กิจการที่ดำเนินการรับซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเป็นจำนวนครั้งละมาก ๆ และนำสินค้านั้นมาขายต่อให้กับพ่อค้าปลีกหลาย ๆ รายต่อไป ธุรกิจประเภทนี้อาจจะนับได้ว่าเป็นวิสาหกิจชุมชนขนาดใหญ่ และมีความมั่นคงพอสมควรแล้ว

4. ธุรกิจบริการ หมายถึง การรวมกลุ่มของสมาชิกเพื่อประกอบธุรกิจบริการคือสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ได้แก่ บริการนวดแผนไทยและการอบสมุนไพร บริการรักษาโรคด้วยสมุนไพรหรือการนวด บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งในวัฒนธรรมและธรรมชาติ เป็นต้น

ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบ

การวิจัย เรื่อง สัมฤทธิ์ผลของการจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัย นำเสนอการพัฒนารูปแบบ 2 ลักษณะ คือ แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบและการวิจัยและพัฒนารูปแบบ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ

1.1 ความหมายของรูปแบบ

สุวรรณี พันธิวิสาส และชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ (2522 : 6) ได้ให้ความหมายของรูปแบบไว้ว่าคือ รูปย่อที่เลียนแบบความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยจัดระบบความคิดในเรื่องนั้นให้ง่ายขึ้นและเป็นระเบียบ สามารถเข้าใจลักษณะสำคัญของปรากฏการณ์นั้นได้

ราช (Raj. 1996 : 241) ได้ให้ความหมายของคำว่ารูปแบบ (Model) ไว้ 2 ความหมาย ดังนี้

1. รูปแบบ คือ รูปย่อของความจริงของปรากฏการณ์ ซึ่งแสดงด้วยข้อความ จำนวน หรือภาพ โดยการลดทอนเวลา ความพอเหมาะและกาลเทศะ ทำให้เข้าใจความจริงของปรากฏการณ์ได้ดียิ่งขึ้น

2. รูปแบบ คือ ตัวแทนของการใช้แนวความคิดของโปรแกรมที่กำหนดเฉพาะ

สรุปได้ว่า รูปแบบ หมายถึง โครงสร้าง โปรแกรม แบบจำลอง หรือตัวแบบที่จำลองสภาพความเป็นจริง ที่สร้างขึ้นจากการลดทอนเวลาและเทศะ พิจารณาวามีสิ่ง

ใดบ้างที่จะต้องนำมาศึกษาเพื่อใช้แทนแนวความคิดหรือปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่งโดยอธิบายความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ของรูปแบบนั้น ๆ

1.2 ประเภทของรูปแบบ

รูปแบบตามความคิดของ สไตเนอร์ (Steiner. 1988 : 108) แบ่งออกเป็น

2 ประเภท คือ

1. รูปแบบเชิงปฏิบัติ (Ethical Model or Model-of) เป็นการประเมินสถานะชุมชนแบบมีส่วนร่วม รูปแบบประเภทนี้เป็นแบบจำลองทางกายภาพ เช่น แบบจำลองรถยนต์ เครื่องบินภาพจำลอง

2. รูปแบบเชิงทฤษฎี (Theoretical Model or Model-for) เป็นแบบจำลองที่สร้างขึ้นจากกรอบความคิดที่มีทฤษฎีเป็นพื้นฐาน ตัวทฤษฎีเองไม่ใช่รูปแบบหรือแบบจำลองเป็นตัวช่วยให้เกิดรูปแบบที่มีโครงสร้างต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กัน

รูปแบบตามแนวคิดของ คีฟ (Keeves. 1988 : 47) แบ่งออกเป็น

5 ประเภท คือ

1. รูปแบบคล้าย (Analogue Models) คือ เป็นรูปแบบที่มีความสัมพันธ์กับระบบจำลอง มักเป็นรูปแบบที่ใช้ในวิทยาศาสตร์กายภาพ เป็นรูปแบบที่นำไปใช้อุปมากับสิ่งอื่นได้ เช่น รูปแบบจำลองระบบสุริยะกับระบบสุริยะที่เกิดขึ้นจริง

2. รูปแบบที่อธิบายความหมายหรือให้ความหมาย (Semantic Models) คือ เป็นรูปแบบที่ใช้ภาษาในการบรรยายลักษณะของรูปแบบ รูปแบบชนิดนี้จะช่วยใช้วิธีการอุปมาในการพิจารณาด้วยภาษา มากกว่าที่จะใช้วิธีอุปมาในการพิจารณาด้วยโครงสร้างกายภาพ

3. รูปแบบที่มีลักษณะเป็นแผนภูมิ แบบแผนหรือโครงการ (Schematic Models)

4. รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ (Mathematical Models) คือ เป็นรูปแบบที่กำหนดความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในรูปสมการหรือฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์

5. รูปแบบเชิงเหตุผล (Causal Models) คือ เป็นรูปแบบที่มีโครงสร้างเป็นสมการเชิงเส้น ที่ประกอบด้วยตัวแปรสัมพันธ์กันเป็นเหตุและผลมีการทดสอบสมมุติฐานผลของรูปแบบ

1.3 การสร้างรูปแบบ การสร้างรูปแบบ คือ การกำหนดมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบเพื่อชี้ให้เห็นว่า รูปแบบเสนออะไร เสนออย่างไร เพื่อให้ได้อะไร และสิ่งที่ได้นั้นอธิบายปรากฏการณ์อะไร และนำไปสู่ข้อค้นพบอะไรใหม่ ๆ

2. การวิจัยและพัฒนารูปแบบ

บุญชม ศรีสะอาด (2533 : 125) ได้วิจัยรูปแบบการควบคุมวิทยานิพนธ์พบว่า รูปแบบการควบคุมวิทยานิพนธ์มีสองส่วน คือ ส่วนที่เป็นการพัฒนารูปแบบการควบคุมวิทยานิพนธ์ กับส่วนที่เป็นการทดสอบประสิทธิภาพและประสิทธิผลของรูปแบบที่พัฒนา ดังนี้

2.1 รูปแบบการควบคุมวิทยานิพนธ์ ประกอบด้วย

2.1.1 ชั้นเตรียมเค้าโครงละเอียดเพื่อเสนออนุมัติการทำวิทยานิพนธ์

- 1) ทำแผนปฏิบัติงานวิจัย
- 2) ตรวจสอบความถูกต้องของการอ้างอิง
- 3) ทำแผนผังแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความมุ่งหมาย สมมติฐานในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์และงานวิจัยที่ให้ผลสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัย

4) จำลองลักษณะของการเสนอผลการวิจัย

5) ตรวจสอบความพร้อมในการเสนอเค้าโครงวิทยานิพนธ์

2.1.2 ชั้นเขียนรายงานการวิจัย

1) ตรวจสอบความถูกต้องของการอ้างอิง

2) ทำสรุปสาระสำคัญของผลการวิจัย

รูปแบบของการควบคุมวิทยานิพนธ์ แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

1. ชั้นเตรียมเค้าโครงละเอียดเพื่อเสนออนุมัติการทำวิทยานิพนธ์ และชั้นเขียนรายงานการวิจัย ชั้นแรก คือ ชั้นเตรียมเค้าโครงละเอียดเพื่อเสนออนุมัติการทำวิทยานิพนธ์นั้น นิสิตนักศึกษาต้องทำกิจกรรม 5 กิจกรรม กิจกรรมแรกคือ การทำแผนปฏิบัติงานวิจัย กิจกรรมที่สองการตรวจสอบความถูกต้องของการอ้างอิง กิจกรรมที่ 3 การทำแผนผังแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความมุ่งหมาย สมมติฐานในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ และงานวิจัยที่ให้ผลสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับสมมติฐานนี้ กิจกรรมที่ 4 การจำลองลักษณะของการเสนอผลการวิจัย กิจกรรมที่ 5 การตรวจสอบความพร้อมในการเสนอเค้าโครงวิทยานิพนธ์ ชั้นที่ 1 และชั้นที่ 5 เป็นชั้นที่ตายตัว ส่วนชั้นที่ 2 ชั้นที่ 3 และชั้นที่ 4 อาจดำเนินการตามลำดับที่กำหนดไว้หรือจะสลับลำดับกันก็ได้ เมื่อทำกิจกรรมที่ 5 ของชั้นแรกเสร็จแล้ว นิสิตนักศึกษาจะได้รับอนุญาตจากอาจารย์ที่ปรึกษาให้ควบคุมวิทยานิพนธ์ให้เสนอ (Defense) เค้าโครงวิทยานิพนธ์กับคณะกรรมการได้ เมื่อเสนอผ่านแล้วจะทำการรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ แปลผล และเขียนรายงานการวิจัย

2. ชั้นเขียนรายงานการวิจัย นิสิตนักศึกษาต้องทำกิจกรรมที่ 6 คือ ทำการตรวจสอบความถูกต้องของการอ้างอิงอีกครั้งหนึ่ง โดยใช้แบบฟอร์มและวิธีการเดียวกัน กับกิจกรรมที่ 2 ของชั้นแรก และทำกิจกรรมที่ 7 คือ สรุปสาระสำคัญของผลการวิจัย ซึ่งเป็นส่วนช่วยในการเตรียมสอบปากเปล่าวิทยานิพนธ์

สรุป รูปแบบที่จะนำไปใช้ให้ได้ประโยชน์สูงสุดนั้น รูปแบบต้อง ประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญคือ มีความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง สามารถทำนายผลได้ สามารถขยายความผลทำนายได้กว้างขวางขึ้น และสามารถนำไปสู่แนวคิดใหม่ๆ สำหรับการพัฒนารูปแบบนั้น ผู้วิจัยจะต้องศึกษาแนวคิดทฤษฎีในการสร้างรูปแบบ นำเอาข้อมูล ที่จัดเก็บมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อกำหนดความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของรูปแบบ กำหนดโครงสร้างและข้อเสนอของรูปแบบอย่างชัดเจน เพื่อนำไปสู่ผลสรุปเพื่ออธิบาย ปรัชญาการวิจัยที่มุ่งหวังของการวิจัย มีการทดสอบและปรับปรุงรูปแบบก่อนนำรูปแบบไปใช้งานจริง ประเมินผลหลังจากการนำรูปแบบไปใช้งานจริง

2.2 วิธีการวิจัยโดยใช้รูปแบบ

บุญชม ศรีสะอาด (2549 : 2-7) ได้กล่าวว่า การวิจัยโดยใช้รูปแบบ จำแนกออกได้เป็น 2 ขั้นตอน ขั้นตอนแรกเป็นการสร้างหรือพัฒนารูปแบบ ขั้นที่สอง เป็นการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของรูปแบบ

2.2.1 การสร้างหรือพัฒนารูปแบบ ผู้วิจัยจะสร้างหรือพัฒนารูปแบบ ขึ้นมาก่อน เป็นรูปแบบตามสมมติฐาน โดยการศึกษาค้นคว้าทฤษฎี แนวความคิด รูปแบบ (ที่มี ผู้พัฒนาไว้แล้วในเรื่องเดียวกันหรือเรื่องอื่น และผลการศึกษาหรือวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยให้ สามารถกำหนดองค์ประกอบหรือตัวแปรต่างๆ ภายในรูปแบบ รวมทั้งลักษณะความสัมพันธ์ ระหว่างองค์ประกอบ หรือตัวแปรเหล่านั้นหรือลำดับก่อนหลังของแต่ละองค์ประกอบในรูปแบบ ในการพัฒนารูปแบบนั้น จะต้องใช้หลักของเหตุผลเป็นรากฐานสำคัญ และการศึกษาค้นคว้ามาก จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบอย่างยิ่ง ผู้วิจัยอาจคิดโครงสร้างของรูปแบบขึ้นมาก่อน แล้วปรับปรุง โดยอาศัยข้อเสนอเทศจากการศึกษาค้นคว้าทฤษฎี แนวความคิด รูปแบบ หรือ ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง หรือทำการศึกษารายละเอียดหรือตัวแปรแต่ละตัว แล้วคัดเลือก องค์ประกอบย่อยหรือตัวแปรที่สำคัญ ประกอบกันขึ้นเป็นโครงสร้างของรูปแบบก็ได้

2.2.2 การทดสอบความเที่ยงตรงของรูปแบบ หลังจากที่ได้พัฒนา รูปแบบในขั้นแรกแล้ว จำเป็นที่จะต้องทดสอบความเที่ยงตรงของรูปแบบ ดังกล่าว เพราะรูปแบบ ที่พัฒนาขึ้นนั้นถึงแม้ว่าจะพัฒนาโดยมีรากฐานจากทฤษฎีแนวความคิดรูปแบบของผู้อื่น และ ผลการวิจัยที่ผ่านมาก แต่ก็ยังเป็นเพียงรูปแบบตามสมมติฐาน ซึ่งจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลใน

สถานการณ์จริง หรือทำการทดลองนำไปใช้ในสถานการณ์จริง เพื่อทดสอบดูว่ามีความเหมาะสมหรือไม่เป็นรูปแบบที่มีประสิทธิภาพตามที่มุ่งหวังหรือไม่ (ในขั้นนี้บางครั้งจึงใช้คำว่า การทดสอบประสิทธิภาพของรูปแบบ)

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในสถานการณ์จริง หรือทดลองใช้รูปแบบที่พัฒนาในสถานการณ์จริงจะช่วยให้ทราบอิทธิพลหรือความสำคัญขององค์ประกอบย่อยหรือตัวแปรต่าง ๆ ในรูปแบบและอิทธิพลหรือความสำคัญของกลุ่มองค์ประกอบหรือกลุ่มตัวแปรในรูปแบบผู้วิจัยอาจปรับปรุงแบบใหม่โดยตัดองค์ประกอบหรือตัวแปรที่พบว่ามีอิทธิพลหรือมีความสำคัญน้อยออกจากรูปแบบของตน ซึ่งจะทำได้รูปแบบที่เหมาะสมยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยได้สรุปตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการจัดการการเงิน

ผู้ดำเนินธุรกิจต้องมีข้อมูลที่สำคัญถูกต้องและแม่นยำ เพื่อใช้ในการตัดสินใจที่ต้องอาศัยข้อมูลด้านการเงินเกิดจากระบบการบัญชีของกิจการระบบการบัญชีซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐาน อันแสดงถึงความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อมเป็นจำนวนมากจะพบปัญหา ด้านการเงินและมีการบันทึกทางการบัญชีไม่เพียงพอทำให้ผู้บริหารและเจ้าของธุรกิจมีข้อมูล ด้านการเงินน้อย ซึ่งเป็นอันตรายต่อการตัดสินใจ (สมชาย หิรัญกิตติ, 2544 : 98) และชนะใจ เดชวิทย์พร (2542 : 57) การบริหารการเงินอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้มูลค่าของธุรกิจสูงขึ้น

1.1 ความสำคัญด้านการเงิน

การเงิน (Finance) มีขอบเขตที่มีความเกี่ยวข้องกันหลัก ๆ อยู่ 3 ด้านที่สำคัญ คือ ด้านการตลาดเงินหรือตลาดทุน (Money and Capital Markets) ด้านการลงทุน (Investments) และด้านการจัดการทางการเงิน (Financial Management) หรืออาจเรียกรวมอีกอย่างหนึ่งได้ว่า การเงินธุรกิจ (Business Finance) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.1.1 ตลาดเงินและตลาดทุน จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับสถาบันการเงิน ซึ่งมีส่วนสำคัญในการจัดหาเงินทุนในการดำเนินงานให้กับองค์การธุรกิจ รวมถึงหลักทรัพย์หรือตราสารทางการเงิน ต่าง ๆ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ตลาดทางการเงินสามารถแบ่งออกเป็น

ตลาดเงินและตลาดทุน โดยที่ ตลาดเงินจะหมายถึง หลักทรัพย์หรือตราสารทางการเงินที่มีอายุไม่เกิน 1 ปี ส่วนตลาดทุน จะหมายถึง หลักทรัพย์หรือตราสารทางการเงินที่มีอายุมากกว่า 1 ปีขึ้นไป ตลาดทุนสามารถแบ่งออกเป็นตลาดแรก ซึ่งหมายถึง การจำหน่ายหลักทรัพย์ของผู้ที่ออกหลักทรัพย์ให้แก่ผู้ซื้อเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering) ส่วนตลาดรอง จะหมายถึงการจำหน่ายหลักทรัพย์จากผู้ซื้อเป็นครั้งแรก ให้แก่ผู้ซื้อครั้งต่อ ๆ ไป ซึ่งตลาดรองแบ่งออกเป็นตลาดอย่างเป็นทางการ ได้แก่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดอย่างไม่เป็นทางการ

1.1.2 การลงทุน เป็นการตัดสินใจลงทุนโดยคำนึงถึงการใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นการซื้อ การขาย หรือการถือ (Holding) ในสินทรัพย์ (Assets) ทุกประเภทตัวอย่างเช่น ในการดำเนินงานควรซื้อเครื่องจักรใหม่หรือไม่ ควรสร้างคลังสินค้าเพิ่มหรือไม่ หรือจะเก็บเงินสดไว้ธนาคาร หรือนำเงินไปซื้อตราสารพาณิชย์ เป็นต้น

1.1.3 การเงินธุรกิจ จะมีขอบเขตกว้างมากที่สุดของการเงิน โดยจะเกี่ยวข้องกับจัดการทางการเงินภายในขององค์กรธุรกิจ เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับการให้สินเชื่อทางการค้า การบริหารเงินสด การจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ การบริหารโครงสร้างทางการเงิน เป็นต้น

1.2 ความรับผิดชอบของผู้จัดการทางการเงิน

หน้าที่ของผู้จัดการทางการเงินธุรกิจจะมีส่วนในการตัดสินใจร่วมกับฝ่ายต่าง ๆ ขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด การผลิต หรือบริการ บัญชี ฝ่ายบุคคล เป็นต้น ซึ่งขอบเขตความรับผิดชอบของผู้จัดการทางการเงิน เราสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วนที่สำคัญดังนี้

1.2.1 การพยากรณ์และการวางแผน (Forecasting and Planning)

ผู้จัดการ ทางการเงินจะต้องพยากรณ์ถึงความต้องการทางการเงินในอนาคตของธุรกิจ และดำเนินการวางแผนทางการเงินเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรธุรกิจ

1.2.2 การตัดสินใจการลงทุนและการจัดหาเงินทุน (Major Investment and Financing) ผู้จัดการทางการเงินจะต้องตัดสินใจในการจัดหาและจัดสรรเงินทุนเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจ เช่น การตัดสินใจลงทุนในอาคาร เครื่องจักร สินค้าคงเหลือ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีส่วนร่วมในการกำหนดอัตราการเพิ่มของยอดขายในปริมาณที่เหมาะสม การจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนอย่างไรจึงเป็นทางที่ดีที่สุด เพื่อที่จะทำให้เกิดมูลค่าสูงสุดต่อองค์กรธุรกิจ

1.2.3 การให้ความร่วมมือและการควบคุม (Coordination and Control) ผู้จัดการทางการเงินจะต้องเกี่ยวข้องกับผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา โดยที่แต่ละฝ่ายจะให้ความร่วมมือซึ่งกันและกัน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นการเพิ่มยอดขายให้มากที่สุด ซึ่งมีความจำเป็นจะต้องมีการลงทุนในเครื่องจักร เพื่อให้มีกำลังการผลิตมากขึ้น โดยราคาของเครื่องจักรก็จะมีผลต่อต้นทุนทางการเงินของธุรกิจผู้จัดการทางการเงินจึงต้องเสนอข้อมูลเกี่ยวกับข้อจำกัดที่อาจมีอยู่ เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการกำหนดแนวทางในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพอย่างเหมาะสม เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้จัดการทางการเงินจะต้องควบคุมการจัดสรรเงินทุนให้ เป็นไปอย่างเหมาะสมมากที่สุด

1.2.4 การติดต่อตลาดการเงิน (Dealling with the Financial Markets) ความรับผิดชอบที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งของผู้จัดการทางการเงินคือ มีความสามารถในการติดต่อกับตลาดเงินทุนและตลาดทุนทั้งนี้เพื่อที่จะสามารถจัดหาเงินทุนได้ตามความต้องการขององค์การธุรกิจ และสามารถหาแหล่งเงินทุนที่จะทำให้เกิดต้นทุนทางการเงินที่ต่ำ ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในการดำเนินงานขององค์การธุรกิจ

สรุปได้ว่าการเงินเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจของกลุ่มดำเนินการได้ตามเป้าหมาย เพราะเงินเป็นปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจของการดำเนินการของกลุ่ม ดังนั้น ข้อมูลด้านการเงินเกิดจากกระบวนการบัญชีของกิจการซึ่งระบบการบัญชีเป็นปัจจัยพื้นฐานที่แสดงถึงความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจกลุ่มจึงจำเป็นอย่างมากที่ธุรกิจกลุ่มจะต้องมีการวางแผนการบริหารการเงินให้มีประสิทธิภาพและเป็นระบบ

2. ปัจจัยด้านการตลาดเชิงรุก

การจัดการด้านการตลาด นับว่าสำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการในยุคของการแข่งขันกันสูง ดังนั้นการจัดการตลาดจึงเป็นการดำเนินงานกิจกรรมทางด้านธุรกิจทุกชนิด ซึ่งมีแนวความคิดดังนี้

แนวความคิดการตลาด (Marketing Concept) หมายถึง การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหมดของกิจการมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยทำให้เกิดการสร้างสรรค์ การจูงใจ และการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคในระดับที่กิจการมีผลกำไร โดยเน้นที่อนาคตของกิจการ ผู้บริโภค ผลกำไร และการประยุกต์วิธีการบริหาร ในเชิงกลยุทธ์มาใช้กับการขาย การจัดจำหน่าย และหน้าที่ทางการตลาดอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาด ของฟิลลิป คอตเลอร์ (Phillip Kotler. 2000 : 135-137 อ้างถึงใน พรทิพย์ พิมลสินธุ์. 2550 : 107-108) ได้แบ่งแนวความคิดหรือหลักปรัชญาการบริหารการตลาดที่องค์การธุรกิจหรือ

องค์การอื่น ๆ สามารถนำไปปฏิบัติได้มี 5 แนวความคิดด้วยกัน ซึ่งแนวความคิดทั้ง 5 แบบนี้ได้มีวิวัฒนาการมาตามลำดับ ได้แก่

1. แนวความคิดมุ่งการผลิต (Production Concept) เป็นแนวความคิดที่ถือเป็นที่ปรึกษาเก่าแก่ที่สุดของผู้ขายเกิดขึ้นในช่วงที่มีการขาดแคลนสินค้าและบริการ ผู้ผลิตจึงมุ่งเน้นที่การผลิตเป็นสำคัญ (Production Orientation) โดยยึดหลักปรัชญาที่ว่า “ผู้บริโภคจะพอใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายแพร่หลายและราคาต่ำ ดังนั้นผู้จัดการในองค์การที่เน้นการผลิต จึงต้องมุ่งเน้นประสิทธิภาพด้านการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตสูงสุด และจัดวางจำหน่ายครอบคลุมขอบเขตอย่างกว้างขวาง”

2. แนวความคิดมุ่งตัวผลิตภัณฑ์ (Product Concept) แนวความคิดนี้มุ่งที่ตัวผลิตภัณฑ์ เป็นแนวความคิดของผู้ขายอีกแนวความคิดหนึ่ง โดยยึดตามหลักปรัชญาที่ว่า “ผู้บริโภคพอใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีประโยชน์มากที่สุด ดังนั้น ผู้จัดการในองค์การ ที่เน้นตัวผลิตภัณฑ์ จึงควรทุ่มเทความพยายามทั้งหมด เพื่อทำการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น และควรกระทำอย่างต่อเนื่อง

3. แนวความคิดมุ่งการขาย (Selling Concept or Sales Concept) เป็นแนวความคิดที่มีผู้ผลิตจำนวนมากไม่น้อยนำไปใช้ในการดำเนินงานการตลาดตามแนวความคิดนี้ยึดถือหลักปรัชญาที่ว่า “ผู้บริโภคปกติจะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทในปริมาณที่มากพอ ดังนั้นบริษัทจึงต้องใช้ความพยายามทุ่มเทด้านการขายและการส่งเสริมการขายอย่างเต็มที่”

4. แนวความคิดมุ่งการตลาด (Marketing Concept) เป็นปรัชญาทางธุรกิจ (Business Philosophy) ซึ่งเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1957 โดย นาย John B. Mckitterick ประธานบริษัทของ General Electric) โดยในตอนนั้นได้กล่าวรายงานต่อที่ประชุมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (AMA) อย่างเป็นทางการว่า “แนวความคิดมุ่งการตลาด เป็นปรัชญาทางธุรกิจซึ่งมุ่งเน้นที่ลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญประสานกิจกรรมทุกชนิดเข้าด้วยกันและมุ่งเน้นผลกำไร” ซึ่งต่อมาภายหลังจากนั้นบริษัทต่าง ๆ ได้นำแนวความคิดนี้ไปใช้กันอย่างกว้างขวาง จนถึงปัจจุบัน”

5. แนวความคิดการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (Societal Marketing Concept) เป็นแนวความคิดใหม่ ตามแนวความคิดนี้ยึดถือหลักปรัชญาที่ว่า งานในหน้าที่ขององค์การนั้นคือจะต้องพิจารณากำหนดความจำเป็น ความต้องการและผลประโยชน์ของตลาดเป้าหมายทุกกลุ่มให้ได้แล้วส่งมอบสิ่งที่ทำให้เขาได้รับความพอใจตามที่เขาปรารถนานั้นอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพเหนือคู่แข่ง โดยจะต้องคำนึงถึงการรักษาหรือส่งเสริมสวัสดิภาพของสังคมและผู้บริโภคด้วย

ตลาด (Market) ในความหมายโดยทั่วไป หมายถึง สถานที่พบปะของผู้ซื้อและผู้ขาย ในความหมายทางการตลาด ตลาด หมายถึง บุคคลหรือองค์การที่มีความต้องการ มีความจำเป็นและมีอำนาจการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการ

2.1 ความหมายของการตลาด

การตลาด (Marketing) หมายถึง การดำเนินการเพื่อสนองความต้องการ (Needs) และความจำเป็น (Wants) โดยอาศัยกระบวนการแลกเปลี่ยน ซึ่งประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

2.1.1 สิ่งนำเสนอ (Offering) เพื่อการแลกเปลี่ยน

2.1.2 การคาดหวังความต้องการของผู้บริโภค (Anticipation of Demand)

2.1.3 การจัดการเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค (Management of Demand)

2.1.4 การทำให้ความต้องการของผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจ (Satisfaction of Demand)

คณะกรรมการสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทยสหรัฐอเมริกา (The American marketing Association : AMA) ได้ให้ความหมายของการตลาดว่า หมายถึง การทำกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้า หรือบริการผ่านจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือผู้ใช้เพื่อการอุตสาหกรรมซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ (Quoted in Berkowitz. 1992 : 10)

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Phillip Kotler. 2000 : 221) ได้ให้ความหมายของการตลาดว่า หมายถึง กิจกรรมของมนุษย์ที่ดำเนินไปเพื่อให้มีการตอบสนองความต้องการต่าง ๆ และสร้างความพึงพอใจโดยอาศัยกระบวนการแลกเปลี่ยนหรือการตลาด หมายถึง การหาและการสนองความต้องการของมนุษย์ของสังคม หรือการตลาด หมายถึง การตอบสนองความต้องการที่เป็นประโยชน์

วิชัย โกสุวรรณจินดา (2546 : 159) ได้ให้ความหมายของการตลาดว่าเป็น กระบวนการของกิจกรรมอันทำให้สินค้าและบริการจากระบบผลตอบแทนที่ธุรกิจพอใจ

เพ็ชร ฐปะวิเชตร์ (2549 : 151) ได้ให้ความหมายของการจัดการตลาดว่า หมายถึง กิจกรรมทุก ๆ อย่างที่กระตุ้นส่งเสริมให้สินค้าหรือบริการนั้นสามารถจูงใจให้ลูกค้า หรือผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือใช้บริการได้อย่างเหมาะสมและทำให้เกิดการตัดสินใจซื้ออย่างสม่ำเสมอหรือต่อเนื่อง

สรุปได้ว่าการจัดการการตลาดนับว่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เป็นอย่างมากโดยเฉพาะในยุคของการแข่งขันกันสูง ดังนั้น การจัดการด้านการตลาด จัดเป็นการดำเนินกิจกรรมทางด้านธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคเพื่อให้ธุรกิจของกลุ่มนั้นมีผลกำไรตามวัตถุประสงค์

2.2 ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมมาใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (สุดาควง เรืองรุจิระ. 2540 : 29-32) กล่าวเป็นส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย

2.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมจะทำธุรกิจได้กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้ามีตัวตน บริการ ความคิด (Idea) ที่จะตอบสนองความต้องการได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น นักการตลาดจะศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปของผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ (Total Product) ซึ่งหมายถึงตัวสินค้า บวกกับความพึงพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการซื้อสินค้านั้น ผู้บริหารการตลาดจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นถึง การสร้างความพอใจแก่ผู้บริโภคและสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

2.2.2 การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมา นั้น ถึงแม้จะมีคุณภาพเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจัดหาได้เมื่อเกิดความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องพิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไร และโดยใครที่จะเสนอขายสินค้า การจัดจำหน่าย ซึ่งแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ

1) ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution)

เน้นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจัดจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่าง ๆ เช่น พ่อค้าส่ง (Wholesalers) พ่อค้าปลีก (Retailers) และตัวแทนคนกลาง (Agent Middleman) ที่มีต่อตลาด

2) การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical Distribution) การกระจาย

สินค้าเข้าสู่ตัวผู้บริโภค การเลือกใช้วิธีการขนส่ง (Transportation) ที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายตัวสินค้า สื่อการขนส่ง ได้แก่ การขนส่งทางอากาศ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือและทางท่อ ผู้บริหารการตลาดต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้สื่ออย่างไรจึงจะดีที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำและ

สินค้าไปถึงลูกค้าทันเวลา ขั้นตอนที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการแจกจ่ายตัวสินค้า คือ ขั้นตอนการจัดเก็บสินค้า (Storage) เพื่อการจัดจำหน่ายให้ทันเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ

2.2.3 การกำหนดราคา (Price) เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมา รวมทั้งหาช่องทางการจัดจำหน่ายและวิธีการแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการต่อไปก็คือ การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขาย ก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้าธุรกิจต้องมีเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนครองตลาด (market shared) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาดเป้าหมายและสู้กับคู่แข่งชั้นในตลาด

2.2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาด เป็นวิธีการ ที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาด พยายามชักชวนลูกค้าให้ซื้อและ เพื่อเตือนความทรงจำกับตัวผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญที่จะใช้อยู่ 4 ชนิดด้วยกัน ที่เรียกว่าส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ได้แก่

1) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face) พนักงานขายต้องเข้าพบปะผู้ซื้อโดยตรงเพื่อเสนอขายสินค้า การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุดแต่เสียค่าใช้จ่ายสูง

2) การโฆษณา (Advertising) หมายถึง รูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อการส่งเสริมการตลาด โดยมีได้อาศัยตัวบุคคลในการนำเสนอหรือช่วยในการขายแต่เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อโฆษณาเหล่านี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่ เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องกระจายตลาดกว้าง

3) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) หมายถึง กิจกรรมที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขายและการโฆษณาในการขายสินค้า การส่งเสริมการขายเป็นการกระตุ้นผู้บริโภค ให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า การส่งเสริมการขายอาจทำในรูปของการแสดงสินค้า การแจกของตัวอย่าง แจกคู่มือ ของแถม การใช้แถมปีเพื่อแลกสินค้า การชิงโชคแจกรางวัลต่าง ๆ ฯลฯ

4) การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) ในปัจจุบันธุรกิจมักสนใจภาพพจน์ของกิจการ ธุรกิจได้ใช้เงินจำนวนมากเพื่อสร้างชื่อเสียง และภาพพจน์ของกิจการ ปัจจุบันองค์การธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นที่การแสวงหากำไรเพียงอย่างเดียว

ต้องเน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคมด้วย เพราะความอยู่รอดขององค์การธุรกิจจะขึ้นอยู่กับ การยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในสังคม ถ้าหากกลุ่มผู้บริโภคต่อต้านหรือมีความคิดว่างค์กรธุรกิจแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนมากจนไม่คำนึงถึงสังคมหรือผู้บริโภค กลุ่มผู้บริโภคอาจไม่ซื้อสินค้าและบริการของผู้ผลิต ย่อมเป็นสาเหตุที่จะจำกัดการเจริญเติบโตของธุรกิจได้

จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ทำให้ผู้วิจัยค้นพบแนวคิดว่าการดำเนินกิจการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องทราบถึงปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคและต้องจัดส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ให้เหมาะสม เพื่อกระตุ้นความต้องการในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคจึงทำให้ผู้วิจัยได้ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้แก่วิธีการส่งเสริมการตลาด เอกลักษณะของผลิตภัณฑ์และราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด

3. ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการควบคุมการผลิต

การจัดการการผลิตและดำเนินงานเป็นการศึกษา วิเคราะห์ กำหนดแนวทางปฏิบัติและควบคุมกระบวนการแปรรูปปัจจัยนำเข้า (Inputs) ให้เป็นผลลัพธ์ (Outputs) ในรูปแบบของสินค้าหรือบริการอย่างเป็นระบบมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์การ (ณัฐพันธ์ เขวรนันท. 2542 : 43) ซึ่งสอดคล้องกับ สมคิด บางโม (2545 : 12-13) ได้ให้ความหมายการผลิตในด้านอุตสาหกรรม (Production) หมายถึง การแปรสภาพวัตถุดิบหรือทรัพยากรต่าง ๆ ให้เป็นสิ่งที่สามารถใช้อุปโภค บริโภคได้ เช่น อาหาร ยารักษาโรค เครื่องใช้ต่าง ๆ เครื่องแต่งกาย เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยการผลิต (Factor of Production) 4 ส่วนที่สำคัญ คือ

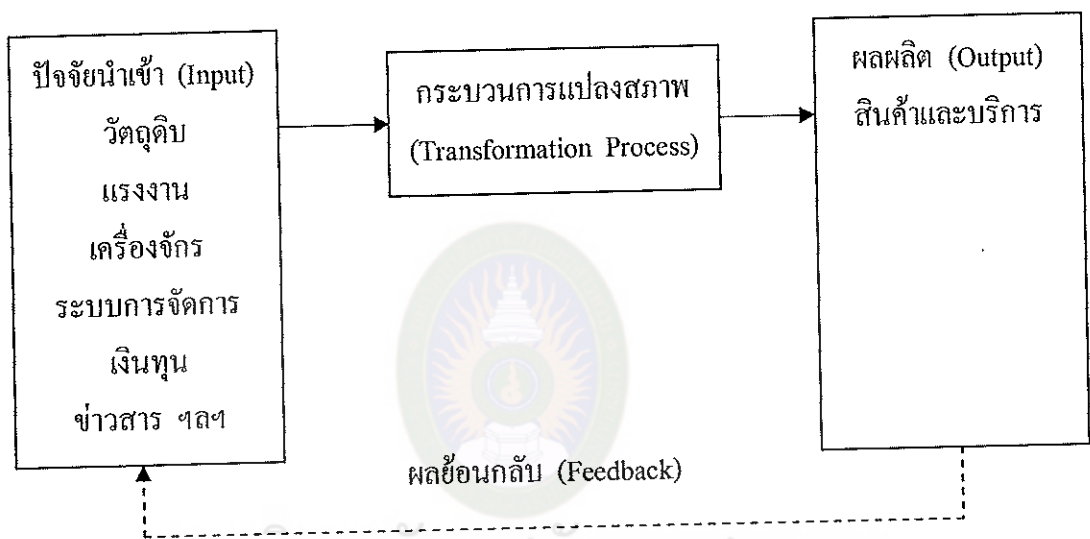
1. ที่ดิน ได้แก่ ที่ดินอันเป็นที่ตั้งโรงงาน รวมถึงทรัพยากรและวัตถุดิบต่าง ๆ
2. แรงงาน หมายถึง การทำงานซึ่งรวมทั้งแรงงานใช้ฝีมือและแรงงานมีฝีมือ
3. เงินทุน หมายถึง เงินในการลงทุนทำธุรกิจ มูลค่าของที่ดิน อาคาร เครื่องจักรและเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ด้วย
4. ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ริเริ่มหรือดำเนินการก่อตั้งธุรกิจและดำเนินการธุรกิจ

การผลิต (Production/Operations) เป็นการสร้างสินค้าและบริการโดยใช้ปัจจัยการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยที่ผลผลิตที่ได้จากกระบวนการผลิตต้องมี

อรรถประโยชน์ในด้านหน้าที่ใช้สอยที่เกิดประโยชน์ มีรูปร่างลักษณะที่สวยงาม ผลิตในปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการ ได้ผลผลิตทันเวลาและอยู่ ณ สถานที่ที่ถูกต้อง

3.1 การบริหารการผลิต

การบริหารการผลิต (Production/Operations Management) เป็นการบริหารกระบวนการแปรสภาพปัจจัยนำเข้าให้กลายเป็นผลผลิตที่มีมูลค่ามากกว่าผลรวมของปัจจัยนำเข้า โดยใช้ระบบการบริหารการผลิต ดังแผนภาพที่ 1



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY
แผนภาพที่ 1 ระบบการผลิต
ที่มา : พิภพ ผลิตาภรณ์ (2542 : 134)

จากแผนภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่าระบบการบริหารการผลิตมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

3.1.1 ปัจจัยนำเข้า (Input) คือทรัพยากรขององค์กรที่ใช้ผลิตทั้งที่เป็นสินทรัพย์ที่มีตัวตน เช่น วัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ และสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน เช่น แรงงาน ระบบการจัดการ ข้าราชการ ทรัพยากรที่ใช้จะต้องมีคุณสมบัติและประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม และมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ เพื่อให้สินค้าสำเร็จรูปสามารถแข่งขันทางด้านราคาได้ในท้องตลาด

3.1.2 กระบวนการแปลงสภาพ (Conversion Process) เป็นขั้นตอนที่ทำให้ปัจจัยนำเข้าที่ผ่านเข้ามามีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ได้แก่

- 1) รูปลักษณ์ (Physical) โดยผ่านกระบวนการผลิตในโรงงาน
- 2) สถานที่ (Vocational) โดยการขนส่ง การเก็บเข้าคลังสินค้า

- 3) การแลกเปลี่ยน (Exchange) โดยการค้าปลีก การค้าส่ง
- 4) การให้ข้อมูล (Informational) โดยการติดต่อสื่อสาร
- 5) จิตวิทยา (Psychological) โดยการนันทนาการ ฯลฯ

3.1.3 ผลผลิต (Output) เป็นผลได้จากกระบวนการผลิตที่มีมูลค่า สูงกว่าปัจจัยนำเข้าที่รวมกันอันเนื่องมาจากที่ได้ผ่านกระบวนการแปลงสภาพ ผลผลิตจะแบ่ง ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ สินค้า (Goods) และบริการ (Service) โดยทั้งสินค้าและบริการ มีลักษณะที่สำคัญดังนี้

สินค้าจะมีตัวตนสัมผัสได้และคงทน สามารถเก็บรักษาไว้ได้ การตลาดสามารถกว้างได้ถึงระดับชาติ ใช้เครื่องจักรอุปกรณ์อำนวยความสะดวกขนาดใหญ่ ใช้ทุนมาก และสามารถวัดคุณภาพได้ง่าย

ส่วนบริการจะไม่มีตัวตนสัมผัสจับต้องไม่ได้และไม่คงทน การตลาด มักอยู่ในเฉพาะท้องถิ่นส่วนใหญ่จะใช้เครื่องจักรขนาดเล็กในบางขั้นตอนเป็นธุรกิจที่ใช้แรงงาน และสามารถวัดคุณภาพได้ยาก

3.2 การบริหารคุณภาพ

ในการบริหารคุณภาพการผลิตให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่พึงพอใจของ ลูกค้า เรื่องของคุณภาพผลิตภัณฑ์ย่อมเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องคำนึงถึง เพราะคุณภาพมีความ เกี่ยวข้องกับต้นทุนการผลิต หน้าที่การใช้งาน ตลอดจนรูปร่างลักษณะของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีผลต่อ ธุรกิจและลูกค้าในขณะเดียวกัน และในปัจจุบันการบริหารคุณภาพเป็นกิจกรรมที่ทุกคนใน องค์กรธุรกิจ มีส่วนร่วมเพื่อให้ได้คุณภาพของการดำเนินงานในรูปของสินค้าและบริการ ตลอดจนภาพพจน์และความรู้สึกประทับใจที่ลูกค้าต้องการ ดังนั้น การบริหารคุณภาพจึงจัดได้ว่า เป็นหัวใจหลักของ การบริหารการผลิต และการบริหารธุรกิจขององค์กร ซึ่งการบริหารคุณภาพ จะมีความหมายและความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ต้องมีลักษณะดังนี้

3.2.1 การปฏิบัติงานได้ (Performance) ผลิตภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้ ตามหน้าที่ที่กำหนดไว้

3.2.2 ความสวยงาม (Aesthetics) ผลิตภัณฑ์ต้องมีรูปร่าง ผิวสัมผัส กลิ่น รสชาติและสีที่ดึงดูดใจลูกค้า

3.2.3 คุณสมบัติพิเศษ (Special Features) ผลิตภัณฑ์ควรมีลักษณะพิเศษ ที่โดดเด่นแตกต่างจากผู้อื่น

3.2.4 ความสอดคล้อง (Conformance) ผลิตภัณฑ์ควรใช้งานได้ตามที่ ลูกค้าคาดหวังไว้

งานน้อยที่สุด

3.2.5 ความปลอดภัย (Safety) ผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงอันตรายในการใช้

สม่ำเสมอ

3.2.6 ความเชื่อถือได้ (Reliability) ผลิตภัณฑ์ควรใช้งานได้อย่าง

ในระดับหนึ่ง

3.2.7 ความคงทน (Durability) ผลิตภัณฑ์ควรมีอายุการใช้งาน

ประทับใจ และมีภาพพจน์ที่ดีในสายตาของลูกค้า

3.2.8 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Quality) ผลิตภัณฑ์ควรสร้างความ

การบริการหลังการขาย (Service After Sale) ธุรกิจควรมี

การบริการหลังการขายอย่างต่อเนื่องทำให้สินค้ามีความสามารถคงทนคุณสมบัติหรือหน้าที่

การทำงานที่สมบูรณ์ต่อไปได้ รวมทั้งบริการในการรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้า

สรุปได้ว่าการผลิตเป็นการสร้างสรรค์สินค้าและบริการเพื่อตอบสนอง

ความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีความต้องการอย่างไม่สิ้นสุดเนื่องจากทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดนั้นได้

เข้ามาเป็นตัวกำหนดบทบาทในกระบวนการผลิตเป็นอย่างมาก จึงทำให้เกิดการบริหาร

การผลิต เพื่อช่วยให้ผลผลิตที่ออกมามีคุณภาพและตรงตามความต้องการของลูกค้าและยังเป็นการ

ช่วยให้กลุ่มนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการผลิต

มีการแปรรูปแบบปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ ผ่านกระบวนการที่ทำให้ผลผลิตที่ได้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

ดังนั้นการผลิตจึงเป็นหนึ่งในหน้าที่หลักของการบริหารธุรกิจกลุ่มที่มีผลโดยตรง

ต่อความอยู่รอดของกลุ่มและมีความสัมพันธ์เกี่ยวกับฝ่ายต่าง ๆ ได้แก่ การตลาด การเงิน การ

ผลิตภายในองค์กรธุรกิจกลุ่ม ซึ่งเริ่มจากการตลาดมีหน้าที่ค้นหาและเสนอสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

และฝ่ายการเงินมีหน้าที่จัดสรรเงินทุนทรัพยากรมาให้ฝ่ายการผลิตใช้เพื่อสร้างสิ่งที่ลูกค้า

ต้องการให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น ซึ่งการดำเนินงานของฝ่ายการตลาด การเงิน และการผลิต ต้องมี

ประสิทธิภาพพร้อมทั้งต้องประสานงาน กันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินงานของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนบรรลุเป้าหมายสูงสุด

4. ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการจัดการทรัพยากรบุคคล

ในองค์การธุรกิจได้ให้ความสำคัญกับความบริหารบุคคลเพราะถือว่า “คน”

เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุด อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การธุรกิจได้

ดังนั้น บริษัทใหญ่ ๆ ทั้งหลายจึงมีตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบุคคล มีอำนาจหน้าที่และ

ความรับผิดชอบในการบริหารงานบุคคลแก่บริษัทสำหรับองค์การธุรกิจหรือบริษัทขนาดเล็ก

จะกำหนดงานบริหารบุคคลอยู่ในงานหนึ่งของผู้บริหารด้วย

4.1 ความหมายของการบริหารงานบุคคล

การบริหารบุคคล มาจากภาษาอังกฤษที่ว่า Personnel Administrator หรือ "Personal Management" ซึ่งมีนักวิชาการให้คำจำกัดความหมายของการบริหารบุคคลไว้ ดังนี้

เฟลิกซ์ เอ ไนท์ (Felix A. Night : 1995 : 285) ได้ให้ความเห็นว่า "การบริหารงานบุคคลเป็นศิลปะของการเลือกสรรคนใหม่และใช้คนเก่าในลักษณะที่จะให้ได้ ผลงานและบริการ จากการปฏิบัติงานของคนเหล่านั้นมากที่สุด ทั้งในปริมาณและคุณภาพ"

สมพงษ์ เกษมสิน (2546 : 99) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารงานบุคคลนั้นเป็นการจัดงานเกี่ยวกับบุคคลนับตั้งแต่การสรรหาบุคคลเข้าปฏิบัติงานการดูแลรักษา จนกระทั่งพ้นไปจากการปฏิบัติงาน

ความสำคัญของบุคคลในองค์กรนั้นถือได้ว่าเป็นส่วนที่มีความสำคัญ เป็นอย่างมาก โดย เรนซิส ลีเคิร์ต (Rensis Likert) ได้กล่าวถึงความสำคัญของบุคคล ในองค์กรว่า "กิจกรรมทั้งปวงของธุรกิจใด ๆ ก็ตามต่างก็ถูกริเริ่มและพิจารณาโดยบุคคลต่าง ๆ ที่เป็นผู้สร้างองค์กรนั้นขึ้นมาสำหรับปัจจัยอย่างอื่น เช่น ตัวโรงงาน สำนักงาน เครื่องจักร สมอกล เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย และสิ่งอื่นใดอีกก็ตามที่ธุรกิจสมัยใหม่มีอยู่นั้น จะไม่มี ส่วนสำคัญ ในการช่วยเร่งผลผลิตได้เท่ากับความพยายาม และการกำกับที่ปรากฏออกมาจาก บุคคล มนุษย์จะเป็นผู้ออกแบบหรือออกคำสั่งให้แก่เครื่องจักรเครื่องมือ กำหนดจุดที่ต้องใช้ เครื่องจักรสมอกล นำเอาเทคนิคการผลิตใหม่ ๆ มาใช้ หรือไม่ก็ทำการจัดหาทุนและกำหนด วิธีการเงินและระเบียบ การบัญชีที่จะใช้ ทุกกรณีของกิจกรรมขององค์กรล้วนแต่ต้องขึ้นอยู่กับ ความสามารถของแรงจูงใจ และความมีประสิทธิภาพขององค์กรในส่วนที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ (human organization) เป็นสำคัญ

ในการจัดตั้งองค์กรธุรกิจประเภทใด ๆ ก็ตาม จะต้องศึกษาและเตรียม งานเกี่ยวกับงานบริหารบุคคลไว้ดังนี้ (วุฒิชัย จานง. 2514 : 159)

1. กำหนดแบบของงาน (Job Design) เป็นการกำหนดจำนวนงาน ทุกอย่างที่จะต้องปฏิบัติในองค์กรธุรกิจ ว่ามีงานอะไรบ้างและจัดเป็นกลุ่มไว้
2. วิเคราะห์งาน (Job Analysis) เป็นการวิเคราะห์งานของแต่ละ หน่วยงานว่า ยากง่ายอย่างไร หนักเบาอย่างไร และเกี่ยวข้องกับใครบ้าง

3. อธิบายลักษณะงาน (Job Description) เป็นการกำหนดรายละเอียดของตำแหน่งงาน เช่น ชื่อตำแหน่งงาน คุณสมบัติของผู้ดำรงตำแหน่งลักษณะงานที่จะต้องปฏิบัติ และอัตราเงินเดือน เป็นต้น

4. มาตรฐานการปฏิบัติ (Performance Standard) เป็นการกำหนดมาตรฐาน การปฏิบัติงานแต่ละตำแหน่งไว้ เพื่อประโยชน์ในการบริหารงานบุคคลขององค์การธุรกิจ เช่น กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่พิมพ์ดีดว่า “ให้พิมพ์ดีดได้วันละ 15 หน้า” หรือตัวแทนขายประกันจะต้องขายประกันให้ได้เดือนละ 3 ราย เป็นต้น

5. กฎของงาน (Work Rules) เป็นการกำหนดมาตรฐานความประพฤติ และการปฏิบัติงานขั้นต่ำของพนักงานในองค์การธุรกิจ ได้แก่ การกำหนดเวลาเริ่มงาน เวลาเลิกงาน เวลาหยุดพักและการปฏิบัติอย่างอื่นที่ต้องห้ามไว้

4.2 กระบวนการบริหารงานบุคคล

สมยศ นาวิการ (2545 : 262-263) ได้จำแนกกระบวนการบริหารบุคคลออกเป็นหน้าที่ที่สำคัญ 4 ประการ คือ

4.2.1 การจัดหาบุคลากร (Procurement) เป็นการพิจารณาถึงว่า องค์การมีงานอะไร มีหน้าที่อย่างไร ต้องการบุคลากรที่มีคุณสมบัติอย่างไร โดยวิธีการใดในการสรรหา ตลอดจนการบรรจุบุคคลเข้าสู่ตำแหน่งงาน และบรรยายลักษณะงานที่ต้องกระทำให้แก่พนักงานทราบ และเข้าใจเพื่อการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง โดยหลักสำคัญในการจัดหาบุคลากรหรือการหาบุคคล ให้เหมาะสมกับงาน (Put the Right Man in the Right Job)

4.2.2 การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร (Development) การฝึกอบรมเป็นขั้นตอนของความพยายามที่ผู้บริหารต้องการได้พนักงานมีคุณภาพสูงขึ้นเสมอ เพื่อให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงในวิทยาการของโลกและสังคมปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง เพราะการที่พนักงานของกิจการขาดความรู้หรือก้าวไม่ทันกับวิทยาการที่จำเป็นต่อความก้าวหน้าขององค์การ ก็จะทำให้กลายเป็นภาระหนักและเกิดผลเสียหายแก่องค์การในระยะยาวได้ ดังนั้น กิจการยังต้องส่งเสริมให้พนักงานได้พัฒนาความรู้ ความสามารถและให้พนักงานได้มีประสบการณ์เพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถกระทำได้หลายรูปแบบ เช่น การฝึกอบรม การให้ทุนหรือเปิดโอกาสให้สามารถศึกษาต่อ ในระดับสูงขึ้นได้ จัดการประชุมสัมมนาทั้งในรูปแบบของการบรรยาย การสาธิต การเข้าร่วมประชุมอภิปราย การสอนตัวต่อตัว การระดมความคิด การแสดงบทบาทสมมติ หรือการส่งพนักงานไปดูงาน ณ สถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น

4.2.3 การจูงใจ (Motivation) ในบรรดาทรัพยากรบริหารทั้งหมดนั้น ปัจจัยที่นักบริหารและนักวิชาการให้ความสนใจและตระหนักถึงความสำคัญมากที่สุดและเสมอมา ก็คือ

“คน” หรือ “ทรัพยากรมนุษย์” (Human Resource) นั่นเอง นักบริหารที่ดีจะต้องทำความเข้าใจของธรรมชาติของมนุษย์ โดยการศึกษาเกี่ยวกับการจูงใจและพฤติกรรมของบุคคลผู้ร่วมองค์การ และรวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์การด้วย นักบริหารผู้ซึ่งอยู่ในฐานะผู้บังคับบัญชา จะต้องหาวิธีการในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้รับทั้งผลงานและน้ำใจจากผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยความเต็มใจ การตัดสินใจว่าผู้บริหารมีคุณภาพเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับว่าวิธีที่เขาใช้นั้นมีผลจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด การจูงใจ (Motivation) มีลักษณะเป็นนามธรรม กล่าวคือ เป็นวิธีการที่จะ ชักนำพฤติกรรมผู้อื่นให้ประพฤติปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ พฤติกรรมของบุคคล จะเกิดขึ้นได้ ต้องมีแรงจูงใจ (Motive) การจูงใจจึงเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าหรือแรงจูงใจ

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า การจูงใจ หมายถึง ความพยายามที่จะชักจูงให้ผู้อื่นแสดงออก หรือปฏิบัติตามต่อสิ่งจูงใจ สิ่งจูงใจอาจมีได้ทั้งจากภายในและภายนอกตัวบุคคลนั้น ๆ เอง แต่ มูลเหตุจูงใจอันสำคัญของบุคคล คือ ความต้องการ

4.2.4 การธำรงรักษาพนักงาน (Maintenance) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่จะทำให้พนักงานมีความรู้ความสามารถ มีความพึงพอใจและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้กับ องค์การตลอดไปตราบเท่าที่ควรจะเป็น ตลอดจนทำให้เขาเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีและมีความรู้สึกผูกพันภักดีต่อองค์การ กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ที่ผู้บริหารจะต้องทำให้เหมาะสม เช่น การจ่ายค่าตอบแทน ทั้งในรูปของเงินเดือน ค่าจ้างและผลประโยชน์ตอบแทนด้านต่าง ๆ การได้รับบริการและสวัสดิการต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการครองชีพ เช่น สุขภาพและความปลอดภัย ตลอดจน การให้บริการบ้านพัก การประกันชีวิต และอุบัติเหตุ เงินกองทุน เงินช่วยค่าครองชีพ บำเหน็จ บำนาญ เป็นต้น นอกจากนี้องค์การจะต้องคำนึงถึงความรู้สึกทางด้านจิตใจและทางด้านสังคม เช่น การยอมรับนับถือ การยกย่อง การให้ออกาสในการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น การอนุญาตให้มีการร้องเรียนและร้องทุกข์ เป็นต้น

สรุป การบริหารบุคคล ในการจัดการธุรกิจกลุ่มให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้ประกอบการจะต้องยอมรับว่าผู้ปฏิบัติงานร่วมกันกับตนเองนั้นมีความสามารถเป็นผู้ที่มีคุณค่าขององค์กร เพราะความสำเร็จของธุรกิจกลุ่มหรือองค์การขึ้นอยู่กับการจัดหาคนดี มีความรู้ ความสามารถเข้ามาทำงานและธำรงรักษาบุคคลเหล่านี้ให้ยาวนาน ดังนั้นเมื่อองค์กรได้ บุคลากรที่ดีมาแล้ว ผู้ประกอบการ นอกจากจะมีการจูงใจด้วยวิธีที่เหมาะสมแล้วจะต้องมีการพัฒนา การอบรม การสอนงานแก่บุคลากรเพื่อให้สามารถปฏิบัติงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการจ่ายผลตอบแทนที่เหมาะสม ตลอดจนดูแลให้เป็นไปตามกฎหมายบังคับ

5. ปัจจัยด้านภาวะผู้นำของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

5.1 ความหมายของผู้นำ

ผู้นำ (Leader) เป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อความสำเร็จขององค์การ ทั้งนี้เพราะผู้นำมีภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบโดยตรงที่จะต้องวางแผน สั่งการดูแลและควบคุม ใ้บุคลากรขององค์การปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งความหมายของผู้นำมีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

แมคเฟอแลนด์ (McFarland. 1995 : 214-215) ได้ให้ความหมายผู้นำไว้ คือ บุคคลที่มีความสามารถ ในการใช้อิทธิพลให้คนอื่นทำงานในระดับต่าง ๆ ที่ต้องการให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ยุกส์ (Yukl. 1989 : 3-4) ได้ให้ความหมายผู้นำ คือ บุคคลที่มีอิทธิพลสูงสุดในกลุ่มและเป็นผู้ที่ต้องปฏิบัติภาระหน้าที่ของตำแหน่งผู้นำ ที่ได้รับมอบหมายบุคคลอื่นในกลุ่มที่เหลือคือผู้ตาม แม้จะเป็นหัวหน้ากลุ่มย่อยหรือผู้ช่วยให้การปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ ก็ตาม

ร็อบบินส์ (Robbins. 1994 : 495) ให้ความหมายผู้นำ หมายถึง ผู้ที่สามารถใช้อิทธิพลเหนือผู้อื่น และมีอำนาจในการบริหารจัดการ

เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2538 : 98) ได้ให้ความหมายของผู้นำไว้ คือ บุคคลที่มีบทบาทหรืออิทธิพลต่อผู้อื่นในองค์กรหรือในหน่วยงาน ไม่ว่าจะ เป็นความคิดหรือพฤติกรรม การทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ กวี วงศ์พุด (2535 : 14-15) ให้ความหมายผู้นำไว้ว่า คือ บุคคล ซึ่งสามารถนำกลุ่มไปในทางที่ต้องการเป็นบุคคลที่มีส่วนร่วม และเกี่ยวข้องโดยตรงต่อการแสดงบทบาทหรือพฤติกรรมความเป็นผู้นำ

พะยอม วงศ์สารศรี (2541 : 238) ได้ให้ความหมายของผู้นำไว้ว่า ผู้นำ เป็นบุคคลที่หน้าที่บังคับบัญชาสั่งการรวบรวมความต้องการและประสมความคิดของสมาชิกเข้าด้วยกัน ผู้นำมีส่วนช่วยให้องค์การกำหนดจุดมุ่งหมายในการทำงานและดำเนินการจนบรรลุจุดมุ่งหมายนั้น ซึ่งสอดคล้องกับ เสนาะ ดิยาวี (2543 : 5) ให้ความหมายของผู้นำไว้ว่า ความ เป็นผู้นำเป็นเรื่องเกี่ยวกับการใช้อำนาจ หรืออิทธิพลกำหนดพฤติกรรมและความรู้สึกของคนอื่น ไม่ว่าจะเป็นอิทธิพลที่มีต่อบุคคลแต่ละคน หรือต่อกลุ่มความพยายามที่จะมีอิทธิพลต่อคนอื่นนั้น มักจะเป็นอิทธิพลที่มีผลต่ออารมณ์ของคนเหล่านั้น เช่น ทำให้คนมีความรู้สึก กระตือรือร้นที่จะทำงานหนึ่ง ซึ่งแต่ก่อนไม่ยอมที่จะทำงานนั้น หรือเห็นว่างงานนั้นน่าเบื่อหน่าย

ธงชัย สันติวงษ์ (2543 : 410) กล่าวว่าผู้นำ คือ ผู้ที่มีภาระหน้าที่ที่จะก่อให้เกิดความร่วมมือ (Cooperation) อย่างดีระหว่างสมาชิกฝ่ายต่าง ๆ ขององค์การ

โดยผู้นำจะต้องสามารถรวบรวมพลัง และใช้ประโยชน์ของบุคลากรในองค์กรเพื่อผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ ธรรมรส โชติคุณุช อ่างถึงใน (กวี วงศ์พุด. 2542 : 16) ได้ให้ความหมายผู้นำไว้ว่า หมายถึงบุคคลซึ่งถูกแต่งตั้งขึ้นมาหรือยกย่องขึ้นมาให้เป็นผู้ที่มีความสามารถในการปกครองบังคับบัญชาและอาจชักพาผู้ใต้บังคับบัญชา หรือหมู่ชนในทางที่ดี หรือชั่วก็ได้ เราเรียกผู้นำตามคุณลักษณะนี้ว่า “ผู้นำพลวัต” (Dynamic Leader) ซึ่งอาจเป็นผู้นำเชิงบวก (Positive Leader) หรือผู้นำนิเสธ (Negative Leader) ก็ได้ ถ้าหากเป็นผู้ชักชวนไปในทางที่ไม่ถูกต้องและปฏิบัติการอันเป็นปรปักษ์ต่อระเบียบของสังคม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2544 : 285) ได้กล่าวว่า ความเป็นผู้นำ หมายถึง ความสามารถที่มีอิทธิพลเหนือผู้อื่นในด้านการกระทำตามที่ผู้นำต้องการให้เขาทำ หรือ หมายถึง เนื้อหาของทฤษฎีการจัดการที่แสดงความสามารถของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมของผู้ตามในการกำหนดการดำเนินงานขององค์กร ทฤษฎีการจัดการนี้จะเน้นว่าผู้นำมีอิทธิพลต่อการสั่งการแก่ผู้ตาม ซึ่งสอดคล้องกับ อุดม ทุมโฆสิต (2544 : 230)

ให้ความหมายผู้นำไว้ว่า ผู้นำ หมายถึง บุคคลที่มีความสามารถในการบริหารจัดการและ เป็นบุคคลที่มีอำนาจเหนือผู้อื่นสามารถใช้อิทธิพลกำหนดพฤติกรรมและความรู้สึกของคนอื่น เพื่อให้บุคคลอื่น ๆ ทำตามประสงค์ขององค์กร

5.2 ความหมายของภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำ (Leadership) หมายถึง ความสามารถในการนำ จึงเป็นอย่างยิ่งสำหรับความสำเร็จของผู้นำ ภาวะผู้นำได้รับความสนใจ และมีการศึกษามาเป็นเวลานาน เพื่อให้รู้ว่าอะไรเป็นองค์ประกอบที่ช่วยให้ผู้นำมีความสามารถในการนำหรือมีภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงได้มีผู้ให้ความหมายของภาวะผู้นำไว้หลากหลาย ดังนี้

ทีด (Tead. 2001 : 147) มองภาวะผู้นำในฐานะที่เป็นคุณลักษณะพิเศษภายในตัวคน (Traits) โดยกล่าวว่าภาวะผู้นำเป็นคุณลักษณะพิเศษหลาย ๆ อย่างภายในตัวบุคคล ซึ่งสามารถใช้เป็นประโยชน์ในการชักจูงบุคคลอื่นให้ทำงานแก่หน่วยงานได้ ดังนั้น ในทัศนะคติของทีดี ผู้นำมีคุณลักษณะพิเศษในตัวหลายอย่าง เช่น ความมั่นใจในตัวเอง ความรับผิดชอบ มนุษย์สัมพันธ์ดี และคุณลักษณะพิเศษดังกล่าวใช้บ่งชี้ว่าใครเป็นผู้นำ

สตอกคิลล์ (Stogdill. 1974 : 7-8) เห็นว่าภาวะผู้นำเป็นเรื่องเกี่ยวกับการใช้อิทธิพล (Influence) เขาให้นิยามภาวะผู้นำไว้ว่า คือกระบวนการใช้อิทธิพลที่ผู้นำกระทำต่อกลุ่ม เพื่อให้งานของกลุ่มบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

แมคเฟอร์แลนด์ (Mcfarland. 1979 : 303) ให้ความหมายของภาวะผู้นำ คือ ความสามารถที่จะชี้แนะ สั่งการ หรืออำนวยความสะดวก หรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้อื่น เพื่อให้ มุ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้

มิทเชล และ ลาร์สัน จูเนียร์ (Mitchell and Larson, Jr. 1987 : 435) ให้ความหมายภาวะผู้นำ คือ เป็นกระบวนการที่บุคคลใช้อิทธิพลต่อกลุ่ม เพื่อให้บรรลุ ความต้องการของกลุ่มหรือจุดมุ่งหมายขององค์การ

กรี วงศ์พุด (2542 : 18) ได้วิเคราะห์ภาวะผู้นำโดยการแสดงออก เป็นความหมายสำคัญ 3 ประการ คือ 1) ความสามารถของหัวหน้าที่จะต้องเป็นผู้นำ 2) ความสามารถของหัวหน้าที่จะเอาชนะจิตใจลูกน้อง และ 3) ความสามารถที่จะต้องบากบั่น พินฝ่าอุปสรรคในการนำ ซึ่งสอดคล้องกับ พะยอม วงศ์สารศรี (2534 : 196) ได้ให้ความหมาย ของภาวะผู้นำ คือ เป็นกระบวนการที่บุคคลหนึ่ง (ผู้นำ) ใช้อิทธิพลและอำนาจของคนกระตุน ชี้นำให้บุคคลอื่น (ผู้ตาม) มีความกระตือรือร้นเต็มใจทำในสิ่งที่เขาต้องการ โดยมีเป้าหมายของ องค์การเป็นจุดหมายปลายทาง

5.3 ความสำคัญของภาวะผู้นำ

ซึ่งมีรายละเอียดความสำคัญของภาวะผู้นำ ดังนี้

5.3.1 เป็นส่วนที่ดึงความรู้ความสามารถต่าง ๆ ในตัวผู้บริหารออกมาใช้ กล่าวคือ แม้ผู้บริหารจะมีความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ในเรื่องงานมากน้อยเพียงใดก็ตาม แต่ ขาดภาวะผู้นำแล้ว ความรู้ความสามารถดังกล่าวมักจะไม่ได้นำออกมาใช้หรือไม่มีโอกาสใช้อย่าง เต็มที่เพราะไม่สามารถกระตุ้นหรือชักจูงให้ผู้อื่นคล้อยตามและปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย ที่วางไว้ได้ ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าผู้บริหารควรมีความรู้ความสามารถที่ควบคู่กับภาวะผู้นำเพราะภาวะผู้นำ จะเป็นพาหะที่ความรู้ความสามารถในตัวผู้บริหารออกมาใช้ทำประโยชน์แก่องค์การ ทั้งสองสิ่ง ต้องพึ่งพาอาศัยกัน จึงจะทำให้งานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

5.3.2 ช่วยประสานความขัดแย้งต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน หน่วยงาน ประกอบด้วยบุคคลจำนวนหนึ่งมารวมกัน ซึ่งมากหรือน้อยแล้วแต่ขนาดหน่วยงานบุคคลต่าง ๆ เหล่านี้มีความแตกต่างกันในหลาย ๆ เรื่อง เช่น การศึกษา ประสบการณ์ ความเชื่อ ฯลฯ เมื่อ บุคคลที่มีความแตกต่างกันมาอยู่ร่วมกันแล้ว สิ่งหนึ่งที่มักจะหลีกเลี่ยงไม่พ้นก็คือความขัดแย้ง เช่น ความขัดแย้งในเรื่องผลประโยชน์ ความขัดแย้งในเรื่องเป้าหมาย ฯลฯ แต่ไม่ว่าจะเป็นความ ขัดแย้งในรูปแบบใด ถ้าผู้บริหารในหน่วยงานมีภาวะผู้นำที่มีคนยอมรับนับถือแล้วก็จะ สามารถประสาน หรือช่วยบรรเทาความขัดแย้งนั้นได้ อาจกล่าวได้ว่าหน่วยงานใดที่ผู้บริหารมี ภาวะผู้นำสูงสมาชิกในหน่วยงานนั้นมักมีเอกภาพหรือเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันสูงตามไปด้วย

5.3.3 ช่วยโน้มน้าวชักจูงใจให้บุคลากรทุ่มเทความรู้ความสามารถให้แก่องค์กร องค์กรจะต้องมีปัจจัยเอื้ออำนวยหลายอย่างเพื่อที่จะทำให้สมาชิกตั้งใจและทุ่มเทการทำงานให้ เช่น บุคลากรได้ทำงานตรงตามความถนัดและความสามารถ ผู้บังคับบัญชารู้จักรับฟังความคิดเห็น การประเมินผลงานมีความยุติธรรม และประการหนึ่งที่ขาดเสียมิได้ คือ ผู้บริหาร องค์กรจะต้องมีภาวะผู้นำ ต้องทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความยอมรับเกิดความศรัทธาและความเชื่อมั่นว่าผู้บริหารไม่เพียงแต่นำองค์กรให้อยู่รอดเท่านั้น แต่จะนำความสำเร็จก้าวหน้า ความภูมิใจ เกียรติยศชื่อเสียงและความสำเร็จมาสู่องค์กรด้วย เมื่อผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความเชื่อมั่นศรัทธาแล้ว ย่อมง่ายที่กระตุ้นหรือชักจูงใจให้พวกเขาทุ่มเทความรู้ความสามารถให้แก่ องค์กร

5.3.4 เป็นหลักยึดให้แก่บุคลากรเมื่อหน่วยงานเผชิญภาวะคับขันเมื่อใดก็ตามที่หน่วยงานต้องเผชิญกับภาวะคับขันหรือสภาวะที่อาจกระทบถึงความอยู่รอด เช่น กำไรหรือยอดขายของบริษัทตกลงอย่างมาก ภาวะผู้นำยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้น เพราะในสภาพเช่นนี้ ผู้นำต้องเพิ่มความระมัดระวังความรอบคอบความเข้มแข็งและกล้าตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงสภาพต่าง ๆ ภายในหน่วยงานที่ขาดประสิทธิภาพเพื่อให้หน่วยงานรอดพ้นจากภาวะคับขัน ดังกล่าว

5.4 หน้าที่ของผู้นำ

ภาระหน้าที่หรือบทบาทที่สำคัญของผู้นำมีดังนี้

5.4.1 มีส่วนร่วมในการบริหารงาน เนื่องจากบุคคลที่มีภาวะผู้นำมักจะได้รับความไว้วางใจจากสมาชิกคนอื่น ๆ ของหน่วยงานให้มีส่วนร่วมในการบริหารหรือไม่ก็ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้บริหาร ดังนั้นหน้าที่สำคัญประการแรกของผู้นำ คือ การช่วยบริหารงานให้แก่องค์กร เช่น การเป็นตัวแทนของหน่วยงานไปเจรจาธุรกิจ เป็นต้น

5.4.2 ติดต่อประสานงานภายในองค์กร ผู้นำมักต้องทำหน้าที่เป็นผู้ติดต่อหรือประสานงานกับหน่วยต่าง ๆ เพื่อให้งานของหน่วยงานต่าง ๆ ได้มาตรฐานเดียวกันหรือสอดคล้องสัมพันธ์กัน

5.4.3 ชักจูงและกระตุ้นผู้ร่วมงาน ผู้นำมักต้องคอยกระตุ้นให้ผู้ร่วมงาน มีขวัญ และกำลังใจและกระตุ้นหรือรื้อฟื้นที่จะทำงาน บุคลากรบางคนเมื่อทำงานไปสักระยะหนึ่งอาจรู้สึกเบื่อหน่ายกับความซ้ำซากจำเจของงาน หรือไม่ก็อาจท้อแท้หมดกำลังใจกับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างทำงาน ดังนั้น ผู้นำจึงต้องคอยปลอบขวัญและให้กำลังใจแก่บุคคลเหล่านั้น เพื่อให้พวกเขามีกำลังใจที่จะเอาชนะปัญหาและอุปสรรคเหล่านั้น

5.4.4 ประสานผลประโยชน์และความขัดแย้งระหว่างบุคคลภายใน
หน่วยงาน องค์การเป็นที่รวมของคนหมู่มาก ซึ่งแตกต่างกันทั้งความรู้ความสามารถ
ความคิดเห็น ประกอบกับทรัพยากรในหน่วยงานมักมีอยู่อย่างจำกัด จึงไม่สามารถตอบสนอง
ความต้องการของสมาชิก ทุกคนได้ ดังนั้น เป็นเรื่องธรรมดาที่บุคลากรภายในหน่วยงานอาจจะ
ขัดแย้งกัน เช่น ทศนคติ หรือความคิดเห็นไม่ตรงกัน ดังนั้น ผู้นำจึงต้องทำหน้าที่คล้าย ๆ เป็น
คนกลางคอยไกล่เกลี่ยประสานผลประโยชน์และลดความขัดแย้งภายในหน่วยงาน เพื่อให้สมาชิก
ของหน่วยงานสามารถอยู่ร่วมกันทำงานต่อไปได้

5.4.5 ช่วยให้องค์การอยู่รอดเจริญต่อไปได้ ในบางครั้งเมื่อองค์การ
ประสบปัญหาหนักผู้นำจะต้องเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาหรือเสนอทางออกเพื่อให้องค์การอยู่รอด
และดำเนินกิจการต่อไปได้

5.5 ทฤษฎีภาวะผู้นำ (Leadership Theory)

สำหรับแนวคิดทฤษฎีภาวะผู้นำได้มีผู้ศึกษาทฤษฎีความเป็นผู้นำไว้จำนวนมาก
แต่ในที่นี้จะขอสรุปความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีภาวะผู้นำ ซึ่งพัฒนาเป็นแม่แบบผู้นำคือผู้บริหาร
องค์การในปัจจุบัน ดังนี้

5.5.1 ทฤษฎีคุณลักษณะผู้นำและอุปนิสัย (Trait Theory) ได้พัฒนามาจน
เป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีในช่วงปีคริสต์ศักราช 1920-1950 โดยทฤษฎีนี้ ฮอดเกตต์ (Hodgett.
1999 : 255) ได้อธิบายว่า การที่บุคคลได้เป็นผู้นำเพราะบุคคลนั้นมีบุคลิกภาพและความสามารถ
ที่เหมาะสมกับการเป็นผู้นำ เช่น มีบุคลิกภาพที่ดีทั้งภายในและภายนอก คือ มีรูปร่างหน้าตาดี
มีสติปัญญาเฉลียวฉลาด วิสัยทัศน์กว้างไกล มีความสามารถเหนือกว่าคนอื่นหลายเรื่อง มีนิสัยและ
ความประพฤติดี มีมนุษยสัมพันธ์เป็นเยี่ยม ในกลุ่มที่มีโครงสร้างเป้าหมายแตกต่างกัน ลักษณะ
ผู้นำก็จะแตกต่างกันไปตามเป้าหมายและโครงสร้างของกลุ่ม ในทฤษฎีนี้กล่าวถึงคุณลักษณะที่
เด่นชัดของผู้นำ คือ

- 1) มุ่งเน้นความรู้ความสามารถในการทำงานหรือกิจกรรมที่เป็น
เป้าหมายนโยบายของกลุ่ม (Task Ability)
- 2) อาสาสมัครเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มด้วยใจรัก (Assertiveness)
- 3) ได้รับการยอมรับจากกลุ่มสมาชิกกลุ่มเต็มใจทำงานด้วย (Social
Acceptability)

นอกจากคุณลักษณะ 3 ประการ ดังกล่าวแล้ว ยังพบลักษณะที่มี
ความสัมพันธ์กับความเป็นผู้นำอื่น ๆ อีก เช่น สติปัญญาเฉียบแหลมกว่าผู้อื่น (Superior
Intelligence) ความสามารถในการปรับตัว (Adjustment) ความสามารถทางสังคมและ

การแสดงตัว (Extraversion) การมีอิทธิพลเหนือผู้อื่นหรือมีความสามารถในการชักจูงความคิด และการกระทำของคนอื่น (Dominance) ivoต่อความรู้สึกความคิด การกระทำที่เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Sensitivity) ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้มีพื้นฐานความเชื่อที่เห็นว่าความเป็นผู้นำเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดด้วยขีดความสามารถและศักยภาพ (Capacity and Potential) ส่วนบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับผลงานของ สตอกคิลล์ (Stogdill) ซึ่งได้พบว่าอุปนิสัยที่แสดงศักยภาพเป็นรูปธรรม 5 ประการของผู้นำ ได้แก่

1. พลังงานภายในจิตวิญญาณ
2. บุคลิกภาพภายนอกงดงาม
3. สติปัญญา
4. ความสามารถในการปรับตัว
5. ความเชื่อมั่นในตนเอง

5.5.2 ทฤษฎีสถานการณ์ (Situational Theory) ทฤษฎีนี้อธิบายว่า ผู้นำเกิดขึ้นเพราะมีสถานการณ์บางอย่างทำให้บุคคลต้องแสดงบทบาทผู้นำ หรือต้องพัฒนาความเป็นผู้นำขึ้น ดังเช่น ฮิตเลอร์ และ มุสโสลินี ของอิตาลี และการเกิดผู้นำขึ้นมาแก้ไขสถานการณ์ของประธานาธิบดีรูสเวลต์ในยุคเศรษฐกิจตกต่ำของชาติ ในปีคริสต์ศักราช 1930 ของอเมริกา และเหมาเจ๋อตุงของจีน หลังสงครามโลกครั้งที่สอง ซึ่งทฤษฎีสถานการณ์นี้ยอมรับความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับกลุ่ม และผู้นำมองเห็นปัญหาโดยหาทางแก้ไขด้วยอาศัยการร่วมมือจากปวงชนแล้วตัดสินใจตามโครงการที่ตั้งเอาไว้ การศึกษาของสตอกคิลล์ ต่อทหารเรือ 470 คนทุกตำแหน่ง ได้พบความสามารถของผู้นำมีผลกระทบจากสถานการณ์แวดล้อมขององค์การและบทบาทของผู้นำ ซึ่งการศึกษานี้พบว่ามีประสิทธิภาพของผู้นำขึ้นอยู่กับผลตอบแทนของสิ่งแวดล้อม เช่น ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ ลักษณะขององค์การที่อยู่ในชุมชน บรรยากาศทางจิตวิทยาของกลุ่ม บุคลิกภาพของแต่ละคนในกลุ่ม อิทธิพลของขนบธรรมเนียมและเวลาในการตัดสินใจ (บุญทัน ดอกโรสง. 2540 : 267)

5.5.3 ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์ (Interaction Theory) ทฤษฎีนี้อธิบายว่า ความเป็นผู้นำไม่ได้จะอธิบายด้วยคุณลักษณะผู้นำ หรืออธิบายด้วยสถานการณ์เพียงอย่างเดียว แต่ความเป็นผู้นำเป็นเรื่องของปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างคุณลักษณะผู้นำกับสถานการณ์ที่เป็นอยู่ขณะนั้น กล่าวคือจะต้องพิจารณาทั้งคุณสมบัติของบุคคลและประกอบกับสถานการณ์นั้น แต่เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนไปคุณลักษณะที่จำเป็นและเหมาะสมกับการเป็นผู้นำกลุ่มก็จะเปลี่ยนไปด้วย ดังนั้นในแต่ละกลุ่มอาจมีผู้นำได้หลายคนซึ่งมีโอกาสผลัดเปลี่ยนกันทำหน้าที่ผู้นำหรือแสดงบทบาทผู้นำตามความเหมาะสม

นอกจากนี้ เทอร์รี่ (Terry. 1977 : 419) ได้สรุปทฤษฎีภาวะผู้นำไว้ดังนี้

1. ทฤษฎีสันับสนุน (Supportive) ทฤษฎีนี้มีลักษณะเป็นการบริหารแบบมีส่วนร่วมโดยที่ผู้นำจะเป็นผู้ให้ความสนับสนุนและเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้ร่วมวางแผนและตัดสินใจในพันธกิจ (Mission) ขององค์การทฤษฎีนี้เกิดจากปรัชญาและความเชื่อคุณค่าของคน หากผู้นำให้ความสำคัญในความเท่าเทียมกันของคนในสังคมยอมรับในความรู้ความสามารถ ความคิด และยอมรับความช่วยเหลือกัน จะนำไปสู่ความสำเร็จภายใต้ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน

2. ทฤษฎีทางสังคมวิทยา (Sociological Theory) ทฤษฎีนี้ผู้นำต้องแสดงบทบาทหน้าที่รับผิดชอบในการอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรด้วยการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อม รวมทั้งช่วยลดปัญหาความขัดแย้งของบุคคลในองค์การด้วย

3. ทฤษฎีทางจิตวิทยา (Psychological) ทฤษฎีนี้ผู้นำจะต้องมีการพัฒนาระบบแรงจูงใจอย่างดีเยี่ยม มีจิตวิทยาสูง รู้จักใช้เทคนิควิธีกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติงานด้วยจิตสำนึกรับผิดชอบเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การ ขณะเดียวกันผู้นำจะต้องสร้างความพึงพอใจในเป้าหมายของแต่ละบุคคลและให้ความสำคัญต่อผลงานของบุคคลด้วยความจริงใจ มีความเชื่อ ในปรัชญาการสร้างความสำเร็จให้ผู้ปฏิบัติงานจะส่งผลให้องค์กรได้บรรลุเป้าหมายสูงสุด

4. ทฤษฎียึดถืออำนาจ (Autocratic Theory) ทฤษฎีผู้นำจะยึดถือการใช้อำนาจ ของตนเองในการบริหารสั่งการในลักษณะบีบบังคับให้ทำงานโดยไม่อธิบายเหตุผลยึดถือระบบการให้คุณให้โทษเป็นสำคัญ โดยไม่ให้ความสนใจในบรรยากาศ ความอบอุ่นและสภาพแวดล้อมในการทำงาน

สรุปได้ว่าผู้นำเป็นบุคคลที่ถูกแต่งตั้งขึ้นมา หรือได้รับการยกย่องขึ้นมา ซึ่งบุคคลนั้นจะต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการองค์การและจะต้องเป็นบุคคลที่มีอำนาจเหนือผู้อื่นที่สามารถใช้อิทธิพลเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและความรู้สึกของคนอื่นเพื่อให้บุคคลอื่น ๆ ทำตามเป้าประสงค์ขององค์การ ส่วนภาวะผู้นำเป็นกระบวนการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือมากกว่าพยายามใช้อิทธิพลของตนหรือกลุ่มคน กระตุ้น ชี้นำ ผลักดัน เพื่อให้บุคคลอื่นหรือกลุ่มบุคคลอื่น มีความเต็มใจ และกระตือรือร้นในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ตามต้องการ โดยมีจุดมุ่งหมายความสำเร็จของกลุ่มและองค์กร ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำแนวคิดเกี่ยวกับผู้นำและภาวะผู้นำมาสรุปได้ว่า ภาวะผู้นำเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ การจะเป็นผู้นำนั้นจะต้องเป็นบุคคลที่มีคุณลักษณะพิเศษหลาย ๆ อย่างในตัวบุคคล ซึ่งสามารถใช้เป็นประโยชน์ในการชักจูงบุคคลอื่นให้ทำงานแก่หน่วยงานได้ ดังนั้น ในลักษณะพิเศษหลาย ๆ อย่างของผู้นำ

กลุ่ม เช่น ต้องมีความมั่นใจในตัวเอง ความรับผิดชอบ การมีมนุษยสัมพันธ์ และมีความรู้ความสามารถ และคุณลักษณะพิเศษของผู้นำเหล่านี้ จะนำไปสู่ความสำเร็จของกลุ่มตามเป้าหมายที่วางไว้

6. ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากสื่อสารมวลชน

สื่อมวลชน (Mass Media) เป็นสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารทุกชนิดกับสาธารณชนทั่วไป ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอิทธิพลบางประการของสื่อมวลชน ซึ่งจะจำแนกรายละเอียดตามสื่อประเภทต่าง ๆ ดังนี้

6.1 วิทยุกระจายเสียง

6.1.1 ความหมายของวิทยุกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งเสียงผ่านคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า (Electromagnetic waves) ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

อาร์ เทอรี่ เอลมอร์ (R.Terry Ellmore) ให้ความหมาย “วิทยุ” ไว้ว่า คือ การส่งสัญญาณโดยพลังแม่เหล็กไฟฟ้า (electromagnetic energy)

แคลเรนซ์ แอล บาร์ฮาร์ท (Clarence L Barnhart and Robert K. Barnhart) ให้ความหมาย “วิทยุกระจายเสียง” ว่า วิธีการส่งและรับด้วยคำ เพลงและเสียงอื่น ๆ โดยคลื่นไฟฟ้า (electric waves)

6.1.2 คุณสมบัติของวิทยุกระจายเสียง

ซึ่งสามารถจำแนกคุณสมบัติของวิทยุกระจายเสียงได้ ดังนี้

- 1) ความสามารถในการนำสารไปสู่ผู้รับสาร ใช้เสียงเป็นตัวนำไปสู่การฟังของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารต้องสร้างจินตนาการเอาเอง เพราะไม่สามารถมองเห็นสารได้
- 2) ความรวดเร็วในการสื่อสาร สถานีวิทยุกระจายเสียงเมื่อออกอากาศก็สามารถนำสารไปสู่ผู้ฟังได้ทันที การเสนอข่าวสามารถทำได้รวดเร็ว

3) ความถี่ในการสื่อสาร สามารถกระทำได้ตลอดเวลาของการออกอากาศในแต่ละวัน

4) ความทันต่อเหตุการณ์ เนื่องจากการกระจายเสียงวิทยุกระจายเสียงอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานานในแต่ละวัน ดังนั้นในแง่ของการเสนอข่าวจึงกระทำได้ตลอดเวลา ดังจะเห็นว่าในแต่ละวันนั้นสถานีวิทยุกระจายเสียงบางสถานีเสนอข่าวทุก 1 ชั่วโมง และกรณีของข่าวสำคัญ ๆ สถานีวิทยุกระจายเสียงสามารถเสนอข่าวได้ทันทีที่ต้องการแม้แต่การรายงานข่าวสด

5) ความดึงดูดใจ ดึงดูดใจได้น้อยกว่าวิทยุโทรทัศน์ อย่างไรก็ตามหากมีการนำเสนอดี ๆ ก็อาจทำให้ผู้ฟังมีความรู้สึกเป็นจริงเป็นจังได้ เช่น การบรรยาย การแข่งขันกีฬา การแสดงละคร ฯลฯ เพราะมีเสียงประกอบทำให้ได้บรรยากาศของเหตุการณ์ที่แท้จริง หรือทำให้คนฟังเกิดความรู้สึกสมจริงสมจังไปกับเสียงประกอบในละครวิทยุ

6) การให้รายละเอียดของข่าว วิทยุกระจายเสียงมีระยะเวลาในการเสนอข่าวที่จำกัดจนอาจทำให้ไม่สามารถให้รายละเอียดของข่าวได้มากเท่าหนังสือพิมพ์

7) ราคาเครื่องรับวิทยุโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องรับแบบกระเป๋าหิ้วมีราคาถูก ไม่ต้องจ่ายเงินในการฟัง

8) ความแพร่หลาย เป็นที่นิยมและใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วประเทศ แม้ในชนบทที่ห่างไกล

9) การอ้างอิง ถูกอ้างอิงน้อยกว่าหนังสือพิมพ์และนิตยสารเพราะเนื้อหาของวิทยุกระจายเสียง หากจะนำมาใช้อ้างอิงจะต้องอาศัยการบันทึกเทป

10) ความยืดหยุ่น รายการทางวิทยุกระจายเสียงเป็นรายการที่ไม่มีความคงทนเพราะเมื่อรายการออกอากาศไปแล้ว หากผู้ฟังพลาดไม่ได้ฟังรายการดังกล่าวก็ไม่สามารถได้ประโยชน์จากรายการ เว้นเสียแต่ว่าจะมีการบันทึกเทปเอาไว้ซึ่งต้องอาศัยเทคโนโลยี คือ เครื่องบันทึกเทป

6.1.3 ความสำคัญของวิทยุกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียงนับเป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่งที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวัน ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ารายการโทรทัศน์ เนื่องจากการส่งข่าวสารความรู้ไปสู่ประชาชนได้ไกลกว่าและรวดเร็วกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ แม้แต่สถานที่ทุรกันดาร บวกกับราคาเครื่องรับวิทยุมีราคาถูก น้ำหนักเบา ตามเทคโนโลยีปัจจุบัน สามารถเคลื่อนย้ายติดตัวไปได้ง่ายกว่าเครื่องรับโทรทัศน์ และขณะที่ฟังรายการก็สามารถปฏิบัติภารกิจอื่นได้ไปพร้อม ๆ กัน รายการวิทยุมีอิทธิพลในการโน้มน้าวความคิดเห็นคล้อยตามได้ง่าย เนื่องจากการเสนอจินตนาการที่กว้างไกลได้มากกว่าการดูรายการโทรทัศน์ที่ถูกจำกัดในเรื่องของภาพและฉาก

6.2 วิทยุโทรทัศน์

6.2.1 ความหมายของวิทยุโทรทัศน์

เป็นสื่อมวลชนน้องใหม่ล่าสุด เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนอื่น ๆ อันได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ และวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ทำให้มวลชนผู้รับสาร ที่อยู่ห่างไกลสามารถเห็นทั้งภาพและได้ยินทั้งเสียงของสิ่งต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่บนจอได้พร้อมกัน

แคลเรนซ์ แอล บาร์นฮาร์ท และโรเบิร์ต เค บาร์นฮาร์ท (Clarence L. Barnhart and Robert K. Barnhart) ให้คำอธิบายว่า “วิทยุโทรทัศน คือ กระบวนการส่งภาพ วัตถุ ฉากหรือสิ่งใด ๆ ที่เกิดขึ้นผ่านอากาศ โดยอาศัยไฟฟ้าเพื่อประชาชนที่อยู่ในที่ต่าง ๆ สามารถเห็นได้พร้อม ๆ กัน

6.2.2 คุณสมบัติของวิทยุโทรทัศน

ซึ่งสามารถจำแนกคุณสมบัติของวิทยุโทรทัศนได้ ดังนี้

- 1) ความสามารถในการนำสารไปสู่ผู้รับสาร โทรทัศนนำสารไปสู่ผู้ชม ทางการเห็นและการได้ยิน ผู้รับสารไม่จำเป็นต้องรู้หนังสือก็สามารถเข้าใจสารจากโทรทัศนได้ ดังนั้นจำนวนผู้รับสารจึงไม่จำกัดเฉพาะผู้ที่อ่านออกเขียนได้เท่านั้น มองในแง่ความสามารถในการนำสารไปสู่ผู้รับสารแล้วโทรทัศนจึงเข้าถึงผู้รับสาร ได้กว้างขวางที่สุด
- 2) ความรวดเร็วในการสื่อสาร เมื่อสถานีวิทยุโทรทัศนทำการ ออกอากาศส่งสารออกไปแล้วก็สามารถนำสาร ไปสู่ผู้ชมได้ทันที การเสนอข่าวสารสามารถ กระทำได้รวดเร็ว
- 3) ความถี่ในการสื่อสาร สามารถกระทำได้ตลอดเวลาของ การออกอากาศในแต่ละวัน
- 4) ความทันต่อเหตุการณ์ เนื่องจากการกระจายเสียงทางวิทยุโทรทัศน กระทำอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานานในแต่ละวัน ดังนั้นในการเสนอข่าวจึงสามารถกระทำได้ ตลอดเวลาตามความจำเป็นนอกเหนือจากช่วงรายการข่าว ในปัจจุบันสถานีวิทยุโทรทัศน จึงนำเสนอข่าวบ่อยครั้งในแต่ละวัน ทำให้สามารถเสนอข่าวได้ทันต่อเหตุการณ์ ทำให้ผู้ชมได้รับ ข่าวสารทันสมัยอย่างรวดเร็ว แม้กระทั่งการเสนอรายงานข่าวสดจากเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น
- 5) ความดึงดูดใจ ดึงดูดใจได้มากที่สุดเพราะมีทั้งภาพและเสียงมีสีสัน มีการเคลื่อนไหว มีความหลากหลายของรายการ มีบุคคลที่มีชื่อเสียงและดาราเป็นส่วนประกอบที่ สำคัญของโทรทัศนโดยเฉพาะอย่างยิ่งมีเนื้อหาด้านบันเทิงเป็นส่วนสำคัญ จึงได้รับความสนใจจาก ผู้รับสารมาก
- 6) การให้รายละเอียดของข่าว วิทยุโทรทัศนมีระยะเวลาในการเสนอ ข่าว ที่จำกัดจนอาจทำให้ไม่สามารถให้รายละเอียดของข่าวได้มากเท่าหนังสือพิมพ์ อย่างไรก็ตาม ภาพ ที่ปรากฏในข่าวโทรทัศนนั้นก็สามารถทดแทนรายละเอียดของถ้อยคำที่จำกัดได้ เพราะภาพ ก่อให้เกิดความเข้าใจดี ดังคำกล่าวที่ว่าภาพ 1 ภาพ มีค่าเท่ากับคำ 1,000 คำ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภาพที่มีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องในโทรทัศนและภาพยังทำให้คนเชื่อได้มากด้วย เพราะการ เห็นคือ การเชื่อ (Seeing is believing)

7) ราคาเป็นสื่อที่มีราคาแพงที่สุดในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลาย
 8) ความแพร่หลาย แพร่หลายเฉพาะในเมือง สาเหตุเพราะราคาแพง
 และในชนบทยังขาดแคลนไฟฟ้า

9) การอ้างอิง ถูกอ้างอิงน้อยกว่าหนังสือพิมพ์และนิตยสาร เพราะ
 เนื้อหาของวิทยุโทรทัศน์ หากจะนำมาใช้อ้างอิงจะต้องมีการบันทึกเทปโทรทัศน์เอาไว้

10) ความยืนยาว รายการทางโทรทัศน์เป็นรายการที่ไม่มีความคงทน
 เพราะเมื่อรายการออกอากาศไปแล้วหากผู้ชมพลาดโอกาสชมรายการก็ไม่สามารถได้รับ
 ประโยชน์จากรายการนั้น เว้นเสียแต่ว่าจะมีการบันทึกเทปโทรทัศน์เอาไว้ ซึ่งต้องอาศัยเครื่อง
 บันทึกเทปโทรทัศน์ซึ่งเป็นเทคโนโลยี ผิดกับการแสวงหาเนื้อหาของหนังสือพิมพ์และนิตยสาร
 ซึ่งผู้รับสารกระทำได้โดยธรรมชาติไม่ต้องเค็ดรื้อเนื้อหาเครื่องบันทึกเทป

6.2.3 ความสำคัญของวิทยุโทรทัศน์

วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง que พัฒนาอย่างรวดเร็วและได้รับความ
 นิยมจากประชาชนอย่างมาก ในทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับชนชั้น ทุกระดับการศึกษา เพราะ
 เป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียง ซึ่งสามารถกระทำได้หลากหลายรูปแบบและมี
 มีปัจจัยมากมาย ที่จะใช้ดึงดูดความสนใจของผู้ชมตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้ วิทยุโทรทัศน์จึงเข้าถึง
 ผู้ชมได้มาก และส่งผลให้สื่อวิทยุโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อประชาชนในด้านความคิด ความรู้สึก
 และด้านพฤติกรรมอย่างมาก

6.3 หนังสือพิมพ์

6.3.1 ความหมายของหนังสือพิมพ์

ในปี ค.ศ. 1928 นักวิชาการชาวเยอรมันชื่อ ออตโต กรอธ (Otto
 Groth) ได้สร้างเกณฑ์ 5 ประการ เพื่อกำหนดลักษณะหนังสือพิมพ์ เกณฑ์ดังกล่าวได้แก่

1) มีการตีพิมพ์เป็นประจำ (Published Periodically) ไม่น้อยกว่า
 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง

2) มีการผลิตได้หลายฉบับโดยใช้เครื่องกล (Mechanical
 Reproduction)

3) ใครมีเงินก็หาซื้อได้ (Access to Publication) หมายความว่า มีการ
 จำหน่ายโดยทั่วไป ไม่เฉพาะเจาะจงจำหน่ายแก่คนบางคน (Not Just a Chosen Few)

4) มีเนื้อหาหลากหลาย (Vary in Content) และรวมทุกสิ่ง
 ทุกอย่างที่อยู่ในความสนใจของประชาชนทั่วไป

5) หนังสือพิมพ์จะต้องออกตามกำหนดเวลา โดยองค์การ
ที่กระทำหน้าที่อย่างต่อเนื่อง (Timely with Some Continuity of Organization)

6.3.2 ประเภทของหนังสือพิมพ์

การจำแนกหนังสือพิมพ์สามารถกระทำได้หลายลักษณะเป็นที่นิยมนกัน
อย่างแพร่หลาย คือ การแบ่งเป็นหนังสือพิมพ์ประชานิยม (Popular Newspapers) กับ
หนังสือพิมพ์คุณภาพ (Quality Newspaper)

1) หนังสือพิมพ์ประชานิยม เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีจำนวนจำหน่ายมาก
เป็นที่นิยมของประชาชน เนื้อหาของข่าวเป็นข่าวที่เร้าอารมณ์เป็นหลัก เช่น ข่าวอาชญากรรม
ข่าวความหายนะ ข่าวเกี่ยวกับความแปลกประหลาด ซึ่งเป็นที่สนใจของมนุษย์ทั่วไป (Human
Interest) จัดเป็นข่าวเบา (Soft News) ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้ทันที
(Immediate Reward) ตัวอย่างหนังสือพิมพ์ประชานิยม ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และ
เดลินิวส์ เป็นต้น

2) หนังสือพิมพ์คุณภาพ เป็นหนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวหนัก (Hard
News) เป็นหลัก อันได้แก่ ข่าวประเภทการเมือง เศรษฐกิจ ต่างประเทศ ฯลฯ ซึ่งเป็นข่าวที่
ผู้อ่านต้องมีความรู้และภูมิหลัง ในเรื่องเหล่านั้นจึงสามารถเข้าใจข่าวได้อย่างลึกซึ้ง นอกจากข่าว
แล้วหนังสือพิมพ์คุณภาพยังเน้นในเรื่องบทความเชิงวิเคราะห์วิจารณ์ด้วย ผู้อ่านสามารถใช้
ประโยชน์จากข่าวและบทความ ในหนังสือพิมพ์คุณภาพเพื่อเป็นข้อมูลในการทำงานหรือในการ
แก้ปัญหา รวมทั้งใช้เป็นหัวข้อ ในการสนทนา ในชีวิตประจำวันเพื่อแสดงความเป็นผู้ทันต่อ
เหตุการณ์และความเป็นผู้รู้ หนังสือพิมพ์คุณภาพ จึงตอบสนองความต้องการของผู้อ่านภายหลัง
หลังจากการอ่าน กล่าวคือ ผู้อ่านได้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์คุณภาพภายในภายหลัง (Delayed
Reward) ตัวอย่างหนังสือพิมพ์คุณภาพในประเทศไทย ได้แก่ หนังสือพิมพ์สยามรัฐและมติชน
 เป็นต้น

6.3.3 คุณสมบัติของหนังสือพิมพ์

ซึ่งคุณสมบัติของหนังสือพิมพ์สามารถจำแนกรายละเอียดได้ ดังนี้

1) ความสามารถในการนำสารไปสู่ผู้รับสาร นำตัวหนังสือและภาพ
ไปสู่การเห็นของผู้รับสาร ซึ่งทำให้ประสิทธิผลด้อยลงไป เพราะต้องอาศัยความสามารถในการ
อ่านของผู้รับสาร จึงมีจำนวนผู้รับสารจำกัด

2) ความรวดเร็วในการสื่อสาร ค่อนข้างช้าเพราะมีกระบวนการในการ
ผลิตนานจึงทำให้การเผยแพร่เป็นไปได้ช้า เช่น หนังสือพิมพ์รายวันแต่ละฉบับ
มีช่วงห่างกัน 12-24 ชั่วโมง (12 ชั่วโมงในกรณีที่หนังสือพิมพ์นั้นตีพิมพ์วันละ 2 ครั้ง)

- 3) ความถี่ในการสื่อสาร กระทำได้วันละ 1-2 ครั้ง
- 4) ความทันต่อเหตุการณ์ เนื่องจากความล่าช้าในกระบวนการผลิต และ มีความถี่น้อยในการสื่อสารจึงทำให้การเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ไม่ทันต่อเหตุการณ์เท่าที่ควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
- 5) ความดึงดูดใจ น้อยกว่าวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ เพราะไม่มีเสียงไม่มีการเคลื่อนไหว แต่ถ้าหากเขียนดี ๆ ก็ทำให้มองเห็นภาพของเรื่องราวเหตุการณ์ได้ชัดเจน แลก็มีภาพประกอบซึ่งเป็นภาพนิ่งเหตุการณ์เคลื่อนไหว เห็นได้ชัดเจนกว่าวิทยุโทรทัศน์
- 6) การให้รายละเอียดของข่าว สามารถให้รายละเอียดของข่าวได้ดีกว่าวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ช่วยที่ให้ผู้รับสารที่ได้ฟังและดูข่าวจากวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ติดตามรายละเอียดของข่าวได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อถึงข่าว ซึ่งหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่เด่นที่สุดในการทำหน้าที่เปิดเผยเบื้องหลังข่าว เวลา และเนื้อที่ในการที่เจาะจงเบื้องหลังข่าวได้มากกว่าสื่อมวลชนชนิดอื่น
- 7) ราคา มีราคาแพงสำหรับคนยากจน
- 8) ความแพร่หลาย แพร่หลายเฉพาะในเมือง
- 9) การอ้างอิง นับเป็นเอกสารที่มีการยอมรับกันโดยทั่วไป สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน โดยไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีหรือไม่ต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย จึงเป็นแหล่งอ้างอิงที่สำคัญในด้านการเป็นหลักฐานและเอกสารประวัติศาสตร์
- 10) ความยืดหยุ่น มีอายุตามกำหนดการออกหนังสือพิมพ์ คือ 1 วัน 7 วัน 15 วัน หรือ 30 วัน แล้วแต่กรณีซึ่งมีความยืดหยุ่นมากกว่ารายการวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งมีความยาวเพียง 1 นาที 5 นาที 10 นาที 30 นาที 1 ชั่วโมง 2 ชั่วโมง ซึ่งหากผู้ฟังหรือผู้ชมไม่ได้ฟังหรือชมตามเวลาที่รายการนั้น ๆ ออกอากาศก็จะทำให้พลาดรายการนั้น ๆ ไปเลย (ไม่พูดถึงการบันทึกเทปและวีดีโอซึ่งต้องอาศัยเทคโนโลยี คือ เทปบันทึกเสียงและวีดีโอในการบันทึก) ในขณะที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์สามารถอ่านหนังสือและนิตยสารเมื่อไหร่ก็ได้ตามที่ตนต้องการ

6.3.4 ความสำคัญของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ในสังคมไทยมีหลากหลายแบบหลายลักษณะ มีทั้งพิมพ์ไว้
ในวงจำกัดและที่พิมพ์แพร่หลายทั่วไป ตามความต้องการของสังคมและจุดมุ่งหมายของผู้ผลิต
ยิ่งในอนาคตอันใกล้นี้ประเทศไทยกำลังก้าวสู่การเป็นประเทศในอุตสาหกรรมทำให้ประชาชน
มีความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารที่ดีที่ถูกต้องกว้างขวางและมีประสิทธิภาพในบรรดาสื่อต่าง ๆ ที่

นำเสนอข้อมูลในปัจจุบันสื่อหนังสือพิมพ์นับว่าเป็นสื่อมวลชนชนิดหนึ่งที่สำคัญไม่แพ้สื่ออื่น ๆ ในปัจจุบันที่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนทั่วไป

6.4 นิตยสาร

6.4.1 ความหมายของนิตยสาร

นิตยสาร หมายความว่า สิ่งพิมพ์ที่เย็บเล่มและมีปก โดยมีกำหนด ออกเป็นประจำ

แฟรงค์ ลูเธอร์ มอทท์ (Frank Luther Mott) ให้ความหมายของนิตยสารว่าเป็นเอกสารที่เย็บเล่มออกเป็นประจำและมีเนื้อหาหลากหลาย

พจนานุกรมในสหรัฐอเมริกาให้ความหมายของนิตยสารไว้ว่า คือ สิ่งพิมพ์ที่โดยปกติเป็นปกอ่อนและบางครั้งมีภาพ ออกเป็นประจำตามระยะเวลาที่กำหนดและมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่อง บทความ ฯลฯ โดยนักเขียนหลายคนปกติจะมีโฆษณาด้วย

6.4.2 ประเภทของนิตยสาร

โดยทั่วไปนิตยสารจะแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ นิตยสารทั่วไป (Consumer or General Interest Magazines) กับนิตยสารเฉพาะด้าน (Specialized Magazines)

1) นิตยสารทั่วไป เป็นนิตยสารที่มีเนื้อหากว้างขวางเป็นที่สนใจของคนทั่วไป อย่างไรก็ตาม นิตยสาร ทั่วไปยังสามารถแบ่งย่อยออกไปได้อีกตามลักษณะความสนใจของผู้อ่าน ซึ่งแม้จะดูเหมือนว่ามีลักษณะเฉพาะ แต่ก็เป็นเรื่องที่คนทั่วไปสนใจ มีผู้อ่านจำนวนมาก

2) นิตยสารเฉพาะด้าน เป็นนิตยสารที่มีเนื้อหาเฉพาะด้านอย่างแท้จริง มุ่งที่ผู้สนใจเรื่องนั้น โดยเฉพาะมีจำนวนจำหน่ายน้อยเนื่องจากมีผู้อ่านไม่มากนัก

6.4.3 คุณสมบัติของนิตยสาร

ซึ่งสามารถจำแนกคุณสมบัตินิตยสารได้ ดังนี้

1) ความสามารถในการนำสารไปสู่ผู้รับสาร นำตัวหนังสือและภาพไปสู่การเห็นของผู้รับสาร ซึ่งทำให้ประสิทธิภาพลดย ลงไป เพราะต้องอาศัยความสามารถในการอ่านของผู้รับสาร จึงมีจำนวนผู้รับสารจำกัด

2) ความรวดเร็วในการสื่อสาร ก่อนข้างช้าเพราะมีกระบวนการในการผลิตนานจึงทำให้การเผยแพร่เป็นไปได้ช้า

3) ความถี่ในการสื่อสาร กระทำได้วันละ 1-2 ครั้ง

4) ความทันต่อเหตุการณ์ เนื่องจากความล่าช้าในการกระบวนการผลิต และ มีความถี่น้อยในการสื่อสารจึงทำให้การเสนอข่าวสารของนิตยสารไม่ทันต่อเหตุการณ์ เท่าที่ควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

5) ความดึงดูดใจของนิตยสาร น้อยกว่าวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ เพราะไม่มีเสียงไม่มีการเคลื่อนไหว แต่ถ้าหากเขียนดี ๆ ก็ทำให้มองเห็นภาพของเรื่องราวเหตุการณ์ได้ชัดเจน แลมีภาพประกอบซึ่งเป็นภาพนิ่งหยุดการเคลื่อนไหว เห็นได้ชัดเจนกว่าวิทยุโทรทัศน์

6) การให้รายละเอียดของข่าว สามารถให้รายละเอียดของข่าวได้ดีกว่าวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ช่วยทำให้ผู้รับสารที่ได้ฟังและดูข่าวจากวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ติดตามรายละเอียดของข่าวได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเบื้องหลังข่าว ซึ่งนิตยสารเป็นสื่อมวลชนที่เด่นที่สุดในการทำหน้าที่เปิดเผยเบื้องหลังข่าว เวลา และเนื้อที่ในการที่จะแจ้งเบื้องหลังข่าวได้มากกว่าสื่อมวลชนชนิดอื่น

7) ราคา มีราคาแพงสำหรับคนยากจน

8) ความแพร่หลาย แพร่หลายเฉพาะในเมือง

9) การอ้างอิง นับเป็นเอกสารที่มีการยอมรับกันโดยทั่วไปสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานโดยไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีหรือไม่ต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายจึงเป็นแหล่งอ้างอิงที่สำคัญในด้านการเป็นหลักฐานและเอกสารประวัติศาสตร์

10) ความยืดหยุ่น มีอายุตามกำหนดการออกนิตยสาร คือ 1 วัน 7 วัน 15 วัน หรือ 30 วัน แล้วแต่กรณีซึ่งมีความยืดหยุ่นมากกว่ารายการวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งมีความยาวเพียง 1 นาที 5 นาที 10 นาที 30 นาที 1 ชั่วโมง 2 ชั่วโมง ซึ่งหากผู้ฟังหรือผู้ชมไม่ได้ฟังหรือชมตามเวลาที่รายการนั้น ๆ ออกอากาศก็จะทำให้พลาดรายการนั้น ๆ ไปเลย (ไม่พูดถึงการบันทึกเทปและวีดีโอซึ่งต้องอาศัยเทคโนโลยี คือ เทปบันทึกเสียง และวีดีโอในการบันทึก) ในขณะที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสารสามารถอ่านหนังสือและนิตยสารเมื่อไหร่ก็ได้ตามที่ตนต้องการ

6.4.4 ความสำคัญของนิตยสาร

นิตยสารเป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่งที่มีความสำคัญในการนำเสนอเนื้อหาที่วัยรุ่นและประชาชนทั่วไปให้ความสนใจ นิตยสารจึงมีผลต่อความคิดและพฤติกรรมของวัยรุ่น ทำให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ดีและไม่ดี ซึ่งนอกจากนิตยสารจะเสนอเนื้อหาต่างๆ แล้ววัยรุ่นต้องมีสติพิจารณาค้นคว้าด้วยตนเองว่า สิ่งไหนสมควรปฏิบัติ หรือสิ่งไหนไม่ควรปฏิบัติ นิตยสารถือเป็นสมบัติอันล้ำค่า เพราะนอกจากอ่านเพื่อความรู้อย่างดีแล้วยังเป็นการฝึกให้รัก การอ่านหนังสือ

ด้วย ดังนั้น นิเทศสารจึงถือเป็นสื่อมวลชนที่เหมาะสมกับบุคคลทุกเพศทุกวัย ผู้อ่านต้องมีสติในการอ่าน และวิเคราะห์ได้ว่า เขาจะนำเสนอเนื้อหาเพื่ออะไร จะทำให้ผู้อ่านสามารถคิดไตร่ตรองได้รอบคอบกับสิ่งต่าง ๆ สิ่งที่ไม่ดี ก็ไม่ควรปฏิบัติ เพื่อนิเทศสารจะได้มีคุณค่าเป็นที่น่าอ่านและน่าสะสมตลอดไป

6.5 อิทธิพลบางประการของสื่อมวลชน

อิทธิพลประการหนึ่งของสื่อมวลชนก็คืออิทธิพลต่อการซื้อของประชาชน บรรดาผู้โฆษณามีความเชื่อว่า การโฆษณานั้นช่วยให้การขายสินค้าและบริการดีขึ้น อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีผลต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง หากแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่สกัดกั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

6.5.1 ความมีน้ำใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositions) ประกอบไปด้วยประชาชนซึ่งมีการติดต่อกัน และประชาชนเหล่านี้ยังเกี่ยวข้องติดต่อและเป็นสมาชิกของสมาคมต่าง ๆ จึงทำให้ประชาชนเหล่านี้มีความคิดเห็น มีค่านิยม และ มีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ทักษะคิด ความคิดเห็น และพฤติกรรมเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ได้มีอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่นและจากสถาบันสังคม ที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน เขาก็นำเอาทัศนคติที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลนั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน เขาก็นำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

6.5.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสารมีอิทธิพลทั้งก่อนและขณะบุคคลนั้นใช้สื่อมวลชน ความมีใจโน้มเอียงจะเป็นตัวกำหนดว่าบุคคลนั้นควรที่จะอ่าน (ดู ฟัง) สื่อใดและสิ่งใด (Selective Exposure and Selective Retention) ผลของการวิจัยได้แสดงว่าประชาชนจะเลือกรับสื่อหรือสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตนและจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสาร ที่ไม่สอดคล้องและขัดแย้งกับความคิดเห็นและความสนใจของตนในการตีความหมายของสาร ก็เช่นเดียวกัน ประชาชนจะพยายามตีความสารที่ตนอ่าน (ดู ฟัง) ตามความเชื่อ และค่านิยม ที่ตนมีอยู่เดิม ในทำนองเดียวกันประชาชนก็จะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและ ความเชื่อของตน

6.5.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) อิทธิพลของสื่อมวลชนเป็นไปโดยอ้อมเนื่องจากข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที หากแต่ต้องผ่านขั้นตอนสองขั้นตอน โดยมีบุคคลที่เป็นตัวแทรกเพื่อทำหน้าที่ในการถ่ายทอดข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังประชาชนคนอื่น ๆ ในชุมชนหรือในสังคม ตามทฤษฎีการสื่อสารแบบสอง

ขั้นตอน (Two- Step Flow of Communication) บุคคลที่ทำหน้าที่ดังกล่าวเรียกว่าผู้นำความคิด (Opinion Leaders)

สรุปได้ว่า สื่อมวลชน เป็นตัวกลางที่ทำหน้าที่เป็นสื่อและช่องทางในการส่งสารไปยังผู้รับ ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของประชาชน ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปความสำคัญของสื่อมวลชนได้ว่า สื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ สื่อมวลชนเหล่านี้ มีบทบาทสำคัญที่ช่วยทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปมากขึ้น ช่วยส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และจะทำให้ประชาชนที่สนใจเดินทางมาเยี่ยมชมการค้าเนินกิจการของกลุ่ม ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จ

7. ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากรัฐ

หน่วยงานราชการ คือ องค์กรหลักที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาประเทศและดูแลความเป็นอยู่ของประชาชน ภายใต้การกำหนดแนวทางการบริหารงานโดยรัฐบาลและมีเป้าหมายที่สำคัญที่สุดคือ คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน ทั้งนี้ภารกิจหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานราชการนั้น ได้ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน เพื่อการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการนำมาใช้ซึ่งงบประมาณแผ่นดิน อันมีที่มาจากเงินภาษีอากรของประชาชนในประเทศเป็นหลัก ส่วนข้าราชการ คือ บุคลากรหลักของหน่วยงานราชการ ที่ปฏิบัติหน้าที่โดยมีความมุ่งมั่นเพื่อให้บรรลุซึ่งเป้าหมายของแต่ละหน่วยงานราชการ ข้าราชการเป็นฝ่ายปฏิบัติงานที่ต้องสัมผัสกับประชาชน และผลของการปฏิบัติหน้าที่ก็ส่งผลกระทบต่อประชาชน รัฐบาลจะประสบความสำเร็จในการนำพาประเทศไปสู่ความเจริญก้าวหน้าได้หรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งคือการได้รับการสนับสนุนจากประชาชน และประชาชนจะให้การสนับสนุนรัฐบาลหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่สำคัญคือ ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติหน้าที่และผลการดำเนินงานของหน่วยงานราชการ ดังนั้นจึงถือได้ว่า ข้าราชการเป็นตัวแทนของรัฐบาลที่เข้าไปติดต่อสื่อสาร โดยตรงกับประชาชนและมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการพัฒนาประเทศ

หน่วยงานของรัฐแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน และหน่วยงานของรัฐรูปแบบใหม่ ได้แก่ ส่วนราชการ หมายถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบให้บริการสาธารณะทางปกครองซึ่งเป็นภารกิจหลักของรัฐ ให้บริการเป็นการทั่วไปและไม่มุ่ง

กำไร ใช้งบประมาณแผ่นดิน ใช้อำนาจฝ่ายเดียวของรัฐเป็นหลักในการดำเนินกิจกรรม บุคลากรมีสถานะเป็นข้าราชการและรัฐต้องรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวในการกระทำของหน่วยงาน, รัฐวิสาหกิจ หมายถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบบริการสาธารณะทางอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อการแสวงหารายได้ ต้องสามารถเลี้ยงตัวเองจากการดำเนินงานเชิงพาณิชย์ แต่หากมีความจำเป็นต้องรับเงินงบประมาณสนับสนุนเป็นครั้งคราวหรือบางส่วน ในกรณีนี้รัฐก็ควรจัดสรรงบประมาณไว้ในรูปของเงินอุดหนุนซึ่งควรจะแยกจากการเก็บค่าบริการตามปกติของรัฐวิสาหกิจนั้น ๆ ให้ชัดเจน เป็นนิติบุคคลและมีความสัมพันธ์กับรัฐซึ่งประกอบด้วยรัฐจัดตั้งทุนเกินครึ่งหนึ่งของรัฐ รัฐมีอำนาจบริหารจัดการ (ผ่านการแต่งตั้งคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงและการให้นโยบายการลงทุนต้องขอความเห็นชอบจากรัฐและรายได้ต้องส่งคืนรัฐ บุคลากรมีสถานะเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีวิธีดำเนินการ ไม่ใช่อำนาจฝ่ายเดียวเป็นหลัก แต่ใช้สัญญา ไม่ใช่กฎระเบียบของทางราชการในการบริหารการเงิน การบริหารงานและการบริหารบุคคล ยกเว้นรัฐวิสาหกิจที่ต้องใช้อำนาจพิเศษของรัฐ เช่น เวนคืน ปักเสา พาดสาย ต้องจัดตั้งโดยมีพระราชบัญญัติรองรับ , องค์การมหาชน หมายถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบบริการสาธารณะทางสังคมและวัฒนธรรม ไม่มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหากำไร เป็นนิติบุคคลและมีความสัมพันธ์กับรัฐ รัฐจัดตั้ง ได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐหรือสามารถเลี้ยงตัวเองได้ และรัฐมีอำนาจบริหารจัดการลงทุนต้องขอความเห็นชอบจากภาครัฐ บุคลากรมีสถานะเป็นเจ้าของรัฐวิสาหกิจดำเนินการ ไม่ใช่อำนาจฝ่ายเดียวเป็นหลัก แต่ใช้สัญญา ไม่ใช่กฎระเบียบของทางราชการและหน่วยงานของรัฐรูปแบบใหม่ หมายถึง องค์การของรัฐที่เป็นอิสระ ซึ่งเป็นหน่วยงาน รูปแบบใหม่ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ในการควบคุม กำกับดูแลกิจกรรมของรัฐตามนโยบายสำคัญที่ ต้องการความเป็นกลางอย่างเคร่งครัด ปราศจากการแทรกแซงจากอำนาจทางการเมือง เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา โทรคมนาคมแห่งชาติ เป็นต้น และอีกอย่างหนึ่งคือ กองทุนที่เป็นนิติบุคคลซึ่งเป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจของรัฐ หมายถึง นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นโดยตราเป็นพระราชบัญญัติเนื่องจากต้องการอำนาจรัฐในการบังคับฝ่ายเดียว ต่อภาคเอกชนหรือประชาชนในการสมทบเงินเข้ากองทุน

จากคำนิยามและบริบทของหน่วยงานภาครัฐและเจ้าหน้าที่ของรัฐในระบบราชการไทยที่กล่าวมาข้างต้นชี้ให้เห็นว่า หน่วยงานแต่ละประเภทในการบริหารราชการแผ่นดินไทยทั้ง 20 กระทรวงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการแปลงนโยบายของรัฐบาลมาสู่การปฏิบัติ การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจะสำเร็จได้คืบนั้น มีหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเป็นผู้รับผิดชอบหลักอยู่ 5-6 หน่วยงานหลัก ๆ ได้แก่ กรมการพัฒนาชุมชนและกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย กรมวิชาการเกษตรและกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กรมการค้าภายในและกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุขและกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องเรียนรู้ว่าจะประสานงานขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานเหล่านี้ได้อย่างไรทั้งเรื่องงบประมาณสนับสนุนและความรู้ทางวิชาการ ดังนั้นหลักสูตรการอบรมการขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐจึงมีความจำเป็นในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ประสบผลสำเร็จ

ความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

1. ความหมายของความสำเร็จในการดำเนินงาน

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีผู้ให้ความหมายของความสำเร็จในการดำเนินงานไว้ ดังนี้

สรายุทธ สุวรรณปักษ์ (2549 : 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จในการดำเนินงาน หมายถึง การประเมินตนเองในแง่ของความสำเร็จในการทำงาน ความก้าวหน้าในการทำงานประสิทธิภาพการทำงาน และความพอใจจากผู้ที่ทำงานร่วมกัน

พรเทพ จำสุภาพ (2547 : 40) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จในการดำเนินงาน หมายถึง การบรรลุถึงเป้าหมายของการทำงานอย่างน่าพอใจ ได้แสดงความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ และรู้จักการป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น

พิมพ์พรธ กวางเดินดง (2542 : 4) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จในการดำเนินงาน หมายถึง การประเมินตนเองในแง่ความสำเร็จในการทำงาน ความก้าวหน้าในการทำงานประสิทธิภาพการทำงาน และการรับรู้ถึงการประเมินในเชิงบวกจากผู้ที่ทำงานร่วมกัน

ภูริชญา มัชฌิมาพันธ์ (2544 : 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จในการดำเนินงาน หมายถึง การปฏิบัติงานได้อย่างน่าพึงพอใจ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตรงตามเป้าหมายหรือเกณฑ์ที่กำหนด

เฟินแฮม (Furnham, 1990 : 141) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จในการดำเนินงาน หมายถึง ความพยายามหรือกิจกรรมของการปฏิบัติต่องาน ต่อจุดประสงค์ของการสรรหาสินค้า หรือการให้บริการอย่างมีคุณค่าต่อผู้อื่น ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากผลของการปฏิบัติจากงานนั้น ๆ

จัตต์ และคณะ (Judge Boudreau and Boswell, 2001 : 53) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จในการดำเนินงานว่า หมายถึง ผลลัพธ์ทางด้านภายนอก (การตอบสนองต่อ

วัตถุประสงค์ และกฎเกณฑ์) และภายใน (ค่าตอบแทน และตำแหน่งหน้าที่ที่สูงขึ้น) หรือ เป็นความสำเร็จของแต่ละบุคคลที่ได้สะสมผลที่ได้มาจากประสบการณ์ทำงานของตนเอง

บราวเรีย และ บอสเวล (Boudreau and Boswell, 2001 : 54) ได้ให้ความหมายความสำเร็จในการดำเนินงาน ไว้ว่า หมายถึง ผลสะท้อนกลับของการรวมปฏิสัมพันธ์ระหว่างความแตกต่างของแต่ละบุคคล องค์การ มาตรฐานสังคม พฤติกรรม และการปฏิบัติงาน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสรุปความหมายได้ว่า ความสำเร็จในการดำเนินงาน หมายถึง การค้นพบความสามารถ ความชำนาญที่ดีที่สุดของตนเอง รวมทั้งการประเมินตนเองในแง่ของความสำเร็จ ความก้าวหน้าในการทำงาน ประสิทธิภาพในการทำงาน และความพึงพอใจจากผู้ที่ทำงานร่วมกันซึ่งสามารถนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นได้ ตลอดจนทำให้เป็นที่ยอมรับ และเชื่อถือของผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้ใต้บังคับบัญชา

2. ความสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินงาน

ความสำเร็จ หรือ ความสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การ เป็นผลเนื่องมาจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด (วิลาวรรณ ทรัพย์พิศาล, 2549 : 261)

ความสำเร็จ อยู่ที่การเพิ่มพูนมูลค่าเพิ่มที่บุคลากรหรือผู้ปฏิบัติงานนั้นบวกเพิ่มเข้าไป บุคลากรแต่ละคนทำงานของตน ได้ติดตามคำพรณงานในหน้าที่ตน รับผิดชอบ การที่บุคลากรทำงาน ได้ดีนั้นเนื่องจากได้รับความรู้ ทักษะใหม่ ๆ เข้ามาใช้อย่างต่อเนื่อง ความรู้ และทักษะเหล่านั้น เป็นพลังเพิ่มให้องค์การเกิดการเปลี่ยนแปลงและเจริญเติบโต (นฤมล สุนทวัสดี, 2549 : 20)

จะเห็นว่า ความสำเร็จของแต่ละคนจะมีความมุ่งมั่นในการทำงานให้สำเร็จแตกต่างกันไป พวกที่มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูงนั้น จะมีความพยายามทำงานให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ พยายามเอาชนะอุปสรรค ต้องการให้งานสำเร็จลงด้วยความสามารถของตนเองคนเหล่านี้จึงชอบงานที่ท้าทาย ไม่ชอบงานง่ายๆ ชอบงานที่มีโอกาสสำเร็จ (สุพานี สฤณภูวนิช, 2549 : 128)

จากความสำเร็จของความสำเร็จในการทำงาน สามารถสรุปความสำคัญของความสำเร็จในการทำงานได้ว่า ความสำเร็จในการทำงานมีความสำคัญมากสำหรับบุคคล เพราะเป็นสิ่งชี้ให้เห็นว่าบุคคลนั้นสามารถที่จะทำงานในสิ่งที่ตนปรารถนา และที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จได้ อีกทั้งเพิ่มพูนคุณค่า มีทักษะ สร้างความน่าเชื่อถือในการทำงาน หรือเอาชนะอุปสรรค

แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ ตลอดจนสามารถดำรงชีวิตอยู่ในองค์กรและสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน

การทำงานจะประสบความสำเร็จหรือไม่นั้น มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดความสำเร็จพอสรุปได้ ดังนี้ (ชลวิทย์ เกียรติจิตต์, 2551 : ออนไลน์)

3.1 ความรู้ทางวิชาชีพ (Task Ability) เช่น มีความรู้เฉพาะด้านในการปฏิบัติงานและการแสวงหาความรู้ ทักษะและประสบการณ์ในการทำงาน

3.2 ความสามารถส่วนตัว / สังคม (Social Ability) เช่น การมีเป้าหมาย ความกระตือรือร้น ความเชื่อมั่นศรัทธา ความสามารถในการเข้ากับผู้อื่น ความเป็นมิตรกับผู้อื่น ความกล้าหาญ ความคิดสร้างสรรค์ และควมมีคุณธรรม

3.3 ความต้องการทางด้านร่างกาย เช่น ความต้องการ 5 ขั้นของมนุษย์ ตามทฤษฎีของมาสโลว์

3.4 การสร้างความพึงพอใจในการทำงาน เช่น การทำงานด้วยสำนึกถึงคุณค่า การพัฒนางานให้มีคุณภาพมากขึ้นเรื่อย ๆ

4. ขั้นตอนสู่ความสำเร็จในการดำเนินงาน

ในการปฏิบัติงานให้ได้รับความสำเร็จ เป็นสิ่งที่ทุกคนใฝ่ฝันต้องการให้เป็น จึงมีหลายสิ่งที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนให้คนได้รับความสำเร็จ ซึ่งตรงกับแนวความคิดของ ฮ็อดเจทท์ (Hodgetts, 1996 : 321) อ้างถึงใน นฤมล สุนด์สวัสดิ์, 2549 : 173 กล่าวว่า คนจะได้รับความสำเร็จ ควรมีขั้นตอน และการปฏิบัติ ดังนี้

1. เขียนเป้าหมายลงไว้ การเขียนเป้าหมายเป็นลายลักษณ์อักษรช่วยให้ประโยชน์ 2 อย่าง คือ

1.1 บังคับให้คิด ทำให้ความคิดกระฉ่าง อะไรแน่ที่ต้องการบรรลุผล

1.2 ให้การเปรียบเทียบความก้าวหน้าที่ต้องการกับความเป็นจริง

2. ตั้งเป้าหมายที่ท้าทายแต่สามารถไปถึงได้ ถ้าเป้าหมายเป็นสิ่งที่บรรลุง่ายเกินไปก็ได้รับความสำเร็จไม่มาก ถ้ายากเกินไปก็ท้อแท้หรือไม่อาจไปถึงได้ เลือกเป้าหมายที่ยืดตัว

ยืดความสามารถของตน ทว่าอยู่ในเอื้อมมือคว้า เป้าหมายจะเป็นเครื่องมือแห่งการเรียนรู้ ช่วยให้เจริญเติบโต รู้ทิศทางและเส้นทางแห่งความก้าวหน้าของการกระทำ

3. มั่นใจว่าเป้าหมายสอดคล้องกัน ถ้าเป้าหมายไม่สอดคล้อง การทำงานจะไขว้เขว เช่น ต้องการเพิ่มยอดขายเป็นสองเท่าในไตรมาสนี้อีกเป้าหมายหนึ่งลดค่าใช้จ่าย

ในการเดินทาง และงบประมาณลดลง ซึ่งในความจริง ยอดค่าใช้จ่ายควรเพิ่มขึ้นเนื่องจากต้องเดินทางมากขึ้น ใช้งบประมาณมากขึ้น

4. มีเป้าหมายที่แน่ชัด เช่น ลดค่าใช้จ่ายลงร้อยละ 7 เพิ่มยอดขายร้อยละ 9 เพิ่มจำนวนนักขายเป็น 22 คน เขียนเฉพาะเจาะจงและวัดได้

5. วางกำหนดเวลาไว้ด้วย ผู้มีเป้าหมายไว้กับเวลา ให้ความรู้ความก้าวหน้า ให้ความรู้ว่าจะทำอย่างไรจึงบรรลุผลที่ตั้งไว้ ช่วยให้ติดตามรายการเดินทาง ถ้ายังล่าช้าลงก็จะสามารถชี้ได้ว่าผิดตรงไหน ผิดเมื่อไหร่

6. วางกำหนดลำดับความสำคัญ ว่าเป็นเป้าหมายใดจะต้องบรรลุก่อนขั้นตอนนี้จะทำให้อะไรบรรลุเป้าหมาย ถ้าต้องการเพิ่มยอดขายให้รวดเร็วที่สุด ก็จัดการเป้าหมายนี้ก่อนถ้าเป้าหมายใดรอไปถึงเดือนหน้าได้ เดือนหน้าค่อยมาทำ อย่งไรก็ตาม ให้คำนึงถึงคติที่ว่า “ทำงานพรั่งนี้ตั้งแต่วันนี้” ไว้ด้วย

7. ทบทวนและแก้ไขเป้าหมาย มองรายการเป้าหมายทุกสามเดือน (ไตรมาส) ว่าทำได้ดีเพียงใด มีเป้าหมายใดบรรลุแล้ว จะตัดออกหรือขยับเป้าหมายให้สูงขึ้นมีเป้าหมายใดที่ต้องเปลี่ยนแปลงบ้าง มีเป้าหมายใหม่ใดที่ต้องเพิ่มบ้าง กระบวนการนี้จะช่วยให้เน้นที่เป้าหมายได้ถูกต้อง ดำเนินการได้ถูกทาง

8. ให้รางวัลตนเอง ทุกครั้งที่บรรลุเป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่ง จงให้รางวัลแก่ตนเองเมื่อปิดการขายรายใหญ่ได้ ปรนนิบัติตนด้วยการกินอาหารเย็นที่อร่อย หรือ ชื้อชุดที่หมายตามองไว้ การให้รางวัลตนเองจะกระตุ้นให้ใช้พลังของตนอย่างเต็มที่ พึงจำไว้ว่าคนที่ได้รับความสำเร็จ ต้องเป็นคนที่ดีต่อตนเอง ถ้ามีผู้ได้บังคับบัญชาทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดก็ควรให้รางวัลในทางที่จะเสริมแรงให้สร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีซ้ำแล้วซ้ำอีก

นอกจากนี้ ผู้ที่จะทำงานให้มีความเจริญก้าวหน้านั้น จะต้องมีความสมบัติ ดังนี้ (พินัส หันนาคินทร์. 2549 : 39)

1. จะต้องรอบรู้ในเรื่องที่จะทำ “Technical Now How” คือรู้เทคนิคในเรื่องที่จะทำต้องรู้ระเบียบ รู้กฎเกณฑ์

2. มีความสามารถในการเห็นการณ์ไกลจะต้องทราบความเปลี่ยนแปลง เหตุการณ์ต่าง ๆ ตามกาลสมัยของผู้บริหาร

3. มีมนุษยสัมพันธ์ การมีมนุษยสัมพันธ์ คือความสามารถที่ทั้งสองฝ่ายจะสามารถติดต่อกันได้

จะเห็นว่า การสร้างคนให้กลายเป็นบุคคลที่ประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน จะประกอบด้วย (อำนาจ วีรวรรณ. 2549 : 42-44)

1. การรู้ซึ่งถึงแก่น กล่าวคือจะต้องเป็นผู้มีความสามารถในการที่จะวิเคราะห์ปัญหาในทางปฏิบัติ และนำหลักวิชาที่ได้เล่าเรียน ผูกหัด อบรม มาประยุกต์ใช้ให้ได้ผลตรงตามวัตถุประสงค์ของงาน

2. การริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อให้เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น จะต้องเป็นผู้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ โดยยึดถือหลักว่าทุกสิ่งทุกอย่างในโลกนี้สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นได้

3. การรู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา การรู้จักมีศิลปะในการดำเนินงาน พร้อมทั้งรู้จักแก้ปัญหาให้ลุล่วงด้วยความพยายามที่จะทำให้สูญเสียผลประโยชน์บังเกิดขึ้นน้อยที่สุด หรือกระทบกระเทือนแก่คนกลุ่มเล็กที่สุด

4. การมีมนุษยสัมพันธ์ ต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษในเรื่องการมีมนุษยสัมพันธ์อันดีกับผู้ร่วมงาน ทั้งในระดับผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา

5. การเคารพนับถือความคิดเห็นของผู้อื่น พึงตระหนักว่าความสามารถของตนนั้นอยู่ที่สายตาของผู้คนรอบข้าง จะต้องรู้จักฟังและนับถือความคิดเห็นของผู้อื่น ในการทำงานนั้นพึงถืออุดมคติที่ว่า “ถ้ามีของดีก็ต้องอวดได้ แต่จงอย่าอวดดี”

6. การกล้าตัดสินใจ และการมีความมุมานะพยายาม จะต้องเป็นผู้ที่มีความกล้าหาญในการตัดสินใจ มีความหนักแน่นไม่หวาดหวั่น ด้วยความเชื่อมั่นในตนเองต่อผลงานที่กระทำลงไป รวมทั้งจะต้องมีจิตใจของนักต่อสู้ คือสู้งานให้เต็มที่ แม้จะเป็นงานหนักก็ต้องสู้ยอมทุ่มจนสุดสติปัญญา เต็มกำลังความสามารถ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเห็นว่างานนั้นถูกต้องเหมาะสมในหลักการและถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

7. การมีคุณธรรมกำกับวิธีทางการดำรงชีวิต ทุกคนย่อมมีความทะเยอทะยาน มีความอยากได้อะไรดี ที่จะสร้างความสำเร็จให้แก่ชีวิต แต่ความสำเร็จต้องได้มาซึ่งความรู้ความสามารถ และความเพียรพยายามในทางที่ถูกที่ควร จะต้องตั้งมั่นอยู่บนพื้นฐานของความซื่อสัตย์ สุจริต ความจงรักภักดี เพียบพร้อมด้วยศีลธรรม ไม่เอาใจเอาเปรียบหรือเห็นแก่ได้โดยไม่นึกถึงความเดือดร้อนของผู้อื่น

5. องค์ประกอบของความสำเร็จในการดำเนินงาน

5.1 การสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง ความเชื่อมั่นในตนเอง เป็นคุณสมบัติที่สำคัญด้านหนึ่งของบุคคลที่ดำเนินชีวิต ปฏิบัติกิจการงานอย่างมีประสิทธิภาพ บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง จะฉลาดในการค้นหาจุดเด่นของตนเองนำมาเป็นจุดที่ยอมรับนับถือ ภูมิใจในคุณค่าของงานเป็นผู้ดำเนินชีวิตอย่างมีเป้าหมาย มีความมุ่งมั่นเด็ดเดี่ยวในการพยายามดำเนินชีวิต

ทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยไม่ทอดยวดยิตกกังวลต่อปัญหาและอุปสรรค ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้นำ ผู้ประสบความสำเร็จในชีวิตเป็นคุณลักษณะของบุคคลที่หมั่นทบทวนและสังคมนาความต้องการ ความเชื่อมั่นในตนเองมิใช่สิ่งที่คิดตัวมาแต่กำเนิด แต่พัฒนาให้เกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้โดยตนเอง อาศัยแบบอย่าง คนต้นแบบ องค์ประกอบสำคัญที่ต้องพัฒนาให้เกิดขึ้นกับตนเอง ประกอบด้วย (สมใจ ลักษณะ. 2546 : 215)

5.1.1 องค์ประกอบด้านความรู้ ความสามารถที่สอดคล้องกับความสนใจ ความถนัด และหน้าที่การงานของตน

5.1.2 องค์ประกอบด้านความคิด มีความคิดเป็นระบบ ใช้กระบวนการคิดอย่างมีเหตุผล ช่วยให้การแสดงความคิดมีความเป็นไปได้และมีช่องทางความสำเร็จ

5.1.3 องค์ประกอบด้านความรู้สึก เจตคติ และทัศนคติ ฝึกให้ยอมรับนับถือความมีค่าของตนเอง มีทัศนะทางบวก เห็นช่องทางทำให้สำเร็จ เมื่อลงมือทำสิ่งใดมีทัศนคติว่าต้องสำเร็จ

5.1.4 องค์ประกอบทางด้านลักษณะนิสัยที่ต้องปรับเปลี่ยนให้เป็นผู้มีความเข้มแข็งเด็ดขาด มุ่งมั่นเพียรพยายาม กล้าคิด กล้าทำ

5.1.5 องค์ประกอบทางพฤติกรรมการแสดงออกในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ปัจจัยจากองค์ประกอบทั้ง 4 ประการข้างต้น ทำให้แสดงออกอย่างเปิดเผย และมั่นใจ

5.2 เจตคติที่ดี เจตคติ คือ การประเมินหรือ การตัดสินใจเกี่ยวกับความชอบไม่ชอบในวัตถุคนหรือเหตุการณ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกของคนคนหนึ่งเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่างซึ่งเป็นความรู้สึกด้านอารมณ์ อาจกล่าวโดยสรุปว่า เจตคติ คือท่าทีหรือแนวโน้มของบุคคล ที่แสดงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเป็นบุคคลหรือกลุ่มคน ความคิด หรือสิ่งของก็ได้ โดยมีความรู้สึกหรือความเชื่อเป็นพื้นฐาน ประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 94-96)

5.2.1 ความเข้าใจ คือ ส่วนที่เป็นความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

5.2.2 ความรู้สึก คือ ส่วนของอารมณ์ ความรู้สึก

5.2.3 พฤติกรรม คือ ส่วนของความตั้งใจที่จะประพฤติต่อกันใดคนหนึ่งหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งชนิดของเจตคติ แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ

1) เจตคติเกี่ยวกับความพอใจในงาน หมายถึง เจตคติคนใดคนหนึ่งที่มีต่องานของเขา และมีความพอใจในงานของเขาสูง การที่พนักงานมีมุมมองต่องานที่ทำโดยสื่อกออกมาผ่านทางอารมณ์และความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจซึ่งเป็นทัศนคติด้านความรู้สึกทั้งในเชิงความรู้สึก ความคิดและความตั้งใจ ซึ่งจะส่งผลให้การทำงาน

เกิดความสำเร็จ

2) เจตคติของผู้มีส่วนร่วมในงาน หมายถึง อัตราของการไม่เกี่ยวกับความสามารถในการทำงานถ้ามีความสำคัญและมีคุณค่า พนักงานที่มีระดับการมีส่วนร่วมในงานสูงจะมีความระมัดระวังเกี่ยวกับการทำงานที่สูง มีการขาดงานน้อยและการลาออกน้อย ระดับของการมีส่วนร่วมในงานของพนักงานแต่ละคนมักจะทุ่มเททั้งเวลา กำลังใจ มองว่างานนั้นเป็นสิ่งสำคัญเหนือสิ่งอื่นใดในการดำรงชีวิต ก่อให้เกิดความสำเร็จในการทำงาน ที่ตนเองและคณะร่วมกันทำ

3) เจตคติด้านความผูกพันกับองค์กร หรือ ความจงรักภักดีต่อองค์กร หมายถึง ระดับความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการทำงานให้กับองค์กรหรือหน่วยงานที่ตนเองเป็นสมาชิกอยู่อย่างเต็มกำลัง ความสามารถและศักยภาพที่มีอยู่ บุคคลที่มีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรสูงคนเหล่านั้นจะมีความรู้สึกว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและจะส่งผลให้งานที่ตนเองรับผิดชอบสำเร็จตามเป้าหมาย

5.3 การจูงใจในการทำงาน การจูงใจ หมายถึง การที่บุคคลได้รับการกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรม ในการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างมีพลัง มีคุณค่า มีทิศทางที่ชัดเจน ซึ่งแสดงออกถึงความตั้งใจ เต็มใจ ความพยายาม หรือพลังภายในตนเอง รวมทั้งการเพิ่มพูนความสามารถที่จะทุ่มเทในการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายตามความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุด ประเภทของการจูงใจ นักจิตวิทยาแบ่งการจูงใจออกเป็น 2 ประเภท คือ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 107-108)

5.3.1 การจูงใจภายใน หมายถึง สภาพของบุคคลที่มีความต้องการที่จะเรียนรู้หรือแสดงบางสิ่งบางอย่างด้วยตนเองโดยมิต้องการให้บุคคลอื่นเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น พนักงานตั้งใจทำงานด้วยความรู้สึกใฝ่ดีในตัวเองไม่ใช่เพราะถูกบังคับให้กระทำ การจูงใจประเภทนี้ ได้แก่

1) ความต้องการ เนื่องจากคนทุกคนมีความต้องการอยู่ภายใน อันจะทำให้เกิดแรงขับ แรงขับนี้จะก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและความพอใจ

2) เจตคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่ดีที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะช่วยให้บุคคลทำในพฤติกรรมที่เหมาะสม

3) ความสนใจพิเศษ การที่เรามีความสนใจในเรื่องใดเป็นพิเศษ ก็จัดว่าเป็นแรงจูงใจให้เกิดความเอาใจใส่ในสิ่งนั้น ๆ

5.3.2 การจูงใจภายนอก หมายถึง สภาพของบุคคลที่ได้รับแรงกระตุ้นมาจากภายนอกให้มองเห็นจุดหมายปลายทาง และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงหรือการแสดงพฤติกรรมของบุคคล แรงจูงใจเหล่านี้ ได้แก่

1) เป้าหมายหรือความคาดหวังของบุคคล คนที่มีเป้าหมายในการกระทำใด ๆ ย่อมกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ โดยตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถ

2) ความรู้สึกเกี่ยวกับความก้าวหน้า คนที่มีโอกาส ทราบดีว่าตนจะได้รับ ความก้าวหน้าอย่างไรจากการกระทำนั้น ย่อมเป็นแรงจูงใจให้ตั้งใจและเกิดพฤติกรรมขึ้นได้ เช่น การเห็นเพื่อนประสบความสำเร็จก้าวหน้าจากหน้าที่การงานก็จะพยายามทำให้เป็นเช่นนั้นบ้าง ประโยชน์ของแรงจูงใจ การสร้างแรงจูงใจเป็นภาระหน้าที่สำคัญประการหนึ่งที่ผู้บริหารจะต้อง สร้างสรรค์และจัดให้มีขึ้นในองค์กรหรือทุกหน่วยงาน เพื่อเป็นปัจจัยสำคัญให้บุคลากรเกิด แรงจูงใจในการทำงานอันส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการทำงาน

6. การวัดความสำเร็จในการดำเนินงาน

โดยทั่วไปการประเมินผลการปฏิบัติงานจะใช้วิธีการใช้สเกลการให้คะแนน ซึ่งแสดงรายการคุณลักษณะและช่วงผลการปฏิบัติงานสำหรับพนักงานแต่ละคน ซึ่งพนักงานจะ ได้รับการจัดระดับด้วยการให้คะแนนที่จะอธิบายถึงระดับการปฏิบัติงานสำหรับแต่ละคุณลักษณะ โดยจะมีการแสดงคุณลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ (สมชาย หิรัญกิตติ. 2542 : 205-206)

6.1 คุณภาพ (Quality) มีความถูกต้อง ละเอียดย และปฏิบัติงานเป็นที่ยอมรับ

6.2 การเพิ่มผลผลิต (Increase of Productivity) ปริมาณและประสิทธิภาพของ งานที่ผลิตในช่วงเวลาที่กำหนด

6.3 ความรู้ในงาน (Job Knowledge) มีทักษะในการปฏิบัติ เทคนิค และ มีข้อมูลวิธีการใช้ในการปฏิบัติงาน

6.4 ความเชื่อถือได้ (Reliability) พนักงานสามารถทำงานได้เป็นผลสำเร็จ และ มีการติดตามผล

6.5 การเรียกใช้ได้ง่าย (Availability) พนักงานมีความตรงต่อเวลา สังกัด ได้จากการพักรับประทานอาหาร คีมนกาแฟ และจากข้อมูลการทำงานทั้งหมด

6.6 ความเป็นอิสระ (Independence) พิจารณาได้จากการปฏิบัติงานโดยไม่มี ผู้ตรวจสอบหรือมีเพียงเล็กน้อย

จะเห็นว่าการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Job Performance Evaluation) เป็นเครื่องมือที่ใช้วัดผลการทำงาน วัดความสำเร็จของงาน หรือหาเหตุของการทำงานที่ไม่ได้ผล ตามแผนงานหรือตามเป้าหมายของงาน รวมทั้งเป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงงาน และ หาทางแก้ไขข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น (ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. 2547 : 224)

สรุปได้ว่า การบริหารจัดการเกิดจากการเปลี่ยนแปลงความเป็นอยู่ของคนจะประสบความสำเร็จในการดำเนินงานได้นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบและปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือความรับผิดชอบโดยการเพิ่มผลผลิตเกิดจากปัจจัยทางสังคม เช่น ขวัญกำลังใจ มิตรภาพอันน่าพอใจ ระหว่างสมาชิกผู้ร่วมกลุ่มมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการจัดการที่เข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์โดยเฉพาะพฤติกรรมกลุ่ม และการใช้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น การจูงใจ การให้คำปรึกษา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

พีรพงษ์ ปราบริปู (2548 : 88-89) ได้วิจัยการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตีเหล็กบ้านฝายมูล อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีปัญหาด้านการเงินมีเงินทุนสำรองในการบริหารธุรกิจน้อย ส่วนเงินทุนหมุนเวียนเป็นลักษณะการส่งใช้คืนเป็นงวดซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินวิสาหกิจชุมชน และเมื่อพิจารณาถึงจุดอ่อน จุดแข็งในด้านการจัดองค์การฝีมือการผลิตที่ได้มาตรฐาน ตลอดจนสินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาด และกลุ่มเป็นผู้ผลิตรายเดียวในพื้นที่ ส่วนข้อจำกัดคือ วัตถุดิบที่ใช้ผลิตเริ่มขาดแคลน อาจทำให้ต้นทุนการผลิตปรับตัวสูงขึ้นในอนาคต

ภัทรารุช นาคคุณทรง (2548 : 97-98) ได้วิจัยแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มแปรรูปอาหารบ้านห้วยเสือเต้น อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น พบว่า การจัดการการตลาด จัดทำแผนการตลาดโดยสำรวจสินค้าในตลาดปัจจุบัน รวมทั้งนำความต้องการของลูกค้ามาร่วมกำหนดแผนงาน กำหนดเป้าหมายการขายแต่ละช่วงเวลาและทบทวนผลการดำเนินงาน เพื่อหาทางแก้ไขปัญหาต่อไป การจัดการการผลิต จัดทำแผนการผลิตของกลุ่มในแต่ละปี โดยประเมินผลการผลิตและพยากรณ์ความต้องการของตลาดซึ่งอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลการขายในอดีต ปรับปรุงให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่กลุ่มกำหนด โดยเน้นการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ ตรงตามมาตรฐานการผลิต การจัดการการเงินและบัญชี จัดทำแผนงบประมาณรายรับและรายจ่ายการดำเนินงานในช่วงระยะเวลา 1 ปี ไว้ล่วงหน้า ได้แก่ แผนงบประมาณการขายและงบประมาณการผลิต ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการเพิ่มยอดขายสินค้าในแต่ละปี การตรวจสอบข้อมูลให้สามารถตรวจสอบได้ง่ายเพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มของผลการดำเนินงานว่าประสบความสำเร็จเพียงใด การจัดการทรัพยากรบุคคล ให้มีการพัฒนาฝีมือให้มีความชำนาญอยู่เสมอ กระตุ้นและส่งเสริมให้สมาชิกแสวงหาความรู้โดยการส่งเข้ารับการศึกษาอบรม ศึกษาดูงาน บำรุงขวัญและกำลังใจสมาชิก

สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสมาชิก เพื่อให้การปฏิบัติงานของกลุ่มเป็นไปด้วยความราบรื่น
สร้างแรงจูงใจโดยการนำผลการประเมินการปฏิบัติงาน มาพิจารณาค่าตอบแทนร่วมด้วย

อังศิกา นพาลี (2548 : 87-88) ได้วิจัยปัจจัยกำหนดความสำเร็จของธุรกิจ
กลุ่มทอผ้าชุมชน ในภาคอีสานตอนกลาง พบว่า กลุ่มที่ประสบความสำเร็จมีการปฏิบัติ
ในปัจจัยกำหนดความสำเร็จโดยรวม ปัจจัยเกี่ยวกับด้านบริหารธุรกิจ ปัจจัยเกี่ยวกับบุคคล และ
ปัจจัยเกี่ยวกับชุมชนอยู่ในระดับมาก และมีการปฏิบัติด้านการบริหารและจัดการ ด้านผู้นำ และ
ด้านระเบียบข้อบังคับของชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการบริหารการผลิต ด้านการบริหาร
การเงินและทุน ด้านแรงงานและด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก อยู่ในระดับมาก และด้านการมี
ปฏิสัมพันธ์กับภายนอกอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มที่ไม่ประสบความสำเร็จมีการปฏิบัติใน
ปัจจัยดังกล่าว ทั้งโดยรวมและเป็นรายปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง และมีการปฏิบัติในด้านการมี
ปฏิสัมพันธ์กับภายนอก อยู่ในระดับน้อย

จุมพล หนิมพานิช และบุญศรี พรหมมาพันธ์ (2549 : 94-95) ได้วิจัยบทบาทของ
องค์การบริหารส่วนตำบลในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน : ศึกษาเฉพาะกรณีภาคเหนือ พบว่า
บทบาทของ อบต. ในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การส่งเสริมการพัฒนาให้สตรีให้มี
บทบาทในการผลิต การแปรรูปและการถนอมอาหารเพื่อจัดจำหน่าย รวมทั้งบทบาทในการ
ส่งเสริมการศึกษาและวัฒนธรรม ส่วนแนวทางส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่ประสิทธิภาพ
ด้านการแปรรูป ได้แก่ ควรมีการส่งเสริมปริมาณการผลิตที่ช่วยลดต้นทุน ส่งเสริมวิธีการผลิตที่
ไม่มีความยุ่งยากซับซ้อน สามารถใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจากที่อื่นมาพัฒนาเพิ่มเติมได้
ด้านการตลาด ได้แก่ ควรมีการพัฒนาสมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้มีความสามารถในการแสวงหา
ตลาด มีความสามารถในการวิเคราะห์ตลาด ถูกค่า สถานที่จำหน่าย โดยมีการให้ความรู้และ
ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ควรแนะนำวิธีการ
ดูแลรักษาคุณภาพผลผลิต ผลิตภัณฑ์ให้สะอาด ถูกหลักอนามัย สามารถเก็บรักษาให้อยู่ได้นาน
ตามหลักของวิสาหกิจชุมชนแต่ละประเภทและให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภค ด้านการแปรรูป ออกแบบบรรจุ
หีบห่อผลผลิต ได้แก่ ควรมีการสาธิตการออกแบบและการบรรจุหีบห่อที่สามารถรักษาคุณภาพ
ผลผลิตการพัฒนาการออกแบบที่สะดวกต่อการขนส่งและจัดจำหน่ายที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความ
พึงพอใจ ด้านแรงงาน ควรส่งเสริมพัฒนาอบรมฝีมือแรงงานวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่นให้มี
ความรู้ในการผลิตเพื่อเป็นแรงงานที่มีคุณภาพ ควรกระตุ้นและจูงใจให้แรงงานรุ่นใหม่เข้าสู่อาชีพ
ดั้งเดิมของท้องถิ่นขององค์กรวิสาหกิจชุมชนของตนเอง รวมทั้งการแนะนำให้แรงงานแสวงหา
ความรู้ด้วยตนเอง ด้านเงินทุน ควรสนับสนุนให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความรู้ความเข้าใจใน

วิสาหกิจชุมชนว่าเป็นไปเพื่อชุมชน และการดำเนินงานโดยชุมชน การแนะนำให้วิสาหกิจชุมชนที่มีปัญหาในเรื่องระดมทุนให้มีความรู้เรื่องเหล่านี้ รวมทั้งแนะนำให้องค์กรวิสาหกิจชุมชนมีกิจกรรมการผลิต การตลาด และการรู้จักพึ่งตนเองอย่างต่อเนื่อง ด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ควรแนะนำให้รู้จักทักษะด้านบัญชี การจัดทำระบบบัญชีกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งแนะนำให้วิสาหกิจชุมชนเรียนรู้ระบบการควบคุม ตรวจสอบรายได้ รายจ่ายที่ถูกต้อง แม่นยำมีมาตรฐาน และด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก ควรส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้นำองค์กรของวิสาหกิจชุมชน เสียสละและกระตุ้นให้สมาชิกร่วมมือร่วมใจในการทำงานให้กับกลุ่มองค์กรวิสาหกิจชุมชน

จันทิรา มุลละศรี (2549 : 82-83) ได้วิจัยการบริหารจัดการ และแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน กลุ่มพัฒนาอาชีพหัตถกรรมหวาย บ้านนากระเซิง จังหวัดเลย เกี่ยวกับหน้าที่ทางธุรกิจ 5 ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านบริหารทรัพยากรบุคคล ด้านการเงิน ด้านองค์กรและการจัดการ โดยศึกษาประชากรกลุ่มสมาชิกของกลุ่มพัฒนาอาชีพหัตถกรรมหวาย บ้านนากระเซิงจังหวัดเลย จำนวน 40 คน พบว่า หน้าที่ทางธุรกิจด้านการตลาด ไม่มีการกำหนดตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน ไม่มีการวางแผนการตลาด ใช้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคตเป็นตัวกำหนด เนื่องจากกลุ่มขาดความรู้เรื่องการตลาด ด้านการผลิต ได้มีการจัดหน้าที่ในการผลิตของสมาชิกได้เป็นอย่างดี มีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้า ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนถึง การส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า ด้านบริหารทรัพยากรบุคคล มีการให้สมาชิกได้รับการฝึกทักษะอย่างต่อเนื่อง แต่ไม่ตรงกับความต้องการของสมาชิก มีการประเมินผลการทำงาน ของสมาชิก ปีละ 1 ครั้ง ไม่มีการกำหนดเวลาการทำงาน ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการปฏิบัติงานของสมาชิก กลุ่มจะขาดแคลนแรงงานในการผลิตสินค้าในฤดูเก็บเกี่ยว ด้านการเงิน ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน บางครั้งไม่มีเงินทุนเพียงพอในการจ่ายค่าแรงงานให้กับสมาชิก กลุ่มไม่มีการจัดทำระบบบัญชีตามหลักสากล ทำให้ไม่ทราบอัตราหมุนเวียนของเงินทุน และระบบรายงานทางการเงินบัญชีที่ถูกต้อง ด้านองค์กรและการจัดการ มีการบริหารงาน ในลักษณะระบบงานถ้อยทีถ้อยอาศัย คณะกรรมการมักจะปฏิบัติหน้าที่ที่ไม่ตรงตามที่ได้รับ การแต่งตั้ง การทำงานของกลุ่มทำงานแบบครอบครัว โดยเน้นให้ทุกคนทำงานตามความสามารถ และความเหมาะสม มีส่วนร่วมในการผลิตสินค้าเท่า ๆ กัน และแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน กลุ่มควรมีการส่งเสริมการขายโดยเน้นการขายตรงเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายให้มากขึ้น จัดหาแหล่งเงินทุนที่มีดอกเบี้ยต่ำ เพื่อสนับสนุนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และรับสมาชิกเพิ่ม เพื่อจะได้มีแรงงานในการผลิตสินค้า เป็นการขยายกลุ่มให้เติบโตขึ้น ปรับปรุงโครงสร้าง คณะกรรมการให้มี ประธาน รองประธาน เลขานุการ ฝ่ายการตลาดฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายการเงินและ

บัญชี ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ ฝ่ายผลิต ทำหน้าที่ตามโครงสร้างที่ได้รับการแต่งตั้ง จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพขึ้นในการปฏิบัติงานเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

บัณฑิตา ศรีชัยมูล (2549 : 93-94) ได้วิจัยการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า หมู่ที่ 4 ตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี พบว่า สภาพการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านโคกเจริญมีปัญหาด้าน การบริหารจัดการที่ขาดประสิทธิภาพของคณะกรรมการ ขาดเงินทุนในการดำเนินงาน ขาดการพัฒนาตลาดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ สมาชิกขาดการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม และขาดการเชื่อมโยงถ่ายทอดประสบการณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่ม ต้องการศูนย์จัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเป็นสถานที่จัดแสดงจำหน่าย พัฒนา มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ประสานงานด้านการตลาดและเป็นศูนย์ถ่ายทอดและเรียนรู้ภูมิปัญญาของ คนในชุมชน แนวทางและวิธีการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านโคกเจริญ และดัชนีชี้วัดความสำเร็จในการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน คือ การพัฒนาศักยภาพ คณะกรรมการบริหารกลุ่ม การระดมทุนจากสมาชิกและชุมชน การพัฒนาการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาทักษะด้านการตลาด การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของสมาชิก การจัดทำ แผนการดำเนินงานของกลุ่มโดยสมาชิกกลุ่ม การประชาสัมพันธ์การดำเนินงานของกลุ่มอย่าง สม่ำเสมอ และการดำเนินงานศูนย์กลางการเรียนรู้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนการพัฒนาเพื่อ ส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้าบ้านโคกเจริญ ได้มีการพัฒนาการดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม คือ การพัฒนาศักยภาพคณะกรรมการบริหารกลุ่มทอ ผ้า ดำเนินการโดยวิธีการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการให้ความรู้และข้อมูล ข่าวสารแก่คณะกรรมการบริหารงาน การจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชน ดำเนินการโดยวิธีการ ฝึกอบรมเพื่อให้ความรู้และการฝึกปฏิบัติจริงในการสัมมนาการจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชนจากการ ปฏิบัติ และการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของคณะกรรมการกลุ่ม และสมาชิกกลุ่มในการเรียนรู้ร่วมกันในการจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มผลจากการพัฒนา เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันในการแก้ไขปัญหา อุปสรรคและการพัฒนา กลุ่ม คณะกรรมการบริหารกลุ่มทอผ้า ได้รับความรู้ด้านการบริหาร จัดการเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและการบริหารงานกลุ่ม มีการจัดทำแผนการดำเนินงานของ กลุ่ม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานร่วมกัน การพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม ทอผ้าควรดำเนินการอย่างต่อเนื่องในการแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคการดำเนินงานและสนองตอบ ความต้องการพัฒนาของกลุ่ม เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เป็นแหล่งเรียนรู้ ให้กับคนในชุมชนและชุมชนอื่น ๆ และเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน

สามารถ แทนวิสุทธิ (2549 : 88-89) ได้วิจัยเปรียบเทียบกระบวนการบริหารและผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตอำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น พบว่า กระบวนการบริหารและผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็งและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ไม่เข้มแข็งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทั้งสองกลุ่ม เปรียบเทียบกระบวนการบริหารและผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็งและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ไม่เข้มแข็ง พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็งและที่ไม่เข้มแข็ง มีกระบวนการบริหารงานและผลการดำเนินงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งโดยรวมและรายด้าน ส่วนปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็งและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ไม่เข้มแข็ง ด้านการวางแผน มีปัญหา เรื่อง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่มีความพร้อมในการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลหลักภายในและภายนอกเพื่อประกอบการวางแผน ด้านการจัดองค์กร มีปัญหาเรื่องการไม่เข้าใจโครงสร้างหน้าที่ของกลุ่มซึ่งจะมีผลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของการบริหารงาน ด้านการอำนวยการ มีปัญหาเรื่อง ผู้นำไม่สามารถสั่งการหรืออำนวยการต่อพฤติกรรมของบุคคลอื่นให้ทำงานเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ ด้านการควบคุม มีปัญหาเรื่อง ไม่ได้มีการศึกษาข้อมูลด้านการให้ผลตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่ม เพื่อเป็น แนวทางในการควบคุมการดำเนินงานของกลุ่ม

ศิรินทร ชัยเวช (2550 : 97-98) ได้วิจัยการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มชุมชนจังหวัดหนองคาย พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทอาหาร ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 1-3 ปี มีจำนวนสมาชิกในกลุ่มธุรกิจ 11-20 คน มีจำนวนเงินทุนเริ่มแรก 50,001-100,000 และการระดมเงินทุนจากการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารการตลาด เช่น การกำหนดราคาสินค้าเป็นมาตรฐาน เดียวกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน มีการพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาดอยู่เสมอ เป็นต้น ด้านการบริหารการเงิน เช่น มีการจัดทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใส มีระบบการแบ่งผลตอบแทนที่ชัดเจน เป็นต้น ด้านการบริหารการผลิต เช่น มีการคัดเลือกอุปกรณ์เครื่องมือการผลิตให้เหมาะสมกับการทำงาน มีวัตถุดิบเพียงพอและทันกับความต้องการอยู่เสมอ เป็นต้น และด้านบริหารจัดการ เช่น มีการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์การดำเนินงานของธุรกิจอย่างชัดเจน มีการกำหนดแผนงานต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานของธุรกิจอย่างชัดเจน เป็นต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีปัญหาอุปสรรคการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับน้อย จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ เช่น สมาชิกยังขาดการพัฒนาฝีมือในการผลิต เกิดความซ้ำซ้อนในหน้าที่ความรับผิดชอบ เป็นต้น ด้านการบริหารการเงินและทุน เช่น มีปัญหาเรื่องเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน การไม่ควบคุมดูแลด้านค่าใช้จ่ายของ

กลุ่มการจัดการเงินไม่เป็นระบบ เป็นต้น ด้านการบริหารการผลิต เช่น สถานที่ผลิตห่างไกล แหล่งวัตถุดิบไม่เพียงพอในการผลิต การดำเนินการผลิตไม่เป็นไปตามขั้นตอนที่วางไว้ เป็นต้น สำหรับระดับปานกลาง จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านการบริหารการตลาด เช่น ราคาไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีตราสินค้า เครื่องหมายมาตรฐานรับรองคุณภาพสินค้า เช่น OTOP เป็นต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่มีประเภทวิสาหกิจชุมชน แตกต่างกัน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ไม่แตกต่างกัน แต่มีปัญหาอุปสรรคการบริหารจัดการ ด้านการบริหารการตลาด แตกต่างกัน ($P < .05$) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน และ มีปัญหาอุปสรรคการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านการบริหารการตลาด และด้านการบริหารการเงินและทุน แตกต่างกัน ($P < .05$) และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่มีจำนวนเงินทุนเริ่มแรก แตกต่างกัน มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน และ มีปัญหาอุปสรรคการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านการบริหารการเงินและทุน แตกต่างกัน ($P < .05$) สำหรับด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริหารการตลาด และด้านการบริหารการผลิต ไม่แตกต่างกัน

สุพิชพร ทิดสุข (2550 : 88-89) ได้วิจัยแนวทางการพัฒนาบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนศูนย์อาชีพสตรีบ้านใหม่ ตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี พบว่า ศูนย์อาชีพสตรีบ้านใหม่ สมาชิกส่วนใหญ่อายุ 51-60 ปี ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 10 ปีขึ้นไป และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,501-3,000 บาท ศูนย์อาชีพสตรีบ้านใหม่ มีการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน คือ ด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านบุคลากร และมีการบริหารจัดการอยู่ในระดับน้อย 1 ด้าน คือ ด้านการตลาด สมาชิกที่มีอายุแตกต่างกัน เห็นว่า มีการบริหารจัดการโดยรวมและรายด้าน 3 ด้าน คือ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงินไม่แตกต่างกัน แต่ด้านบุคลากร สมาชิกที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่ามีการบริหารจัดการมากกว่าสมาชิกที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก และมีรายได้แตกต่างกัน เห็นว่า มีการบริหารจัดการโดยรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน แนวทางพัฒนาการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ศูนย์อาชีพสตรีบ้านใหม่ ด้านการผลิต ควรรวมกลุ่มกันจัดซื้อวัตถุดิบในราคาขายส่ง สีส้มสด และสีธรรมชาติ โดยการศึกษาดูงานจากกลุ่มอื่นหรือเข้ารับการฝึกอบรมจากผู้เชี่ยวชาญ ควรรวมกลุ่มให้แน่นอนหนาเพื่อทำการผลิตผ้าทออย่างจริงจัง ควรมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบในกลุ่ม ตามหน้าที่ทางธุรกิจ ด้านการตลาด ควรพัฒนาความรู้ด้านการตลาดให้กับสมาชิกด้วยหลักสูตรเร่งรัดระยะสั้น ควรจัดทำแผนพับ

ประชาสัมพันธผลิตภัณฑ์ และควรจัดทำแบบตัวอย่างลายผ้าใช้ในการเสนอขายตรงให้กับบุคลากรในหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ด้านการเงินและบัญชี ควรพัฒนาความรู้ด้านการบริหารการเงินและบัญชีให้สมาชิกสามารถจัดทำบัญชีได้ถูกต้องเหมาะสม ควรระดมทุนจากชุมชนและจัดหาแหล่งเงินทุนมาใช้เป็นทุนหมุนเวียนเพิ่มเติม และด้านบุคลากร ควรมีการสร้างจิตสำนึกให้คนรุ่นใหม่ได้เห็นคุณค่าพร้อมถ่ายทอดวิธีการและพัฒนาด้านการผลิตให้คนรุ่นใหม่ได้สืบสานและดำเนินการต่อไป

ศุรัชภัทรดิษฐ์ หลอดคำวัฒนา (2552 : 95-96) ได้วิจัยภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมืองไทยวน : แนวทางการจัดการเชิงวิสาหกิจชุมชน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ภูมิปัญญาในการทอผ้าพื้นเมืองไทยวน เป็นองค์ความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่บรรพชนได้สร้างสรรค์และถ่ายทอดต่อกันมาเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านดั้งเดิมของชาวบ้าน การถ่ายทอดวิธีการทอผ้าเป็นกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ภูมิปัญญาในการผลิตผ้าทอพื้นเมืองไทยวน ประกอบไปด้วย ภูมิปัญญาในการผลิต ภูมิปัญญาในการทำลวดลาย ซึ่งได้รับอิทธิพลจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น และภูมิปัญญาในการทอผ้า ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้าย เป็นกระบวนการทอผ้าโดยอาศัยหลักการง่าย ๆ คือจัดเส้นฝ้ายสองแนวขัดประสานเพื่อให้เกิดเป็นผืนผ้า อดีตชาวบ้านทอผ้าโดยใช้กี่มีมือ แต่ปัจจุบันใช้กี่กระดูกซึ่งรวดเร็วกว่าผ้าทอพื้นเมืองไทยวนที่นิยมมี 2 ชนิด คือ ผ้าไทยวนลายดั้งเดิมและผ้าไทยวนลายประยุกต์ เช่น ลายข่อยทึบยักดอก ผ้าทอพื้นเมืองไทยวน ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อและพิธีกรรม เช่น พิธีกรรมเกี่ยวกับการเกิด การบวช การแต่งงาน และการตาย ปัจจุบันความเชื่อและพิธีกรรมที่มีผ้าเข้ามาเกี่ยวข้องลดน้อยลง เพราะบริบททางสังคมวัฒนธรรมมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงแพร่กระจายเข้าสู่ชุมชน การพัฒนาคนมีการเรียนรู้และถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทอผ้าพื้นเมืองระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม ซึ่งเริ่มต้นจากบุคคลในครอบครัว มุ่งให้สมาชิกในครอบครัวนำความรู้ไปใช้ในการชีวิตประจำวันและถ่ายทอดความรู้ให้แก่สมาชิกภายในกลุ่มซึ่งมีฐานความรู้เดิมและมีใจรัก นอกจากนี้ยังมีการแสวงหาความรู้ แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มอื่นหรือหน่วยงานอื่นภายนอกกลุ่มของตน โดยวิธีกระบวนการกลุ่ม คือ การประชุม สัมมนา ศึกษาดูงาน หรือทำกิจกรรมร่วมกันเกี่ยวกับการประดิษฐ์ลายผ้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ เมื่อได้ข้อสรุปซึ่งเป็นความรู้ใหม่แล้ว จึงนำความรู้ที่นำมาถ่ายทอดให้แก่สมาชิกภายในกลุ่มของตนเพื่อพัฒนาคุณภาพของงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และพัฒนาเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอพื้นเมืองไทยวนที่แสดงถึงภูมิปัญญาและความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าไทยวน แนวทางการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ ชุมชนของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองไทยวน พบว่า มีแนวทางสำคัญคือ การวางแผน การเตรียม

วัตถุประสงค์ การผลิต การตลาด การจัดทำระบบบัญชี การจำหน่าย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตัวชี้วัดความสำเร็จของการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ คือ เกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือ (มผช) มาตรฐานเหล่านี้ เป็นมาตรฐานเพื่อการค้า เป็นวัฒนธรรมใหม่ ซึ่งเดิมไทยวนทอผ้าเป็นการผลิตเพื่อยังชีพ ในชีวิตประจำวัน ตามความเชื่อหรืออุดมการณ์ของกลุ่มผู้ทอผ้า ซึ่งทำตามบทบาทหน้าที่ของตน ในสังคม ผู้ทอผ้าเน้นคุณค่าทางจิตใจมากกว่าคุณค่าทางเศรษฐกิจ การทอผ้าไทยวนแบบดั้งเดิม เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือรากฐานความคิดให้กลุ่มมีการพัฒนาลายผ้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นแล้ว ประยุกต์เป็นลายผ้าลายใหม่ ๆ เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ใช้วิธีการถ่ายทอดโดยการฝึกทักษะ ให้เกิดความชำนาญ และให้สมาชิกคนอื่น ๆ เกิดความรู้กลุ่มทอผ้าเหล่านี้

2. งานวิจัยต่างประเทศ

คินกรอนจ์เพจน์ เบ็ญจาพอม (Kingroungpet, Benjapom. 2005 : 258) การศึกษา นี้ได้ทำการตรวจสอบการสื่อสารระหว่างหมอมุขมชน-คนใช้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ธรรมชาติตามการ รับรู้ของผู้ป่วย โดยมีการนำเสนอการใช้แบบจำลองเชิงทฤษฎีแบบใหม่เพื่อใช้ในการตรวจสอบ

1) ผลกระทบในเชิงปฏิสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการควบคุม และผลกระทบทางตรงจาก การรับรู้การสื่อสารกับหมอมุขมชนที่มีต่อการพยากรณ์พฤติกรรมในการรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ ธรรมชาติของหมอมุขมชน และ 2) บทบาทในด้านการรักษาโรคจากการรับรู้การสื่อสารกับหมอมุขมชน ที่มีต่อตัวแปรที่สัมพันธ์กับการควบคุม และพฤติกรรมในการรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์จาก ธรรมชาติ ได้มีการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้แก่ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและ ผู้บริโภคตามใบสั่ง จำนวน 2,000 ราย ได้รับการตอบกลับมาจำนวน 556 ราย ซึ่งได้ใช้เป็น จำนวนประชากรในการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลกระทบแบบมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ของกลุ่มควบคุมและ 3 กลุ่มที่ ปรารถนาการควบคุมไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ มีเพียง 2 กลุ่มที่ตระหนักรู้การสื่อสารกับหมอมุขมชน มีความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ กับการรายงานผลการใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ รวมทั้งการส่งเสริมการดูแลตนเอง ($F = .125$, $p = .012$) และการยืนยัน ($F = .156$, $F = .003$) เมื่อทำการควบคุมปัจจัยที่เป็นตัวแทน คุณลักษณะของผู้ป่วยที่สัมพันธ์กับการสื่อสารระหว่างหมอมุขมชนกับผู้ป่วย (การสอบถามของ ผู้ป่วยและความดีในการติดต่อกับหมอมุขมชน) และที่เป็นตัวแทนของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ จากธรรมชาติ (การได้รับสารสนเทศจากบุคลากรทางด้าน การดูแลสุขภาพ) ทำให้ไม่เป็นไปตาม บทบาทในการรักษาโรคของบุคคลที่ได้รับ ความไว้วางใจว่ามีความชำนาญงาน, มีความเชื่อถือได้,

เอาใจใส่ และพึงพาอาศัยได้ และจากการศึกษาพบว่า มีเฉพาะการส่งเสริมให้ดูแลตนเองเท่านั้นที่เป็นตัวเชื่อมโยงการตรวจรักษาที่มีนัยสำคัญในความสัมพันธ์ระหว่างความปรารถนาที่จะได้รับการควบคุมและรายงานผลการใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ การส่งเสริมในการดูแลตนเองยังเป็นสื่อกลางที่อยู่ระหว่างการยืนยันและการรายงานผลการใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ โดยสรุปแล้ว การศึกษานี้ได้แสดงให้เห็นว่าตัวพยากรณ์ที่ดีที่สุดของรายงานการใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติสำหรับหมอมุขมนั้น ได้แก่ การส่งเสริมการดูแลตนเอง, การยืนยัน, การถามคำถามของผู้ป่วยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ, ความถี่ในการติดต่อกับหมอมุขมน และการได้รับสารสนเทศเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ธรรมชาติจากบุคลากรมีอาชีพในด้านการดูแลสุขภาพ ข้อค้นพบเหล่านี้ได้เน้นย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของบทบาทของหมอมุขมนในการควบคุมสถานการณ์การสอบถามเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติภายในสภาพแวดล้อมทางองค์กรที่เหมาะสม เพื่อให้แน่ใจในด้านความเป็นส่วนตัวและความลับของผู้ป่วย เช่นเดียวกับที่ใช้ทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคลที่เหมาะสมเพื่อให้การสนับสนุนมุมมองของผู้ป่วยที่เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ

แคริลโล เควิน ดี (Carillo Kevin D. 2006 : 95) การศึกษานี้ได้ตรวจสอบปัจจัยนำเข้าของกลุ่มและปัจจัยด้านกระบวนการของกลุ่มที่นำไปสู่ผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงในชุมชนเสมือนแบบเปิด แบบจำลองเชิงทฤษฎีได้รับการพัฒนาขึ้นมา โดยอยู่บนพื้นฐานของวิธีการวิจัยกลุ่มด้วยวิธี ปัจจัยนำเข้า-กระบวนการ-ผลลัพธ์ ในจิตวิทยาสังคมและบนพื้นฐานของทฤษฎีว่าด้วยระยะเวลา, การมีปฏิสัมพันธ์, และสมรรถภาพ ที่เสนอโดยแม็กเกรธี (1991) แบบจำลองได้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนำเข้า ได้แก่ ตัวแปรเชิงองค์กร (การสนับสนุนจากองค์กร) ตัวแปรที่สัมพันธ์กับกลุ่ม (ขนาดของกลุ่ม, การแบ่งปันประสบการณ์ และความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของกลุ่ม) และตัวแปรที่เป็นปัจเจกบุคคล (ความชำนาญงานของสมาชิกและความกระตือรือร้นของสมาชิก) ตัวแปรเชิงกระบวนการ ได้แก่ ผลผลิตของกลุ่ม, ความเป็นอยู่ของกลุ่ม และการสนับสนุนของสมาชิก กับตัวแปรที่เป็นผลลัพธ์ ได้แก่ ประสิทธิภาพของกลุ่ม โดยทำการศึกษาเชิงปริมาณจากบันทึกรายละเอียดของกิจกรรมวิกิพีเดีย ซึ่งเป็นเอ็นไซโคลพีเดียที่มีเนื้อหาสาระแบบเปิด และถูกออกแบบมาให้ใช้ตัวอย่างภารกิจกลุ่มจำนวน 10,000 ภารกิจได้มีการนำวิธีการยกกำลังสองค่าน้อยที่สุด (PLS) ตามหลักทางสถิติมาใช้เพื่อทดสอบแบบจำลองเชิงทฤษฎี การศึกษานี้แสดงให้เห็นถึงการทำงานร่วมกันและบทบาทเด่นชัดของขนาดของกลุ่ม และการแบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันทั้งในตัวแปรเชิงกระบวนการของกลุ่มและประสิทธิภาพของกลุ่ม โครงการนี้ยังได้ให้หลักฐานเกี่ยวกับ 1) ผลกระทบในทางบวกของความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของกลุ่มที่มีต่อผลผลิตของกลุ่ม 2) ผลกระทบในทางบวกของการสนับสนุนจากองค์กร และความกระตือรือร้นของสมาชิกที่มีต่อความเป็นอยู่ของกลุ่ม 3) ผลกระทบในทางบวกของ

ความกระตือรือร้นของสมาชิกที่มีต่อการสนับสนุนของสมาชิก และประการสุดท้าย 4) ผลกระทบในทางบวกของการสนับสนุนจากองค์กรและความกระตือรือร้นของสมาชิกที่มีต่อประสิทธิผลของกลุ่ม

เจมส์ เทรซี่ (Jame Tracey. 2003 : 53) พื้นที่ชนบทและชุมชนห่างไกลหลายแห่งของบริติช โคลัมเบีย การลดลงของอุตสาหกรรมที่มีทำการแปรรูปทรัพยากรซึ่งแต่เดิมเคยเป็นกระดูกสันหลังของเศรษฐกิจในท้องถิ่น, การลดลงของทรัพยากรธรรมชาติ, และการไวต่อแรงกดดันทางเศรษฐกิจโลก ได้เป็นสาเหตุก่อให้เกิดแรงบีบคั้นทางเศรษฐกิจและสังคม การทำให้เกิดนวัตกรรมและความหลากหลายทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนในภูมิภาคที่อาศัยทรัพยากรธรรมชาติ จึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นเพื่อความอยู่รอดของชุมชน, การปรับปรุงและความเจริญงอกงาม บทความนี้ทำการค้นคว้าถึงแนวคิดและปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมในระดับชุมชนที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่ชนบททางด้านทิศเหนือของเกาะแวนคูเวอร์ โดยได้ทำการค้นคว้าตรวจสอบนวัตกรรมเฉพาะด้านในโครงการหนึ่ง ได้แก่ โครงการสาธิตการผสมผสานผลิตภัณฑ์ป่าที่ไม่ใช่ไม้สัก (NTFP) ในเขตอำเภอแวนคูเวอร์ โดยอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีและวรรณกรรมเกี่ยวกับนวัตกรรมต้นทุนทางสังคม และการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งงานวิจัยได้ค้นคว้าความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอกท้องถิ่นสามารถเสริมสร้างขีดความสามารถของชุมชนชนบทได้อย่างไรในการสร้างนวัตกรรมและการพัฒนาที่ยั่งยืน

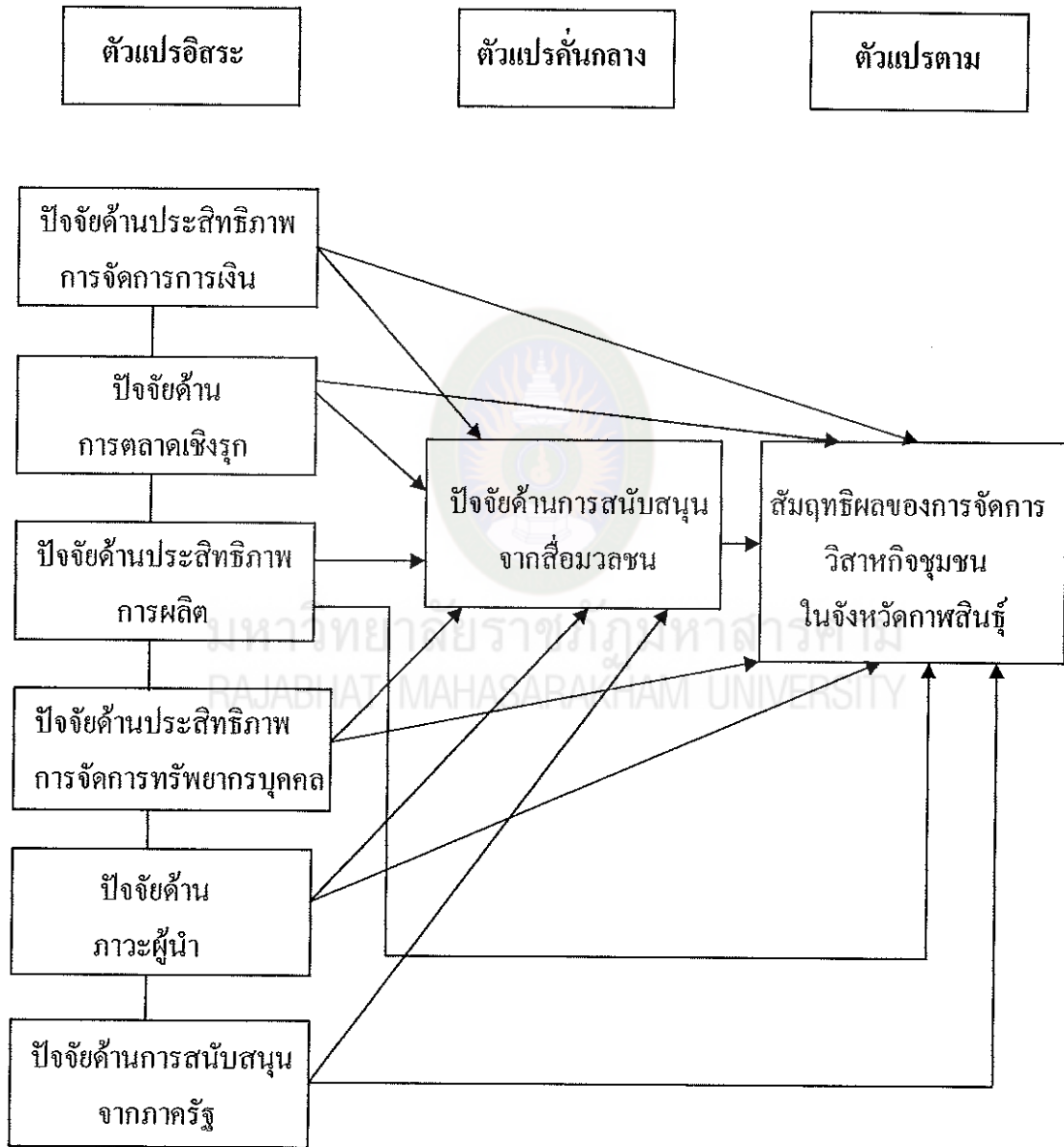
บราวน์ เฮเลน แคโรไลน์ (Brown, Helen Carolyn Peach. 2005 : 356) การกระจายอำนาจจากศูนย์กลางนั้นเป็นรูปแบบที่มีชื่อเสียงภายใต้นโยบายปัจจุบันที่เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ โดยมีการปฏิรูปบางประการเพื่อเพิ่มบทบาทของประชาชนในท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม การจัดการในระดับชุมชนนั้นมีบ่อยครั้งที่มีผลลัพธ์ไม่ยั่งยืนถาวรในแง่ของนิเวศวิทยาและแง่มุมทางสังคม ดังนั้น จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงการดำเนินงานของหุ้นส่วนการบริหารจัดการเหล่านี้เสียใหม่ให้ดีขึ้น ข้อค้นพบจากการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่าระบบการจัดการที่ดัดแปลงมาเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์ NWFP นั้นได้เปลี่ยนแปลงไปเพื่อตอบสนองต่อตลาดที่กำลังขยายตัว โดยผ่านการเข้าถึงซึ่งได้แปรรูปเป็นกิจการของเอกชนเพิ่มมากขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์บางตัว ในอัตราที่ไม่เร็วนักเพื่อป้องกันการเสื่อมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ถึงแม้ผลิตภัณฑ์ NWFP จะยังไม่ได้รับการจัดการอย่างกระตือรือร้นภายในป่าชุมชนก็ตามแต่การปฏิรูปเพื่อกระจายอำนาจเหล่านี้ก็ยังมีผลกระทบต่อกฎเกณฑ์การเข้าถึงสำหรับบุคคลที่อยู่ภายนอกเขตพื้นที่ป่าชุมชน จากการสร้างภาพที่ได้จากการวิจัยในด้านการจัดการและพัฒนาทรัพยากรส่วนกลางร่วมกัน ทำให้สามารถพัฒนากรอบแนวคิดเพื่อประเมินผู้มีส่วนร่วมในระดับชุมชนใน 4 มิติได้ ซึ่งได้แก่ ส่วนแบ่งส่วนใหญ่ในทรัพยากรของผลิตภัณฑ์ NWFP มุมมองระยะยาว

สำหรับ การมีอยู่ของทรัพยากรการมีขีดความสามารถสูงและต้นทุนทางสังคมสูง โดยขีดความสามารถนั้นรวมถึงความสามารถในการเป็นผู้นำ ขีดความสามารถในเชิงองค์กร องค์กรความรู้ และขีดความสามารถในการบังคับใช้กฎเกณฑ์และระเบียบควบคุมต่าง ๆ ซึ่งตามกรอบแนวคิดข้างต้นดังกล่าวนี้ ผู้หญิงในหมู่บ้านได้แสดงออกถึงคุณลักษณะหลายประการที่จะทำให้พวกเธอสามารถมีส่วนช่วยเหลือระบบการจัดการผลิตภัณฑ์ NWFp ในป่าชุมชนได้ การจัดการเพื่อการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพสำหรับผลิตภัณฑ์ NWFp ในป่าชุมชนนั้นไม่เพียงแต่จะต้องเกี่ยวข้องกับกระทรวงสิ่งแวดล้อมและป่าไม้ และคณะกรรมการบริหารจัดการป่าชุมชนเท่านั้น แต่ยังมีช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้หญิงในการบริหารจัดการด้วยวิธีการบริหารจัดการแบบร่วมมือกันที่ได้คิดแปลงเพิ่มเติม จะช่วยเอื้ออำนวยต่อกระบวนการในการระดมความร่วมมือเพื่อเรียนรู้ร่วมกันถึงวิธีการในการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนการเป็นหุ้นส่วนกับองค์กร เอ็นจีโอและองค์กรวิจัย จะช่วยเสริมสร้างกระบวนการที่นำไปสู่การปรับปรุงระบบบอภิบาลหรือการบริหารสาธารณกิจของชาติ

ไฮน์เก้ โมนิก้า (Heinchk, Monica. 2006 : 481) การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development-SD) และความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility CSR) นั้นไม่มีความไม่ชัดเจน ถูกนำไปใช้โดยผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายภายใต้บริบทที่แตกต่างกันไปทั่วโลก แต่ยังคงขาดการสำรวจว่าหมายความถึงอะไรและบริษัทน้ำมันข้ามชาติ (TNOc) จะสามารถประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพได้อย่างไร, รับผิดชอบประสงคขององค์กรและชุมชนได้อย่างไร ปริญญาโทฉบับนี้ได้ตั้งคำถามว่าแนวคิดเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้สถานการณ์โลก รวมทั้ง CSR ในทางปฏิบัติสำหรับบริษัทน้ำมันข้ามชาติที่นำไปสู่การเสริมสร้างชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน, ชุมชนและสภาพแวดล้อม การจำแนกหลักฐานที่ไม่เกี่ยวข้องกันระหว่างเป้าหมายทางสังคมในระดับโลก, เป้าหมายทางธุรกิจ, และชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ปริญญาโทฉบับนี้ได้ตอบคำถามที่สำคัญคือ ทำไมจึงมีช่องว่างระหว่างการพัฒนาที่ยั่งยืนและการปฏิบัติตามความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อสังคมในกิจกรรมการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันของบริษัทบีพีในโคลัมเบีย ซึ่งจากสภาพความสลับซับซ้อนที่เกิดขึ้นระหว่างบริษัทน้ำมัน, รัฐ, และชุมชนท้องถิ่นและอื่น ๆ เช่น ลิงเกอร์ลิต่า และกลุ่มกองกำลังติดอาวุธ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัย เรื่อง สัมฤทธิผลของการจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยได้ ทำการศึกษาทบทวน แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็น แนวทางในการวิจัย แล้วนำมาปรับเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย