

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การวิจัย เรื่อง บทบาทแม่บ้านเกษตรกรในการพัฒนาธุรกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งแสม ตำบลหนองขาม อำเภอหนองหญ้าไซ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้มีการตรวจเอกสารที่สนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาท
2. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน
3. แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน
4. ปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจชุมชน
5. องค์ความรู้ในการทอผ้า
6. กรณีตัวอย่าง : ศึกษาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มสตรีบ้านสำโรง อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์
7. กลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งแสม ตำบลหนองขาม อำเภอหนองหญ้าไซ จังหวัดสุพรรณบุรี
8. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาท

บทบาท มีความสำคัญในการศึกษาด้านจิตวิทยาสังคม และมนุษยวิทยา ซึ่งบทบาทมีความสัมพันธ์กับสถานภาพ เป็นการแสดงออกตามสถานภาพและหน้าที่ ในส่วนของแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทประกอบด้วย ความหมายของบทบาท บทบาทที่เป็นจริง บทบาทที่คาดหวัง และบทบาทแม่บ้านเกษตรกร ดังนี้

ความหมายของบทบาท

จากการตรวจเอกสารมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของ บทบาท ไว้ดังนี้

พัชนี (2526: 52) กล่าวว่า บทบาท หมายถึง แบบแผนของพฤติกรรมซึ่งเป็นไปตามตำแหน่งหรือสถานภาพของบุคคลอันเกิดจากความคาดหวังของบุคคลในสังคมนั้นๆ และบทบาทจะเปลี่ยนไปตามตำแหน่งที่เปลี่ยนไป

อุทัย (2526: 197) ได้อธิบายว่า บทบาทหรือหน้าที่ (function) หรือพฤติกรรมอันพึงคาดหวังของบุคคลแต่ละคนในกลุ่มหรือสังคมหนึ่งๆ หน้าที่หรือพฤติกรรมดังกล่าวโดยปกติเป็นสิ่งที่กลุ่มหรือสังคมหรือวัฒนธรรมของกลุ่มนั้นๆ กำหนดขึ้น ฉะนั้นบทบาทจึงเป็นแบบแห่งความประพฤติของแต่ละบุคคลในสถานะหนึ่งที่พึงมีต่อบุคคลอื่นอีกอย่างหนึ่งในสังคมเดียวกัน

งามพิศ (2532: 101) กล่าวว่า บทบาท คือ พฤติกรรมที่คาดหวังสำหรับผู้ที่อยู่ในสภาพต่างๆ ว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไร เป็นบทบาทที่คาดหวัง โดยกลุ่มคนหรือสังคมเพื่อให้ผู้สัมพันธ์มีการกระทำระหว่างกันทางสังคมได้ รวมทั้งคาดการณ์พฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นได้

นวม (2535: 29) ให้ความหมายของคำว่า บทบาท หมายถึง การทำหน้าที่ต่างๆ ที่ปัจเจกชนแต่ละคนจำเป็นต้องปฏิบัติตามสถานภาพทางสังคมของตน โดยลักษณะภายนอกที่บุคคลต้องแสดงตามสถานภาพทางสังคมเรียกว่า บทบาททางสังคม (social role)

พรภิมิน (2539: 14) สรุปว่า คำว่า บทบาท หมายถึง การปฏิบัติตามสิทธิและหน้าที่ ซึ่งอยู่ในขอบเขตของฐานะหรือตำแหน่งที่บุคคลนั้นดำรงอยู่ภายใต้สถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือเป็นแบบแผนพฤติกรรมอันพึงคาดหวังของบุคคลแต่ละคนในสังคม ซึ่งตามความหมายของคำว่า บทบาท จะสอดคล้องกับความหมายของคำว่า “บทบาทที่เป็นจริง” ซึ่งหมายถึงพฤติกรรมที่แสดงออกที่แต่ละคนกระทำจริง ในการตอบสนองข้อกำหนดต่างๆ ในตำแหน่งที่ตนดำรงอยู่ ส่วนคำว่า “บทบาทที่คาดหวัง” ซึ่งหมายถึงการกระทำที่ควรปฏิบัติในการดำรงตำแหน่งนั้นๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความคาดหวังของคนอื่นๆ ในสังคมทั่วไป ซึ่งต้องสัมพันธ์กับความต้องการของบุคคลนั้นด้วย

ณรงค์ (2541: 136, 155) กล่าวว่า บทบาท คือ พฤติกรรมที่ปฏิบัติตามสถานภาพ บทบาทที่เป็นพฤติกรรม ที่สังคมกำหนด และคาดหวังให้บุคคลกระทำตามหน้าที่ ทั้งนี้บทบาทเป็นโครงสร้างที่สำคัญของกลุ่มสังคม ในแต่ละองค์การ ถ้าต้องการให้เจริญก้าวหน้าผู้คนอยู่ร่วมกันด้วยดีมีสุข ย่อมต้องกำหนดสถานภาพและบทบาทของสมาชิกในสังคมให้ครบถ้วน แจกแจง บทบาทให้ชัดเจนและให้เป็นที่รับรู้ และเข้าใจกันอย่างทั่วถึงในทุกตัวบุคคล

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542: 602) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บทบาท หมายถึง การทำตามหน้าที่ที่กำหนดไว้ เช่น บทบาทพ่อแม่ บทบาทครู

จารุวรรณ (2545: 9) สรุปว่า บทบาท คือ การกระทำหรือพฤติกรรมที่ปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ที่จะต้องกระทำเมื่อดำรงตำแหน่ง และการกระทำหรือพฤติกรรมนั้นย่อมมีข้อผูกพันกับความคิดของผู้ดำรงตำแหน่ง และความคาดหวังของบุคคลอื่นในสังคม

งามพิศ (2545: 10) ได้สรุปถึงความหมายของบทบาทว่า หมายถึง การกระทำหรือพฤติกรรมที่บุคคลนั้นพึงกระทำ โดยเป็นไปตามหน้าที่และตำแหน่งทางสังคม ที่บุคคลอื่นหรือสังคมคาดหวัง และเป็นที่ยอมรับ นอกจากบทบาทที่แสดงออกมาจะขึ้นอยู่กับหน้าที่และตำแหน่งทางสังคมแล้ว บทบาทของบุคคลที่แสดงออกมายังขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของกลุ่มนั้นๆ ด้วย

ศักดิ์ไทย (2545: 111) กล่าวถึง ความหมายของบทบาทว่า หมายถึง การกระทำหรือพฤติกรรมของสมาชิกในกลุ่มที่อยู่ในสถานะนั้นๆ ดังนั้นบทบาทจึงเป็นการกระทำหรือพฤติกรรมตามตำแหน่งหรือสถานภาพซึ่งเป็นไปตามความคาดหวังของสังคมหรือตามลักษณะของการรับรู้ บทบาทเป็นผลรวมของการแสดงออกตามสิทธิและหน้าที่ เช่น ครูต้องสอนต้องอบรมนักเรียน ตำรวจต้องรักษากฎหมาย แพทย์ต้องพยาบาลรักษาผู้ป่วย เป็นต้น

จากความหมายของบทบาทที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า บทบาท หมายถึง การกระทำหรือพฤติกรรมที่บุคคลนั้นปฏิบัติตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายหรือดำรงตำแหน่งนั้นๆอยู่ และบทบาทจะเปลี่ยนไปตามตำแหน่งที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้บทบาทของแต่ละคนก็ยังขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของบุคคลนั้นๆ

บทบาทที่เป็นจริง

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของ บทบาทที่เป็นจริง ไว้ดังนี้

จิตยา (2517: 19) กล่าวว่า บทบาทที่เป็นจริง หมายถึง บทบาทของผู้ดำรงตำแหน่งในสังคมจะต้องปฏิบัติซึ่งกำหนดโดยผู้ดำรงตำแหน่งนั้นๆ นำเอาบทบาทที่คาดหวังไปแปลเพื่อปฏิบัติตามอำนาจนั้น บทบาทที่เป็นจริงและบทบาทที่คาดหวังจะใกล้เคียงกันเพียงใด ขึ้นอยู่กับความสามารถในการแปลความหมายของบทบาทที่คาดหวังและสิ่งแวดล้อมจะเป็นข้อคิดและสิ่งเกื้อกูลที่สำคัญ

สงวน และคณะ (2522: 39) กล่าวว่า บทบาทที่เป็นจริง เป็นบทบาทที่เจ้าของสถานภาพแสดงจริง ซึ่งอาจเป็นบทบาทที่สังคมคาดหวัง หรืออาจจะเป็นบทบาทตามที่สังคมคาดหวังและตนเองคาดหวัง

งามพิศ (2545: 11) สรุปว่า บทบาทที่เป็นจริง หมายถึง พฤติกรรมที่แต่ละบุคคลกระทำจริงหรือแสดงออกจริงเพื่อตอบสนองต่อข้อกำหนดต่างๆ ในตำแหน่งที่ดำรงอยู่ โดยที่การกระทำจริงนี้จะประกอบไปด้วยการรู้จักตนเอง สถานการณ์ ความสัมพันธ์กับผู้อื่น รวมทั้งการประเมินผลของการกระทำด้วยตนเองและผู้อื่น

จากความหมายของบทบาทที่เป็นจริงที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า บทบาทที่เป็นจริง หมายถึง บทบาทที่ผู้ดำรงตำแหน่งต่างๆ ในสังคมได้ปฏิบัติจริงอาจจะเป็นบทบาทที่ตนเองหรือสังคมคาดหวังหรืออาจจะเป็นบทบาทที่ตนเองและสังคมคาดหวังก็ได้

บทบาทที่คาดหวัง

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของ บทบาทที่คาดหวัง ไว้ดังนี้

จิตยา (2517: 19) กล่าวว่า บทบาทที่คาดหวัง หมายถึง บทบาทของผู้ดำรงตำแหน่งในสังคมควรจะปฏิบัติ ซึ่งถูกกำหนดโดยการอบรม สั่งสอน แนะนำ หน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายไว้

สงวน และคณะ (2522: 39) ได้ให้ความหมาย บทบาทที่คาดหวังว่าเป็นบทบาทที่ต้องแสดงตามความคาดหวังของผู้อื่น

สุชาติ (2537: 14) สรุปว่า บทบาทตามอุดมคติ หรือบทบาทตามความคาดหวัง หมายถึง บทบาทที่อยู่ในระดับของความคิดส่วนบุคคลเท่านั้น คือ คิดว่าจะกระทำหรือแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งนั้นอย่างไร แต่ยังไม่ได้กระทำจริง

กัญญรักษ์ (2542: 11) ได้กล่าวสรุปว่า บทบาทที่คาดหวัง หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลในสังคมจะปฏิบัติ เพื่อให้สอดคล้องกับหน้าที่ที่ปฏิบัติอยู่ในสังคม

งามพิศ (2545: 12) สรุปว่า บทบาทที่คาดหวัง หมายถึง บทบาทที่บุคคลกระทำที่เป็นไปตามความคาดหวังของบุคคลอื่น และเป็นไปตามบทบาทหรือตำแหน่งหน้าที่ที่ดำรงอยู่ในขณะนั้น และเป็นไปตามความคาดหวังของตนเองด้วย

ปิยะวดี (2545: 7) ได้กล่าวสรุปว่า บทบาทที่คาดหวัง หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลปรารถนา ตั้งใจคิดหวังว่าจะกระทำ เพื่อให้เหมาะสมกับตำแหน่งที่ได้รับในสังคม

จากความหมายของบทบาทที่เป็นจริงที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า บทบาทที่เป็นจริง หมายถึง บทบาทที่บุคคลปฏิบัติตามความคาดหวังของบุคคลอื่นๆ หรือเป็นบทบาทที่ผู้ดำรงตำแหน่งในสังคมควรปฏิบัติหรือเป็นไปตามความคาดหวังของตนเองด้วย

บทบาทแม่บ้านเกษตรกร

จากการตรวจสอบเอกสาร ได้มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึง บทบาทแม่บ้านเกษตรกร ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

วชิยาดา (2530: 2) ได้แบ่งบทบาทของแม่บ้านเกษตรกรตามลักษณะของกิจกรรมไว้ดังนี้ คือ

1. บทบาทเชิงครัวเรือน หมายถึง กิจกรรมที่สตรีเกษตรกรเข้าเกี่ยวข้องในครัวเรือนตามหน้าที่โดยทั่วไปของสตรีอันได้แก่ กิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลบ้าน กิจกรรมเกี่ยวกับการรับ-จ่ายเงิน กิจกรรมเกี่ยวกับอาหาร เช่น การเตรียมอาหาร การประกอบอาหาร การถนอมอาหาร กิจกรรม

เกี่ยวกับการรักษาพยาบาลสมาชิกในครอบครัว กิจกรรมเกี่ยวกับการอบรมเลี้ยงดูบุตรหลาน และกิจกรรมการจัดสวัสดิการอื่นๆ เพื่อสมาชิกในครัวเรือน

2. บทบาทเชิงเศรษฐกิจ หมายถึง บทบาทในการประกอบกิจกรรมที่ให้ผลผลิตทางเศรษฐกิจภายในครัวเรือนและสังคมอาจจะให้ผลตอบแทนในรูปตัวเงินหรือไม่ก็ได้ โดยมีขอบเขตในการพิจารณา คือ การมีส่วนร่วมด้านแรงงานและเวลาที่ใช้ในการทำงาน การตัดสินใจ การเพิ่มรายได้ของครอบครัว และการเรียนรู้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

กองพัฒนาการบริหารงานเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร (2531: 1) ได้แบ่งแยกบทบาทของแม่บ้านเกษตรกร ในการพัฒนาครอบครัวและอาชีพการเกษตร ไว้ดังนี้ คือ

1. บทบาทด้านพัฒนาครอบครัว ได้แก่ การจัดหาอาหาร (อาหารและโภชนาการ) การดูแลความเป็นอยู่ของสมาชิก การจัดหาทรัพยากรเพื่อประโยชน์ของครอบครัว การหาอาชีพเสริมรายได้ครอบครัว ฯลฯ เป็นต้น

2. บทบาทด้านพัฒนาอาชีพเกษตร ได้แก่ การเป็นแรงงานสำคัญในการผลิตทางการเกษตร การคัดเลือกพันธุ์ การป้องกันการสูญเสียผลผลิตทั้งก่อนและหลังการผลิต การจำหน่ายและขนส่ง

3. บทบาทด้านพัฒนาสังคม ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการจัดทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาท้องถิ่นของตน

วารุณี (2539: 150) ได้กล่าวถึงบทบาทของแม่บ้าน เป็นผู้จัดการกิจกรรมครอบครัวและชุมชน โดยแบ่งเป็น 4 บทบาท คือ

1. บทบาทในฐานะผู้จัดการครอบครัวด้านวางแผน การวางแผนใช้ทรัพยากรครอบครัว และชุมชนให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ทั้งนี้ต้องอาศัยความเข้าใจในเรื่องความจำเป็นและความต้องการของสมาชิกตลอดจนถึงสิ่งสำคัญที่สุดของครอบครัวและชุมชน พร้อมทั้งจะต้องศึกษาภาวะความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ไป ที่ครอบครัวและชุมชนอาจจะต้องประสบเพื่อใช้เป็นเครื่องมือจัดลำดับเป้าหมายตามความสำคัญ และทำให้วางแผนได้สอดคล้องกับความเป็นจริง

2. บทบาทในฐานะผู้จัดการครอบครัวด้านดำเนินการตามแผน โดยแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะด้วยกันคือ 1) ผู้ประสานงาน ความใกล้ชิดจากการที่แม่บ้านทำงานร่วมกับสมาชิกในครอบครัวทำให้ทุกคนรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ผู้ประสานงานที่ดีจะต้องทำให้แต่ละคนที่มีความสนใจความสามารถ ความรู้ ทักษะ บุคลิกภาพ ที่แตกต่างกันสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างดี 2) ผู้ควบคุมงานบางอย่างที่เป็นงานในครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับคนกลุ่มน้อย จึงไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องมือควบคุมการทำงาน ซึ่งต่างจากงานด้านธุรกิจ แต่ต้องมีการควบคุมมีผู้ทำหน้าที่เพื่อใช้งานสำเร็จตามต้องการโดยไม่สิ้นเปลือง 3) ผู้ตั้งงาน ผู้จัดการของครอบครัวและชุมชน มีหน้าที่สั่งงานและชี้ทางปฏิบัติแก่สมาชิกของตนหลังงานวางแผน ต้องจัดงานให้เข้ารูปเพื่อทุกคนให้ปฏิบัติงาน รับงานไปทำตามหน้าที่และรับผิดชอบดำเนินงานตามแผนการจนเป็นผลสำเร็จ และ 4) ผู้ปฏิบัติงาน ผู้จัดการบ้านเรือนและชุมชนมิได้มีหน้าที่เพียงวางแผนงานให้ผู้อื่นทำเท่านั้น มีอยู่เสมอที่ผู้จัดการต้องลงมือปฏิบัติงานเอง และมีผลดีถึงการควบคุมการปฏิบัติงานด้วย

3. บทบาทในฐานะผู้จัดการครอบครัวด้านประเมินผล การทำงานร่วมกันทั้งภายในครอบครัวและชุมชน ควรให้มีการประเมินผลในด้านต่างๆ รวมทั้งพฤติกรรม นิสัยการทำงาน และวิถีจัดการ หลังเสร็จงานทุกครั้งไม่ควรทิ้งให้เนิ่นนาน

4. บทบาทในฐานะผู้จัดการครอบครัวด้านอื่นๆ ได้แก่ 1) ผู้ตัดสินใจ เป็นผู้ตัดสินใจในกิจกรรม การดำเนินงานต่างๆ ของครอบครัวและชุมชนให้บรรลุตามเป้าหมาย 2) ผู้กระตุ้น สามารถทำให้ผู้ปฏิบัติงานสนใจทำงานเพื่อส่วนรวมเป็นอย่างดี 3) ครู เป็นผู้อบรมสั่งสอนและอธิบายรายละเอียดต่างๆ ของงานแต่ละอย่างเป็นอย่างดี และ 4) ผู้บริโภคน คือ มีบทบาทในเชิงเศรษฐกิจ มีการวางแผนรายรับรายจ่ายต่างๆ ของครอบครัว รวมถึงการจัดซื้อหาของใช้อุปกรณ์ต่างๆ ภายในครอบครัว

งานพิศ (2545: 25) ได้สรุปว่า บทบาทสตรีเกศตรนั้นจะประกอบด้วย

1. บทบาทเกี่ยวกับครอบครัว หมายถึง บทบาทที่สตรีหรือแม่บ้านทั่วไปปฏิบัติในครอบครัว เช่น การดูแลบ้าน ดูแลความเป็นอยู่ของสมาชิกในครอบครัว เป็นต้น

2. บทบาทที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจ หมายถึง บทบาทที่เกี่ยวกับการประกอบกิจกรรมที่ให้เกิดผลผลิตทางเศรษฐกิจภายในครอบครัว อาจจะทำให้ผลตอบแทนในรูปของตัวเงินหรือไม่ก็ได้ รวมถึงการบริหารรายรับและรายจ่ายของครอบครัว

3. บทบาทเกี่ยวกับสังคม หมายถึง การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาท้องถิ่นของตน

4. บทบาทในการพัฒนาอาชีพการเกษตร ได้แก่ การจัดการทรัพยากรที่จะใช้ในการทำการเกษตรของครอบครัว การวางแผนการทำงาน และลงมือปฏิบัติทำงานนั้นๆ ตลอดจนการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อผลิตผลผลิตของครอบครัว

จากบทบาทแม่บ้านเกษตรกรดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า บทบาทแม่บ้านเกษตรกรประกอบด้วย

1. บทบาทแม่บ้านเกษตรกรด้านครัวเรือน ได้แก่ ในฐานะของภรรยา แม่บ้านจะต้องคอยดูแลเอาใจใส่สามี ในฐานะมารดา ทำการเลี้ยงดูอบรมสั่งสอนบุตร ในฐานะผู้ดูแลบ้าน จัดบ้านเรือน ปัดกวาด เชื้อฉาบ ทำความสะอาด ในฐานะผู้ควบคุมการเงิน แม่บ้านเป็นผู้เก็บเงิน ควบคุมรายจ่าย

2. บทบาทแม่บ้านเกษตรกรด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว

3. บทบาทแม่บ้านเกษตรกรด้านสังคม ได้แก่ ในฐานะผู้มีส่วนร่วมให้การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และศาสนา โดยมีส่วนร่วมในการพัฒนา

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน

ประพนธ์ (2546: 17) กล่าวว่า ในปัจจุบันแนวคิดธุรกิจชุมชนถือว่าได้รับความสนใจและความคาดหวังว่าจะเป็นแนวทางหนึ่งในการแก้ไขปัญหาวิกฤติต่างๆ ของประเทศได้ โดยเฉพาะปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชนต่างๆ ในชนบท จึงเกิดแนวคิดในการทำธุรกิจหรือธุรกิจทางเลือกกว่า เป็นการดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีกิจกรรมทั้งที่เป็นการผลิต การบริการที่เกื้อกูลและเหมาะสมต่อวิถีชีวิต สังคม เศรษฐกิจ และระบบนิเวศของชุมชนที่แตกต่างไปในแต่ละท้องถิ่นและดำเนินการโดยองค์กรชุมชนที่เกิดจากการรวมตัวกันเป็นกลุ่มของชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่น ให้สมาชิกทุกคนได้มีส่วนร่วมทั้งในการกำหนดทิศทาง การดำเนินกิจกรรมและการร่วมปฏิบัติงานในหน้าที่ที่ต่างกันไปตามความสามารถและทักษะของแต่ละคน ซึ่งจะทำการกิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินการมีความสอดคล้อง

กับความต้องการของคนส่วนใหญ่ในชุมชนซึ่งเป็นสมาชิก โดยอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง คือ มีความเหมาะสมและสอดคล้องต่อวิถีชีวิต ภูมิปัญญา ศาสนา เศรษฐกิจ สังคมและระบบนิเวศน์ชุมชน

ในส่วนแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย ความหมายของธุรกิจชุมชน ความสำคัญของธุรกิจชุมชน ลักษณะของธุรกิจชุมชน และประเภทของธุรกิจชุมชน

ความหมายของธุรกิจชุมชน

จากการตรวจสอบเอกสาร มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึง ความหมายของธุรกิจชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

ณรงค์ (2542: 22) กล่าวว่า ธุรกิจชุมชน ตามแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์การเมือง หมายถึง การประกอบการผลิต การค้า การแลกเปลี่ยน การบริการที่ชุมชนเป็นเจ้าของ หรือปัจจัยการผลิตส่วนใหญ่เป็นของชุมชน หรือชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของ

อุทิศ และคณะ (2545: 10-11) กล่าวว่า ได้จำแนกความหมายของธุรกิจชุมชนไว้ดังนี้

1. ความหมายของธุรกิจชุมชน ที่หน่วยงานนั้นๆ ไม่ได้มีการกำหนดนิยามไว้อย่างเฉพาะเจาะจง หรือไม่ได้ให้ความหมายในเชิงธุรกิจชุมชนไว้เป็นการเฉพาะ แต่มีความหมายที่ลักษณะงานมีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชน หรือมีพื้นฐานทางธุรกิจ ซึ่งอาจดำเนินงานกับรายบุคคล กลุ่ม หรือองค์การ ความหมายของธุรกิจชุมชนในที่นี้ จึงหมายถึง “การสร้างงาน สร้างอาชีพและเพิ่มรายได้ การส่งเสริมให้กลุ่ม องค์กรประชาชน และเอกชน ในชุมชนดำเนินกิจกรรมด้านอาชีพ ฝึกทักษะด้านอาชีพ และหมายรวมถึงการให้ความรู้ทางด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด การผลิต ทู่น และการจัดการขั้นต้น”

“กิจกรรมอันก่อให้เกิดอาชีพ การจ้างงาน นำไปสู่การก่อสร้างตัวของคนยากจน อาจเป็นทั้งกิจกรรมรายบุคคล หรือกลุ่มก็ได้”

“การสร้างงาน และรายได้ให้ชาวบ้านเพื่อนำไปสู่การพัฒนา และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เป็นประโยชน์”

“การส่งเสริมให้ กลุ่ม องค์กรประชาชน หรือเอกชนในชุมชนดำเนินกิจกรรมด้านอาชีพ ฝึกทักษะด้านอาชีพ และให้ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด การผลิต ทุน และการจัดการ ขั้นต้น”

ตามความหมายนี้ ธุรกิจชุมชน ได้แก่การประกอบการธุรกิจขนาดย่อมและขนาดเล็ก และ หัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งมีลักษณะที่ดำเนินงานเป็นกลุ่ม และเป็นรายบุคคล

2. ความหมายของธุรกิจชุมชนที่ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมกันดำเนินงาน และมี ขอบเขตของวัตถุประสงค์ที่กว้างกว่าการเพิ่มรายได้

“ธุรกิจชุมชน คือ ธุรกิจที่ชาวบ้านมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจการ ทั้งในลักษณะการเป็น เจ้าของเองทั้งหมด หรือบางส่วนในฐานะผู้ร่วมทุน ผู้ถือหุ้นอันจะนำไปสู่การมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีและการพัฒนาที่ยั่งยืน”

“ธุรกิจชุมชน คือ การดำเนินกิจกรรมซึ่งส่งเสริมให้ประชาชนในชนบทมีรายได้โดย พัฒนาความรู้ ความสามารถของประชาชนในการบริหารและจัดการ มีลักษณะการพึ่งพาซึ่งกันและ กัน และมีผลในการป้องกันการย้ายถิ่น”

“ธุรกิจชุมชน คือ การรวมตัวของคนในชุมชนเป็นกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ หรือธุรกิจ ขนาดเล็กในชนบท ดำเนินการทางธุรกิจที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ธุรกิจชุมชนจะ ประกอบการโดยกลุ่ม หรือองค์กรชุมชนร่วมเป็นเจ้าของ และร่วมดำเนินการตลอดจนร่วมกับ ผลประโยชน์จากการดำเนินงานนั้น”

ศิริพร (2547: 12) สรุปว่า ธุรกิจชุมชน หมายถึง การรวมตัวกันของคนในชุมชนหรือ องค์กรที่อยู่ภายในชุมชน เพื่อร่วมกันคิด ร่วมกันจัดการทรัพยากรธรรมชาติและผลผลิตของชุมชน ให้เพิ่มมูลค่า เป็นการสร้างรายได้ บนพื้นฐานที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตเดิมในชุมชน โดยมีชุมชน เป็นเจ้าของกิจการ รวมทั้งมีการจัดการด้านการตลาด เพื่อลดต้นทุนสินค้าอุปโภคบริโภคที่ชุมชน จัดการไม่ได้ ซึ่งผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นนอกจากเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ยังเป็นการนำมา พัฒนาชุมชนและสร้างสวัสดิการให้กับชุมชน และพัฒนาให้ชุมชนพึ่งตนเองได้

จากความหมายของธุรกิจชุมชนต่างๆ ข้างต้น สรุปได้ว่า ธุรกิจชุมชน คือ กิจกรรมที่บุคคลหรือองค์กรในชุมชนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ และ/หรือช่วยดำเนินงานบางส่วนหรือทั้งหมด โดยประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ มีการเรียนรู้ และการจัดการร่วมกันเพื่อดำเนินการในกิจกรรมการผลิต การแปรรูปการค้า และการบริการที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างสอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน อันจะนำไปสู่ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี และการพัฒนาที่ยั่งยืน

ความสำคัญของธุรกิจชุมชน

อุทิศ และคณะ (2545: 14-15) กล่าวว่า ธุรกิจชุมชนมีความสำคัญ และมีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม แต่บทบาทของธุรกิจชุมชนในการพัฒนาจะแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจนั้นๆ ธุรกิจชุมชนมีความสำคัญหลายประการ ดังนี้

1. เปิดโอกาสให้มีการประกอบการ ธุรกิจชุมชนเป็นช่องทางและโอกาสสำหรับผู้ที่มีความต้องการในการประกอบธุรกิจด้วยตนเองหรือร่วมกับสมาชิกคนอื่นถึงแม้จะมีฐานะเป็นลูกจ้างก็มีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของประกอบการด้วยเช่นกัน สมาชิกในชุมชนที่มีความสามารถ มีความคิดริเริ่มสามารถหาประสบการณ์และพิสูจน์ความสามารถโดยเข้าร่วมประกอบธุรกิจชุมชนซึ่งเริ่มด้วยใช้เงินทุนน้อยก่อน
2. เกิดการจ้างงาน การพัฒนาธุรกิจชุมชนทำให้เกิดการว่าจ้างแรงงานในท้องถิ่นมีการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่องพร้อมกันไปด้วยแทนการที่ถูกว่าจ้างให้เป็นแรงงานไร้ฝีมือ ทั้งนี้เพราะทุกคนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจการ จึงสามารถใช้กิจการที่มีเป็นเครื่องมือในการพัฒนาฝีมือแรงงานของตนเองตามต้องการ
3. ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่บางประเภทจำเป็นต้องอาศัยวัตถุดิบ หรือชิ้นส่วนประกอบจากหลายๆ แหล่งเพื่อนำมาผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมประเภทนั้นจึงเป็นแหล่งที่ช่วยในการผลิตชิ้นส่วนประกอบเหล่านี้ และนำส่งให้กับธุรกิจขนาดใหญ่อีกทีหนึ่งเพื่อผลิตเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานต่อไปโดยระยะแรกธุรกิจชุมชนได้รับประโยชน์จากการฝึกอบรม และทักษะที่จำเป็นสำหรับการผลิต

4. สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ธุรกิจชุมชนยังมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเท่าไร จะก่อให้เกิดการกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจไปสู่กลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มคนเพิ่มมากยิ่งขึ้นนั้น เกิดการกระจายรายได้สู่ชนกลุ่มอื่นอย่างทั่วถึงยังช่วยลดปัญหาของสังคม อัตราการว่างงานลดลง เพราะมีการว่าจ้างงาน ซึ่งส่งผลทำให้ปัญหาอาชญากรรมลดลงด้วย ความมั่นคงของประเทศจะมีเพิ่มขึ้น ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่สุขสบาย และมีงานทำ

กล่าวสรุปได้ว่า ธุรกิจชุมชนมีความสำคัญ คือ ช่วยเปิดโอกาสให้มีการประกอบการ ธุรกิจชุมชนเป็นช่องทางและโอกาสสำหรับผู้ที่มีความต้องการในการประกอบธุรกิจด้วยตนเองหรือร่วมกับสมาชิกคนอื่น เกิดการจ้างงาน ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ธุรกิจชุมชนยังมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเท่าไร จะก่อให้เกิดการกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจไปสู่กลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มคนเพิ่มมากยิ่งขึ้น

ลักษณะของธุรกิจชุมชน

สุกัญญา (2546: 93) กล่าวว่า ธุรกิจชุมชนเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก หากแต่เน้นการสร้างงานในท้องถิ่นเป็นหลักรายได้จากการขายอาจไม่จำเป็นต้องสูงในระยะเริ่มแรกโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ทุกคนสามารถอยู่ได้ ดังนั้นธุรกิจชุมชนจึงมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหาร ผู้บริหารหรือตัวแทนกลุ่มสามารถตัดสินใจในธุรกิจได้ทันทีและรวดเร็ว เพราะการบริการงานที่ไม่ซับซ้อน สามารถตัดสินใจปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและตลาด รวมทั้งจากสมาชิกของกลุ่มได้ทันที

2. รายได้จากยอดขายในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก ธุรกิจชุมชนจะทำการจำหน่ายสินค้าบริการ หรือผลิตสินค้าในปริมาณที่สามารถคุ้มทุน และได้กำไรเพื่อแบ่งให้แก่สมาชิกตามปกติโดยคำนึงถึงขนาดของตลาดที่มีอยู่เป็นสำคัญ จึงทำให้รายได้จากยอดขายไม่มากนัก แต่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่นและมีผลในการสร้างงานเพื่อช่วยเสริมการดำรงชีพให้อยู่ได้ในบรรดาสมาชิก

3. ต้นทุนในการดำเนินกิจการต่ำ ธุรกิจชุมชนเน้นให้คนมีงานทำในสภาพการทำงานที่เป็นมิตร และมีความสุขจึงไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าจ้างมาก ขณะที่ต้นทุนในการจัดหาอุปกรณ์และเครื่องใช้เป็นไปตามความจำเป็นซึ่งเน้นการประหยัด

4. การติดต่อ และการให้บริการกับลูกค้าเป็นไปอย่างใกล้ชิด ธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ดำเนินงานโดยสมาชิกในชุมชน ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นไปในลักษณะเป็นกันเอง ช่วยให้ทราบความต้องการของลูกค้าและสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้ทันที

5. การเริ่มต้นธุรกิจทำได้ง่าย ธุรกิจนี้สามารถเริ่มต้นได้ง่ายโดยคณะบุคคลที่ไม่ใช่เครือญาติมีวัตถุประสงค์ที่จะทำธุรกิจร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มและชุมชน ปัญหาเงินทุนไม่เป็นอุปสรรคเพราะใช้เงินลงทุนไม่มากทุกคนเป็นสมาชิกไม่มีเจ้าของผูกขาดแต่เพียงผู้เดียวแต่อาจจะมีตัวแทนของกลุ่มที่ได้รับเลือกให้ทำหน้าที่บริหารจัดการ

กล่าวสรุปได้ว่า ลักษณะของธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหาร รายได้จากยอดขายในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก ต้นทุนในการดำเนินกิจการต่ำ การติดต่อ การให้บริการกับลูกค้าเป็นไปอย่างใกล้ชิด และการเริ่มต้นธุรกิจทำได้ง่าย

ประเภทของธุรกิจชุมชน

สุทธิญา (2546: 94) กล่าวว่า ธุรกิจชุมชนมีการจัดแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. ธุรกิจการผลิต หมายถึง การผลิตสินค้า โดยการนำเอาวัสดุ หรือสินค้าบางชนิดมาแปรรูปให้เป็นสินค้าใหม่รูปแบบใหม่ ธุรกิจชุมชนที่ดำเนินการทางด้านการผลิตจะทำการผลิตในครัวเรือน ซึ่งอาศัยวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นและอาจจะดำเนินการจำหน่ายสินค้าที่ผลิตได้เอง หรืออาจจะขายสินค้าให้พ่อค้าคนกลาง หรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าต่อไป

2. ธุรกิจค้าปลีก หมายถึง กิจการที่ทำการขายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค ณ จุดที่ทำการขายสินค้าที่นิยมจำหน่ายให้กับผู้บริโภคจะได้แก่ สินค้าอุปโภค บริโภคทุกชนิด ตั้งแต่ของใช้จำเป็นในบ้าน เช่น ยาสิฟีน สบู่ อาหาร เน้นการร่วมทุนของสมาชิก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะจัดหาสินค้ามาจำหน่ายในบรรดาสมาชิก และผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกเพื่อลดค่าใช้จ่ายจากการที่ต้องซื้อจากพ่อค้าคนกลาง

3. ธุรกิจค้าส่ง หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินการรับซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเป็นจำนวนครั้งละมากๆ และสินค้านั้นมาขายต่อให้กับพ่อค้าปลีก ธุรกิจประเภทนี้อาจจะนับได้ว่าเป็นธุรกิจชุมชนขนาดใหญ่ และมีความมั่นคงพอสมควร

4. ธุรกิจบริการ หมายถึง การรวมกลุ่มของสมาชิกเพื่อประกอบธุรกิจบริการหรือสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ได้แก่ บริการนวดแผนไทยและอบสมุนไพร บริการรักษาโรคด้วยยาสมุนไพร บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทั้งในทางวัฒนธรรม และธรรมชาติ เป็นต้น

กล่าวสรุปได้ว่า ประเภทของธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย ธุรกิจการผลิต คือ การนำเอาวัสดุ/สินค้าบางชนิดมาแปรสภาพให้เป็นสินค้าใหม่ โดยอาศัยวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น ธุรกิจค้าปลีก มีการขายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค ธุรกิจค้าส่ง มีการรับซื้อสินค้าและมาขายต่อให้กับพ่อค้าปลีก และธุรกิจบริการ เป็นสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการได้

แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน

จากการตรวจสอบเอกสาร มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนไว้ในหลายๆด้าน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้สามารถสรุปแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนไว้ 3 ด้าน ประกอบด้วย การพัฒนาด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การพัฒนาด้านการผลิต

ทองโรจน์ (2530: 55-67) ได้กล่าวว่า การพัฒนาการผลิต ประกอบด้วย ความหมายการผลิต การตัดสินใจของผู้ผลิต ชนิดของการตัดสินใจในการผลิต การผลิตเฉพาะอย่างกับการผลิตหลายอย่าง และการเสี่ยงภัยและความไม่แน่นอนในการเกษตร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ความหมายการผลิต

การผลิต (production) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสภาพของปัจจัยการผลิตตั้งแต่สองอย่างขึ้นไปให้กลายเป็นสินค้าอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่าง การผลิตจึงเป็นเรื่องของการผสมผสานกันของปัจจัยการผลิตในสัดส่วนต่างๆ กัน เพื่อให้เกิดเป็นผลิตผลขึ้นมานั่นเอง

ดังที่ทราบกันแล้วว่า ปัจจัยการผลิตที่สำคัญมีอยู่ 4 อย่าง คือ ที่ดิน แรงงาน ทุน และการประกอบการ ปัจจัยที่ดินให้เนื้อที่หรืออาณาบริเวณ (space) ที่ดินเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งไม่ว่าจะเป็นการผลิตทางการเกษตรหรือการเกษตร อย่างไรก็ตาม ในด้านการผลิตทางการเกษตรนั้น ที่ดินนับว่ามีความสำคัญเป็นพิเศษ โดยลักษณะทางกายภาพ ที่ดินมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน ความอุดมสมบูรณ์ก็แตกต่างกัน เช่น ที่ดินอำเภอรังสิตอาจจะเหมาะแก่การปลูกข้าว ในขณะที่ที่ดินอำเภอปากช่องอาจจะเหมาะสำหรับการเพาะปลูกพืชไร่ เช่น ข้าวโพด หรือถั่วเขียว เป็นต้น ด้วยเหตุนี้เองในการผลิตทางการเกษตร ที่ดินจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดว่าเราควรจะมีผลิตพืชอะไรได้บ้าง อีกประการหนึ่งลักษณะทางธรรมชาติ เช่น ดินฟ้าอากาศ และอุณหภูมิในแต่ละท้องถิ่นที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดว่า ที่ดินนั้นๆ ควรจะใช้ประโยชน์ในการผลิตอะไร

ปัจจัยแรงงาน มีลักษณะทางกายภาพและทางจิตใจ ในด้านกายภาพนั้น อาจจะเกี่ยวข้องกับอนามัยหรือสุขภาพ ความแข็งแรงที่จะทำงานได้หรือไม่ ส่วนด้านจิตใจซึ่งรวมถึงทัศนคติความขยันขันแข็ง และความรับผิดชอบนั้นก็มีความสำคัญในกระบวนการผลิตเช่นเดียวกัน

ปัจจัยทุน ได้แก่ เครื่องจักร เครื่องมือเกษตร ปุ๋ย เมล็ดพันธุ์ รวมทั้งเงินสด ปัจจัยทุนมีความสำคัญในการผลิตเป็นอันมาก ลักษณะและส่วนประกอบของทุนในกระบวนการผลิตเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงวิธีการผลิต (method) เช่นการเกษตรที่มีการใช้เครื่องจักรทุนแรงมากแสดงถึงวิธีการสมัยใหม่ เป็นต้น การใช้ทุนมากขึ้นจะมีผลต่อประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตรเป็นอย่างมาก การผลิตทางการเกษตรในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น อเมริกาหรือญี่ปุ่นนั้น มีการใช้ปัจจัยทุนเป็นส่วนสำคัญ

การประกอบการ หมายความว่า การที่บุคคลตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้ปัจจัยการผลิต คือ ที่ดิน แรงงาน และทุน ผู้ประกอบการจะใช้ความสามารถของตนเกี่ยวกับการใช้ปัจจัยการผลิตดังกล่าว เพื่อให้ได้ผลตอบแทนมากที่สุดเท่าที่จะทำได้

ในเรื่องการผลิตทางการเกษตรนี้ เราพอจะกล่าวได้ว่ามีลักษณะบางประการที่แตกต่างไปจากการผลิตในด้านอุตสาหกรรม ความแตกต่างที่เป็นได้ชัดก็คือ การเกษตรขึ้นอยู่กับดินฟ้าอากาศ หรือธรรมชาติเป็นอย่างมาก สินค้าการเกษตรมักจะมีลักษณะเน่าเสียง่าย การจัดการหรือการวางแผนการผลิตอาจจะทำได้ยาก เพราะลักษณะการผลิตทางการเกษตรขึ้นอยู่กับฤดูกาล อีกประการหนึ่งก็คือ การประกอบการผลิตการเกษตรมักจะมีลักษณะเป็นธุรกิจภายในครอบครัว ซึ่งมีการตัดสินใจต่างๆ ที่มักจะเกี่ยวพันกันอย่างแนบแน่น เช่น การตัดสินใจในการใช้เงินทุนเพื่อการผลิต และการบริโภคนั้นก็แยกกันไม่ออก การตัดสินใจในการบริโภคจึงมีผลต่อการตัดสินใจในการผลิตเป็นอย่างมากในเรื่องนี้ การอุตสาหกรรมจะมีลักษณะแตกต่างจากการเกษตร เพราะเรื่องการตัดสินใจในครอบครัวนั้นมักจะแยกได้ต่างหากจากการตัดสินใจในเรื่องธุรกิจ

การตัดสินใจของผู้ผลิต

ผู้ผลิต (producer) ในการเกษตร ก็คือ เกษตรกร ขอให้ทำความเข้าใจแต่ตอนนี้ว่า เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการผลิต เช่น ชาวนาเป็นผู้ประกอบการผลิตหรือเป็นผู้ปลูกข้าว ในการปลูกข้าวนี้เกษตรกรหรือชาวนานี้จะต้องพยายามที่จะใช้ปัจจัยการผลิต คือ ที่ดิน แรงงาน และทุน ในการเพาะปลูกข้าวเพื่อหวังที่จะให้ได้ผลผลิตสูงสุด หรือหวังที่จะให้มีรายได้สูงสุดจากการทำนาของตน เกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้ผลิตนี้ เราอาจจะแยกแยะชนิดของการตัดสินใจออกเป็น 5 ประเภท ประกอบด้วย 1) จะผลิตอะไร 2) จะใช้วิธีการผลิตอะไร 3) จะผลิตสินค้าแต่ละอย่างเท่าไร 4) จะซื้อและขายเมื่อไร และ 5) จะซื้อและขายที่ไหน ดังนี้

จะผลิตอะไร การตัดสินใจว่าจะผลิตสินค้าอะไรนั้นเป็นเรื่องสำคัญ เราทราบแล้วว่าปัจจัยการผลิตของผู้ผลิตมีอยู่จำกัด ปริมาณสินค้าที่เขาสามารถจะผลิตได้ก็จำกัด เกษตรกรจึงควรเลือกผลิตสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการ โดยพิจารณาด้วยว่า สินค้าดังกล่าวนี้จะทำให้ตัวเองได้รับรายได้ดีที่สุดในที่ที่จะทราบว่าสินค้าอะไรที่ผู้บริโภคจะต้องการหรือไม่ อาจจะพิจารณาจากราคาของสินค้าว่า สูงต่ำหรือมีแนวโน้มที่จะเป็นอย่างไรในอนาคต

จะใช้วิธีการผลิตอะไร วิธีการผลิตสินค้าอย่างหนึ่งอาจจะมีอยู่หลายวิธี แต่ละวิธีผลต่อต้นทุนการผลิต (production cost) เกษตรกรควรจะเลือกวิธีการผลิตที่จะเสียต้นทุนต่ำที่สุด ยกตัวอย่างเช่น การไถที่ดินนั้นอาจจะใช้ ควาย หรือ รถแทร็คเตอร์ ก็ได้ ถ้าการไถด้วยควายถูกกว่าที่จะจ้างแทร็คเตอร์ เกษตรกรน่าจะใช้ควายไถ การใช้ปุ๋ยก็เช่นเดียวกัน ส่วนผสมของปุ๋ยมีอยู่

หลายสูตร แต่ละสูตรอาจจะให้ผลผลิตเท่าๆกัน แต่ราคาปุ๋ยอาจจะต่างกัน เกษตรกรจำเป็นต้องเลือกเอาสูตรปุ๋ยที่จะทำให้ต้นทุนต่ำที่สุด

จะผลิตจำนวนเท่าไร การตัดสินใจในเรื่องนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนสินค้าที่จะผลิตออกมาขาย โดยก่อให้เกิดกำไรแก่เกษตรกรสูงสุด จำนวนผลผลิตที่เหมาะสมที่สุดย่อมจะขึ้นอยู่กับวิธีการผลิต ผลผลิตอาจมีจำนวนที่สูงกว่าเมื่อใช้วิธีการผลิตแบบล้าสมัยหรือแบบเก่าๆ

จะซื้อและขายเมื่อไร เกษตรกรจะต้องซื้อปัจจัยการผลิตบางอย่างมาใช้ในการผลิต ในขณะเดียวกัน เกษตรกรก็ต้องขายสินค้าที่ตนเองผลิตขึ้นมา กำไรหรือรายได้ของเกษตรกรจะขึ้นอยู่กับเวลาที่เกษตรกรซื้อและขายด้วย ราคาสินค้าและปัจจัยการผลิตจะเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา ด้วยเกษตรกรจึงต้องพิจารณาให้รอบคอบว่า เวลาไหนที่ควรซื้อหรือขาย

จะซื้อและขายที่ไหน เกษตรกรจะมีทางเลือกเกี่ยวกับตลาดที่เขาจะซื้อและขายสินค้าราคาอาจจะแตกต่างกันในตลาดแต่ละแห่ง ความเข้าใจภาวะตลาดจึงเป็นสิ่งจำเป็นและมีผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกรด้วย

ชนิดของการตัดสินใจในการผลิต

ผู้ผลิตทำการผลิตเพื่อต้องการที่จะได้รับกำไร หรือรายได้สูงที่สุดจากการประกอบการนั้น ในด้านการตัดสินใจในการเกษตร เกษตรกรก็ต้องตัดสินใจในด้านต่างๆ คล้ายคลึงกับผู้ผลิตทั่วไปกล่าวคือ ผู้ผลิตทางการเกษตรจะต้องตัดสินใจในเรื่องต่อไปนี้

1. การตัดสินใจเลือกใช้ปัจจัยการผลิตอย่างหนึ่ง เพื่อผลิตผลิตผลหรือสินค้าจำนวนหนึ่ง ในทางเศรษฐศาสตร์เป็นการตัดสินใจที่เรียกว่า input – output decision
2. การตัดสินใจเลือกใช้ปัจจัยการผลิตต่างๆ เพื่อที่จะทำการผลิตผลิตผลจำนวนหนึ่ง ในทางเศรษฐศาสตร์เป็นการตัดสินใจที่เรียกว่า input – input decision
3. การตัดสินใจเลือกทำการผลิตผลิตผลต่างๆ จากปัจจัยการผลิตที่ผู้ผลิตมีอยู่ ในทางเศรษฐศาสตร์เป็นการตัดสินใจที่เรียกว่า output – output decision

การผลิตเฉพาะอย่างกับการผลิตหลายอย่าง

การผลิตเฉพาะอย่างกับการผลิตหลายอย่าง (specialization and diversification) ในการผลิตนั้นเกษตรกรอาจจะผลิตสินค้าอย่างเดียว หรืออาจจะผลิตหลายอย่างก็ได้ ข้อดีและข้อเสียก็คล้ายคลึงกับการผลิตทางด้านอุตสาหกรรมนั่นเอง

การผลิตเฉพาะอย่างนั้น หมายถึง รายได้ส่วนใหญ่มาจากพืชอย่างเดียว มีข้อดีตรงที่ว่าเกษตรกรจะทุ่มเทความสามารถในการจัดการฟาร์มได้อย่างเต็มที่ ซึ่งจะมีผลทำให้ประสิทธิภาพการผลิตการเกษตรสูงขึ้นด้วย เกษตรกรอาจจะขยายปริมาณการผลิตโดยเสียต้นทุนต่ำได้ อย่างไรก็ตาม ข้อเสียที่สำคัญก็คือ การเสี่ยงภัย(risk) โดยที่เกษตรกรจะต้องอาศัยรายได้จากพืชอย่างเดียว หากเกิดภัยทางธรรมชาติ หรือราคาสินค้านั้นเปลี่ยนแปลงมาก เกษตรกรอาจจะประสบความเสียหายเป็นอย่างมาก

ส่วนการผลิตพืชหลายอย่างนั้น หมายถึง การที่เกษตรกรจะใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ไปในการผลิตพืชหรือสัตว์หลายอย่าง ข้อดีก็คือ เกษตรกรจะมีการใช้ปัจจัยการผลิตของตนอย่างเต็มที่ นอกจากนั้นยังลดการเสี่ยงภัยที่อาจจะเกิดขึ้นได้ไม่ว่าจะเป็นการเสี่ยงภัยทางธรรมชาติ หรือทางด้านราคาก็ตาม ข้อเสียอาจจะอยู่ตรงที่ว่า เกษตรกรหรือผู้จัดการฟาร์มจะต้องทำกิจการเกษตรหลายประเภท เขาอาจจะขาดความรู้ในกิจการต่างๆ นี้ และอาจจะมีผลทำให้ประสิทธิภาพการผลิตต่ำก็ได้

การเสี่ยงภัยและความไม่แน่นอนในการเกษตร

ได้กล่าวมาแล้วว่า การผลิตทางการเกษตรนั้นต้องขึ้นอยู่กับธรรมชาติเป็นอย่างมาก ผลตอบแทนที่ได้จากการผลิตจึงอาจเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณน้ำฝน อุณหภูมิ ลักษณะดินฟ้าอากาศของแต่ละปี เกษตรกรจึงมักจะเป็นการประกอบการที่มีการเสี่ยงภัยเป็นพิเศษ การเสี่ยงภัยอาจแบ่งออกได้เป็น 2 อย่าง คือ

1. การเสี่ยงภัยด้านผลผลิต (yield risk) อันเกิดจากภาวะความไม่แน่นอนทางธรรมชาติ
2. การเสี่ยงภัยด้านราคา (price risk) ราคาสินค้าขึ้นอยู่กับสภาพอุปสงค์และอุปทานของสินค้านั้น

ในด้านการเกษตร อุปทานหรือผลผลิตการเกษตรอาจเปลี่ยนแปลงมาก เพราะสภาพดินฟ้าอากาศและวิธีการผลิตที่ล้าสมัย ในขณะเดียวกันลักษณะของอุปสงค์ของสินค้าการเกษตรเป็นแบบไม่ยืดหยุ่น (inelastic) ซึ่งจะมีผลให้ราคาเปลี่ยนแปลงมากผิดปกติหากมีการเปลี่ยนแปลงด้านอุปทาน

วิธีที่จะนำมาใช้เพื่อลดการเสี่ยงภัยทางการเกษตรนั้นมีดังนี้ คือ

1. การประกันพืชผล (crop insurance) การประกันพืชผลนี้เป็นการประกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจากภัยธรรมชาติ ในประเทศไทยยังไม่มี การดำเนินการในเรื่องนี้ สภาพการเสี่ยงภัยของการเกษตรอาจจะไม่ทำให้บริษัทเอกชนสนใจที่จะเข้ามาลงทุนดำเนินกิจการด้านนี้ รัฐบาลอาจจะเข้ามาดำเนินการเอง ประเทศที่กำลังดำเนินการด้านนี้ คือ ศรีลังกา ฟิลิปปินส์ และอินเดีย เป็นต้น แต่การดำเนินการก็ยังอยู่ในขอบเขตจำกัดและดำเนินงานโดยรัฐบาลเป็นสำคัญ

2. การผลิตหลายอย่างในการเกษตร (agricultural diversification) ดังกล่าวมาแล้ว เกษตรกรอาจจะปลูกพืชหลายอย่างเพื่อกระจายการเสี่ยงภัยได้ วิธีนี้เกษตรกรสามารถที่จะตัดสินใจทำเองได้ การลงทุนด้านโครงสร้างการเกษตร เช่น การชลประทาน และถนนหนทางจะมีส่วนช่วยให้เกิดการผลิตหลายอย่างขึ้นมาได้

3. การซื้อขายตามสัญญา (contract) เกษตรกรและพ่อค้าอาจจะทำการตกลงซื้อขายสินค้าไว้ก่อนซึ่งจะเป็นการป้องกันการเสี่ยงภัยด้านราคาได้

4. การก่อให้เกิดการคล่องตัวในกิจการผลิต (flexibility) การจัดการฟาร์มที่ก่อให้เกิดความคล่องตัวที่จะดัดแปลงและปรับปรุงกิจการ ก็เป็นวิธีการลดการเสี่ยงภัยอย่างหนึ่ง ยกตัวอย่างเช่น การลงทุนในโรงเรือนเพื่อเลี้ยงไก่ อาจจะทำให้มีรูปร่างลักษณะที่จะดัดแปลงเป็นโรงเลี้ยงหมูหรือเป็ดก็ได้ ทั้งนี้เพื่อว่าถ้ากิจการไก่ไม่ดี เกษตรกรอาจจะใช้โรงเรือนหรือการลงทุนนั้นไปในกิจการอื่นๆ ได้โดยสะดวก

การพัฒนาด้านการตลาด

จากการตรวจเอกสาร ทองโรจน์ (2530: 120-147) การพัฒนาด้านการตลาดนั้น ประกอบด้วย ความหมายการตลาด ความยุ่งยากของการตลาด ความจำเป็นของการตลาด

ประสิทธิภาพการตลาด ความสัมพันธ์ของเกษตรกรกับการตลาด การวิเคราะห์ปัญหาการตลาด
ต้นทุนการตลาด และปัญหาการตลาดเกษตรไทย มีรายละเอียดดังนี้

ความหมายการตลาด

ตลาด (market) มีความหมายทั่วไปได้หลายอย่าง แตกต่างกันไปตามธุรกิจของบุคคลแต่ละประเภท เป็นต้นว่า แม่บ้านเข้าใจว่าตลาด คือ สถานที่สำหรับหาซื้ออาหาร เกษตรกรหมายถึงแหล่งที่เขาขายผลิตผลของเขา พ่อค้าคนกลางก็หมายถึงแหล่งต่างๆ ที่เขาติดต่อกระทำธุรกิจในการซื้อขายของเขา และในแง่ของรัฐบาล ตลาดอาจหมายถึงที่ทำการติดต่อค้าขายกับประเทศต่างๆ

เราอาจจะให้ความหมายของ “ตลาด” ดังนี้

1. “ตลาด คือ กลุ่มของผู้ซื้อและผู้ขายเสรีที่มาทำการซื้อขายซึ่งกันและกัน”
2. “ตลาด คือ บริเวณที่อุปสงค์และอุปทานที่สภาพคล้ายคลึงกันมาพบกัน”

ตลาดในทางเศรษฐศาสตร์ไม่ได้หมายความว่าเพียงสถานที่ที่มีคนมาพบปะซื้อขายสิ่งของซึ่งกันและกันเท่านั้น แต่หมายถึงกลุ่มของผู้ซื้อและผู้ขาย และอุปกรณ์ที่จะทำการซื้อและขายซึ่งกันและกัน ลักษณะของตลาดแยกอธิบายเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

1. อาจมีสถานที่หรือไม่มีก็ได้ เช่น ตลาดเทศ์หรือตลาดหัวลำโพงมีการซื้อขายกันเป็นประจำตลาดอาจเกิดขึ้นจากการโทรศัพท์ติดต่อซื้อขายซึ่งกันละกันได้ โดยไม่ต้องมีสถานที่ที่แน่นอนประจำ

2. อาจเป็นตลาดมีรูปร่างและแบบแผนที่แน่นอน (formal) หรือไม่มีรูปร่างและแบบแผนที่แน่นอน (informal) ก็ได้ ตลาดที่มีระเบียบแบบแผนที่แน่นอน เช่น กำหนดไว้ว่าผู้ที่กระทำการซื้อขายกันจะต้องเป็นสมาชิกของตลาดนั้น ตลาดแบบนี้ที่มีการซื้อขายผลิตผลเกษตรในประเทศไทยยังไม่มี ส่วนตลาดที่ไม่มีรูปร่างและแบบแผนที่แน่นอน มีการซื้อขายกัน โดยไม่มีระเบียบแบบแผนอะไรเลยตลาดในประเทศไทยที่ทำการซื้อขายผลิตผลเกษตร ได้แก่ ตลาดมหานาค ตลาดบางซื่อ เป็นต้น

3. อาจอยู่ในสถานที่แห่งเดียว หรือกระจายกระจายทั่วไป ตลาดที่อยู่ในที่แห่งเดียว เช่น ตลาดหุ้นในนิวยอร์ก ตลาดที่กระจายไปทั่วโลก เช่น ตลาดฟ้าย ตลาดเงิน ฯลฯ เป็นต้น

การตลาด (marketing) มีความหมายต่างจากตลาด กล่าวคือ การตลาดนั้น หมายความว่า “กิจกรรมต่างๆ ซึ่งจำเป็นจะต้องทำในอันที่จะเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการต่างๆ จากมือผู้ผลิตจนกระทั่งถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย” จึงเห็นว่ากว่าที่สินค้าจากมือเกษตรกรผู้ผลิตจะถึงมือของบริโภคคนนั้น มีกิจกรรมทางธุรกิจมากมายซึ่งจำเป็นจะต้องทำ ยกตัวอย่างเช่น สินค้าข้าว กิจกรรมการตลาดเริ่มต้นจากการเคลื่อนย้ายสินค้าจากชาวนา โดยที่พ่อค้าซึ่งอาจจะเป็นพ่อค้าในท้องถิ่นไปซื้อข้าวจากชาวนาแล้วรวบรวมข้าวไว้ก่อนจะทำการขนส่งไปเก็บไว้ในยุ้งฉางของตนเอง พ่อค้าคนนั้นอาจจะขายข้าวให้แก่โรงสี โรงสีจะทำการสีข้าว หรือทำการแปรรูปจากข้าวเปลือกเป็นข้าวสาร จากนั้นอาจจะทำการจัดชั้นและคุณภาพข้าว ออกเป็นข้าวเกรดต่างๆ (เช่น ข้าว 100 เปอร์เซ็นต์ และ 5 เปอร์เซ็นต์) เสร็จแล้วพ่อค้าโรงสีอาจจะทำการขายส่งให้แก่ พ่อค้าขายปลีก และพ่อค้าขายปลีกอาจจะขายปลีกแก่ผู้บริโภค ซึ่งนำเอาข้าวสารนั้นไปบริโภค จึงเป็นอันหมดกิจกรรมการตลาด

จะเห็นว่า การตลาดนั้นเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายกลุ่มหรือหลายฝ่าย ซึ่งมักจะมีความขัดแย้งกันอยู่เสมอในด้านผลประโยชน์ เช่น ผู้บริโภคสนใจที่จะได้สินค้าในราคาต่ำสุดเท่าที่จะทำได้ ในขณะที่เกษตรกรผู้ผลิตต้องการราคาที่สูงที่สุดเท่าที่จะทำได้ ส่วนบริษัทการค้าสินค้าเกษตรต่างก็พยายามที่จะทำกำไรให้แก่ตนมากที่สุด ความขัดแย้งในแง่ผลประโยชน์เช่นนี้เกิดขึ้นตลอดเวลา ปัญหาการตลาดจึงมักจะเกิดขึ้นตลอดเวลาเช่นกัน นอกจากนี้ กิจกรรมการตลาดในช่วงเวลาต่างๆ ย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นไม่ว่าในด้านเทคนิคการผลิต การตลาดและเทคโนโลยีอันเป็นผลจากการวิจัย อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงทางสถาบัน สิ่งต่างๆ เหล่านี้ทำให้ปัญหาการตลาดเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ผู้อยู่ในวงการตลาดจึงจำเป็นที่จะต้องให้ความสนใจต่อปัญหารอบด้านเหล่านั้นอยู่เสมอ

ความยุ่งยากของการตลาด

การตลาดนั้นมีกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องอยู่มากมาย สิ่งนี้เองเป็นสิ่งที่ทำให้การตลาดมักจะมี ความยุ่งยากและสลับซับซ้อน ลองพิจารณาอีกครั้งว่า สินค้าซึ่งตอนแรกเป็นวัตถุดิบ เช่น ข้าว ว่าจะเปลี่ยนจากสภาพข้าวมาเป็นเนื้อข้าว ซึ่งมีขายอยู่ตามตลาดสด หรือซูเปอร์มาร์เก็ตนั้น จะต้องผ่านกิจกรรมการตลาดมากมาย กิจกรรมแต่ละกิจกรรมมีความยุ่งยากและมีค่าใช้จ่ายและต้นทุนสูง สินค้าข้าวดังกล่าวนั้นจะต้องผ่านกิจกรรมการแปรรูป หรือโรงงานฆ่าสัตว์ กิจกรรม

โรงงานฆ่าสัตว์นั้นเป็นเรื่องที่จะต้องใช้ทุนรอนมาก และประกอบไปด้วยเทคนิคมากมาย ไม่เพียงแต่เท่านั้น เครื่องจักร เครื่องมือในด้านนี้ยังมีการพัฒนาและปรับปรุงมาเรื่อยๆ เจ้าของโรงงานจำเป็นจะต้องเปลี่ยนเครื่องจักรเครื่องมือให้ทันสมัย เพื่อให้ต้นทุนการแปรรูปต่ำลงไป

ความจำเป็นของการตลาด

การตลาดเป็นสิ่งจำเป็นมาก เพราะเป็นเรื่องที่เป็นประโยชน์หรือเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์อภย จึงถือว่าการตลาดเป็นสิ่งที่มีความเป็นประโยชน์อภย (marketing is productive) และการตลาดสร้างอรรถประโยชน์ หรือความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค การตลาดสร้างอรรถประโยชน์ได้ 4 ประการ คือ

1. Form utility หมายถึง ความพึงพอใจของคน จากการที่สิ่งของเปลี่ยนรูปจากอย่างหนึ่งมาเป็นอีกอย่างหนึ่ง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการแปรรูป

2. Place utility หมายถึง อรรถประโยชน์ทางสถานที่ อันเป็นผลเนื่องมาจากกิจกรรมการขนส่ง ในการที่ทำให้สินค้าเคลื่อนย้ายจากแหล่งหนึ่งมายังอีกแหล่งหนึ่ง

3. Time utility หมายถึง อรรถประโยชน์ทางเวลา การตลาดจะมีกิจกรรมหนึ่งที่เรียกว่า กิจกรรมเก็บรักษาสินค้า สินค้าเกษตรบางอย่างจำเป็นต้องมีการเก็บรักษาไว้จากระยะเวลาหนึ่ง

4. Possession utility หมายถึง อรรถประโยชน์ทางการแลกเปลี่ยนกิจกรรมการตลาด มีการแลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งกันและกัน

ดังนั้น กิจกรรมการตลาดทั้งหลายเป็นสิ่งที่เพิ่มความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้ทั้งนั้น การตลาดจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง

ประสิทธิภาพการตลาด (marketing efficiency)

ประสิทธิภาพการตลาด หมายถึง การใช้ปัจจัยทางเศรษฐกิจในจำนวนต่ำสุดในกิจกรรมการตลาด เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการอันเป็นที่พอใจสมความปรารถนาของผู้บริโภค

ในการตลาดนั้น เรามีกิจกรรมอยู่มากมาย กิจกรรมเหล่านี้มีขึ้นเพื่อนำเอาสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภคใน รูปร่าง คุณภาพ และเวลา ที่ผู้บริโภคพอใจ ดังนั้น ความพอใจจากการได้สินค้า เป็นผลของการตลาด อย่างไรก็ตาม ในการทำกิจกรรมการตลาดเหล่านั้น ผู้ดำเนินการควรจะได้ในต้นทุนที่ต่ำสุด ดังนั้น ความเปลี่ยนแปลงใดๆก็ตามที่เกิดขึ้น ซึ่งทำให้ต้นทุนของปัจจัยที่ใช้ต่ำลง โดยไม่ทำความพึงพอใจของผู้บริโภคลดลง เราถือว่าความเปลี่ยนแปลงทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ อาจจะแบ่งประสิทธิภาพการตลาดออกเป็น 2 ชนิด ที่แตกต่างกันคือ

1. ประสิทธิภาพด้านเทคนิค (operational or technological efficiency) หมายถึง การที่เราสามารถลดต้นทุนการใช้ปัจจัยต่างๆ ในการผลิตสินค้า และบริการจำนวนหนึ่ง หรือการที่เราสามารถเพิ่มผลผลิตได้โดยที่เราใช้ปัจจัยต่างๆ ในจำนวนคงที่จำนวนหนึ่ง ตัวอย่างเช่น ในการแปรรูปสินค้าเกษตร คือ ข้าวนั้นเราอาจสามารถสีข้าวได้เพิ่มขึ้นจากวันละ 20 ตัน เป็น 30 ตัน โดยใช้ปัจจัยในต้นทุนเท่าเดิม ซึ่งทำได้เพราะมีการคิดเครื่องสีข้าวแบบใหม่ที่ดีกว่าแบบเก่า จึงทำให้มีประสิทธิภาพทางเทคนิคดีขึ้นทางการตลาด

2. ประสิทธิภาพทางการเศรษฐกิจ (pricing or economic efficiency) หมายถึง การปรับปรุงด้านการดำเนินงานเกี่ยวกับการซื้อ การขาย และการกำหนดราคา ในกระบวนการตลาด ทั้งนี้เพื่อให้การตลาดนั้นเป็นไปตามความประสงค์ของผู้บริโภค การดำเนินกิจการตลาดนั้นควรจะมีการแข่งขัน เราอาจจะวัดความพอใจของผู้บริโภคว่า มีความพอใจในสินค้าและบริการมากน้อยเพียงใดโดยดูจากราคาที่ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่าย อย่างไรก็ตาม การใช้แนวความคิดเช่นนี้ จะต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไขอย่างน้อยสองประการ คือ 1) ผู้บริโภค จะต้องมีความหลากหลายอย่างให้เลือกได้ตามความพอใจ 2) ราคาของสินค้านั้นๆ จะต้องเป็นผลสะท้อนของต้นทุนในการผลิตสินค้าในรูปแบบต่างๆ อย่างแท้จริง

เท่าที่กล่าวมานี้ จะเห็นว่าเวลาพิจารณาถึงประสิทธิภาพการตลาดนั้น เรามักจะต้องเกี่ยวข้องกับต้นทุน บางคนอาจจะเข้าใจเลยว่า ถ้าต้นทุนการตลาดสูงแล้วการตลาดนั้นจะไม่มีประสิทธิภาพความเข้าใจอันนี้อาจผิดพลาดได้โดยง่าย เพราะไม่จำเป็นว่าการตลาดในระบบหนึ่งมีต้นทุนสูงจะขาดประสิทธิภาพ เราจะพิจารณาเรื่องต้นทุนการตลาดและปัญหาด้านประสิทธิภาพการตลาดโดยละเอียดอีกครั้งหนึ่งในตอนหลัง

ความสัมพันธ์ของเกษตรกรกับการตลาด

เกษตรกรเป็นผู้ทำการผลิตและทำการผลิตเพื่อหวังผลกำไร เกษตรกรทำการผลิตพืชผลต่างๆเพื่อผลตอบแทนสูงสุด ผลตอบแทนในที่นี้เป็นตัวเงิน เมื่อเป็นเช่นนี้ เกษตรกรก็จะจำเป็นต้องมีความรอบรู้เรื่องของการตลาดเป็นอย่างดี กล่าวคือ 1) เกษตรกรจะต้องตัดสินใจว่าจะผลิตอะไรดี โดยหลักการแล้วเกษตรกรควรจะผลิตสิ่งซึ่งผู้บริโภคต้องการ เพราะสิ่งซึ่งผู้บริโภคต้องการจะให้รายได้ดีแก่ผู้ผลิต 2) เกษตรกรจะซื้อและจะขายเมื่อไรและที่ไหน ราคาผลผลิตอาจจะต่างกัน ในที่ต่างๆนอกจากนี้ ราคามักจะแตกต่างกันไปตามฤดูกาล เกษตรกรควรจะขายเมื่อราคาผลผลิตสูงที่สุด ซึ่งจำเป็นต้องทราบเรื่องของการตลาดเกี่ยวกับราคาเป็นอย่างดีว่าเวลาดังกล่าวนั้นเวลาไหน 3) ถ้าเกษตรกรเข้าใจเรื่องของการตลาด เกษตรกรก็ควรจะทราบว่าควรเข้ามาเกี่ยวข้องกับตลาดแค่ไหน 4) ทำอย่างไรจึงจะสามารถขายตลาดได้ เกษตรกรควรจะต้องทราบว่า ทำอย่างไรจึงจะทำให้ผู้บริโภคซื้อผลิตผลของตนมากขึ้น และ 5) ถ้าเกษตรกรเข้าใจเรื่องของการตลาด เกษตรกรจะได้ทราบว่า ควรจะมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงอย่างไรในระบบตลาด

แต่ก่อนเกษตรกรไทยทำการผลิตเพื่อเลี้ยงตัวเองอย่างมาก ปัจจุบันเกษตรกรผลิตเพื่อขายเองเงินสดมากขึ้น สิ่งนี้เองที่ทำให้เกษตรกรจำเป็นต้องมีความรู้ด้านการตลาด ความรู้ด้านต่างๆในการตลาดจะช่วยในการวางแผนการจัดฟาร์มที่ดียิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ปัญหาการตลาด

ในเรื่องปัญหาการตลาด เราหาทางที่จะพิจารณาปัญหาการตลาดว่ามีอะไรบ้าง และศึกษาถึงวิธีการต่างๆที่จะนำมาใช้ในการแก้ปัญหาเหล่านั้น การวิเคราะห์ปัญหาการตลาดจึงเป็นสิ่งจำเป็นและมีวิธีวิเคราะห์ได้หลายทาง เราจะพิจารณาวิธีวิเคราะห์ปัญหา 4 วิธี คือ

1. การวิเคราะห์ถึงหน้าที่ของการตลาด (functional approach) คือ มีอะไรบ้างที่กำลังทำอยู่ การตลาดในประเทศไทยขณะนี้ทำหน้าที่นี้หรือเปล่า ถ้าทำได้ดีแค่ไหน หน้าที่การตลาดแบ่งเป็น 3 อย่าง คือ

1.1 หน้าที่ของการแลกเปลี่ยน (exchange) มี 2 อย่างคือ

ก. การซื้อสินค้า คือ พยายามหาแหล่งว่ามีสินค้าที่ไหนบ้างที่จะซื้อได้ และเมื่อซื้อแล้วก็เก็บรวบรวมไว้

ข. การขายสินค้า ผู้ที่จะขายสินค้าจะต้องรู้ว่า จะขายสินค้าที่ไหน และก็ทำสินค้าให้อยู่ในลักษณะที่จะขายได้

1.2 หน้าที่ทางกายภาพ (physical) เป็นหน้าที่ที่จะต้องทำอย่างใดอย่างหนึ่ง กับสินค้าที่ต้องการซื้อขาย เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าโดยตรง คือ 1)การเก็บรักษาสินค้า 2)การขนส่ง และ3)การแปรรูป

1.3 หน้าที่อำนวยความสะดวก (facilitating function) เป็นหน้าที่ที่ช่วยให้หน้าที่หลักทั้ง 2 ประการ คือ หน้าที่ของการแลกเปลี่ยนและหน้าที่ทางกายภาพเป็นไปด้วยดี หน้าที่อำนวยความสะดวกได้แก่ 1)การจัดมาตรฐานสินค้า ทำให้การแลกเปลี่ยนสะดวกขึ้น 2)หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการเงิน ควรจะมีสถานที่สำหรับการให้ยืมเงินแก่ผู้ต้องการเงินไปดำเนินธุรกิจการค้า เช่น การเก็บรักษาสินค้าไว้จะต้องลงทุนซื้อสินค้าและเช่าสถานที่เก็บสินค้า 3)หน้าที่ที่เกี่ยวกับการยอมรับความเสี่ยงภัย ไม่ว่าผู้ที่ทำการขนส่งหรือผู้ที่ทำการแปรรูปสินค้านั้นมีความเสี่ยงภัยด้วยกันทั้งนั้น ผู้ที่เก็บรักษาสินค้าไว้สินค้านั้นอาจจะเสื่อมคุณภาพได้ หรือต่อไปราคาอาจจะลดลงก็ได้ ธุรกิจที่เข้ามาช่วยแบ่งเบาการเสี่ยงภัยได้แก่ การประกันภัย และ4)หน้าที่การให้ข่าวสารการตลาด เป็นหน้าที่สำคัญต่อการตลาดมาก เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับภาวะการตลาดว่า ความต้องการสินค้าในตลาดเป็นอย่างไร ราคาสินค้าในตลาดเป็นอย่างไร รวมทั้งการค้าต่างประเทศด้วย เพื่อจะได้ตัดสินใจว่าจะประกอบธุรกิจอะไรดี ควรจะเก็บสินค้าไว้ขายในอนาคตหรือไม่

2. การศึกษาในแง่ของสถาบัน (institutional approach) เป็นการศึกษาถึงคนที่เข้ามาทำกิจกรรมตลาดที่เรียกว่า เป็นคนกลาง คือ ศึกษาว่าใครเป็นผู้ทำ และทำอย่างไร สถาบัน ในที่นี้อาจมองในแง่ของกฎหมาย หรือในแง่ของผู้มาประกอบการ และลักษณะของขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ไม่ใช่เป็นเพียงสถาบันการศึกษาหรือเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆเท่านั้น เพราะฉะนั้นสถาบันมีความหมายกว้างมาก การศึกษาในแง่ของสถาบันแบ่งออกได้เป็น

2.1 การศึกษาถึงคนกลาง คือ คนที่เข้ามาประกอบธุรกิจการค้า เช่น คนที่เข้ามาทำหน้าที่การขนส่ง หน้าที่การแปรรูป คนกลางมีอยู่หลายชนิด ได้แก่ พ่อค้า(merchant) ตัวแทน

จำหน่าย(agent) คนกลางประเภทที่เก็งกำไร(speculative middleman) และองค์การทางตลาด (facilitative organizations)

2.2 การศึกษาถึงการจัดองค์การในด้านการตลาด (organization of the marketing machinery) การที่จะศึกษาถึงการดำเนินการ หรือจัดองค์การในด้านการตลาดของพวกคนกลางนั้น อาจศึกษาถึงสิ่งต่อไปนี้

ก. วิธีการตลาด (marketing channel) หมายถึง วิธีทางที่สินค้าอย่างหนึ่ง เคลื่อนย้ายจากมือผู้บริโภคนั้น ทั้งภายในและภายนอกประเทศ

ข. การรวมธุรกิจเข้าด้วยกัน (integration) แบ่งเป็น 2 อย่าง คือ 1) การรวมตามแนวดิ่ง (vertical integration) หมายถึง การรวมกิจการที่ต่างกันเข้าด้วยกัน เช่น ร้านขายรองเท้ารับสินค้าจากที่อื่นมาขาย ต่อมากิจการเจริญขึ้น จึงตั้งโรงงานทำรองเท้าขึ้นมา ต่อมากิจการเจริญใหญ่โตขึ้นมามาก จึงได้สร้างฟาร์มผลิตหนังสัตว์ขึ้นมาเอง กิจการจึงกลายมาเป็นเครือเดียวกันหมด และ 2) การรวมตามแนวราบ (horizontal integration) หมายถึง การรวมกิจการที่เหมือนกันเข้าด้วยกัน

จุดประสงค์ในการรวมธุรกิจเข้าด้วยกัน ก็เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทำให้ธุรกิจมีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อให้ต้นทุนต่ำและมีคุณภาพดีขึ้น นอกจากนี้ พ่อค้ายังมีอำนาจในการต่อรองราคาได้มากขึ้น เป็นการผูกขาดไปในตัวด้วย

3. การศึกษาถึงสินค้าแต่ละอย่าง (commodity approach) เป็นการศึกษาถึงสินค้าแต่ละชนิด เช่น ศึกษาปัญหาการตลาดของข้าวเพียงอย่างเดียว หรือศึกษาปัญหาการตลาดของข้าวโพดเพียงอย่างเดียว เนื่องจากสินค้าแต่ละอย่างมีปัญหาเฉพาะตัวของมันเองไม่เหมือนสินค้าชนิดอื่น เช่น ข้าว ก็มีปัญหาเฉพาะตัวของมันเองไม่เหมือนข้าวโพด เพราะฉะนั้นเมื่อเราศึกษาปัญหาการตลาดของข้าวเพียงอย่างเดียว และศึกษาโดยละเอียดแล้ว ก็จะทำให้เข้าใจปัญหาการตลาดของข้าวได้ลึกซึ้งยิ่งกว่าการศึกษาสินค้าหลายๆ อย่าง

4. การศึกษาถึงแนวความคิดของการตลาดที่มีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ (perfect market concept) ตลาดมีอยู่หลายชนิด เช่น ตลาดที่มีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ ตลาดที่มีการผูกขาด ตลาดที่มีผู้ขาย 2-3 คน แต่ตลาดที่สำคัญที่สุดก็คือ ตลาดที่มีการแข่งขันโดยสมบูรณ์ เพราะภาวะตลาด

เช่นนี้จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศมีสวัสดิการในทางเศรษฐกิจที่ดีที่สุด (economic welfare) ลักษณะของตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์ มีดังต่อไปนี้

- 1) มีผู้ซื้อและผู้ขายมากมาย และมีขนาดเล็ก จะไม่สามารถมีอำนาจเหนือราคาหรือกำหนดราคาเองได้
- 2) ผู้ซื้อและผู้ขาย ซื้อและขายสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกัน ผู้ซื้อจะเลือกซื้อจากใครก็ได้ เพราะจะได้สินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันทั้งนั้น
- 3) ผู้ซื้อและผู้ขาย มีความรู้อย่างสมบูรณ์ในเรื่องการตลาด (perfect knowledge)
- 4) ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย สามารถจะเข้ามาประกอบธุรกิจหรือออกจากธุรกิจได้โดยเสรี (free entry and free exit)

เมื่อเป็นเช่นนี้จะเห็นได้ว่าผู้ขายไม่มีทางที่จะควบคุมราคาได้ หากผู้ขายคนใดขายเกินกว่าราคาตลาดเพียงเล็กน้อย เขาจะขายไม่ได้เลย เพราะผู้ซื้อทุกคนก็จะรู้ แล้วจะหันไปซื้อจากผู้ขายคนอื่น ๆ หมด เพราะฉะนั้นราคาในตลาดสมบูรณ์ จึงมีอยู่ราคาเดียวเท่านั้น อย่างไรก็ตามก็ดี ตลาดลักษณะแบบนี้เกิดขึ้นได้ยากมาก ธุรกิจการเกษตรนับว่ามีธุรกิจที่ใกล้เคียงกับตลาดที่มีการแข่งขันโดยสมบูรณ์มาก เช่นมีผู้ผลิต คือ ชาวนา ชาวไร่ เป็นจำนวนมาก และมีผู้ซื้อเป็นจำนวนมาก เช่นเดียวกัน

สภาพตลาดที่จะเรียกว่าเป็นตลาดที่มีการแข่งขันโดยสมบูรณ์นั้น มีกฎเกณฑ์ต่อไปนี้

- 1) ต่างห้องที่กัน ราคาของสินค้าอาจต่างกันได้ สินค้าอย่างหนึ่งอยู่ในห้องที่ผู้ผลิต และอยู่ในอีกห้องที่หนึ่งที่ไม่ใช่ผู้ผลิต ราคาของสินค้าในห้องที่ทั้งสองควรจะแตกต่างกัน เท่ากับต้นทุนในการขนส่ง
- 2) เวลา ในเวลาที่ต่างกันไป ราคาสินค้าอาจจะแตกต่างกันได้เท่ากับค่าเก็บรักษา เช่น ราคาข้าว ในตอนเก็บเกี่ยว เกวียนละ 1,000 บาท อีก 3 เดือนต่อมาราคาเกวียนละ 1,100 บาท อีก 100 บาท เท่ากับค่าเก็บรักษา ถ้าหากว่าราคาใน 2 ระยะเวลาที่แตกต่างกันมากกว่า 100 บาท ถือว่าไม่ใช่ตลาดที่มีการแข่งขันโดยสมบูรณ์

3) รูปร่าง ราคาสินค้าในตลาดที่มีการแข่งขันโดยสมบูรณ์ ควรจะแตกต่างกัน เท่ากับค่าแปรรูป ถ้าแตกต่างกันมากกว่านั้น ถือว่าไม่ใช่ตลาดที่มีการแข่งขันโดยสมบูรณ์

ต้นทุนการตลาด (Marketing Cost)

ต้นทุนการตลาด มีรายละเอียดหลายส่วน ประกอบด้วย ความหมายต้นทุนการตลาด ต้นทุนการตลาดและประสิทธิภาพการตลาด สาเหตุที่ทำให้ต้นทุนการตลาดสูง ส่วนประกอบของต้นทุนการตลาดเกษตรของไทย ส่วนเหลือการตลาด และส่วนที่เกษตรกรได้รับ

ความหมายต้นทุนการตลาด

ต้นทุนการตลาดประกอบไปด้วย ต้นทุนต่างๆของคนกลาง และผลตอบแทนหรือกำไรของคนกลางเหล่านั้น ต้นทุนของคนกลางเหล่านี้ ได้แก่ ค่าขนส่ง ค่าแรงงาน ค่าเครื่องมือ ค่าใช้จ่ายในสำนักงาน ค่าภาษีอากร และค่าใช้จ่ายอื่นๆอันเกี่ยวกับการทำกิจกรรมการตลาด

ผลต่างของราคาของผู้บริโภคจ่ายกับราคาที่ได้รับจะเรียกว่า ส่วนเหลือการตลาด (marketing margin) ซึ่งรวมถึงต้นทุนทั้งหมดในการกระทำหน้าที่ตลาดทุกอย่าง การที่จะทราบถึงต้นทุนการตลาดของผลิตผลต่าง ๆ นั้น จำเป็นจะต้องให้ทราบถึงวิธีการตลาด (marketing channel) ของผลิตผลแต่ละชนิด ทั้งนี้ก็เนื่องจากว่าลักษณะของสินค้าทางเกษตรแต่ละอย่างไม่เหมือนกัน จึงทำให้วิธีการตลาดของสินค้าแต่ละชนิดแตกต่างกันไป และจำนวนคนกลางในตลาดก็แตกต่างกันด้วย สิ่งเหล่านี้ทำให้ต้นทุนการตลาดของผลิตผลแต่ละชนิดมากน้อยแตกต่างกัน

ต้นทุนการตลาดและประสิทธิภาพการตลาด

ต้นทุนการตลาดของสินค้าแต่ละอย่างนั้นย่อมแตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะว่าลักษณะของสินค้าเกษตรไม่เหมือนกัน บางอย่างต้องการแปรรูปเป็นอันมากก่อนที่จะบริโภคได้ เช่น วัวหรือเนื้อวัวเมื่อเทียบกับข้าวเปลือกหรือข้าวสาร นอกจากนั้น แม้แต่สินค้าอย่างเดียวกัน แต่อยู่ในสถานที่ต่างกันก็อาจจะมีต้นทุนต่างกันด้วย ระดับเศรษฐกิจหรือความเป็นอยู่ของคนในแต่ละท้องถิ่นหรือแต่ละประเทศนั้นต่างกัน ยิ่งระดับความเป็นอยู่ของคนสูงขึ้น ความต้องการด้านบริการการตลาดก็ย่อมจะสูงขึ้นด้วย ดังนั้น แม้ต้นทุนการตลาดจะสามารถชี้บางอย่างเกี่ยวกับประสิทธิภาพการตลาดได้ แต่ก็ทำได้ในวงจำกัดและในสภาพและท้องถิ่นหรือระบบตลาดที่

คล้ายคลึงกันเท่านั้น ต้นทุนการตลาดเนื้อวัวของประเทศสหรัฐอเมริกาจะสูงกว่าต้นทุนการตลาดเนื้อวัวในประเทศไทย แต่ไม่ได้หมายความว่าระบบตลาดของไทยมีประสิทธิภาพสูงกว่า เพราะเราไม่สามารถจะเปรียบเทียบกันได้ ดังนั้น เรื่องของประสิทธิภาพการตลาดจึงเกี่ยวข้องเป็นอย่างมากกับความพึงพอใจของผู้บริโภค (satisfaction)

สาเหตุที่ทำให้ต้นทุนการตลาดสูง

ตัวการที่สำคัญที่ทำให้ต้นทุนการตลาดเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในการผลิตทางการเกษตรทั้งหมดและระบบการตลาดตลอดเวลายาวนานที่ผ่านมา ได้แก่

1. สถานที่ (place) เกี่ยวกับสถานที่ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เห็นชัดที่สุดก็คือสภาพทางภูมิศาสตร์ (geographical space) เนื่องจากแต่ละแห่งมีความเหมาะสมในการผลิตเพียงสิ่งๆเดียวเท่านั้นและเสียต้นทุนต่ำสุดด้วย ถ้าหากนำผลิตผลนั้นไปผลิตที่อื่น ราคาที่ย่อมแพงกว่าแหล่งที่เหมาะสม ข้อสำคัญอยู่ที่ผลิตได้ในต้นทุนที่ต่ำแล้ว การขนส่งจะต้องมีประสิทธิภาพสามารถนำสินค้ามาขายได้ถูกกว่าการผลิตในแหล่งที่ไม่เหมาะสม ซึ่งทำให้มีต้นทุนการตลาดเกิดขึ้น แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าต้นทุนที่สูงขึ้นนั้นทำให้ตลาดไม่มีประสิทธิภาพ เพราะการผลิตในแหล่งที่ใกล้ผู้บริโภค แม้ว่าจะไม่มีต้นทุนการตลาดก็ตาม แต่ต้นทุนการผลิตสูงราคาก็ย่อมสูงขึ้น ซึ่งทำให้การตลาดและการผลิตไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ต้นทุนการตลาดที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับเรื่องสถานที่นี้ก็ได้แก่ค่าบริการขนส่งนั่นเอง

2. เวลา (time) เรื่องที่เกี่ยวกับเวลานี้ ได้แก่ การเก็บรักษา (storage) สินค้าอาหารเกษตรซึ่งผลิตได้เพียงบางฤดู ให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคได้ตลอดทั้งปี การเก็บรักษาอาจใช้วิธีแช่เย็นจนแข็ง (refrigeration) หรือวิธีถนอมอาหารแบบอื่น เช่น ดอง ทำแห้ง และทำเค็ม เป็นต้น ซึ่งการเก็บรักษาแบบนี้ย่อมใช้เงินทุนและเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงทำให้เกิดต้นทุนการตลาดเพิ่มขึ้นในช่วงระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค

3. รูปร่าง (form) เรื่องที่เกี่ยวกับรูปร่างนี้เกิดขึ้นเนื่องจากบริโภคมากกว่าการผลิต ผู้บริโภคที่อยู่ในเมืองมีความต้องการสินค้าที่เป็นหีบห่อ และมีรูปร่างสมบูรณ์พร้อมที่จะรับประทานได้ หรือพร้อมที่จะเอาไปปรุงเป็นอาหารได้ ดังนั้น สินค้าจึงต้องการแปรรูป (processing) มากขึ้น ซึ่งทำให้ต้นทุนการตลาดสูงขึ้น แต่ผู้บริโภคก็สามารถที่จะประหยัดเวลาในการประกอบอาหารและประหยัดแรงงานได้ ซึ่งคนใช้เหล่านั้นอาจจะเข้าไปทำงานเกี่ยวกับการแปรรูป จะทำให้การทำงาน

มีประสิทธิภาพมากกว่ามาทำงานในบ้าน จากเหตุอันนี้ผู้บริโภคจึงยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้น เงินที่จ่ายเพิ่มขึ้นเป็นเงินที่จ่ายเกี่ยวกับ 1)ค่าแปรรูปสินค้าให้อยู่ในรูปร่างที่สำเร็จมากขึ้น 2)ค่าที่ทำให้สินค้านั้นอยู่ในแบบฟอร์มขนาดต่างๆตามความต้องการของผู้บริโภค และ3)ค่าใช้จ่ายในการห่อสินค้า นั้นให้เหมาะสมน่ากินน่าใช้สำหรับผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม ต้นทุนการตลาดมักจะมีเสถียรภาพมากกว่าราคาที่เกษตรกรได้รับ และราคาขายปลีก ทั้งนี้เนื่องจากว่าต้นทุนต่างๆในรายการตลาดมักจะคงที่ เช่น ค่าขนส่ง ค่าเช่าสำนักงาน ภาษี และอื่นๆมักจะคงที่ ส่วนรายการที่จะเปลี่ยนแปลงนั้นมีน้อย เช่น ค่าแรงงาน ซึ่งอาจจะขึ้นลงตามลักษณะเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงค่าจ้างแรงงานจะเปลี่ยนแปลงช้ากว่าราคาขายปลีก ดังนั้น รายได้ที่เกษตรกรได้รับจึงเสียเปรียบตลอดเวลา นอกจากนี้ ผู้ขายปลีกยังพยายามที่จะรักษาราคาเดิมเอาไว้ไม่ให้เปลี่ยนแปลงถึงแม้ว่าราคาที่ฟาร์มจะลดลง แต่ราคาขายปลีกไม่ได้ลดลงในสัดส่วนเดียวกันกับราคาที่ฟาร์ม จึงทำให้ต้นทุนการตลาดสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับส่วนที่เกษตรกรได้รับ หรือแสดงให้เห็นว่าส่วนที่ชาวนาได้รับลดลง เป็นต้น

ส่วนประกอบของต้นทุนการตลาดเกษตรของไทย

เพื่อความเข้าใจเรื่องต้นทุนการตลาด เราจะพิจารณาส่วนประกอบของต้นทุนการตลาดเกษตรของพืชที่สำคัญ คือข้าว

ข้าว ต้นทุนการตลาดของข้าว ซึ่งรวมทั้งข้าวเปลือกและข้าวสารของพ่อค้าคนกลาง และโรงสีข้าวประเภทต่างๆ ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน คือ

1. ค่าใช้จ่ายในการซื้อ-ขาย ซึ่งได้แก่ ค่าขนส่ง ค่านายหน้า ค่าแรงงาน ค่าภาษี ค่าภษณะบรรจุ ค่าใช้จ่ายในสำนักงาน และค่าอื่นๆ
2. ค่าใช้จ่ายในการแปรรูปหรือสีข้าวเปลือกเป็นข้าวสาร ซึ่งได้แก่ ค่าแรงงาน ค่าน้ำมัน ถ่านและฟืน ค่าบำรุงรักษาและค่าสึกหรอ

ค่าใช้จ่ายเหล่านี้เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับคนกลางที่ขายข้าวให้แก่ผู้บริโภค ภายในประเทศ ถ้าเป็นผู้บริโภคต่างประเทศ คือ ส่งข้าวออกไปจำหน่ายต่างประเทศ จะต้องรวมค่าพรีเมียมในการส่งออกด้วย ค่าใช้จ่ายเหล่านี้เป็นค่าใช้จ่ายที่แท้จริงยังไม่ได้รวมถึงกำไรคนกลาง

ในชั้นต่างๆ เมื่อรวมกำไรของคนกลางชั้นต่างๆ ก็จะเป็นต้นทุนการตลาดทั้งหมดของข้าว ต้นทุนการตลาดทั้งหมดจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับจำนวนคนกลางที่เข้ามาทำการ สำหรับคนกลางอาจแยกประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. ข้าวจากเกษตรกรผ่านมายังพ่อค้าในตลาดท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนั้นก็ไปสู่มือพ่อค้าตลาดรวมในอำเภอหรือจังหวัด ผ่านโรงสีท้องถิ่น และผู้บริโภครายย่อยโดยตรง
2. พ่อค้าตลาดรวมในอำเภอหรือจังหวัด ซึ่งได้รับข้าวจากเกษตรกร พ่อค้าตลาดท้องถิ่น
3. โรงสีข้าวในตลาดรวม ได้รับข้าวจากพ่อค้าตลาดรวม พ่อค้าท้องถิ่น แล้วส่งไปยังพ่อค้าในกรุงเทพฯ

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า จำนวนพ่อค้าคนกลางจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับลักษณะพื้นที่การขนส่งและความสามารถของเกษตรกรในการขาย

ส่วนเหลือการตลาด (marketing margin)

เราทราบแล้วว่า ส่วนเหลือการตลาด คือ ความแตกต่างระหว่างราคาของผู้ผลิตได้รับกับราคาที่ผู้บริโภคจ่าย ส่วนเหลือนี้จึงรวมถึงต้นทุนการตลาดทั้งหมด เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ในการพิจารณาการทำงานของระบบตลาดที่มีอยู่ แม้ว่าจะบอกถึงผลดังกล่าวนี้เพียงบางส่วนก็ตาม กล่าวคือ ถ้าหากส่วนเหลือการตลาดสูง อาจจะมีสาเหตุมาจากค่าใช้จ่ายในการตลาดสูง ซึ่งเป็นผลมาจากระบบตลาดไม่มีประสิทธิภาพก็ได้ อย่างไรก็ตาม การที่ต้นทุนการตลาดสูงอาจจะเป็นเพราะระบบตลาดดังกล่าวจะต้องมีกิจกรรมการตลาดมากมาย เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ในกรณีนี้ ส่วนเหลือการตลาดจะไม่สามารถบอกถึงประสิทธิภาพการตลาดได้

ส่วนที่เกษตรกรได้รับ (farmer's share)

ส่วนที่เกษตรกรได้รับ (farmer's share) หมายถึง จำนวนเงินที่เกษตรกรได้รับจากการจ่ายเพื่อซื้อสินค้าผู้บริโภค ส่วนมากคิดออกมาในรูปของเปอร์เซ็นต์ การคำนวณเกี่ยวกับส่วนที่เกษตรกรได้รับจะต้องทราบถึงมูลค่าที่ฟาร์ม หรือราคาขายที่ฟาร์มกับราคาขายปลีกของสินค้านั้น

ส่วนที่ต่างกันระหว่างมูลค่าที่ฟาร์มกับราคาขายปลีกก็จะเป็นส่วนเหลือจากการตลาด ซึ่งเกิดขึ้นเนื่องจากการทำหน้าที่ทางการตลาดของพ่อค้าคนกลางต่างๆ ประกอบด้วยต้นทุนของคนกลางบวกด้วยกำไร ดังนั้น ราคาขายปลีกจะเท่ากับราคาที่ฟาร์มบวกด้วยต้นทุนการตลาด ส่วนที่เกษตรกรได้รับจะเท่ากับราคาที่ฟาร์มหารด้วยราคาขายปลีกแล้วคูณด้วยร้อยละ 100 ค่าที่ได้ออกมาจะเป็นเปอร์เซ็นต์ที่เกษตรกรได้รับ

ปัญหาการตลาดเกษตรของไทย

เราได้กล่าวมาแล้วว่า การวิเคราะห์ปัญหาการตลาดนั้นอาจทำได้หลายวิธี เช่น การศึกษาถึงหน้าที่การตลาด การศึกษาถึงสถาบันการตลาด และการศึกษาถึงสินค้าการเกษตรเฉพาะอย่าง เป็นต้น สำหรับการศึกษาถึงปัญหาด้านหน้าที่การตลาด (functional approach) จึงมักจะนำมาใช้กันแพร่หลายโดยเฉพาะประเทศที่ข้อมูลมีอยู่จำกัด การศึกษาด้านนี้นับว่าให้ประโยชน์อย่างยิ่ง ทำให้เราเข้าใจปัญหาการตลาดว่า ระบบตลาดของประเทศได้ทำหน้าที่อะไรบ้าง ควรจะทำหน้าที่นั้นๆอย่างไร และควรจะมีการแก้ไขอย่างไร ปัญหาการตลาดที่สำคัญนั้นจะนำมากล่าวถึงโดยละเอียดต่อไป ประกอบด้วย ปัญหาการจัดชั้นมาตรฐาน ปัญหาข่าวสารการตลาด ปัญหาการขนส่ง และปัญหาที่เกี่วกับรักษาสินค้า

1. การจัดชั้นและมาตรฐานสินค้า (grading and standardization) การจัดชั้นสินค้า เป็นวิธีการแบ่งสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาเป็นส่วนเป็นพวกหรือเป็นกลุ่มโดยแต่ละส่วนนั้นมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เช่น ข้าว 5 เปอร์เซ็นต์ ก็เป็นข้าวอย่างหนึ่ง ข้าว 100 เปอร์เซ็นต์ ก็เป็นข้าวอีกอย่างหนึ่ง ทั้งสองอย่างมีลักษณะต่างกัน แต่ชนิดเดียวกัน เช่น ข้าว 5 เปอร์เซ็นต์ จะมีลักษณะเหมือนกัน การแบ่งชั้นแบ่งพวก ถ้าจะให้มันมีประโยชน์จริงๆแล้ว ควรจะใช้ผลกระทบถึงความพึงพอใจของคนด้วย ข้าว 100 เปอร์เซ็นต์ คนอาจจะชอบเพราะให้ความพึงพอใจมากกว่าข้าว 5 เปอร์เซ็นต์ ฉะนั้นเวลาแบ่งสินค้าเป็นพวกๆ จะสะท้อนให้เห็นความพึงพอใจของคน ข้าว 5 เปอร์เซ็นต์ จะมีความพึงพอใจน้อยลงมา เพราะฉะนั้นสินค้าแต่ละเกรดจะมีราคาที่แตกต่างกัน ข้าว 100 เปอร์เซ็นต์ มีคุณภาพดีกว่า ให้ความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคมากกว่า

มาตรฐาน หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องเป็นหลักในการเทียบกำหนด ถ้าจะขยายให้ชัดเจนยิ่งขึ้น มาตรฐานก็คือ สิ่งที่เรากำหนดสำหรับใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการประมาณ จัดหรือแสดงคุณภาพชั้นสินค้า การจัดสินค้าอาจแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ ประกอบด้วย 1)ระดับฟาร์ม (farm level) 2)ระดับตลาด (market level) และ 3)ระดับผู้บริโภค (consumer level) เหตุที่ต้องมีการจัดชั้นในระดับ

ฟาร์ม ก็เพราะว่า สินค้าเกษตรมีลักษณะแตกต่างกันตามดินฟ้าอากาศ และลักษณะอื่นๆ เช่น อุณหภูมิ ความร้อน พืชพรรณ สินค้าเกษตรมีรูปร่างใหญ่โตต่างกัน คุณภาพความหวานเปรี้ยว ต่างกันตามลักษณะดินและอื่นๆ ถ้าหากไม่แบ่งเป็นพวกแล้วจะไม่สะดวกต่อการขนส่งและการเก็บรักษา ในระดับตลาดก็เช่นกัน หากไม่มีการจัดชั้นแล้ว สินค้าจะคละก้นไปหมด การซื้อขายสินค้าจะลำบาก เพราะผู้ซื้อมีความต้องการสินค้าในรูปลักษณะที่ต่างกันนั่นเอง ในด้านการชื้อนั้น ผู้บริโภคก็มีความชอบต่างกัน ถ้าไม่แบ่งประเภทหรือกลุ่มจะไม่สะดวกในการชื้อขายและการกำหนด ประโยชน์การจัดชั้นและมาตรฐานสินค้า มีดังต่อไปนี้

1) ก่อให้เกิดมีประสิทธิภาพในการตลาด ได้แก่ ประสิทธิภาพของการดำเนินงาน (operational) การจัดคุณภาพจะช่วยลดต้นทุนในการทำธุรกิจให้น้อยลงได้ ที่สามารถลดต้นทุนได้ มีเหตุผลหลายประการ ประกอบด้วย

ก. ในการชื้อสินค้านั้น ผู้ชื้ออาจอธิบายถึงสินค้าชนิดนั้นว่ามีลักษณะอย่างไร คนชื้อก็จะตั้งชื้อได้โดยไม่ต้องมาดู เป็นการชื้อสินค้าโดยอาศัยการอธิบายถึงลักษณะสินค้าที่เรามีอยู่ ทำให้การชื้อของสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

ข. ป้องกันหรือกำจัดการโต้แย้งในเรื่องคุณภาพของสินค้า คนชื้อก็จะชื้อตามชั้น ถ้าหากรู้ว่าสินค้าแต่ละชั้นเป็นแบบไหน การโต้แย้งในเรื่องคุณภาพจะหมดไป

ค. สามารถที่จะขายสินค้าได้ทั่วประเทศ ไม่จำเพาะเจาะจงที่ใดที่หนึ่ง ถ้าหากไม่มีการจัดชั้นการขายสินค้าจะอยู่ในวงแคบ ถ้าจัดประเภทแล้ว เราสามารถจะตั้งชื้อสินค้าได้ทั่วประเทศ ทำให้ตลาดกว้างขึ้น เพราะคนจะสามารถตั้งชื้อสินค้าได้ตามความต้องการ โดยอาจมีการส่งสินค้าทาง ร.ส.พ. หรือทางอื่นๆ

ง. ทำให้การผลิตเฉพาะอย่างเกิดขึ้นในท้องที่ต่างๆ และทำให้มีการตลาดเฉพาะเกิดขึ้นในท้องที่ต่างๆ ถ้ามีท้องที่หนึ่งผลิตสินค้าได้มากและต้นทุนต่ำ ท้องที่นั้นก็ผลิตสินค้านั้นอย่างเดียว ทำให้ทราบว่าที่ไหนควรจะผลิตสินค้ามาตรฐานหรือเกรดไหน

จ. การใช้เทคนิคการผลิตบางอย่างสามารถทำให้เพิ่มประสิทธิภาพการตลาดได้ คือ มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในท้องที่บางแห่ง เช่น สินค้าที่ผู้บริโภคต้องการคุณภาพดีและราคาสูง การใช้เทคนิคใหม่ๆ การใช้ปุ๋ยและเครื่องมือใหม่ๆ ก็อาจจะใช้ได้สำหรับสินค้านั้น และอาจมี

สถานที่เก็บรักษาสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่าแน่นอนกว่า เทคโนโลยีที่จะใช้ต้องมีความเหมาะสมตามคุณภาพของสินค้าด้วย ถ้าขายสินค้าที่มีคุณภาพดี เราอาจจะใช้การเก็บรักษาที่ดี เพราะการเก็บรักษาจะเกี่ยวกับต้นทุนด้วย ถ้ามีสินค้าที่มีคุณภาพต่ำจะไม่คุ้มต้นทุน จึงทำให้มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้น

2) ทำให้เกิดมีประสิทธิภาพทางการกำหนดราคา (pricing) การกำหนดราคาในท้องตลาดมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นได้นั้นเพราะ

ก. เมื่อจัดมาตรฐานสินค้าแล้ว จะเป็นที่เข้าใจกันทั่วไป ทำให้เกิดภาษากลางที่คนเข้าใจกันทั่วโลก เช่น ข้าวประเทศไทย 100 เปอร์เซ็นต์ ญี่ปุ่น อเมริกา ก็เข้าใจว่าข้าว 100 เปอร์เซ็นต์ มีลักษณะอย่างไร จึงมีประโยชน์ในการค้ามาก

ข. ทำให้การเก็บรวบรวมตัวเลขในเรื่องอุปสงค์ อุปทาน และราคาสะดวกขึ้น เพราะถ้าทราบว่าสินค้าแต่ละอย่างมีเกรดอย่างไร ก็รวบรวมราคาสินค้าได้ตามเกรด

ค. ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลต่างๆทางด้านราคาสะดวกขึ้น คือ สะดวกดีกว่าที่จะบอกราคารวมๆกันไป

ง. ช่วยให้เกิดความแน่นอน ความถูกต้องของการกำหนดราคาขึ้นมา การกำหนดราคาในท้องตลาดที่จะมีความถูกต้องและแน่นอนมากขึ้น เพราะก่อให้เกิดมีการแข่งขันกันเกิดขึ้น โดยมีราคาเป็นหลัก ตามหลักเศรษฐศาสตร์ ถ้าเป็นตลาดที่มีการแข่งขันราคาในตลาดแข่งขันสมบูรณ์จะเป็นราคาที่ดีที่สุด ราคาในตลาดเป็นราคาที่ไม่ยุติธรรม การแข่งขันจะทำให้การกำหนดราคาดีขึ้นหรือถูกต้องขึ้น

2. ปัญหาเรื่องข่าวสารการตลาด (market information) หน้าที่อย่างหนึ่งของการตลาด คือ หน้าที่ให้ข่าวสารการตลาด ซึ่งเป็นหน้าที่อำนวยความสะดวก ได้กล่าวมาแล้วว่าหน้าที่ของการตลาดแบ่งเป็นประเภทใหญ่ 3 ประเภท คือ หน้าที่ของการแลกเปลี่ยน ได้แก่ การซื้อ การขาย หน้าที่ทางกายภาพ ได้แก่ การแปรรูป การเก็บรักษา การขนส่ง และหน้าที่สุดท้าย คือ หน้าที่อำนวยความสะดวก ข่าวสารการตลาดนับว่าอยู่ในหน้าที่อำนวยความสะดวกซึ่งจะช่วยให้หน้าที่ทั้ง 2 ข้างต้นเป็นไปด้วยดีและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น คือ ช่วยทำให้หน้าที่อื่นๆดีขึ้น เช่นการเก็บรักษา การแปรรูปตลอดจนการซื้อขาย

ข่าวสารการตลาดเป็นสิ่งที่มีความสำคัญยิ่ง ถ้าหากไม่มีข่าวสารการตลาด หรือไม่ทราบอุปสงค์ อุปทานของสินค้าและราคาของสินค้าในท้องที่ต่างๆแล้ว คนซื้อก็ไม่ทราบว่าควรจะซื้อราคาเท่าไร ควรจะซื้อจำนวนเท่าไร ทำให้การซื้อ การขาย ไม่สะดวกและไม่มีประสิทธิภาพ การจะซื้อสินค้ามาเก็บไว้เพื่อขายในอนาคตนั้นต้องทราบต้นทุนในการเก็บรักษา ซึ่งจะได้ทราบจากข่าวสารการตลาด ถ้าประกอบธุรกิจการแปรรูปสินค้า เช่น โรงสี ควรจะทราบว่าซื้อข้าวมาสีเท่าไรในขณะนี้ จะต้องทราบราคาและความต้องการข้าวของตลาด ทั้งในและนอกประเทศ เป็นต้น

3. การขนส่ง (transportation) การขนส่งไม่เพียงแต่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญต่อการตลาดเกษตรหรือตลาดอะไรก็ตาม การเคลื่อนย้ายสินค้าจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งจะต้องมีการขนส่งเข้ามาเกี่ยวข้อง การลงทุนทางการขนส่งเรียกว่า เป็นการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจอันเป็นการลงทุนอย่างหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจในอีกหลายๆ ด้าน เช่น การลงทุนทางด้านถนนหนทางหรือเขื่อนชลประทานเพื่อขยายการผลิต ซึ่งเป็นการลงทุนที่จำเป็นสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนาเป็นอย่างยิ่ง การมีถนนหนทางทำให้เทคโนโลยีใหม่ๆ จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง และทำให้การขนส่งสินค้าสะดวกขึ้นซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการตลาด เพราะการตลาด คือ การเคลื่อนย้ายสินค้าจากแห่งหนึ่งดังที่กล่าวมาแล้ว เราจึงอาจกล่าวได้ว่า การขนส่ง หมายถึง การเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการต่างๆ จากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่ง โดยเครื่องอุปกรณ์การขนส่งแบบต่างๆ ซึ่งรวมทั้งการเคลื่อนย้ายโดยแรงงานคนและสัตว์ต่างๆด้วย การขนส่งช่วยพัฒนาการค้าและพิจารณาได้ 3 ประการ ประกอบด้วย 1)การขนส่งช่วยให้มีการใช้ปัจจัยการผลิตได้เต็มที่ยิ่งขึ้น 2)การขนส่งช่วยให้ตลาดมีประสิทธิภาพมากขึ้น และ3)การขยายขอบเขตของตลาด ทำให้ตลาดกว้างขึ้น

ปัญหาเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าเกษตรกรรมในประเทศไทย ประกอบด้วย 1)ปัญหาเส้นทางคมนาคม การขนส่งที่ดีจะต้องมีเส้นทางคมนาคมที่ทั่วถึงและสะดวก แต่ในประเทศไทยทุกวันนี้เส้นทางคมนาคมยังไม่ทั่วถึง มีเฉพาะระหว่างจังหวัดเท่านั้น 2)อัตราค่าขนส่ง อัตราค่าขนส่งต่อหน่วยในท้องที่ต่างๆไม่ดี หรือผู้ประกอบการขนส่งผูกขาดกิจการจึงเป็นปัญหาที่สำคัญ ถ้าไรที่ได้จากอัตราค่าขนส่งนี้มักจะมีกำไรเกินควร 3)ลักษณะของฤดูกาลและผลผลิตสินค้าเกษตรผลิตตามฤดูกาล มีปัญหาที่ว่า การขนส่งที่จะมีประสิทธิภาพ ต้นทุนต่ำ จะต้องมีความเหมาะสมที่เพียงพอ ในช่วงหนึ่งที่มีการผลิตอาจจะมีการขนส่งมาก อีกช่วงหนึ่งที่ไม่มีการผลิต การขนส่งอาจจะน้อย แต่ผู้ประกอบการก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายเท่าเดิม และ4)ความไม่แน่นอนของบริการการขนส่ง มองในแง่ผู้เข้ามาประกอบการขนส่ง บริการขนส่งไม่แน่นอน จำนวนรถไม่

แน่นอน บางระยะสินค้าเกษตรมีมาก แต่จำนวนเท่าเดิม พาหนะขนส่งไม่เพียงพอ สรุปแล้ว การขนส่งในประเทศไทยมีปัญหาหลายอย่าง การจะทำให้การตลาดเกษตรก้าวหน้าจึงเป็นอุปสรรค ถ้าการขนส่งไม่ดี ไม่สะดวก การตลาดเกษตรและแหล่งผลิตสินค้าเกษตรจะขยายไม่ได้เพราะฉะนั้น การสร้างถนนหนทางช่วยให้การตลาดเกษตรและแหล่งผลิตสินค้าขยายขึ้น

4. การเก็บรักษาสินค้าเกษตร การเก็บรักษาสินค้ามีความจำเป็น เพราะสินค้าเกษตรมีลักษณะการผลิตตามฤดูกาล แต่ว่าคนที่บริโภคสินค้าถ้ามีความต้องการบริโภคทุกวัน ความต้องการมีอยู่เสมอ แต่ปริมาณการผลิตเป็นฤดูกาล การเก็บรักษาจึงสำคัญ ในเมืองไทยยังมีความบกพร่องมากในเรื่องนี้ ต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าจึงจำเป็นที่จะต้องทราบ

1) ต้นทุนในการเก็บสินค้า ประกอบด้วย

ก. ค่าก่อสร้างสถานที่เก็บรักษาที่เหมาะสม ต้นทุนจะเกิดทุกปี เป็นต้นทุนค่าเสื่อมราคาและค่าประกันภัย

ข. ดอกเบี้ยเงินลงทุน อาจจะใช้เงินที่เก็บออมหรือเงินที่กู้ยืมมาสร้างสถานที่เก็บรักษาสินค้าจะต้องคิดค่าดอกเบี้ยเสมอ ถ้าเงินของเราเองถ้าฝากธนาคารก็จะได้ออกเบี้ย ถ้าเอามาลงทุนเองก็ต้องคิดดอกเบี้ยด้วย

ค. การสูญเสียน้ำหนัก เช่น เก็บข้าวโพดไว้ระยะเวลาหนึ่ง ข้าวโพดอาจจะสูญเสียน้ำหนัก ซึ่งนับเป็นต้นทุนอย่างหนึ่ง

ง. ความชอบของผู้บริโภค การเก็บสินค้าไว้นานๆผู้บริโภคจะชอบสินค้านั้นน้อยลง เพราะสินค้าบางอย่างที่เก็บไว้นานๆ อาจจะไม่สด เช่น เนื้อที่แช่ไว้นานๆคนอาจจะไม่ชอบ จึงนับเป็นการสูญเสียอย่างหนึ่ง

จ. ต้นทุนการเสี่ยงภัยในด้านราคา คือ ราคาอาจจะลดลงในระหว่างที่เก็บรักษาสินค้าไว้ การที่เก็บรักษาสินค้าไว้ก็เพราะหวังว่าราคาจะสูงขึ้น แต่ราคาอาจจะลดต่ำลงก็ได้ เพราะฉะนั้นการเก็บรักษาสินค้าจึงต้องคำนวณต้นทุนว่าคุ้มกับการเก็บรักษาไหม

2) ที่เก็บรักษาสินค้าในประเทศไทย พิจารณาจากเกษตรกรซึ่งมีหลายประเภท เช่น เกษตรกรที่ปลูกข้าวหรือข้าวโพด สถานที่เก็บรักษาสินค้าอาจเป็นโรงเรือนเล็กๆ และมักจะมีทุกบ้าน ไม่ใช่เก็บไว้ขายแต่เก็บไว้เพื่อการบริโภค ถ้าส่งเสริมให้สร้างยุ้งฉางใหม่ขึ้น โดยเก็บส่วนหนึ่งไว้บริโภคและอีกส่วนหนึ่งไว้ขาย ก็คงไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเท่าไรนัก แต่ก็ไม่มีใครประกันกับชานาได้ว่า ราคาข้าวจะสูงขึ้น อาจจะต่ำลงก็ได้ เพราะถ้าสภาวะเศรษฐกิจทรุดหนักพอค้า อาจจะไม่มียอมซื้อข้าว เกษตรกรที่ปลูกข้าวโพดไม่มีที่เก็บที่ถาวร หลังจากเก็บเกี่ยวแล้วพอค้าจะเข้ามาซื้อทันที การเก็บรักษาสินค้าของเราไม่มีประสิทธิภาพสินค้าข้างของเราที่ผลิตได้ก็อยู่กระจัดกระจายอยู่ในที่ต่างๆ และไม่ค่อยจะทราบว่าแหล่งเท่าใดองค์การคลังสินค้าซึ่งทำหน้าที่ซื้อสินค้าไว้ทยอยขาย เมื่อต่างประเทศต้องการ ก็มีปัญหาในการดำเนินงานหลายอย่าง

กล่าวโดยสรุป ปัญหาการตลาดเกษตร เมื่อพิจารณาหน้าที่การตลาดเท่าที่กล่าวมาแล้วนี้จะเห็นว่าข้อบกพร่องทางการตลาดเหล่านี้จะทำให้ประสิทธิภาพการตลาดต่ำ รัฐบาลได้พยายามที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าวเหล่านี้ เช่น มีการสร้างที่เก็บสินค้ามากขึ้น และระบบการขนส่งสะดวกและรวดเร็วขึ้นอย่างไรก็ตาม ปัญหาด้านมาตรฐานและคุณภาพสินค้าเกษตรยังเป็นปัญหาที่ไม่ได้แก้ไขกันอย่างจริงจังนัก ปัญหานี้จะเกี่ยวข้องกับการผลิตด้วย กล่าวคือ เกษตรกรจะต้องใช้พันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ที่ดี คุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตรจึงจะดีขึ้น การวางแผนทั้งในด้านการผลิตและด้านการตลาดจึงจะต้องประสานกัน การผลิตและการตลาดจึงเป็นเรื่องที่จะต้องพิจารณาควบคู่ไป จึงจะเกิดผลดีแก่เศรษฐกิจของประเทศได้

การพัฒนาทางการเงิน

จากการตรวจเอกสารในเรื่องแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนด้านการเงิน ประกอบด้วย การวางระบบการบัญชี และการวิเคราะห์หาผลตอบแทนในการลงทุน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การวางระบบการบัญชี

สมชาย (2542: 322-326) กล่าวว่า การวางระบบการบัญชีในธุรกิจขนาดย่อม ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของระบบการทำบัญชี รูปแบบสำคัญของการบันทึกทางการเงินบัญชีและการตัดสินใจด้านการเงินจะเกี่ยวกับการบันทึกต่างๆ และข้อมูลที่ใช้เป็นในการบันทึกการบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดย่อม ดังนี้

ระบบการบัญชี (Accounting system) เป็นการออกแบบระบบการบันทึกรายการ การจัดทำรายงานการเงินโดยใช้ข้อมูลที่บันทึกไว้และแปลความหมายของรายการนั้น ประกอบด้วย การบันทึกบัญชีในสมุดรายวันแล้วผ่านไปบัญชีแยกประเภท และการจัดทำงบการเงินต่างๆ ผู้ประกอบการทุกคนควรมีความรู้ในกระบวนการทำบัญชี เข้าใจงบการเงิน รู้จักวิธีการทำบัญชี เพื่อชี้ถึงความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของระบบการทำบัญชี (Objectives of accounting system) ระบบการทำบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดย่อมควรจะบรรลุวัตถุประสงค์ต่อไปนี้ 1.) มีระบบที่ถูกต้อง เพื่อแสดงผลการดำเนินงานได้อย่างแท้จริง 2.) ระบบการบันทึกสามารถเปรียบเทียบข้อมูลในปัจจุบันกับข้อมูลการดำเนินงานในอดีต และช่วยในการวางแผนด้านงบประมาณในอนาคต 3.) การบันทึกควรจะแสดงงบการเงินสำหรับฝ่ายบริหารและผู้ที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจ 4.) ระบบควรจะอำนวยความสะดวกในการทำรายงานได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนใช้ในการเรียกภาษีคืน และสามารถนำเสนอแก่ส่วนราชการเพื่อเสียภาษี 5.) ระบบควรจะช่วยในการควบคุม ป้องกันการทุจริต และลดการสูญเปล่าได้

รูปแบบสำคัญของการบันทึกทางการบัญชีและการตัดสินใจด้านการเงินจะเกี่ยวกับการบันทึกต่างๆ ดังนี้

1. การบันทึกเกี่ยวกับบัญชีลูกหนี้การค้า (Accounts-receivable records) บัญชีนี้มี ความสำคัญมากในการตัดสินใจขายสินเชื่อ การเก็บหนี้ (การทวงหนี้) และการชำระรักษาลูกค้าที่ดีเอาไว้ ตลอดจนแสดงประสิทธิผลของนโยบายการให้สินเชื่อ และนโยบายการทวงหนี้เมื่อถึงกำหนดชำระ

2. การบันทึกเกี่ยวกับบัญชีเจ้าหนี้การค้า (Accounts-payable records) บัญชีนี้แสดงถึง เจ้าหนี้ที่ธุรกิจมีอยู่ จะทำให้ได้ข้อมูลส่วนลดเงินสดและการจ่ายเงินเมื่อถึงกำหนดชำระ

3. การบันทึกสินค้าคงเหลือ (Inventory record) การบันทึกว่ามีสินค้าคงเหลือในปัจจุบัน อยู่เป็นจำนวนเท่าใด ช่วยให้มีสินค้าไว้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ยังช่วยให้ ข้อมูลในการซื้อ การรักษาระดับสินค้าคงเหลือให้เพียงพอและเหมาะสม และใช้ในการคำนวณ อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินค้า (Turnover ratios)

4. การบันทึกเงินเดือนค่าจ้าง (Payroll record) การบันทึกนี้แสดงถึงเงินเดือนหรือค่าจ้างที่จ่ายให้พนักงาน และใช้เป็นเกณฑ์ในการคำนวณและจ่ายภาษีเงินได้ของพนักงาน

5. การบันทึกในสมุดเงินสด (Cash record) บัญชีนี้แสดงรายรับ (Receipts) และรายจ่าย (Disbursement) ซึ่งจะช่วยให้ทราบข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับเงินสดไหลเข้าและเงินสดไหลออก ตลอดจนเงินสดที่เหลือในมือ

6. การบันทึกเกี่ยวกับบัญชีสินทรัพย์ถาวร (Fixed-asset records) การบันทึกนี้แสดงการซื้อและค่าเสื่อมราคาที่เกิดขึ้น ตลอดจนแสดงมูลค่าของสินทรัพย์ที่คงเหลืออยู่

7. การบันทึกอื่นๆ (Other records) เช่น การบันทึกการประกันภัย นโยบายด้านแรงงาน การบันทึกเกี่ยวกับการเช่า การบันทึกเกี่ยวกับการลงทุนภายนอกธุรกิจ

ข้อมูลที่ใช้ในการบันทึกการบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดย่อม

1. รายได้จากการขาย (Sales) ธุรกิจขนาดย่อมต้องทราบถึงยอดขายรวม ดังนี้ ข้อมูลขั้นต่ำที่ควรมีการบันทึกทางการบัญชีในแต่ละวัน แต่ละสัปดาห์ แต่ละเดือน 3 เดือน 4 เดือน และแต่ละปี ตลอดจนจัดแยกยอดขายตามแผนก ผลิตภัณฑ์ หรือชนิดของสินค้าของธุรกิจ ร้านขายของชำจะแบ่งยอดขายตามกลุ่มเนื้อ อาหาร ผัก เครื่องดื่ม ฯลฯ ตามสินค้าแต่ละชนิด เช่น สับ เนื้อ เครื่องดื่ม ยาสีฟัน แปรงสีฟัน ฯลฯ ส่วนร้านค้าขายจะแบ่งยอดขายออกเป็นสำหรับกลุ่มยาแต่ละชนิด เป็นต้น

2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating expenses) ข้อมูลที่จำเป็นต้องทราบ คือ ค่าใช้จ่ายรวมค่าใช้จ่ายของแต่ละแผนกของผลิตภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ค่าใช้จ่ายของแต่ละแผนก ค่าใช้จ่ายของพ่อค้าปลีก สามารถจัดประเภทเป็นค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน สำหรับโรงงานอุตสาหกรรมควรจัดแบ่งค่าใช้จ่ายรวมออกเป็น ค่าใช้จ่ายในการผลิต ค่าใช้จ่ายในการขาย และค่าใช้จ่ายในการบริหาร เป็นต้น

3. ลูกหนี้สินค้า (Accounts receivable) การบันทึกยอดขายรวม ยอดขายสด และยอดขายเชื่อการบันทึกที่เป็นปัจจุบันของลูกหนี้ ยอดขายที่จ่ายผ่านบัตรเครดิต เป็นต้น

4. สถานะของเจ้าหนี้สินค้า (Status of accounta payable) เจ้าหนี้ทุกรายต้องมีการบันทึกเจ้าหนี้รวมในขณะใดขณะหนึ่ง การบันทึกจะต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับใบสั่งซื้อเพื่อที่จะได้จ่ายเงินภายในช่วงเวลาที่ได้รับส่วนลดตลอดจนต้องทราบถึงกำหนดหนี้ที่ต้องชำระ

5. สินค้าคงเหลือ (Inventory) การบันทึกทางการบัญชีจะต้องจัดหาวิธีการที่จะให้ผู้ประกอบการมีข้อมูลปัจจุบันเกี่ยวกับสินค้าคงเหลือโดยรวม และแผนกที่สำคัญ

6. การบันทึกเงินเดือนค่าจ้าง (Payroll records) เงินเดือนค่าจ้างทุกสัปดาห์ หรือทุกครึ่งเดือน หรือหกเดือน การนำส่งภาษีเงินได้ สวัสดิการ และผลประโยชน์ด้านสังคมสำหรับพนักงาน

7. ภาษี (Taxes) ระบบภาษีต่างๆ ของธุรกิจจะต้องมีการบันทึกและเสียภาษีให้ถูกต้อง

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการว่างระบบบัญชี : บัญชีรายรับ-รายจ่าย กลุ่มผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชนจะเข้สามพัน อำเภ่อูทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

บัญชีรายรับ				บัญชีรายจ่าย			
วัน/เดือน/ปี	รายการ	ปริมาณ	จำนวนเงิน (บาท)	วัน/เดือน/ปี	รายการ	ปริมาณ	จำนวน เงิน(บาท)

ที่มา: โครงการข้าวเพื่อความยั่งยืน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, 2548

การวิเคราะห์หาผลตอบแทนในการลงทุน

माणพ (2542: 168-172) กล่าวว่า การวิเคราะห์หาผลตอบแทนในการลงทุน ประกอบด้วย ระยะเวลาคืนทุน และจุดคุ้มทุน ดังนี้

ระยะเวลาคืนทุน หมายถึง ระยะเวลาที่เงินสดรับสุทธิเท่ากับเงินสดจ่ายในการลงทุนสุทธิ งบการเงินที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

1. เงินสดจ่ายลงทุน (เงินลงทุนทั้งหมดของโครงการ)
2. เงินสดรับจริงคือเงินสดรับจากงบกำไร-ขาดทุนสุทธิ+ค่าเสื่อมทรัพย์สิน+ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานตัดจ่าย

จุดคุ้มทุน หมายถึง จุดที่จำหน่ายสินค้าออกไปแล้วมีผลทำให้รายได้เท่ากับต้นทุนของสินค้าและค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นที่จ่ายออกไปภายในรอบระยะเวลาหนึ่งๆ หรือจุดที่รายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม จุดคุ้มทุนมีอยู่ 2 ลักษณะคือ จุดคุ้มทุนกำไร และจุดคุ้มทุนเงินสด

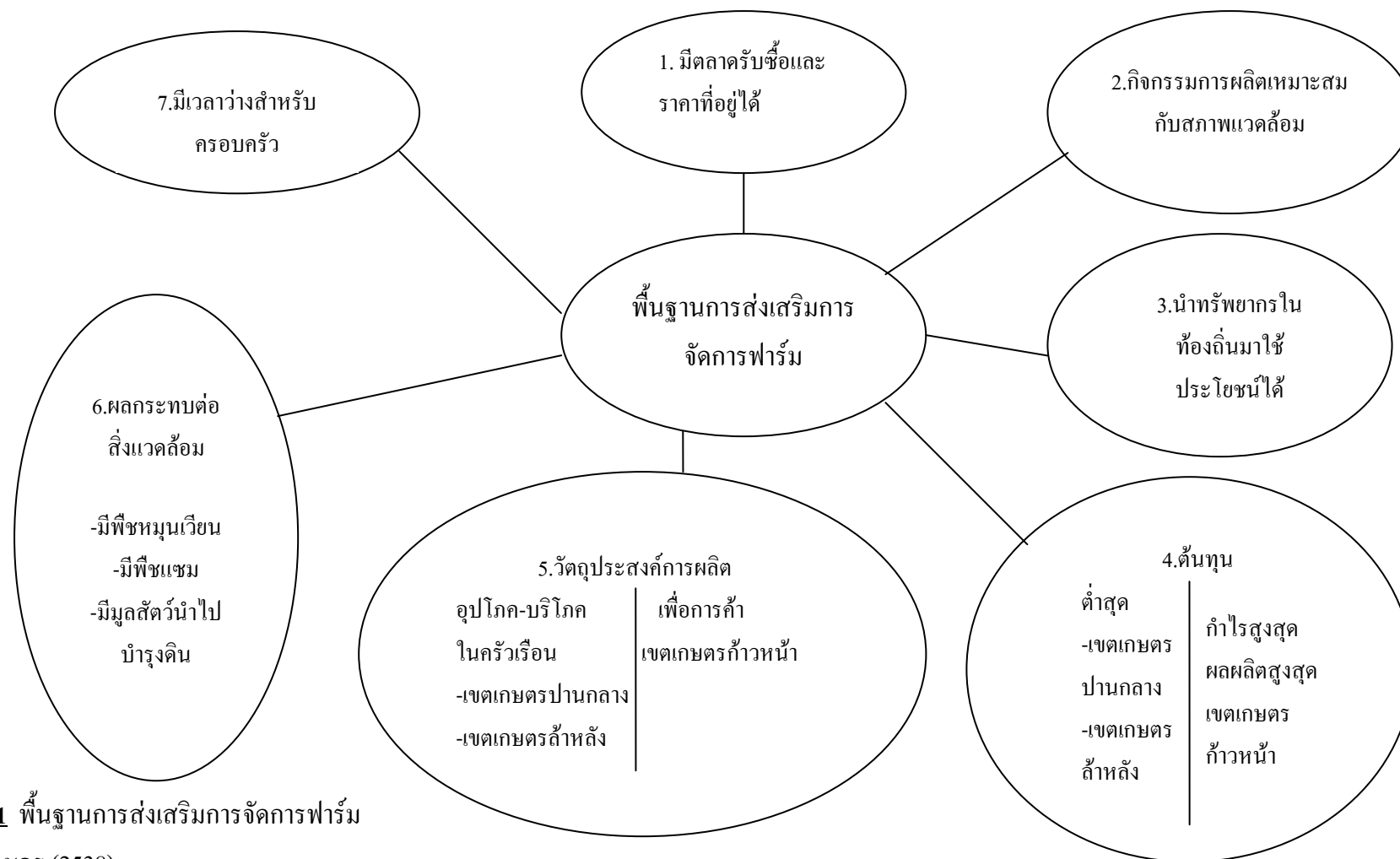
จุดคุ้มทุนกำไร คือ จุดที่แสดงว่ารายได้เท่ากับต้นทุนของสินค้าโดยมีงบการเงินที่เกี่ยวข้องคืองบจากมูลค่าการขาย งบต้นทุนคงที่ (กำไร) และงบต้นทุนผันแปร

จุดคุ้มทุนเงินสด หมายถึง จุดที่กิจการต้องการปริมาณเงินสดมาเพื่อใช้หมุนเวียนในแต่ละปี ถ้าจุดคุ้มทุนเงินสดต่ำก็แสดงว่ากิจการต้องการเงินหมุนเวียนน้อย แต่ถ้าสูงก็แสดงว่ากิจการต้องการเงินหมุนเวียนมา ส่วนประกอบที่เกี่ยวข้อง รายได้ ต้นทุนคงที่เงินสด ต้นทุนผันแปร

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชนนั้น เอมอร์ (2538: 6) กล่าวว่า ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน “ต้องให้เกษตรกรเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง ภายใต้การสอนให้เกษตรกรเรียนรู้ด้วยตัวของเกษตรกรเอง” ซึ่งประกอบด้วยวิธีการใหญ่ๆ 7 วิธี ดังนี้ (ภาพที่ 1)

1. ต้องเริ่มจากการทำการเกษตรที่มีตลาดรับซื้อ และรับซื้อในราคาที่เกษตรกรอยู่ได้

2. กิจกรรมการผลิตที่แนะนำต้องเหมาะสม หรือสามารถปรับใช้ได้กับสภาพธรรมชาติ และสภาพทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่
3. ต้องสามารถนำทรัพยากรหรือปัจจัยการผลิตที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นที่มีอยู่แล้วให้เกิดประโยชน์สูงสุด
4. ต้องมีการใช้ต้นทุนต่ำสุดสำหรับพื้นที่การเกษตรล้าหลังและต้องให้มีผลกำไรสูงสุด หรือได้ผลผลิตสูงสุดในพื้นที่การเกษตรก้าวหน้า และสามารถนำทักษะหรือความชำนาญเดิมของเกษตรกรในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้
5. ผลผลิตที่ได้สามารถนำไป อุปโภค-บริโภคในครอบครัวได้สำหรับพื้นที่การเกษตรล้าหลัง ส่วนในพื้นที่การเกษตรก้าวหน้าต้องสามารถผลิตเพื่อการค้าได้
6. กิจกรรมการผลิตต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากเกินไป เช่น การลดความอุดมสมบูรณ์ของดิน และการบุกรุกทำลายป่าเพื่อทำการเกษตร เป็นต้น
7. กิจกรรมการผลิตทำให้เกษตรกรมีเวลาว่างบ้างที่จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อครอบครัว และสังคม เช่น มีเวลาอบรมบุตรหลาน หรือปฎิบัติหรือกันภายในครอบครัวพาครอบครัวไปพักผ่อนหย่อนใจตามแต่โอกาสจะอำนวย มีเวลาค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมให้ตนเองด้วยตนเองหรือปรึกษากับเพื่อนบ้านหรือเจ้าหน้าที่ ตลอดจนการทำกิจกรรมให้กับชุมชน



ภาพที่ 1 พื้นฐานการส่งเสริมการจัดการฟาร์ม

ที่มา: เอมอร (2538)

ปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจชุมชน

คิวฤทธิ์ (2544: 59) กล่าวว่า ปัญหาต่างๆ ที่เกษตรกรไทยหรือชาวบ้านในชนบทต้องเผชิญอยู่ในปัจจุบัน มิได้ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกชุมชน หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มุ่งระดมสมอง ระดมความคิด และเงินทุนในการเข้าไปแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ทุกฝ่ายเชื่อว่าปัญหาที่เกษตรกรไทยประสบอยู่สามารถแก้ไขได้โดยการสร้างงาน สร้างอาชีพเสริมในชุมชนชนบท มีการนำโครงการสนับสนุนการสร้างอาชีพเข้าไปในชุมชนชนบท ผลักดันให้เกษตรกรหรือชาวบ้านประกอบอาชีพเสริมจากการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับตนเอง บางโครงการก็ประสบความสำเร็จ บ้างก็ล้มเหลว

แนวทางแก้ไขที่หน่วยงานต่างๆ ดำเนินการ คือ การมุ่งพัฒนาธุรกิจชุมชน และสร้างความเข้มแข็งของชุมชนพึ่งตนเอง ให้ชาวบ้านสามารถประกอบอาชีพอื่นเป็นอาชีพเสริมในช่วงนอกฤดูเก็บเกี่ยว มีการนำเงินทุน นำโครงการต่างๆ เข้าไปในชุมชนท้องถิ่น ฝึกให้ชาวบ้านหรือสมาชิกประกอบอาชีพ ด้วยเจตนาเป็นแนวทางที่ดำเนินไปถูกต้อง แต่ไม่ทุกชุมชนไม่ทุกหมู่บ้านที่ประสบความสำเร็จ สาเหตุที่โครงการหลายโครงการประสบความสำเร็จและล้มเหลวเกิดจากเหตุผลหลายประการ

ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน ก็จะต้องมีปัจจัยที่สนับสนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน ดังนี้

ปัจจัยสนับสนุนในการพัฒนาธุรกิจชุมชน

นฤมล (2547: 6-7) สรุปว่า ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จนั้นอาจแบ่งได้เป็น 2 ปัจจัยใหญ่ ประกอบด้วย ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ดังนี้

ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายในคือปัจจัยที่มีอยู่หรือเกิดขึ้นภายในกลุ่มสมาชิก หรือภายในธุรกิจชุมชนนั้นๆ เช่น

1. ประธานกลุ่มเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ มีคุณธรรม จริยธรรม เสียสละ โปร่งใส รับผิดชอบ ซื่อสัตย์ ได้รับความไว้วางใจจากสมาชิกกลุ่ม สมาชิกกลุ่มมีความศรัทธาในตัวประธานกลุ่ม ทำให้ประธานกลุ่มทำงานได้สะดวก บริหารจัดการได้อย่างรวดเร็ว

2. สมาชิกกลุ่มรักในงานผลิตของกลุ่มช่วยทำงานด้วยความเต็มใจ เคารพในกฎ กติกา ระเบียบ ข้อตกลงต่างๆ ของกลุ่ม รับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายสร้างความสามัคคีในกลุ่ม การร่วมมือร่วมใจในการทำงานจึงเป็นพลังสำคัญ ในการผลักดันให้กลุ่มขับเคลื่อนไปข้างหน้า

3. พลังกลุ่มที่รวมตัวเป็นกลุ่มก้อนทำงานเพื่อเป้าหมายเดียวกัน คือ ผลิตสินค้าให้ได้ ตามที่ลูกค้าต้องการ พลังกลุ่มจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่ง

4. พลังความเอื้ออาทร เป็นการแสดงถึงความผูกพันกันภายในกลุ่มร่วมมือร่วมใจกัน สิ่งที่สมาชิกได้รับคือ ความสุข ความพอใจ การเอาใจใส่ต่อกัน ความเป็นมิตรต่อกัน ส่งผลให้การ ทำงานมีประสิทธิภาพ

5. สมาชิกกลุ่มพอใจในผลตอบแทนที่ได้รับ

6. การบริหารงานที่ดีมีการแบ่งงานที่ลงตัวและสมาชิกกลุ่มยอมรับ

7. การพัฒนาแนวความคิดในด้านการจัดการคือมองภาพรวมออกว่าควรทำอย่างไร ใช้ กระบวนการบริหารจัดการเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาได้เหมาะสม

8. สมาชิกให้ความร่วมมือด้านเงินทุน เงินทุนหาได้จากสมาชิกซึ่งช่วยกันจ่ายค่าสมาชิก แรกเข้าและเอาเงินนั้นมาเป็นเงินทุนหรือเงินที่สมาชิกบริจาค เช่น ประธานกลุ่มไปเป็นวิทยากร บรรยายเรื่องการทำงานของกลุ่มค่าตอบแทนค่าวิทยากรที่ได้จะแบ่งส่วนหนึ่งให้กับกลุ่ม

ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก คือ ปัจจัยที่เกิดจากภายนอกกลุ่มแต่ส่งผลต่อการทำงานของกลุ่ม เช่น

1. ลักษณะพื้นฐานของชุมชน เช่น ชุมชนมีการคมนาคมที่สะดวก มีความเจริญ ถนนไฟฟ้าเข้าถึง การเดินทางสะดวก การรวมกลุ่มจึงง่าย ติดต่อกันได้รวดเร็ว ทำให้เกิดการชักชวนกันทำธุรกิจชุมชนเป็นอาชีพเสริม สมาชิกกลุ่มจะมีรายได้เลี้ยงชีพจึงได้รับการตอบสนองจากสมาชิกกลุ่มเป็นอย่างดี บางชุมชนทำธุรกิจชุมชนเป็นอาชีพหลัก สร้างความมั่นคงให้ชุมชนและครอบครัว
2. องค์กรภายนอกให้ความช่วยเหลือ โดยปกติกลุ่มธุรกิจชุมชนมักจะไม่สามารถยืนอยู่ได้ด้วยตนเองต้องอาศัยการช่วยเหลือจากองค์กร หน่วยงานภายนอก ซึ่งเป็นของภาครัฐบาลและเอกชน เช่น ให้การฝึกอบรม ให้เงินกู้ยืม ช่วยประชาสัมพันธ์ ตัวอย่างที่เห็นคือ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งรัฐบาลได้ช่วยประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. สภาพการแข่งขัน สินค้าชุมชนมีกลุ่มอื่นๆ ซึ่งอยู่นอกพื้นที่ ต่างอำเภอ ต่างจังหวัด เป็นคู่แข่งกัน มีการผลิตสินค้าที่เหมือนกันแบบเดียวกัน ทางกลุ่มจะต้องพัฒนาตนเองและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องหรือสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าให้เกิดขึ้น เพื่อเป็นสินค้าตัวใหม่ ส่วนสินค้าตัวเก่าต้องรักษาคุณภาพไว้ให้ได้ ต้องพยายามปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนที่มีอยู่
4. การปรับวิสัยทัศน์และกระบวนการในการทำงานโดยการนำสมาชิกกลุ่มไปดูงานในที่ต่างๆ เพื่อให้รับรู้สิ่งที่แตกต่างจากที่กลุ่มปฏิบัติอยู่และนำมาปรับใช้ในการทำงานของกลุ่ม เพื่อรองรับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะ โดยให้สมาชิกมีบทบาทผลักดันให้กลุ่มใหญ่ขึ้นทำงานในรูปของคณะกรรมการเพื่อเป็นการระดมความคิด มีใช้ฟังคำสั่งจากประธานกลุ่มคนเดียวเท่านั้น

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจชุมชน

ศิริฤทธิ์ (2544: 59-60) กล่าวถึง ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจชุมชน ดังนี้

1. มองข้ามภูมิปัญญาท้องถิ่น ชาวบ้านในชนบทมีรูปแบบการดำรงชีวิตที่พึ่งพาตนเองมาเป็นระยะเวลานาน มีชีวิตความเป็นอยู่โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นด้านอาหารการกิน ยารักษาโรคจากสมุนไพร เครื่องนุ่งห่ม ฯลฯ โครงการต่างๆ ที่มีการสนับสนุนชาวบ้านให้ประกอบอาชีพ ทะเลสาบหรือมองข้ามจุดเด่นของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ชาวบ้านเหล่านี้ได้รับการถ่ายทอดรุ่นต่อรุ่นจากบรรพบุรุษ โดยส่งเสริมให้ประกอบอาชีพด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ชาวบ้าน

ไม่เคยเรียนรู้มาก่อนซึ่งแตกต่างจากการประกอบอาชีพตามภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ชาวบ้านมีความรู้และความชำนาญเป็นพิเศษ การผลิตหรือประกอบธุรกิจชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จมากกว่า

2. มองข้ามความสำคัญชุมชน ยึดตนเองหรือหน่วยงานสนับสนุนเป็นศูนย์กลาง ไม่ได้สนับสนุนให้เกษตรกรหรือชาวบ้านเริ่มคิดด้วยตนเอง ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรหรือชาวบ้านในชุมชนชนบทมีวิถีคิดและกระบวนการรับรู้ตามวิถีชีวิตของชาวชนบท ซึ่งแตกต่างจากคนในชุมชนเมือง มีแนวคิดและความเป็นอยู่ที่แตกต่างกัน เมื่อมีการนำโครงการต่างๆ เข้าไปสนับสนุนการสร้างงานสร้างอาชีพในชุมชน หน่วยงานภายนอกเป็นผู้คิดผู้วางแผนทุกขั้นตอน เกษตรกรหรือชาวบ้านเป็นผู้ปฏิบัติไม่ได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือให้ชาวบ้านได้มีส่วนร่วมคิดและวางแผนในการประกอบอาชีพด้วยตนเอง เกษตรกรหรือชาวบ้านมิได้เริ่มต้นคิดตามกระบวนการคิดของตนเอง แต่เมื่อมีโครงการเข้ามาจึงทำเพราะเป็นโครงการที่ได้เปล่า และไม่หวังผลตอบแทนอะไร จึงเป็นการยากที่จะทำให้ชาวบ้านมีความรู้ความเข้าใจกระบวนการคิดของหน่วยงานภายนอก จึงไม่มีความตั้งใจและความมุ่งมั่นประกอบอาชีพให้สำเร็จ

3. ขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ ชาวบ้านหรือเกษตรกรในชุมชนถูกสั่งสอนเรียนรู้ และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นบนพื้นฐานและวิถีชีวิตของชาวชนบทในการทำสวนทำไร่ มิได้ผ่านการเรียนรู้และถ่ายทอดภูมิปัญญาเกี่ยวกับการค้าขายหรือทำธุรกิจ เมื่อมีโครงการต่างๆ เข้ามาจึงไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องมาจากชาวบ้านหรือเกษตรกรค้าขายไม่เป็นไม่เท่าทันต่อเล่ห์เหลี่ยมในการประกอบธุรกิจจึงเสียเปรียบพ่อค้าคนกลางตลอดเวลา

4. มองข้ามความสำคัญของการตลาด โครงการต่างๆ ที่มีการสนับสนุนให้ชาวบ้านประกอบอาชีพมิได้คำนึงถึงความสำคัญของการตลาด เน้นแต่การผลิตตามที่หน่วยงานต่างๆ คิดไว้ให้ แต่ในการประกอบอาชีพทุกประเภท การตลาดเป็นสิ่งสำคัญ ควรมีการศึกษาตลาดก่อนว่าลูกค้าคือใคร มีลักษณะอย่างไร มีความสามารถในการซื้อหรือมีศักยภาพหรือไม่

5. เกิดความขัดแย้งภายในชุมชน โครงการบางโครงการแทนที่จะเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน กลับเป็นการทำลายความสามัคคี ก่อให้เกิดความขัดแย้งขึ้นในชุมชน เพราะโครงการต่างๆ มีแนวทางการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับชาวบ้านในชนบทเพื่อเป็นอาชีพเสริม ไม่ว่าจะเป็นการทอผ้า การถนอมอาหาร หัตถกรรม ซึ่งมักจะมีรูปแบบในการแจกจ่ายงานในลักษณะสหกรณ์การผลิต โดยในแต่ละชุมชนแต่ละโครงการ มีสมาชิกอยู่หลายคนทำให้มีปัญหาด้าน

มาตรฐานการผลิตในระดับเดียวกัน แต่ผลงานและผลตอบแทนที่ได้รับเท่ากันจึงทำให้เกิดความขัดแย้งในชุมชนได้ หรือบางครั้งผู้ที่ดูแลตลาด รู้จักลูกค้าจำนวนมาก อาจจะแยกออกไปดำเนินธุรกิจเองได้

6. ขาดแคลนเงินทุน โครงการต่างๆ ที่ต้องล้มเหลวเนื่องมาจากสาเหตุอีกสาเหตุหนึ่ง คือ เงินลงทุนหรือเงินที่ได้รับสนับสนุนมาประกอบอาชีพเป็นเงินที่ได้รับมาฟรี เป็นเงินจากกลุ่มทุนภายนอก เมื่อโครงการต้องล้มเหลว ชาวบ้านหรือเกษตรกรจึงไม่เสียหายหรือเกิดความหวงแหน จึงไม่เกิดความมุ่งมั่นในการรักษาโครงการไว้

จากที่ได้กล่าวถึงปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจชุมชน สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยสนับสนุนในการพัฒนาธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปรชาชนกลุ่มที่มีความรู้ สมาชิกรักในงานการผลิตของกลุ่ม พลังกลุ่มที่รวมตัวกัน สมาชิกพอใจในผลตอบแทน การบริหารงานที่ดี สมาชิกให้ความร่วมมือ ลักษณะพื้นฐานของชุมชน สภาพการแข่งขัน และการปรับตัวทัศนัและกระบวนการในการทำงาน ในส่วนของปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย การมองข้ามภูมิปัญญาท้องถิ่น มองข้ามความสำคัญของชุมชน ขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ มองข้ามความสำคัญของการตลาด เกิดความขัดแย้งภายในชุมชน และขาดแคลนเงินทุน

องค์ความรู้ในการทอผ้า

- จากการตรวจสอบเอกสาร องค์ความรู้ในการทอผ้า ประกอบด้วย การเตรียมเส้นไหม/เส้นด้าย การฟอกย้อมสีเส้น อุปกรณ์ในการทอผ้า และการทอผ้า ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

การเตรียมเส้นไหม/เส้นด้าย

จากข้อมูลของส่วนวิจัยธุรกิจการเกษตร (2543: 21) เส้นไหม/เส้นด้ายที่ใช้ในการทอผ้าในปัจจุบันมี 2 ชนิด คือเส้นไหมเย็น (warm) คือ เส้นไหมทางยาวของการทอผ้า ควรเป็นเส้นไหมที่มีความสม่ำเสมอ ไม่มีปมปม มีความเหนียวและยืดตัวดี และเส้นไหมพุ่ง (weft) คือ เส้นไหมทางขวางของการทอผ้า ในบ้านเรามักใช้เส้นไหมที่สาวมือเป็นส่วนใหญ่เพื่อให้เนื้อผ้าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

จากข้อมูลของสถาบันวิจัยหม่อนไหม (2547: 84) การที่จะได้เส้นไหมนั้น ก็จะต้องมีการสาวไหม คือ การดึงเส้นใยออกจากรังไหมให้ได้ขนาดตามต้องการในการทอผ้า ในประเทศไทยมีการสาวไหมแบบพื้นเมืองมานานแล้วเป็นการสาวไหมด้วยมือ ซึ่งแบ่งเกรดเส้นไหมได้ 3 ชนิด คือ 1.เส้นไหมหนึ่งหรือเส้นไหมยอดหรือไหมน้อย 2.เส้นไหมสองหรือเส้นไหมสาวเลย และ 3.เส้นไหมสามหรือเส้นไหมดิบ

นอกจากนี้ในปัจจุบันยังมีการสาวไหมด้วยเครื่องจักร การดำเนินการจะทำได้ต้องมีวัตถุดิบหรือรังไหมในการป้อนโรงงานสาวไหมที่เพียงพอและมีคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วย 1.สาวออกได้ง่าย ไม่ขาดบ่อยและมีเศษเส้นไหมน้อย ให้ปริมาณเส้นใยสูง 2.ความหนาและความบางของรังไหมสม่ำเสมอตลอดทั้งรัง และ 3.ให้เส้นไหมที่มีคุณภาพดี

การฟอกย้อมสีเส้นไหม

จากข้อมูลของส่วนวิจัยธุรกิจการเกษตร (2543: 21-23) ก่อนนำเส้นไหมมาฟอกย้อมสี จะต้องมีการฟอกเอาขาวออกเสียก่อน วิธีการการฟอกของชาวบ้านดั้งเดิมจะใช้ผักขม เหง้ากล้วย ใบกล้วย ก้านกล้วย งวงตาล ใบเพกา อย่างใดอย่างหนึ่งมาหั่นบางๆ นำไปตากแดด แล้วเผาจนเป็นขี้เถ้า นำขี้เถ้าที่ได้ไปแช่น้ำให้ตกตะกอนนอนก้น จึงนำเส้นไหมลงไปฟอก แต่ปัจจุบันนิยมนำไปต้มกับน้ำสบู่และโซเดียมไฮดรอกไซด์ (โซดาไฟ) เป็นเวลา 1-2 ชั่วโมง จากนั้นนำไปซักน้ำสะอาด จึงนำไปย้อมสีที่ต้องการ ซึ่งเป็นสีจากธรรมชาติ เช่น สีแดง ได้จาก ดอกคำฝอย รากข่อย ครั่ง สีน้ำเงิน ได้จาก ต้นคราม สีเหลืองได้จาก แก่นขนุน ขมิ้นชัน แก่นเข สีดำได้จาก ลูกกระเจียว ลูกมะเกลือ สีชมพู ได้จาก ต้นมหาภาพ ต้นฝาง สีน้ำตาลแก่ได้จาก เปลือกไม้โกงกาง สีม่วงอ่อน ได้จาก ลูกหว้า สีฟ้าเขียว ได้จาก เปลือกเพกา กับ แก่น สีส้ม (แดงเลือดนก) ได้จาก ลูกสะตือ สีเหลืองอ่อน (กระดังงา) ได้จาก เปลือกต้นมะริดไม้ ใบหูกวาง เปลือกกะหล่ำ เปลือกสมอคราม แล้วย้อมทับด้วยเกลส สีเปลือกไม้ ได้จาก ต้นลพฟ้า หนามกลาย ไม้โกงกาง เปลือกตะบูน

ในปัจจุบันสีเคมีเริ่มมีบทบาทสำคัญ ได้นำเข้าจากต่างประเทศและมีอยู่หลายประเภท คือ สีเบสิก (Basic Dyestuff) สีไดเรกต์ (Direct Dyestuff) สีเอซิด (Acid Dyestuff) สีโครมมอร์แดนต์ (Chrom Mordant Dyestuff) สีเมทัลคอมเพล็กซ์ (Metal Complex Dyestuff) สีเว็ต (Vet Dyestuff) และสีรีแอคทีฟ (Reactive Dyestuff) ซึ่งใช้กันอยู่ในวงการอุตสาหกรรมการทอผ้าไหมไทยในปัจจุบัน ความทนทานอยู่ในเกณฑ์ดีและวิธีการย้อมง่ายเหมาะแก่สภาพแวดล้อมมากที่สุด

หลังจากย้อมสีเส้นไหมเสร็จเรียบร้อยแล้วก็นำขึ้นจากน้ำ กระตุกให้เส้นกระจายและตากแดดให้แห้งก็พร้อมที่จะนำไปทอเป็นผืนผ้าไหมต่อไป

อุปกรณ์ในการทอผ้า

จากข้อมูล ชिल्ปะไทยแลนด์คอตทอน (2549) อุปกรณ์ในการทอผ้า ประกอบด้วย 1) กี่ มีขนาดใหญ่ประกอบไปด้วยโครงกี่ฟืม เขาหูกหรือตะกอก ไม้ม้วนผ้าและหลักม้วนผ้า ไม้สำหรับพาดนั่งเวลาทอเพียบสำหรับดึงเส้นไหมและตะกอกขึ้นลง ไม้แกนม้วนไหมเส้นยืน คานแขวน กระสวย หลอดด้ายพุ่ง ผังหรือสะดึงจึงผ้าให้ตึง มักจะวางใต้ถุนเรือน และฝังเสากับพื้นดินแบบถาวร โครงกี่ประกอบด้วยเสา 4 เสา คาน 9 คานบนมี 4 คาน คานล่างมี 1 คาน และคานกลาง 1 คาน มีราวหูกทั้ง 4 ด้าน มีทั้งด้านบนและด้านล่าง 2) คานแขวนเป็นไม้ห้อยอยู่กับคานของกี่ ซึ่งคานของทั้งสองใช้แขวนเชือกที่ต่อมาจากเขาหรือตะกอก เพื่อให้ตั้งอยู่ตลอดเวลา 3) ฟืมหรือหวี คือเครื่องมือสำหรับทอผ้ามีฟันเป็นซี่ๆ คล้ายหวีใช้สำหรับสอดไหมหรือเพื่อจัดเส้นไหมให้อยู่ห่างกัน แล้วใช้กระตบไหมพุ่งที่สานติดกันกับไหมยืนหรือไหมเครือเป็นผืนผ้า การทอผ้าเนื้อหนาหรือเนื้อบางขึ้นอยู่กับฟันหวี 4) ตะกอกใช้สำหรับแยก เส้นด้ายให้ขึ้นเพื่อเปิด ให้จังหวะของเส้นด้าย พุ่งสอดขัดกัน 5) ตะกอกหลอดตะกอกแผงหรือเขาใหญ่และเขาขาว ใช้เป็นที่เก็บ ไม้จิด เพื่อส่งลายให้ทอโดยไม่ต้องเก็บจิดเป็นลักษณะตะกอกแนวตั้ง 6) ไม้ (ไม้กำพัน) ใช้สำหรับม้วนผ้าที่ทอแล้วไว้อีกส่วน ไม้แกนม้วนผ้านี้ จะเหลาเป็นเหลี่ยม จะได้ยึดผ้าที่ม้วนเก็บไว้ไม่ให้ลื่น 7) ไม้คือไม้สอดแทนไม้จิดเพื่อให้ตะกอกเปิดกว้าง และสอดเส้นด้ายยืนพุ่งไป 8) ไม้จิด ใช้สำหรับคัดกระสวยด้ายพุ่ง คือเครื่องมือที่ใช้กรอด้ายสำหรับทอผ้า นิยมทำจากเถาวัลย์เครือ ไม้ต้นที่มีตรงกลางกลวง หรือไม้อื่นอย่างอื่นเจาะรูตรงกลางเพื่อสอดไม้เล็กๆ ที่ทำเป็นแกนของหลอดด้าย เพื่อให้ด้ายหมุนไปตามแรงพุ่งของกระสวย 9) ไม้เหยียบหรือคานเหยียบคือไม้ไผ่ 2 อันที่ผูกเชื่อมโยงกับเขาหูกหรือตะกอก เพื่อใช้สำหรับเหยียบดึงเขาหูกทั้ง 2 อัน ให้เส้นไหมยืนขึ้นลงสลับกัน และเปิดช่องเพื่อพุ่งกระสวยไหมเข้าไปในร่องดังกล่าว เส้นไหมทั้ง 2 ชนิดจะสานขัดกันเป็นเนื้อผ้า 10) ไม้นั่งทอผ้าคือไม้กระดานหนาพอสมควร และมีความยาวกว่าที่เล็กน้อย ใช้เวลานั่งทอผ้า ไม้นี้จะใช้พาดระหว่างหลักที่ข้างหน้ากับหลักม้วนผ้า 11) บ่าก็คือ ไม้ที่รองรับส่วนปลาย 2 ด้านของไม้ม้วนผ้า มี 2 หลัก แต่ละหลักจะอยู่คนละข้างของหูก 12) กระสวยใช้บรรจุหลอดไหมพุ่งสอดไประหว่างช่องว่างของเส้นไหมยืน ดันและปลายเรียวยาวตรงกลางเจาะเป็นช่องสำหรับใส่หลอดด้าย 13) ผัง เป็นไม้ที่ขึงไว้ตามความกว้างของผ้าที่ทอ เพื่อให้หน้าผ้าตึงพอดีกับฟืม และเพื่อทำให้ลายผ้าตรง ไม่คดไปคดมา

การทอผ้า

จากข้อมูลของส่วนวิจัยธุรกิจเกษตร (2543: 22-23) การทอผ้าไหมต้องอาศัยฝึกรู้ ความชำนาญเป็นพิเศษของผู้ทอเป็นอย่างมาก จึงจะได้ผ้าที่มีลวดลายดี สมบูรณ์ตามต้องการ บางลายใช้เวลาจนถึง 2-3 เดือน เช่นผ้ายกดอกทองหรือดอกเงินก็ต้องทอทุกพื้นเมือง ส่วนการทอผ้ามัดหมี่ชนิดนี้ทอด้วยเส้นพุ่ง ซึ่งข้อมเป็นลวดลายตามต้องการและเส้นยืนที่ข้อมเป็นสีเดียว เวลาทอต้องนำไปใช้ทอตามลำดับระว่างมิให้สลับกันถึงแม้ว่าจะมีการนำเทคนิคการผลิตที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในบางขั้นตอน แต่การผลิตผ้าไหมของไทยก็ยังต้องใช้แรงงานฝีมือเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในขั้นตอนการทอซึ่งเป็นการทอด้วยมือจากการใช้เส้นไหมพุ่งที่สาวด้วยมือนี้เองที่ทำให้ผ้าไหมไทยมีลักษณะสวยงามเป็นพิเศษแตกต่างจากผ้าไหมของต่างประเทศ ซึ่งทอด้วยเครื่องจักรและเป็นข้อได้เปรียบในการขายแข่งขันในตลาดต่างประเทศ ผ้าไหมที่ผ่านการทอแล้วสามารถแบ่งได้ออกเป็น 4 ชนิด คือ

1. ผ้าไหมไทยชนิดบางมาก มีน้ำหนัก 51-85 กรัมต่อหนึ่งตารางเมตร เหมาะสำหรับทำผ้าพันคอ ผักคลุมผมและเสื้อผ้าบางๆ
2. ผ้าไหมไทยชนิดบาง มีน้ำหนัก 86-120 กรัมต่อหนึ่งตารางเมตร ใช้ทำเครื่องนุ่งห่มต่างๆ
3. ผ้าไหมไทยชนิดหนา มีน้ำหนัก 121-179 กรัมต่อหนึ่งตารางเมตร เหมาะสำหรับตัดเสื้อผ้าใช้ในเขตประเทศเมืองหนาว จึงเป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศเป็นอย่างมาก
4. ผ้าไหมไทยชนิดหนามาก มีน้ำหนัก 180-275 กรัมต่อหนึ่งตารางเมตร เหมาะสำหรับตัดเสื้อกางเกงผู้ชายหรือใช้ในต่างประเทศ

นอกจากผ้าไหมที่แบ่งเป็น 4 ชนิดดังกล่าวแล้ว อาจแบ่งตามลักษณะการผลิตได้เป็น 2 ชนิดคือ ผ้าทอด้วยเครื่องจักรและผ้าทอมือ

1. ผ้าไหมทอด้วยเครื่องจักร เป็นผ้าที่มีลักษณะนุ่มแต่มีความละเอียดประณีตสวยงามไม่มากนัก โดยทั่วไปนิยมนำมาใช้ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าชนิดนี้มีหลายประเภททั้งผ้าที่ข้อมเส้นไหมก่อนทอ ทอแล้วข้อมสีทั้งผืน ทอแล้วพิมพ์ลายและทอยกดอกเป็นต้น ผ้าชนิดนี้เป็นที่นิยมของ

ตลาดโลก เพราะนอกจากจะทอได้ทุกขนาดความยาวและเจดสีแล้ว ปริมาณส่งมอบสินค้ามีความแน่นอนสามารถผลิตป้อนโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้าได้ทันฤดูกาลที่สวมใส่

2. ผ้าไหมทอมือ มีลักษณะเป็นงานฝีมือที่ทอด้วยมือเกือบ 100 เปอร์เซ็นต์ เนื้อผ้าค่อนข้างหนาแต่มีความละเอียดอ่อนสวยงามประณีต ราคาค่อนข้างสูง ตลาดผู้ซื้อส่วนใหญ่จึงเป็นตลาดระดับสูงและมีกำลังซื้อค่อนข้างดี

สำหรับชนิดผ้าที่นิยมทอ ประกอบด้วย การทอผ้าพื้น และการทอมัดหมี่ มีรายละเอียดดังนี้

การทอผ้าพื้น

เป็นการใช้หลักการทอผ้าเบื้องต้น ที่นำเอาด้ายเส้นยืนและด้ายเส้นพุ่งมาขัดกัน เพื่อให้เกิดเป็นผืนผ้า โดยด้ายเส้น พุ่งและเส้นยืนอาจเป็นด้ายสีเดียวกัน หรือต่างสีกัน หรือนำเอาเส้นด้ายที่เป็นด้ายเงินหรือด้ายทองมาทอควบด้วย เพื่อให้ผ้า มีความมันระยับ สวยงามยิ่งขึ้น

เทคนิคพิเศษที่ใช้ในการทอผ้า 1) การขีด หมายถึง กรรมวิธีในการทอผ้าเพื่อให้เกิดลวดลายต่างๆ ขึ้นมา โดยวิธีการเพิ่มเส้นด้ายพุ่งพิเศษในระหว่างการ ทอ เพื่อให้เกิดลวดลายที่โดดเด่นกว่าสีพื้น วิธีการทำคือ ใช้ไม้เขี่ยหรือสะกิด เพื่อซ่อนเส้นด้ายยืนขึ้น แล้วสอดเส้นด้ายพุ่ง ไปตามแนวที่ถูกจัดซ่อน จึงหวนการสอดเส้นด้ายพุ่งนี้เอง ที่ทำให้เกิดเป็นลวดลายต่าง ๆ 2) การจก เป็นเทคนิคการทอผ้าเพื่อให้เกิดลวดลายต่างๆ โดยเพิ่มเส้นด้ายพุ่งพิเศษสอดขึ้นลง วิธีการคือ ใช้ขนเม่น ไม้ หรือนิ้ว สอดเส้นด้ายยืนขึ้น แล้วสอดเส้นด้ายพุ่งพิเศษเข้าไป ซึ่งจะทำให้เกิดเป็นลวดลายเป็นช่วง ๆ สามารถทำสลับสีลวดลายได้ หลากสี ซึ่งจะแตกต่างจากการขีดตรงที่ขีดที่เป็นการใช้เส้นด้ายพุ่งพิเศษเพียงสีเดียว การทอผ้าวิธีจกใช้เวลานานมากมักทำ เป็นผืนผ้าหน้าแคบใช้ต่อกับตัวชิ้น เรียกว่า “ชิ้นดินจก”

การทอมัดหมี่

ผ้ามัดหมี่มีกรรมวิธีการทอผ้าที่ใช้เทคนิคการมัดและการย้อม เริ่มจากนำเส้นด้ายหรือไหมมาย้อมสีแล้วมัดบริเวณที่ต้องการเก็บไว้ เมื่อนำไปย้อมสีอื่น จะได้ไม่ติดสี เพียงซึมเข้ามาบางส่วน โดยย้อมเรียงลำดับจากสีอ่อนไปหาสีเข้มจนครบ ตามลวดลายที่กำหนด หลังจากนั้นจึงนำด้ายกรอ

เข้าหลอดตามลำดับ แล้วนำไปทอจะเกิดลวดลายบนผืนผ้าที่มีลักษณะกลาด เคลื่อนเหลื่อมล้ำ อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของมัดหมี่ การทอผ้าชนิดนี้จึงต้องอาศัยความชำนาญในการมัดข้อมและทอเป็นอย่างมาก ผ้ามัดหมี่มีอยู่หลายชนิด ได้แก่ 1) มัดหมี่เส้นพุ่ง 2) มัดหมี่เส้นยืน และ 3) มัดหมี่เส้นยืนและเส้นพุ่ง

กรณีตัวอย่าง : ศึกษาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มสตรีบ้านสำโรง อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์

จากข้อมูลของมติชนบท เทคโนโลยีชาวบ้าน ปีที่ 17 ฉบับที่ 350 (2548: 109-110) “เพื่อมวลสมาชิกพมียพอกิน เพื่อช่วยท้องถิ่นให้เข้มแข็ง เพื่อร่วมแรงอนุรักษ์ภูมิปัญญา เพื่อร่วมพัฒนารักษาสิ่งแวดล้อม” คำกล่าวนี้คือ วิสัยทัศน์ที่เป็นแรงกระตุ้นให้กลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายข้อมสี่ธรรมชาติด้านสำโรง อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ เกิดความมุ่งมั่นที่จะรักษาและสืบทอดภูมิปัญญาของบรรพบุรุษในการทอผ้าด้วยมือ ที่มีรูปแบบและเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร และข้อมผ้าด้วยสีจากธรรมชาติที่หาได้จากแหล่งธรรมชาติที่อยู่รอบๆ ตัว ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในความต้องการของตลาดผืนผ้า จนได้รับรางวัลผลิตภัณฑ์ OTOP ดีเด่น ประเภททอผ้าและเครื่องแต่งกาย ซึ่งเป็นการการันตีถึงความงดงามได้เป็นอย่างดี

นางรัตนา ศรีจันทร์ ประธานกลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายฯ ได้เล่าให้ฟังว่า แรกเริ่มก่อนที่จะแม่บ้านจะมาทอผ้านั้นได้ทำนามาก่อน หลังจากการทำนาก็จะมารวมกลุ่มกันเพื่อทอผ้า เมื่อมีสมาชิกทอผ้ามากขึ้นจึงได้ก่อตั้งกลุ่มทอผ้า ในปี 2536-2539 มีสมาชิกจำนวน 20 คน โดยมี นางล้อม สีลาอ่อน เป็นประธานกลุ่ม และได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิพัฒนาอีสานมาให้ความรู้เกี่ยวกับการทอผ้า และการย้อมสีผ้า แต่เนื่องจากขณะนั้นตกอยู่ในสถานะเศรษฐกิจตกต่ำ กิจกรรมของกลุ่มจึงยุติลง

แต่หลังจากที่ผ่านพ้นภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ก็ได้มีการจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาใหม่ ในปี 2544 มีสมาชิกทั้งหมด 44 คน โดยมีตนเป็นประธานและได้รับการช่วยเหลือจากพัฒนาชุมชนและได้รับการสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนจากการศึกษาฐานของออสเอส สถานทูตออสเตรเลีย ได้ให้งบประมาณ 150,000 บาท และยังได้รับคัดเลือกจากรัฐบาลไทยให้เจ้าหน้าที่ โออีตะ คณะญี่ปุ่นมาเยี่ยมชม ศึกษาฐานและทางคณะญี่ปุ่นยังได้นำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปจัดแสดงที่ประเทศญี่ปุ่นอีกด้วย

ปัจจุบันทางกลุ่มได้ผลิตผ้าฝ้ายทอมือและย้อมสีธรรมชาติออกจำหน่าย ได้แก่ ผ้าสไบขิด ผ้าพันคอขาว ผ้าคลุมไหล่ ผ้าคลุมโต๊ะ ผ้าคลุมเตียง ผ้าคลุมทีวี ผ้าเช็ดหน้า ถุงใส่โทรศัพท์ ผ้า

เมตร เสื้อ กางเกง ส่วนสีที่ใช้ในการย้อมผ้าฝ้ายซึ่งได้จากสิทธรมชาตินั้นจะหาได้จากป่าในหมู่บ้าน ต้นไม้ทุกต้นและใบไม้นั้นสามารถนำมาสกัดเป็นสีต่างๆ ได้ ขึ้นอยู่กับเราว่าจะใช้สีอะไร ซึ่งก็ถือว่าเป็นภูมิปัญญาอีกอย่างหนึ่งของปู่ ย่า ตา ยาย ที่ได้ถ่ายทอดมาสู่ลูกหลาน สีที่ได้จากธรรมชาติมาจากต้นไม้ต่างๆ ได้แก่ กะบักให้สีเทา ขนุน ให้สีเหลือง นนทรี ให้สีน้ำตาล ประดู่ ให้สีแดงน้ำตาล เอกรา ให้สีเขียวอมม่วง มะพร้าวอ่อน ให้สีชมพูม่วง แต่ในตอนนี้วัตถุดิบต่างๆ เริ่มหายากขึ้น ต้นไม้เริ่มน้อยลง จึงต้องสั่งซื้อจากแหล่งที่ยังคงมีวัตถุดิบเหลืออยู่ โดยสั่งซื้อจากจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดกาฬสินธุ์

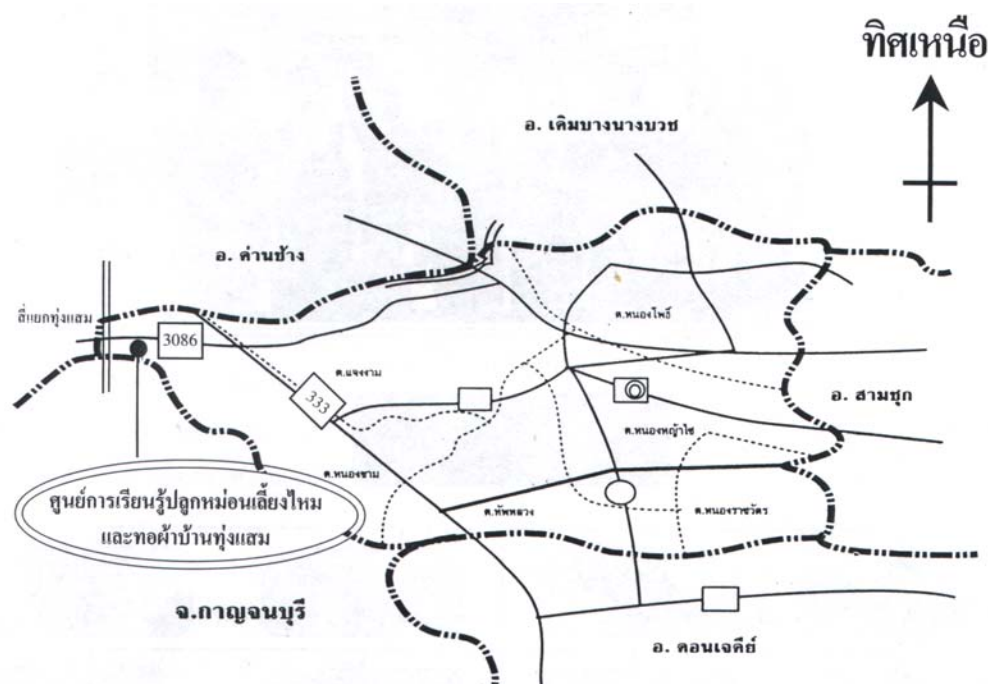
ทางด้านการส่งออกผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนั้น จะมีตลาดในพื้นที่ที่ทางรัฐจัดสรรไว้ให้รวมถึงการส่งออกทางต่างประเทศ นอกเหนือจากนี้ยังมีการส่งเสริมการตลาดติดต่อลูกค้า และหาตลาดรองรับสินค้าเพราะปัจจุบันเกิดปัญหาขาดตลาดมารองรับอย่างถาวร ประกอบกับเริ่มหาวัตถุดิบในการย้อมผ้ายากขึ้นกว่าเดิม

ด้านกิจกรรมของกลุ่มนั้นมีการทัศนศึกษาดูงานเพื่อพัฒนาศักยภาพ ให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการ รวมถึงการฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะให้กับสมาชิก ในอนาคตทางกลุ่มมุ่งหวังว่าจะขยายเครือข่ายการทอผ้าและการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มสตรีบ้านสำโรง เป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ควรได้รับการส่งเสริมสนับสนุน เพื่อเพิ่มศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจของชุมชนให้ก้าวไปข้างหน้า ดังนั้น ทางภาครัฐ-เอกชนควรเร่งหาตลาดมารองรับอย่างถาวร ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกเหนือจากนี้ยังเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่มสตรีฯ ให้มีรายได้เพิ่มขึ้นและมีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้นกว่าเดิม

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีบ้านสำโรงนั้นมีผลมาจากการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และเอกชน โดยการจัดศึกษาดูงาน การฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะ และการสนับสนุนด้านเงินทุน ส่วนด้านการตลาดนั้นได้รับการสนับสนุนจากต่างประเทศในการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ รัฐจัดหาตลาดมารองรับ และการส่งเสริมการตลาดติดต่อลูกค้า เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้กลุ่มสตรีบ้านสำโรงประสบความสำเร็จ

กลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งแสม ตำบลหนองขาม อำเภอหนองหญ้าไซ จังหวัดสุพรรณบุรี



ภาพที่ 2 แผนที่ตั้งกลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งแสม ตำบลหนองขาม อำเภอหนองหญ้าไซ จังหวัดสุพรรณบุรี
ที่มา: คณะกรรมการศูนย์การเรียนรู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและวัฒนธรรมชุมชน จังหวัดสุพรรณบุรี
(ม.ป.ป.)

ประวัติความเป็นมาของกลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งแสม

จากข้อมูล คณะกรรมการศูนย์การเรียนรู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และวัฒนธรรมชุมชน จังหวัดสุพรรณบุรี (ม.ป.ป.: 3-15) พบว่า บริเวณที่ตั้งหมู่บ้านทุ่งแสมในปัจจุบันแต่เดิมเป็นป่าผืนใหญ่ ในแผนที่กรมป่าไม้เรียกว่าป่าองค์พระ มีอาณาเขตติดต่อกับป่าหนองหญ้าไซ เมื่อประมาณ ปี พ.ศ. 2506 – 2507 ได้มีราษฎรจากบ้านทุ่งบ่อ หมู่ 2 ตำบลบ้านคู อำเภอพุทธไธสง จังหวัดบุรีรัมย์ ประมาณ 14 ครอบครัว จำนวนสมาชิกเกือบร้อยคนภายใต้การนำของ นายเลื่อน ชูตระกูล ได้อพยพเข้าสู่ป่าแห่งนี้เพื่อจับจองที่ดินทำมาหากินสาเหตุที่กลุ่มคนเหล่านี้อพยพจากบ้านเกิดเมืองนอนได้รับคำบอกเล่าจาก นางบุญช่วย กรอบไธสง ว่าในขณะนั้นบ้านทุ่งบ่อประสบปัญหาภัยแล้งติดต่อกันมาหลายปี คนในหมู่บ้านยากจนมากและได้ทราบข่าวว่าทางราชการจะสร้างอ่างเก็บน้ำกระเสียที่บ้านทุ่งนาตาปิ่น และบริเวณชายป่าใกล้ที่สร้างอ่างเก็บน้ำซึ่งมีคนอพยพเข้าจับจองที่ดินเพื่อทำมาหากินแล้วจึงได้ตัดสินใจทิ้งบ้านเดิมเดินทางมาที่นี่

หลังจากที่เดินทางมาปักหลักปักฐานมีที่ดินแล้ว ประมาณปี พ.ศ. 2510 ราษฎรกลุ่มนี้บางส่วนซึ่งเคยปลูกหม่อน-เลี้ยงไหม และทอผ้าพื้นเมืองด้วยก็พุ่งจากบ้านเดิมเกิดความคิดที่จะฟื้นฟู การปลูกหม่อน-เลี้ยงไหม และการทอผ้า เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมของถิ่นกำเนิดให้ลูกหลานได้รู้จัก และยังสามารถทำเป็นอาชีพเสริมได้ นางทองมาก ศรีเดช และนางทองสุข มุขไรสง ได้เล่าให้ฟังว่าครั้งแรกก็ปลูกหม่อนในพื้นที่คนละงานสองงาน โดยเอาพันธุ์ไหมมาจากบ้านเดิมส่วนที่พุ่งก็ตัดไม้ไผ่มาสร้างกันเองเมื่อได้รังไหมออกมาก็ต้มและสาวไหมออกมาเป็นเส้นเพื่อเอามาทอผ้าใช้เองบ้างขายบ้าง หรือแบ่งกันใช้ในหมู่ญาติพี่น้องผ้าที่ทอได้ส่วนใหญ่จะเป็นผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าโสร่ง และผ้าขาวม้า นับจากนั้นบ้านทุ่งแสมจึงได้เกิดอาชีพเสริมควบคู่กับอาชีพทำนาทำไร่อ้อย มันสำปะหลัง และข้าวโพด

ในปี พ.ศ. 2526-2527 ราคาพืชผลทุกชนิดตกต่ำในรอบสิบปีชาวบ้านทุ่งแสมเริ่มยากจนอดอยากขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง นางบุญช่วย กรอบไรสง ในขณะนั้นมีตำแหน่งเป็นผู้ใหญ่บ้านคิดหาทางช่วยเหลือชาวบ้านโดยมองหาอาชีพอื่นๆ เพื่อแก้ไขปัญหาคความยากจนจึงได้คิดนำเอาการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและการทอผ้าซึ่งชาวบ้านมีความรู้เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว พัฒนาให้เป็นอาชีพหลักให้ได้จึงได้ติดต่อขอความช่วยเหลือเรื่องการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมพันธุ์ลูกผสมและการสร้างโรงเลี้ยงไหมให้ได้มาตรฐานจากกองพัฒนาอาชีพ สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท (รพช.) และคัดเลือกชาวบ้าน 5 คน ไปศึกษาเรื่องการเลี้ยงไหมที่ศูนย์วิจัยหม่อนไหมจังหวัดนครราชสีมาและเรื่องการทอผ้าจากกองสิ่งทอ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ต่อมากรมพัฒนาชุมชนได้มอบก็กระตุกให้จำนวน 10 หลัง เป็นต้นแบบในการพัฒนาการทอผ้าเพื่อเพิ่มรายได้และสามารถทำเป็นอาชีพหลักได้

ในระยะเริ่มต้นของการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเพื่อขายรังไหมให้กับโรงงานอุตสาหกรรมสาวไหม ชาวบ้านทุ่งแสมก็ยังประสบปัญหาและอุปสรรคต่างๆ อย่างมากมาย เนื่องจากยังขาดประสบการณ์และความชำนาญไหมเป็นโรคตายโดยไม่ทราบสาเหตุ หรือบางครั้งก็ได้รังไหมจำนวนน้อยไม่คุ้มกับการลงทุนเกษตรกรที่ผลิตรังไหมในรุ่นแรกต้องขาดทุนมีหนี้สินล้นพ้นตัวนางบุญช่วยฯ ก็มีได้มีความขมขื่นพยายามให้กำลังใจกลุ่มเกษตรกรให้สู้ต่อไป และต่อมาได้มีนักวิชาการเข้ามาแก้ไขสถานการณ์แก้ไขปัญหาดังๆ ที่เกิดขึ้นจนสถานการณ์การเลี้ยงไหมดีขึ้นตามลำดับ และได้กลายเป็นอาชีพหลักมาตราบนานเท่านาน

ในปี พ.ศ. 2530 ชาวบ้านทุ่งแสม ที่ทอผ้า – ปลูกหม่อน – เลี้ยงไหม ได้จัดให้มีการรวมกลุ่มจัดตั้งกลุ่มเครือข่ายทอผ้าปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเป็นครั้งแรกเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับโรงงานสาวไหม และผู้ทอผ้าเพื่อการส่งออกเป็นผลให้ราคารังไหมอยู่ในเกณฑ์ที่ยุติธรรมแต่

โรงงานฯก็พยายามที่จะสลายกลุ่มเครือข่ายให้ได้เพื่อผลทางธุรกิจโดยการยื่นเงื่อนไขพิเศษต่างๆ ให้กับสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯนำรังไหมไปขายโดยตรงกับโรงงานฯแต่สมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯส่วนใหญ่ปฏิเสธ และยืนยันจะขายรังไหมในนามกลุ่มเครือข่ายฯเท่านั้น

ในปี พ.ศ. 2535 ได้มีการกระจายความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมไปยัง อำเภอเลาขวัญ, บ่อพลอย, หนองปรือ, ทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี อำเภอบ้านไร่, ลานสัก จังหวัดอุทัยธานี อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ และบางตำบลในอำเภอด่านช้าง, ศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ประมาณกันว่าในขณะนั้นมีสมาชิกผลิตรังไหมในเครือข่ายฯประมาณพันครอบครัวมีเนื้อที่ปลูกหม่อนประมาณ 10,000 ไร่ มีเงินสะพัดไปยังกลุ่มสมาชิกเดือนละไม่ต่ำกว่าล้านบาท

ผลจากการขยายเครือข่ายอย่างรวดเร็วมีพื้นที่กว้างครอบคลุมถึงสี่จังหวัด จึงทำให้เกิดช่องว่างขึ้นระหว่างเครือข่ายฯ และกลุ่มสมาชิกและช่องว่างนี้เอง โรงงานฯซึ่งพยายามสลายกลุ่มเครือข่ายตลอดเวลาที่ประสบความสำเร็จกลุ่มเครือข่ายฯถูกตัดแบ่งสมาชิกออกไปร้อยละ 90 โรงงานฯจึงได้เข้าซื้อรังไหมจากเกษตรกรโดยตรง

หลังจากนั้นนางบุญช่วย ได้ตระหนักถึงมหันตภัยอันใหญ่หลวงที่กำลังเข้ามาทำลายกลุ่มเครือข่ายฯ นางบุญช่วยจึงได้พยายามอธิบายและชี้แจงให้สมาชิกเครือข่ายฯจำนวนที่เหลือน้อยประมาณ 100 ครอบครัวเศษ รวมกลุ่มเครือข่ายฯให้เหนียวแน่นอย่าผลิตรังไหมอย่างโดดเดี่ยวและให้รู้เท่าทันในสถานการณ์ของไหมไทยและเล่ห์เหลี่ยมของผู้ประกอบการโรงงานสาวไหม ผลจากความพยายามในครั้งนั้นมีผลให้ทุกวันนี้กลุ่มเครือข่ายฯบ้านทุ่งแสง ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางจากหน่วยงานราชการและเอกชน โดยนางบุญช่วย ได้รับตำแหน่งเป็น คณะกรรมการไหมแห่งชาติ ในนามของตัวแทนกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมทั่วประเทศ

การทอผ้าบ้านทุ่งแสง

ปัจจุบันกลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งแสงมีกิจกรรมประมาณ 20-25 หลัง การทอผ้ายังคงทำกันในลักษณะอาชีพเสริม โดยใช้เวลาวางจากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเมื่อสมาชิกกลุ่มทอผ้าได้แล้วทางเครือข่ายฯจะเป็นดำเนินการจัดจำหน่าย ประมาณเดือนตุลาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2544 กลุ่มเครือข่ายฯได้รับการสนับสนุนงบประมาณจาก กองทุนชุมชน ธนาคารออมสิน จัดฝึกอบรมการทอผ้าขึ้นสองรุ่น รุ่นแรกเป็นการอบรมทอผ้าขึ้นพื้นฐาน รุ่นที่สองอบรมเพิ่มทักษะการทอผ้าสำหรับคนที่ประกอบอาชีพอยู่แล้ว และจัดให้มีการทัศนศึกษาดูงานการทอผ้าที่จังหวัดสุรินทร์ ผลที่

เกิดขึ้นในรุ่นที่หนึ่งมีเยาวชนและเด็กนักเรียนจำนวนมากสมัครเข้าอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเข้าสู่อาชีพทอผ้า และสืบสานวัฒนธรรมการทอผ้าให้ยั่งยืนต่อไป การอบรมรุ่นที่สองและการดูงานที่จังหวัดสุรินทร์ได้จุดประกายความคิดให้ผู้เข้ารับการอบรมมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการทอผ้าให้เจริญก้าวหน้าจาก 4 ตะกรอ – 23 ตะกรอ เนื่องจากผ้าทอที่ทอได้จะขายได้ราคาดีกว่าหลายเท่าตัวและเป็นที่ต้องการของทางตลาดมาก

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงในเรื่องนี้ไม่มี ดังนั้นจะขอนำผลงานวิจัยที่มีเนื้อหาใกล้เคียง ประกอบด้วย บทบาทที่คาดหวังของแม่บ้านเกษตรกรในการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของแม่บ้านเกษตรกร บทบาทสตรีเกษตรกรในการจัดการฟาร์มของครัวเรือน ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน และปัจจัยบางประการที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

พรภิมณ (2539: 169-182) ได้ศึกษาบทบาทที่คาดหวังของแม่บ้านเกษตรกรในการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว เป็นกรณีศึกษาในหมู่บ้านโลกเจริญ หมู่ที่ 5 ตำบลโลกเจริญ อำเภอโลกเจริญ จังหวัดลพบุรี จำนวน 136 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า แม่บ้านเกษตรกรหมู่บ้านโลกเจริญ หมู่ที่ 5 อำเภอโลกเจริญ จังหวัดลพบุรี นับได้ว่าเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว เพราะนอกเหนือจากการประกอบอาชีพหลักในครัวเรือนแล้ว ยังการประกอบอาชีพเสริมในยามว่างจากการทำไร่นาอีกด้วย และเมื่อพิจารณาถึงสภาพทั่วไปของแม่บ้านเกษตรกร ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านประชากร พบว่าแม่บ้านเกษตรกรในพื้นที่ศึกษาดังกล่าว มีศักยภาพและสถานภาพในการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแม่บ้านเกษตรกรในระดับครัวเรือน ได้แก่ อายุ การเป็นสมาชิกกลุ่ม รายได้สุทธิ จำนวนอาชีพรอง มีความสัมพันธ์กับบทบาทที่เป็นจริงในการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว ส่วนจำนวนแรงงานในครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับบทบาทที่คาดหวังในการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว และเมื่อศึกษาถึงบทบาทที่คาดหวังของแม่บ้านเกษตรกรในการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวในแต่ละด้าน พบว่ามีเพียงบทบาทที่คาดหวังของแม่บ้านเกษตรกรด้านการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวเท่านั้นที่เพิ่มขึ้น ส่วนบทบาทที่คาดหวังด้านอื่นๆ ได้แก่ บทบาทด้านครัวเรือน ด้านการผลิตพืช ด้านการผลิตสัตว์ และบทบาทด้านสังคม แม่บ้านคาดหวังลดลง เมื่อพิจารณาถึงบทบาทที่เป็นจริงของแม่บ้านเกษตรกรในการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวในแต่ละด้าน พบว่าแม่บ้านเกษตรกรมีบทบาทที่เป็นจริงด้านครัวเรือน

ในการประกอบอาหารและเลี้ยงดูบุตรหลานที่อยู่ในวัยพึ่งพิงเป็นส่วนใหญ่ และบทบาทที่เป็นจริงด้านการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวโดยการประกอบอาชีพเสริมคือการทอผ้าเป็นหลัก และรับจ้างรองลงมา

การศึกษาเปรียบเทียบบทบาทที่คาดหวังกับบทบาทที่เป็นจริงในการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวพบว่าบทบาทที่คาดหวังมีความสัมพันธ์ในทางลบกับบทบาทที่เป็นจริง โดยเฉพาะบทบาทด้านครัวเรือน ด้านการผลิตพืช และบทบาทรวม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อแม่บ้านมีการะมัดชิดชอบงานในครัวเรือนและงานในไร่นาสอง ย่อมมีความคาดหวังในการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวลดลง เนื่องจากแม่บ้านรู้สึกเหนื่อยล้าจากบทบาทที่ปฏิบัติอยู่ สำหรับปัญหาในการประกอบอาชีพเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวที่แม่บ้านเกษตรกรนั้นประสบปัญหามากที่สุด คือ ปัญหาต้นทุนการผลิตสูง รองลงมา คือ ปัญหาการขาดแคลนนํ้าและแหล่งนํ้า และปัญหาขาดแคลนเงินทุน ตามลำดับ สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้ คือ 1) ควรสนับสนุนด้านการจัดหาแหล่งเงินทุน 2) ควรจัดหาแหล่งนํ้าทางการเกษตรให้พอเพียง 3) ควรมีการส่งเสริมและฝึกอบรมแม่บ้านเกษตรกรให้ความรู้ในการพัฒนาอาชีพเกษตร 4) ควรจัดหาตลาดรองรับ และติดต่อให้พ่อค้าเข้ามารับซื้อผลผลิตในราคาประกัน 5) สนับสนุนการจัดตั้งองค์กร หรือการรวมกลุ่มของแม่บ้านเกษตรกรให้สามารถดำเนินงานกันเองในกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง 6) ควรจัดโครงการพัฒนาอาชีพเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวแก่แม่บ้านเกษตรกรอย่างจริงจังและต่อเนื่อง 7) ควรให้ศึกษานอกระบบแก่แม่บ้านเกษตรกร เพื่อเปิดโอกาสการรับข่าวสาร และแนวทางการส่งเสริมอาชีพแก่แม่บ้านเกษตรกรนั้น ควรให้ทางเลือกในการประกอบอาชีพที่หลากหลายเพื่อให้แม่บ้านได้มีโอกาสตัดสินใจเลือกตามความเหมาะสม และสอดคล้องกับอาชีพที่คาดหวังของแม่บ้านมากที่สุด ซึ่งแบ่งออกได้ดังนี้ คืออาชีพด้านอุตสาหกรรมในครัวเรือนด้านการผลิตพืช และด้านการผลิตสัตว์

เมตตา (2544: 116-122) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของแม่บ้านเกษตรกรเขตพื้นที่ตำบลโพธิ์ไพศาล อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร โดยทำการเก็บข้อมูลกับแม่บ้านเกษตรกรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลโพธิ์ไพศาล อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดสกลนคร จำนวน 149 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า สภาพการประกอบกิจกรรมการพัฒนาชุมชนตามแผนฯ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ของกรมการพัฒนาชุมชนที่แม่บ้านในพื้นที่ศึกษาทำมากที่สุด คือ กิจกรรมพัฒนาเยาวชน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาเยาวชนนั้นพบว่าทุกกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้เข้าร่วมประกอบกิจกรรมดังกล่าวทุกกิจกรรม ปัญหาในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาชุมชนที่พบมากที่สุด คือ ความไม่ต่อเนื่องของโครงการพัฒนาชุมชนที่ได้จัดทำในท้องถิ่น

โครงการพัฒนาชุมชนตามที่มีผู้ระบุว่าต้องการมากที่สุดเกินครึ่งของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ งานพัฒนาและส่งเสริมอาชีพในรูปอาชีพเสริมหลังทำนา ทุกกลยุทธ์หลักและยุทธศาสตร์ย่อยตามแผนพัฒนาสตรีระยะยาว (พ.ศ. 2535-2554) ถูกระบุว่าต้องการให้นำมาปฏิบัติในชุมชน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระหว่างปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านสังคมของแม่บ้านเกษตรกร กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ทั้งด้านการร่วมคิด การร่วมตัดสินใจ และการร่วมประเมินผลนั้น พบว่า อายุ ระดับการศึกษา ร่วมตัดสินใจ และร่วมประเมินผลในการพัฒนาชุมชน ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์ กับตัวแปรที่พบจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า จำนวนพื้นที่ถือครอง และการเป็นสมาชิกกลุ่มของแม่บ้านเกษตรกร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมประเมินผลพัฒนาชุมชน หรือแม่บ้านเกษตรกรที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของพื้นที่ถือครองและการเป็นสมาชิกกลุ่ม จะมีความแตกต่างกันในเรื่องของการมีส่วนร่วมประเมินผลพัฒนาชุมชนที่ระดับนัยสำคัญ .05 แม่บ้านเกษตรกรที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีความแตกต่างในเรื่องของการมีส่วนร่วมประเมินผล ในการพัฒนาชุมชน นอกจากนี้ยังพบว่า แม่บ้านเกษตรกรที่มีความแตกต่างกันในเรื่องการเป็นสมาชิกกลุ่มจะมีความแตกต่างกัน ในเรื่องการร่วมคิด และการตัดสินใจ ในการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนที่ระดับนัยสำคัญ .01 แม่บ้านเกษตรกรที่มีจำนวนตำแหน่งทางสังคม และการเปิดรับข่าวสารในการพัฒนาชุมชนที่แตกต่างกัน จะมีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องของ การร่วมคิด การร่วมตัดสินใจ และการร่วมประเมินผลในการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนที่ระดับนัยสำคัญ .01

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ คือ 1) ควรให้การสนับสนุน “งานพัฒนาและส่งเสริมอาชีพ” ในลักษณะของอาชีพเสริมหลังการทำนาจนสามารถผลิตสินค้าประจำท้องถิ่นได้ในลักษณะของ one village one product (ovop) ตามศักยภาพที่มีอยู่ 2) ควรมีการส่งเสริมอาชีพการเกษตรแบบผสมผสานเพื่อเป็นแหล่งอาหารและเครื่องอุปโภคบริโภคในครัวเรือนเสริมจากอาชีพ 3) ส่งเสริมความเป็นไปได้ในการถือครองที่ดินเพื่อให้เกิดความมั่นใจในการพัฒนาการประกอบอาชีพ 4) กิจกรรมและยุทธศาสตร์การพัฒนาศรีตามแผนพัฒนาสตรีระยะยาวทุกด้านนั้นควรมีการดำเนินการและการประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ 5) การคัดเลือกแม่บ้านเกษตรกรสำหรับโครงการนำร่องควรพิจารณาถึงจำนวนตำแหน่งทางสังคมเป็นเรื่องสำคัญอันดับแรก รองลงมา คือ การเป็นสมาชิกกลุ่ม และจำนวนรายได้ของครัวเรือนแม่บ้านเกษตรกร ตามลำดับ

งามพิศ (2545: 166-177) ได้ศึกษาบทบาทสตรีเกษตรกรในการจัดการฟาร์มของครัวเรือนศึกษาเฉพาะกรณีหมู่บ้านดอนเชียงคูณ ตำบลเชียงเครือ อำเภอมือเมือง จังหวัดสกลนคร โดยทำการ

เก็บข้อมูลกับสตรีเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในเขตพื้นที่ หมู่ที่ 5 บ้านดอนเชียงชุม ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร จำนวน 95 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบ สัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า สตรีเกษตรกรในพื้นที่ศึกษาไม่ค่อยมีบทบาทในการจัดการฟาร์มของ คราวเรือน จะมีเพียงแค่เฉพาะการเตรียมกล้าก่อนปลูกเท่านั้นที่เป็นบทบาทที่พบมากที่สุด ส่วน บทบาทที่คาดหวังในเรื่องการจัดการฟาร์มของคราวเรือนนั้น พบว่า บทบาทที่สตรีเกษตรกรคาดหวัง มากที่สุดมีเพียงบทบาทเดียว คือ การตัดสินใจที่จะปลูกพืชหรือเลี้ยงสัตว์ชนิดใดพิจารณาตาม ช่วงเวลาในการผลิต ปัญหาในการประกอบอาชีพทางการเกษตรที่พบมากที่สุดในคราวเรือนสตรี เกษตร คือ เรื่องของโรคและแมลงศัตรูพืชระบาดในนาข้าว เนื้อหาทางวิชาการในการจัดการฟาร์ม ของคราวเรือนที่สตรีเกษตรกรต้องการมากที่สุดคือ การเพิ่มผลผลิตพืชหรือสัตว์ให้สูงขึ้นและการใช้ ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า บทบาทที่เป็นจริงในการจัดการฟาร์มของคราวเรือน พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทที่เป็นจริงในการจัดการฟาร์มของคราวเรือน อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ จำนวนอาชีพ มีความสัมพันธ์กับบทบาทในการตัดสินใจเรื่อง ขนาดของกิจการต่างๆ ในฟาร์ม และบทบาทในการตัดสินใจเรื่องการใช้แรงงาน รายได้ มี ความสัมพันธ์กับบทบาทในการตัดสินใจเรื่องกิจการทั่วไปของฟาร์ม และบทบาทในการตัดสินใจ เรื่องการจัดระบบการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ จำนวนพื้นที่ถือครอง มีความสัมพันธ์กับบทบาทใน การตัดสินใจเรื่องการใช้ปัจจัยการผลิต บทบาทที่เป็นจริงในการจัดการฟาร์มของคราวเรือน พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทที่เป็นจริงในการจัดการฟาร์มของคราวเรือน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ การเปิดรับข่าวสารทางเกษตร มีความสัมพันธ์กับบทบาทในการ ตัดสินใจเรื่องการวางแผนและงบประมาณ บทบาทในการตัดสินใจเรื่องขนาดของกิจการต่างๆ ใน ฟาร์ม บทบาทในการตัดสินใจเรื่องกิจการทั่วไปของฟาร์ม และบทบาทในการตัดสินใจเรื่องการใช้ แรงงาน จำนวนอาชีพ มีความสัมพันธ์กับบทบาทในการตัดสินใจเรื่องการวางแผนและ งบประมาณ บทบาทในการตัดสินใจเรื่องการจัดระบบการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ และบทบาทใน การตัดสินใจเรื่องกิจการทั่วไปของฟาร์ม รายได้ มีความสัมพันธ์กับบทบาทในการตัดสินใจเรื่อง ขนาดของกิจการต่างๆ ในฟาร์ม และบทบาทในการตัดสินใจเรื่องวิธีการผลิตสัตว์ บทบาทที่ คาดหวังในการจัดการฟาร์มของคราวเรือน พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทที่ คาดหวังในการจัดการฟาร์มของคราวเรือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ อายุมี ความสัมพันธ์กับบทบาทในการตัดสินใจเรื่องการวางแผนและงบประมาณ บทบาทในการ ตัดสินใจเรื่องการใช้ปัจจัยการผลิต บทบาทในการตัดสินใจเรื่องการจัดระบบการปลูกพืชและเลี้ยง สัตว์ และบทบาทในการตัดสินใจเรื่องการใช้ทรัพยากรในฟาร์ม จำนวนอาชีพ มีความสัมพันธ์กับ

บทบาทในการตัดสินใจเรื่องวิธีการผลิตสัตว์ และบทบาทในการตัดสินใจเรื่องขนาดของกิจการต่างๆในฟาร์ม การเปิดรับข่าวสารทางเกษตร มีความสัมพันธ์กับบทบาทในการตัดสินใจเรื่องขนาดของกิจการต่างๆในฟาร์ม จำนวนพื้นที่ถือครอง มีความสัมพันธ์กับบทบาทในการตัดสินใจเรื่องวิธีการผลิตข้าวเหนียว บทบาทที่เป็นจริงในการจัดการฟาร์มของครัวเรือน พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทที่เป็นจริงในการจัดการฟาร์มของครัวเรือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ จำนวนอาชีพ มีความสัมพันธ์กับบทบาทในการตัดสินใจเรื่องการวางแผนและงบประมาณ บทบาทในการตัดสินใจเรื่องการจัดการระบบการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ บทบาทในการตัดสินใจเรื่องวิธีการผลิตข้าวเหนียว บทบาทในการตัดสินใจเรื่องการใช้ปัจจัยการผลิต และบทบาทในการตัดสินใจเรื่องการใช้แรงงาน การเปิดรับข่าวสารทางเกษตร มีความสัมพันธ์กับบทบาทในการตัดสินใจเรื่องการวางแผนและงบประมาณ อายุ มีความสัมพันธ์กับบทบาทในการตัดสินใจเรื่องการใช้แรงงาน เมื่อพิจารณาทั้งบทบาทที่เป็นจริงและบทบาทที่คาดหวังในการจัดการฟาร์มของครัวเรือนจะเห็นได้ว่า ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทในการจัดการฟาร์มของครัวเรือนมากที่สุดคือ จำนวนอาชีพ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาบทบาทในการจัดการฟาร์มของครัวเรือนทั้ง 8 บทบาท พบว่า บทบาทที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระมากที่สุด คือ บทบาทในการตัดสินใจเรื่องกิจการทั่วไปของฟาร์ม และบทบาทในการตัดสินใจเรื่องการวางแผนและงบประมาณ

ปัญหาในการประกอบอาชีพทางการเกษตรของสตรีเกษตร ประกอบด้วยปัญหาหลัก 5 ด้าน คือ 1) ปัญหาทางด้านกายภาพ ประกอบด้วยปัญหาเรื่องดิน ปัญหาเรื่องน้ำ และปัญหาสภาพภูมิอากาศ 2) ปัญหาทางด้านชีวภาพ 3) ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ 4) ปัญหาทางด้านสังคม และ 5) ปัญหาเกี่ยวกับตัวของสตรีเกษตร ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าปัญหาที่มีสตรีเกษตรระบุเกินครึ่งของประชากรทั้งหมดที่ทำการศึกษากลายเป็นปัญหาเรื่องของโรคและแมลงศัตรูพืชระบาดและปัญหาเรื่องดินเค็ม ส่วนข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้คือ 1) ควรส่งเสริมความรู้เนื้อหาทางวิชาการที่สตรีเกษตรต้องการ โดยเน้นในเรื่องของการเพิ่มผลผลิตพืชหรือสัตว์ให้สูงขึ้น และการใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด 2) สื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสารการเกษตรตามความต้องการของสตรีเกษตรมากที่สุดคือโทรทัศน์และวิทยุ 3) ควรมีการส่งเสริมการผลิตทางการเกษตรแบบผสมผสานเพื่อการบริโภคในครัวเรือนมากกว่าการผลิตเชิงเดี่ยว 4) ส่งเสริมให้มีการผลิตข้าวเหนียวปลอดสารพิษในลักษณะเป็นสินค้าประจำท้องถิ่น 5) ควรสนับสนุนอาชีพเสริมที่สตรีเกษตรมีความถนัดและมีทักษะฝีมือ คือ การทอเสื่อ และการทอผ้า ให้กลายมาเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีประจำท้องถิ่น 6) ควรพิจารณาถึง จำนวนอาชีพ จำนวนการเปิดรับข่าวสารทางเกษตร รายได้ จำนวนพื้นที่ถือครอง และอายุของสตรีเกษตร สำหรับการคัดเลือกเพื่อเป็นกลุ่มเป้าหมายในการเข้าร่วมโครงการนาร่อง

ประพันธ์ (2546: 109-113) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการทำธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษา กลุ่มส่งเสริมกิจกรรมไร่สารพิฆังน้ำเขียว ตำบลวังน้ำเขียว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัด นครราชสีมา โดยทำการเก็บข้อมูลกับชาวบ้านน้ำซับ ตำบลวังน้ำเขียว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัด นครราชสีมา ซึ่งประกอบอาชีพการทำเกษตรแบบใช้สารเคมีและแบบไม่ใช้สารเคมี จำนวน 40 ครอบครัว เป็นการศึกษาภาคสนาม เน้นวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ

ผลการศึกษาพบว่า พัฒนาการทางด้านการเกษตรของชุมชนบ้านน้ำซับ เริ่มจากการทำ เกษตรแบบยังชีพด้วยการทำไร่เลื่อนลอยในลักษณะผสมผสาน ต่อมามีการปรับเปลี่ยนวิธีการทำ การเกษตรไปเป็นเกษตรแผนใหม่ที่ปลูกพืชเชิงเดี่ยวใช้สารเคมี เครื่องจักรกลในการผลิตและพื้นที่ ขนาดใหญ่ แต่พบว่าการทำเกษตรในรูปแบบดังกล่าวมีต้นทุนสูงและเกษตรประสบกับราคา ผลผลิตตกต่ำจนก่อให้เกิดปัญหาหนี้สิน สุขภาพ ภูมินิเวศน์ จึงมีการรวมกลุ่มกันแก้ปัญหา โดยมีการนำผลผลิตมารวมกันขายในรูปของธุรกิจชุมชนและเปลี่ยนมาเป็นการทำการเกษตรแบบไม่ใช้ สารเคมี มีรูปแบบการเกษตรที่เพาะปลูกในขนาดพื้นที่ที่เหมาะสม เน้นการใช้แรงงานของคนใน ครอบครัว ทำให้มีต้นทุนต่ำ ลดความเสี่ยงในด้านต่างๆ และสามารถพัฒนาคุณภาพของผลผลิตได้ นอกจากสมาชิกกลุ่มจะประสบความสำเร็จในทางเศรษฐกิจแล้วรูปแบบการทำเกษตรดังกล่าวยัง ก่อให้เกิดความสุขของคนในครอบครัวและสามารถฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมให้กลับคืนมาสู่สภาพเดิมหรือ ใกล้เคียงกับสภาพเดิมอีกด้วย ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จได้แก่ การทำงานแบบ ภาววิสัยที่ช่วยให้กลุ่มสมาชิกลดความเสี่ยงในเรื่องราคาและลดปัญหาในเรื่องการตลาด การมีผู้นำที่ เข้มแข็ง เสียสละและการมีสมาชิกที่มีความขยันขันแข็ง มีสำนึกที่ดีต่อกลุ่ม นอกจากนี้ปัจจัย ภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนได้แก่หน่วยงานเอกชนที่สนับสนุนทางด้านการตลาด ให้กับกลุ่มส่งเสริมกิจกรรมไร่สารพิฆังน้ำเขียว ก็คือ สหกรณ์เคอเนอส์ฟาร์มพัฒนา จำกัด ส่วน กองทุนชุมชน ธนาคารออมสินภาค 6 สำนักงานเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของออสเตรเลีย กระทรวงมหาดไทยผ่านทางองค์การบริหารส่วนตำบลวังน้ำเขียว และกองทุนสิ่งแวดล้อมโลก ให้ การสนับสนุนในด้านเงินทุน ข้อเสนอแนะจากการวิจัย กลุ่มควรจะต้องพัฒนาสมาชิกทั้งในส่วนที่ เป็นระบบความคิด จิตสำนึก และในส่วนที่เป็นกิจกรรมในเชิงเศรษฐกิจควบคู่กันไป ควรมีการ ทำงานแบบเป็นภาววิสัย และรัฐบาลควรจะต้องเน้นไปส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมในเชิงบูรณาการให้มาก ขึ้น

วราภรณ์ (2548: 117-122) ได้ศึกษาปัจจัยบางประการที่มีผลต่อความสำเร็จในการ ดำเนินงานผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษา กลุ่มลูกก๊ากวันแม่บ้านซอนน้อย

ตำบลขน้อย อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี โดยทำการเก็บข้อมูลกับสมาชิกกลุ่มแม่บ้านขน้อย หมู่ที่ 2 ตำบลขน้อย อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี จำนวน 52 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่สนับสนุนในการดำเนินงานผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะผู้นำ คือ คุณสมบัติผู้นำ ความซื่อสัตย์ของผู้นำกลุ่ม ด้านลักษณะของสมาชิก คือ การเข้าใจในวัตถุประสงค์ ความซื่อสัตย์ของสมาชิกกลุ่ม ด้านบรรยากาศกลุ่ม คือ ความเป็นหนึ่งเดียวกันในกลุ่ม การที่กลุ่มได้รับคัดเลือกเป็นผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การได้รับรางวัลของกลุ่ม กิจกรรมของกลุ่ม ผลผลิตของกลุ่มและการใช้ภูมิปัญญาในท้องถิ่นในการผลิต ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกกลุ่ม รายได้จากภาคเกษตร การประเมิณผลงานของกลุ่ม โครงสร้างของกลุ่ม การลดการเสี่ยงภัยและความเป็นหนึ่งเดียวกันในกลุ่มเป็นปัจจัยที่สนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่ม นอกจากนี้ยังพบว่า การมีวิสัยทัศน์ของผู้นำ การสนับสนุนของกลุ่มและความยืดหยุ่นทั่วไปของกลุ่มเป็นปัจจัยที่ไม่สนับสนุนการดำเนินงานกลุ่มเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานผลิตสินค้าของกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระมากที่สุด คือ การที่กลุ่มได้รับคัดเลือกเป็นผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ปัญหาในการดำเนินการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก คือ 1) ด้านสมาชิกกลุ่ม ได้แก่ การขาดแคลนแรงงานในบางครั้ง การขาดความร่วมมือจากสมาชิก 2) บรรยากาศในการทำงาน ได้แก่ การเกิดความขัดแย้งในกลุ่ม สมาชิกขาดความสามัคคี และ 3) การให้การสนับสนุน ได้แก่ การขาดความรู้ด้านบัญชี การตลาดและการให้เอกชนช่วยสนับสนุน สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ คือ 1) ควรเน้นให้สมาชิกกลุ่มเห็นความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพและชนิดของผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้นเพื่อเป็นการสร้างอาชีพให้กับบุคคลในท้องถิ่นโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่เพื่อลดการอพยพผู้เมือง 2) ควรมีการพัฒนาความเป็นผู้นำและสร้างทรัพยากรบุคคลที่เป็นตัวอย่างที่ดีตามวัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 3) ควรมีการพัฒนาบรรยากาศกลุ่มที่ดีให้สมาชิกรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม 4) ควรมีการจัดศึกษาดูงานกับหน่วยงานเอกชนให้กับกลุ่มเพื่อให้กลุ่มได้มีโอกาสเรียนรู้ภาคปฏิบัติเนื่องจากกลุ่มขาดความรู้ด้านภาคปฏิบัติ 5) ควรมีการพิจารณานำปัจจัยอิสระที่สนับสนุนการดำเนินงานกลุ่มไปส่งเสริมให้กับกลุ่มอื่นเพื่อเป็นการพัฒนากลุ่ม และ 6) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชน ควรมีการสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มที่ประสบความสำเร็จเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับกลุ่มอื่นๆ ต่อไป

จากการตรวจสอบเอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ว่า ปัญหาของการปฏิบัติที่ไม่เป็นไปตามบทบาทที่เป็นจริง และบทบาทที่คาดหวัง และแนวทางการพัฒนาให้การปฏิบัติเป็นไปตามบทบาทที่เป็นจริง และบทบาทที่คาดหวัง ดังนี้

ปัญหาของการปฏิบัติที่ไม่เป็นไปตามบทบาทที่เป็นจริง และบทบาทที่คาดหวัง ประกอบด้วย

1. แม่บ้านเกษตรกรขาดแคลนเงินทุน และต้นทุนการผลิตมีราคาสูง
2. แม่บ้านเกษตรกรขาดแคลนแรงงานที่ช่วยงานในครัวเรือน
3. แม่บ้านเกษตรกรขาดความร่วมมือในการรวมกลุ่ม ในการผลิตวัตถุดิบ
4. แม่บ้านเกษตรกรขาดความรู้ด้านการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย
5. แม่บ้านเกษตรกรขาดความรู้ด้านการตลาด เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาให้การปฏิบัติเป็นไปตามบทบาทที่เป็นจริง และบทบาทที่คาดหวัง ประกอบด้วย

1. ควรสนับสนุนด้านการจัดหาแหล่งเงินทุน
2. ควรมีการส่งเสริมและฝึกอบรมแม่บ้านเกษตรกรให้ความรู้ในการพัฒนาอาชีพ
3. ควรจัดหาตลาดรองรับและติดต่อให้พ่อค้าคนกลางเข้ามารับซื้อผลผลิตในราคาประกัน
4. สนับสนุนการจัดตั้งองค์กรหรือการรวมกลุ่มของแม่บ้านเกษตรกรให้สามารถดำเนินงานกันเองในกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้
5. ควรจัดโครงการพัฒนาอาชีพเพื่อเพิ่มรายได้ให้ครอบครัวแก่แม่บ้านเกษตรกรอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

6. ควรให้การศึกษาอบรมระบบแก่แม่บ้านเกษตรกร เพื่อเพิ่มโอกาสในการเปิดรับข่าวสาร

7. ควรเน้นให้แม่บ้านเกษตรกรเห็นความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพ และชนิดของผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้น

จากการตรวจสอบเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่าปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อบทบาทแม่บ้านเกษตรกรในเรื่องต่างๆ ประกอบด้วย

1. อายุ รายได้สุทธิ พื้นที่ถือครอง จำนวนอาชีพรอง จำนวนแรงงานในครัวเรือน การเป็นสมาชิกกลุ่ม และการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับบทบาทที่เป็นจริงในการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว

2. อายุ รายได้สุทธิ การเปิดรับข่าวสาร จำนวนพื้นที่ถือครอง จำนวนอาชีพรอง และจำนวนแรงงานในครัวเรือน มีความสัมพันธ์กับบทบาทที่คาดหวังในการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว

3. อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และสถานภาพการสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมประเมินผลในการพัฒนาชุมชน

4. จำนวนพื้นที่ถือครอง การเป็นสมาชิกกลุ่ม รายได้ จำนวนตำแหน่งทางสังคม และการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมประเมินผลในการพัฒนาชุมชน

5. จำนวนอาชีพ รายได้ จำนวนพื้นที่ถือครอง และการเปิดรับข่าวสารทางการเกษตร มีความสัมพันธ์กับบทบาทที่เป็นจริงในการจัดการฟาร์มของครัวเรือน

6. อายุ จำนวนอาชีพ การเปิดรับข่าวสารทางการเกษตร และจำนวนพื้นที่ถือครอง มีความสัมพันธ์กับบทบาทที่คาดหวังในการจัดการฟาร์มของครัวเรือน

7. ผู้นำ/แกนนำ สมาชิก/ครอบครัว ภูมิโนเวศน์ ระบบการบริหารจัดการ และการทำงานแบบภาคี เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน

8. ระยะเวลาการเป็นสมาชิกกลุ่ม รายได้จากภาคเกษตร การประเมินผลงาน โครงสร้างของกลุ่ม การลดการเสี่ยงภัย และความเป็นหนึ่งเดียวกัน เป็นปัจจัยที่สนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่ม

กล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อบทบาทแม่บ้านเกษตรกรในเรื่องต่างๆตามที่ได้ตรวจสอบเอกสารมาข้างต้น สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆ คือ ปัจจัยทางด้านบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านสังคม และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการพัฒนาธุรกิจชุมชนของแม่บ้านเกษตรกร โดยที่ทิศทางการสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ดังกล่าวมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงขอกำหนดตัวแปรอิสระที่คาดว่าจะมีผลต่อบทบาทแม่บ้านเกษตรกรในการพัฒนาธุรกิจชุมชนเป็น 4 กลุ่ม ในลักษณะของการมีความสัมพันธ์เพื่อการกำหนดรายละเอียดของตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม และสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดตัวแปรดังนี้

ตัวแปรอิสระ (independent variables) ประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านสังคม และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการพัฒนาธุรกิจชุมชนของแม่บ้านเกษตรกร มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยทางด้านบุคคลของแม่บ้านเกษตรกร ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทอผ้า

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของแม่บ้านเกษตรกร ประกอบด้วย รายได้ รายจ่าย จำนวนอาชีพ จำนวนพื้นที่ถือครอง และแรงงานที่ประกอบอาชีพทอผ้า

ปัจจัยทางด้านสังคมของแม่บ้านเกษตรกร ประกอบด้วย การเปิดรับข่าวสารทางเกษตร และการเป็นสมาชิกกลุ่ม

การมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการพัฒนาธุรกิจชุมชนของแม่บ้านเกษตรกร ประกอบด้วย การประชุม การฝึกอบรม และการศึกษาดูงาน

ตัวแปรตาม (dependent variables) คือ บทบาทแม่บ้านเกษตรกรในการพัฒนาธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย บทบาทที่เป็นจริงของแม่บ้านเกษตรกรในการพัฒนาธุรกิจชุมชน และ บทบาทที่คาดหวังของแม่บ้านเกษตรกรในการพัฒนาธุรกิจชุมชน ในด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดสมมติฐาน 6 ประเด็น ดังแสดงในภาพที่ 1 มีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 1 อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทอผ้า รายได้ รายจ่าย จำนวนอาชีพ จำนวนพื้นที่ถือครอง แรงงานที่ประกอบอาชีพทอผ้า การเปิดรับข่าวสารทางเกษตร การเป็นสมาชิกกลุ่ม การประชุม การฝึกอบรม และการศึกษาดูงานของแม่บ้านเกษตรกร มีความสัมพันธ์กับ บทบาทที่เป็นจริงของแม่บ้านเกษตรกรในการพัฒนาธุรกิจชุมชนในด้านการผลิต

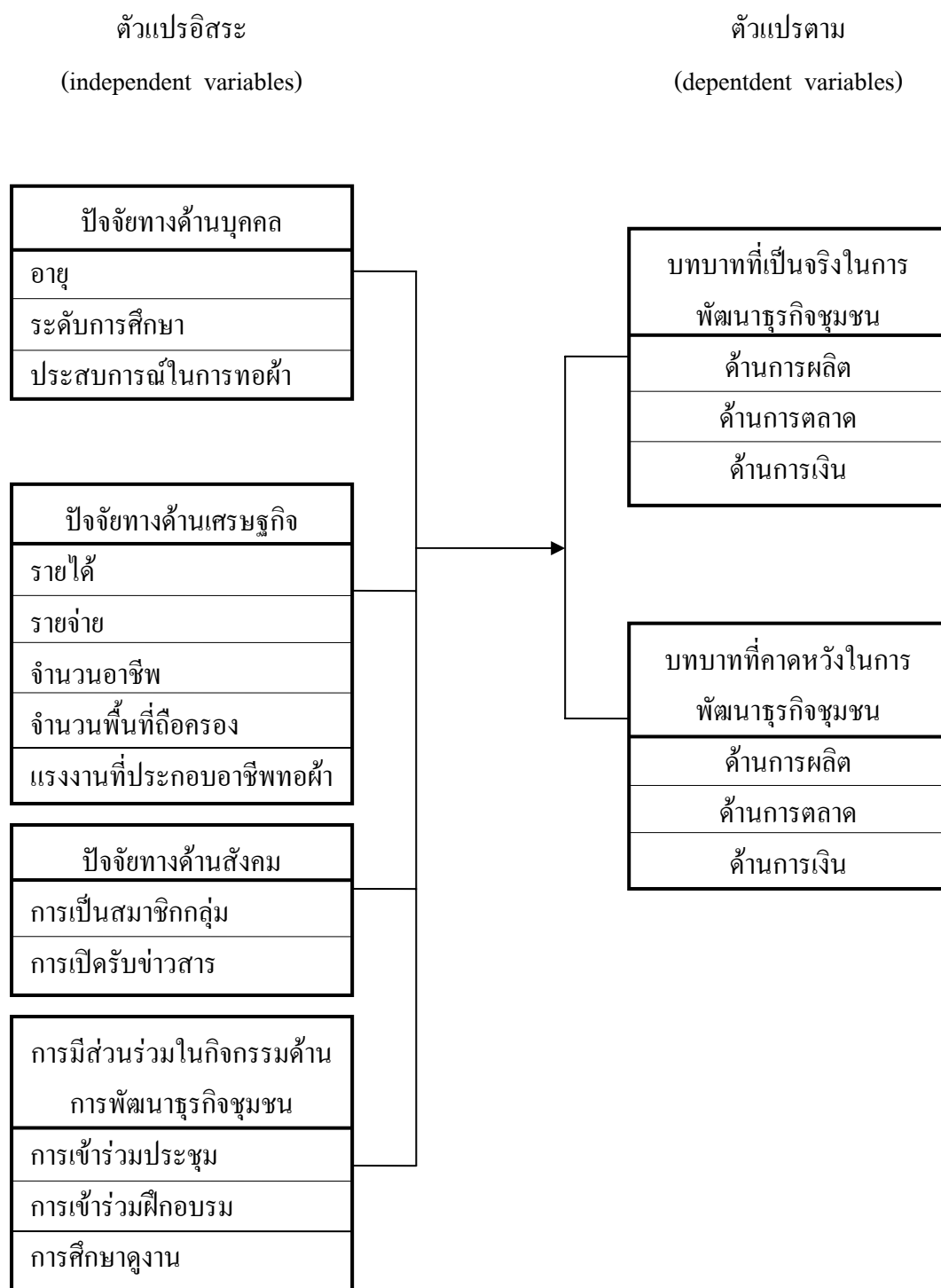
สมมติฐานที่ 2 อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทอผ้า รายได้ รายจ่าย จำนวนอาชีพ จำนวนพื้นที่ถือครอง แรงงานที่ประกอบอาชีพทอผ้า การเปิดรับข่าวสารทางเกษตร การเป็นสมาชิกกลุ่ม การประชุม การฝึกอบรม และการศึกษาดูงานของแม่บ้านเกษตรกร มีความสัมพันธ์กับ บทบาทที่เป็นจริงของแม่บ้านเกษตรกรในการพัฒนาธุรกิจชุมชนในด้านการตลาด

สมมติฐานที่ 3 อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทอผ้า รายได้ รายจ่าย จำนวนอาชีพ จำนวนพื้นที่ถือครอง แรงงานที่ประกอบอาชีพทอผ้า การเปิดรับข่าวสารทางเกษตร การเป็นสมาชิกกลุ่ม การประชุม การฝึกอบรม และการศึกษาดูงานของแม่บ้านเกษตรกร มีความสัมพันธ์กับ บทบาทที่เป็นจริงของแม่บ้านเกษตรกรในการพัฒนาธุรกิจชุมชนในด้านการเงิน

สมมติฐานที่ 4 อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทอผ้า รายได้ รายจ่าย จำนวนอาชีพ จำนวนพื้นที่ถือครอง แรงงานที่ประกอบอาชีพทอผ้า การเปิดรับข่าวสารทางเกษตร การเป็นสมาชิกกลุ่ม การประชุม การฝึกอบรม และการศึกษาดูงานของแม่บ้านเกษตรกร มีความสัมพันธ์กับ บทบาทที่คาดหวังของแม่บ้านเกษตรกรในการพัฒนาธุรกิจชุมชนในด้านการผลิต

สมมติฐานที่ 5 อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทอผ้า รายได้ รายจ่าย จำนวน อาชีพ จำนวนพื้นที่ถือครอง แรงงานที่ประกอบอาชีพทอผ้า การเปิดรับข่าวสารทางเกษตร การ เป็นสมาชิกกลุ่ม การประชุม การฝึกอบรม และการศึกษาดูงานของแม่บ้านเกษตรกร มีความสัมพันธ์กับ บทบาทที่คาดหวังของแม่บ้านเกษตรกรในการพัฒนาธุรกิจชุมชนในด้านการ ตลาด

สมมติฐานที่ 6 อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทอผ้า รายได้ รายจ่าย จำนวน อาชีพ จำนวนพื้นที่ถือครอง แรงงานที่ประกอบอาชีพทอผ้า การเปิดรับข่าวสารทางเกษตร การ เป็นสมาชิกกลุ่ม การประชุม การฝึกอบรม และการศึกษาดูงานของแม่บ้านเกษตรกร มีความสัมพันธ์กับ บทบาทที่คาดหวังของแม่บ้านเกษตรกรในการพัฒนาธุรกิจชุมชนในด้านการเงิน



ภาพที่ 3 แก่โครงสร้างพื้นฐานในการวิจัย