

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการนำเสนอ แนวคิดทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการรับรู้บริบทของชุมชน กระบวนการตั้ง การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในครั้ง นี้ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน
2. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
3. แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วม
4. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ
5. การดำเนิน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน

การบริหารจัดการ เป็นงานสำคัญที่ผู้บริหารทุกคนต้องทำให้ได้ตามเป้าหมายอย่างชาญฉลาด เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันกันทางธุรกิจมากขึ้น ทำให้ธุรกิจต้องดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและมีทิศทางที่ชัดเจน การจัดการ จึงเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาและสร้างความก้าวหน้าแก่ธุรกิจ โดยที่ ประสิทธิภาพ หมายถึง การทำงานให้ได้ผลลัพธ์ (Outputs) โดยการ ใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยนำเข้า (Input) ให้คุ้มค่าที่สุดที่สุด ซึ่งจะให้ความสำคัญกับวิธีการหรือกระบวนการในการทำงาน โดยเฉพาะความสำคัญระหว่างผลลัพธ์และปัจจัยนำเข้า ที่ได้จากการแปรรูปที่ได้ส่วนสูงที่สุด ขณะที่ประสิทธิผล หมายถึง การทำงานให้สำเร็จตามที่เป้าหมายต้องการ ซึ่งจะให้ความสนใจกับการทำงานให้สำเร็จเพียงอย่างเดียว โดยไม่คำนึงถึงความคุ้มค่าในการใช้ ทรัพยากร

คำว่า การจัดการ ซึ่งแปลมาจากภาษาอังกฤษว่า Management หมายถึงการใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีคำที่เรามักได้ยินอีกคำ หนึ่งคือ การบริหาร ซึ่งแปลมาจากภาษาอังกฤษว่า Administration หมายถึง การกำหนดแนวทางหรือนโยบาย การสั่งงาน การอำนวยความสะดวก และการตรวจสอบให้ปฏิบัติสามารถดำเนินงานให้ได้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งมักจะสงสัยว่าทั้งสองคำจะมีความเหมือนหรือแตกต่าง

กันอย่างไร ในทางปฏิบัติเราสามารถนำทั้งสองคำมาใช้ทดแทนในหลายด้าน เช่น การบริหาร หรือการจัดการธุรกิจ (Business Administration หรือ Management) เป็นต้น แต่ทั้งสองคำก็มีความแตกต่างในการใช้งานระดับกว้าง โดยเฉพาะการดำเนินงานของราชการหรือสาธารณะ ตลอดจนการบริการงานส่วนกลางและธุรกิจ ขณะที่การจัดการจะให้ความสนใจกับการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย และใช้งานในระดับทั่วไปขององค์กร เช่น การจัดการผลิต การจัดการตลาด และการจัดการทางการเงิน เป็นต้น นักวิชาการหลายคนกล่าวว่า การจัดการและการบริหาร 2 คำนี้ใช้แทนกันได้ แต่สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้คำว่า การบริหารจัดการ

ลักษณะสำคัญของการบริหารจัดการ เป็นทั้งศิลป์และศาสตร์ ที่ว่าการจัดการมีลักษณะเป็นศิลป์ (Management is an Art) หมายความว่า การที่จะได้รับความสำเร็จนั้นต้องมีความรู้ที่ผู้เชี่ยวชาญ หรือนักวิชาการศึกษาไว้ไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับสถานการณ์อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการบริหารจัดการต้องใช้เทคนิค และนำความสามารถพิเศษของสมาชิกในองค์กรมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่องค์กร ดังนั้น ผู้จัดการจึงเป็นผู้นำความรู้จากศาสตร์ของการบริหารมาดำเนินการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และทรัพยากรวัตถุ เพื่อให้เอื้อต่อองค์การมากที่สุด การจัดการในลักษณะเป็นศาสตร์ (Management is a Science) เพราะมีองค์ความรู้ (Body of Knowledge) มีลักษณะเป็นระบบและหลักการ มีความก้าวหน้า คิดค้นพัฒนาไปเรื่อย ๆ ผู้บริหารที่ฉลาด เก่ง และได้รับความสำเร็จต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการทำงาน

1. ความหมายของการบริหารจัดการ

นักวิชาการและนักทฤษฎีการจัดการจำนวนมากต่างก็ได้พยายามนิยามความหมายของคำว่า การจัดการไว้ ซึ่งมีทั้งคล้ายคลึงกันและที่แตกต่างกันไปบ้างในบางประเด็น ได้แก่

1.1 การจัดการ เป็นกระบวนการใช้ทรัพยากรขององค์กรเพื่อบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดด้วยการทำหน้าที่ด้านการวางแผน การจัดองค์การ การนำและการควบคุม

1.2 การจัดการ เป็นกระบวนการกำหนดวัตถุประสงค์และประสานความพยายามของบุคลากรเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์นั้น

1.3 การจัดการ เป็นกระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลดำเนินการเพื่อประสานกิจกรรมของบุคคลอื่นให้บรรลุผลสำเร็จในสิ่งที่บุคคลคนเดียวไม่สามารถกระทำได้โดยลำพัง

เดลล์ (กรกนก ทิพรส. 2543: 32) ได้ให้ความหมายว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการจัดองค์การและการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นไว้ล่วงหน้า

ดับบรินและเอเรอแลนน์ (กรกนก ทิพรส. 2543 : 32) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยอาศัยทรัพยากรต่าง ๆ ผ่านหน้าที่ทางการบริหารต่างๆ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การนำและการควบคุม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

บาร์ทอลและมาร์ติน (Bartol and Martin. 1993, อ้างถึงใน สิทธิชัย อุยตระกูล. 2540) กล่าวว่า การจัดการ เป็นกระบวนการที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์การ โดยผ่านการวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) ทั้งในเรื่องของทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางกายภาพอื่น ๆ ทรัพยากรทางการเงินและทรัพยากรทางข่าวสารข้อมูลสารสนเทศขององค์การ โดยให้เกิดทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สิทธิชัย อุยตระกูล (2542 : 32) การจัดการ เป็นศิลปะของการใช้บุคคลอื่นทำงานให้แก่องค์กร โดยการตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังและจัดโอกาสให้เขาเหล่านั้นมีความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน

ธนชัย ยมจินดา (2540 : 60) ให้คำจำกัดความของการจัดการคือ กระบวนการซึ่งประกอบไปด้วยหน้าที่พื้นฐาน ได้แก่ การวางแผน การจัดการ การจัดคนเข้าทำงาน การอำนวยการ และการควบคุม

ศิริพร พงษ์ศรีโรจน์ (2540 :13) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การจัดการหรือการบริหาร คือศิลปะในการดำเนินงานร่วมกันของคณะบุคคล ซึ่งเป็นผู้บริหารองค์การในส่วนที่เกี่ยวกับการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการและการควบคุมกิจการให้ดำเนินไปตามนโยบายจนบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การที่วางไว้อย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพที่สุด

ปราณี กองทิพย์ และมังกร ปุ่มกิ่ง (2542 : 16) การจัดการ หมายถึง กระบวนการที่ผู้นำผู้บริหาร ใช้ศิลปะและวิธีการต่าง ๆ ประสานงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

จากนิยามดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การบริหารจัดการ หมายถึง การปฏิบัติการตามหน้าที่บริหารของหน่วยงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของคณะบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยอาศัยภาวะผู้นำที่จะเพิ่มสมรรถภาพ ความสามารถ และการรวมน้ำใจของคณะบุคคลากรให้สามารถทำงานเป็นทีมมีความรับผิดชอบที่สามารถตรวจสอบได้และพัฒนายกระดับมาตรฐานการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

2. ความสำคัญของการบริหารจัดการ

ปัจจุบันนี้ทุกฝ่ายต่างยอมรับว่าการบริหารจัดการเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับองค์กร ซึ่งการบริหารจัดการที่ดีนั้นมีความสำคัญต่อองค์กร ดังนี้

2.1 กระบวนการบริหารจัดการที่ดี จะเป็นสมองขององค์กรในการนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ เช่น การวางแผนของฝ่ายจัดการที่ได้ตัดสินใจกลั่นกรองข้อมูลต่าง ๆ อย่างใช้ดุลยพินิจพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อองค์กรในอนาคต

2.2 การบริหารจัดการ เป็นแนวทางที่ทำให้สมาชิกในองค์กรเกิดความตั้งใจ เต็มใจร่วมมือกันเพื่อให้องค์กรประสบผลสำเร็จ เพราะมีกระบวนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2.3 การบริหารจัดการลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน เพราะได้กำหนดขอบเขตการทำงานของสมาชิกแต่ละบุคคลไว้อย่างละเอียดชัดเจน

2.4 การบริหารจัดการ เป็นวิธีการบริหารที่พยายามแสวงหาวิธีการที่ดีที่สุดและเหมาะสมที่สุดกับสภาพของแต่ละองค์กร เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

3. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการสมัยใหม่นั้น ไม่ว่าจะเป็องค์การทางราชการหรือองค์การทางธุรกิจก็ตามย่อมมีความจำเป็นใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยในการจัดการประสมประสานการใช้ทรัพยากร เพื่อให้การดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ปัจจัยที่กำหนดไว้ ปัจจัย หรือ ทรัพยากรคือ 4 M's คือ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) และการจัดการ (Management) หรือนักวิชาการมีการแบ่งย่อยอีกคือ วิธีการตลาด (Market) และเครื่องจักร (Machine) และนักวิชาการบางคนเพิ่มอีก 1 M เข้าไปคือขวัญ (Morale) เป็นหลัก 7M's

สำหรับ พิทยา บวรพัฒนา (2541: 42) ได้เสนอแนวความคิดการบริหารจัดการของ Gulick และ Urwich กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ เรียกว่า POSDCORB ว่ามีดังนี้

1. การวางแผน (Planning) หมายถึง การกำหนดเป้าหมายขององค์กรว่า ควรทำเพื่อวัตถุประสงค์อะไร และจะดำเนินการอย่างไร

2. การจัดองค์กร (Organizing) หมายถึง การจัดตั้งโครงสร้างอำนาจอย่างเป็นทางการภายในองค์กรเพื่อประสานงานหน่วยงานย่อยต่าง ๆ ให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้

3. การสั่งการ (Directing) หมายถึง การที่หัวหน้าฝ่ายบริหารมีหน้าที่ต้องตัดสินใจอยู่ตลอดเวลา โดยพยายามนำเอาการตัดสินใจดังกล่าวมาเปลี่ยนเป็นคำสั่งและคำแนะนำ นอกจากนี้ยังหมายถึงการที่หัวหน้าฝ่ายบริหารต้องทำหน้าที่เป็นผู้นำองค์การ

4. การบรรจุ (Staffing) หมายถึง หน้าที่ด้านบริหารงานบุคคล เพื่อฝึกอบรมเจ้าหน้าที่และจัดเตรียมบรรยากาศในการทำงานที่ดีไว้

5. การประสานงาน (Co-ordinating) หมายถึง หน้าที่สำคัญต่าง ๆ ในการประสานส่วนต่าง ๆ ของงานให้เข้าด้วยกันอย่างดี

6. การรายงาน (Report) หมายถึง การรายงานความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในองค์กรให้ทุกฝ่ายทราบ ทั้งนี้อาจใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การวิจัยและการตรวจสอบ

7. การงบประมาณ (Budgeting) หมายถึง หน้าที่ในส่วนที่เกี่ยวกับงบประมาณในรูปของการวางแผนและการควบคุมด้านการเงินและบัญชีทวิศักดิ์ นพเกษตร (2541: 6) นำเสนอว่าธนาคารโลกได้กำหนดตัวชี้วัดความมั่นคงร่ำรวยของประเทศจากรายได้ประชากรต่อคนต่อปี หรือ GDP per capita มาเป็นตัวชี้วัด Estimated Wealth per capita ซึ่งคิดจากปัจจัย 3 ลักษณะคือ ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรจากการผลิตและทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ปัจจัยทั้ง 3 ประการเป็นสิ่งที่อยู่ในชุมชนและผลการวิจัยพบว่ากว่า 2 ใน 3 ของประเทศที่มั่งคั่งมาจากปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์กิจกรรมที่สมาชิกของชุมชนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมประเมินจากทางเลือกหลาย ๆ ทาง และร่วมวางแผนดำเนินงานตามประเภทของกิจกรรม โดยมีพื้นฐานความคิดว่ากลุ่มมีกิจกรรมที่หลากหลายประเภท หรือกลุ่มทำกิจกรรมเดี่ยวแต่ครอบคลุมได้หลายมิติ ซึ่งแก้ไขปัญหาของชุมชนหรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ชุมชนต้องการผู้วิจัยมีความเห็นว่าการจัดการมีความเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับระบบของคนและระบบงาน การผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับวิธีการจัดการทรัพยากรของชุมชนให้เน้นระบบการจัดการที่ดี และผู้วิจัยกำหนดความเป็นกระบวนการด้านการจัดการเป็นตัวชี้วัดลักษณะที่สำคัญของความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนสรุปได้ว่าระบบการจัดการที่ดีควรประกอบด้วย

1. ความเป็นกระบวนการ คือ ผู้นำหรือคณะกรรมการมีการจัดการกิจกรรมให้เกิดขึ้นไปตามลำดับจนถึงขั้นตอนสุดท้าย เป็นเช่นนี้เรื่อยไปเป็นวัฏจักร เพราะการจัดการเริ่มตั้งแต่การวางแผนงานเพื่อแก้ไขปัญหา การดำเนินงานตามแผน การติดตามประเมินผลและถ้ายังไม่สามารถแก้ไขได้หรือมีปัญหาใหม่เกิดขึ้นอีก การแก้ไขปัญหาที่จะเป็นไปตามขั้นตอน คือ มีแผนงานดำเนินการ และติดตามประเมินผลเป็นเช่นนี้ตลอดไปจนกว่าจะแก้ไขปัญหาได้

2. การมีส่วนร่วม ของสมาชิกในชุมชนตั้งแต่การเริ่มคิด ตัดสินใจ วางแผน ดำเนินการและควบคุมติดตามประเมินผล ตลอดถึงการร่วมรับผลประโยชน์



3. กระบวนการชุมชน เป็นการเรียนรู้ชุมชน เพื่อร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์ การวางแผน การดำเนินงาน การติดตามและประเมินผล สมาชิกจะเกิดการเรียนรู้ในการจัดการกับชุมชนของตนเอง โดยผ่านการลงมือปฏิบัติ

4. การผสมผสาน (Integration) ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้านใช้ กระบวนการชุมชนร่วมกับหลักการทางวิชาการ โดยผ่านพลังของคนในชุมชนหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local wisdom) เพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชน

5. ผลสำเร็จของกิจกรรม บรรลุวัตถุประสงค์หรือแก้ไขปัญหาได้ โดยกำหนดตัวชี้วัด เป็นเป้าหมายแสดงถึงความสำเร็จในการจัดการ เช่น สมาชิกเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน จากการมีส่วนร่วมดำเนินกิจกรรม โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของกรรมการกลุ่มสอดคล้องกับความรู้ความ

สามารถของแต่ละคนมีการระดมทุนภายใน การจัดการด้านการเงินเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและตรวจสอบได้ ใช้เทคนิควิธีการติดต่อสื่อสาร ประสานงานควบคุมประเมินผลและนำไปสู่การสร้างเครือข่ายกิจกรรม

สำหรับ พะยอม วงศ์สารศรี (กฤตติกา แสนโกชน. 2546 : 40) กล่าวไว้คือ ข้อแรก การจัดการเป็นสมองขององค์กร การที่องค์กรจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ นั้น ต้องมีกระบวนการจัดการที่ดี เช่น มีการวางแผนและตัดสินใจโดยการถกกัน กรองจากฝ่ายจัดการที่ได้พิจารณาข้อมูลต่าง ๆ อย่างใช้ดุลยพินิจ ใช้สติปัญญาพิจารณาผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นต่อองค์กรนั้น ข้อที่สอง การจัดการเป็นเทคนิควิธีการที่ทำให้สมาชิกในองค์กรเกิดจิตสำนึก ร่วมกันในการปฏิบัติงาน มีความตั้งใจ เต็มใจช่วยเหลือให้องค์กรประสบความสำเร็จเพราะมี กระบวนการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน นำทางให้องค์กรไปสู่ความสำเร็จ ข้อที่สาม การจัดการเป็นการกำหนดขอบเขตในการทำงานของสมาชิกในองค์กร ไม่ให้ซ้ำซ้อนกัน ทำการปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความราบรื่น รวดเร็ว มีประสิทธิภาพและข้อที่สี่ การจัดการ เป็นการแสวงหาวิธีการที่ดีที่สุดในปฏิบัติงานให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

4. แนวความคิดทางการบริหารจัดการ

แนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการมี 2 แนวความคิดที่สำคัญ คือ แนวความคิดการบริหารที่มีหลักเกณฑ์ และแนวความคิดการบริหารแบบมนุษยสัมพันธ์

เฟเดอริก ดับเบิลยู เทเลอร์ (Frederick W. Taylor. 1978, อ้างถึงใน ธงชัย สันติวงศ์ 2540 : 23) ซึ่งเป็นผู้นำและบิดาแห่งการจัดการที่มีหลักเกณฑ์ ได้ทำการศึกษาวิธีการปฏิบัติทางการผลิตในระดับโรงงานขึ้นเป็นครั้งแรก โดยใช้หลักการต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน Taylor เชื่อว่า เป็นได้ที่จะกำหนดปริมาณงานที่แต่ละคนทำได้ในระยะเวลาที่กำหนด โดยไม่เป็นการบีบบังคับต่อ

ตัวผู้ทำงานนั้น และการศึกษาเกี่ยวกับเวลาดังกล่าวจะเป็นไปโดยถูกต้องและมีหลักเกณฑ์มากที่สุด ซึ่งจะป้องกันข้อโต้แย้งต่าง ๆ ได้ โดยทั้งสองฝ่ายจะบริหารก็จะได้รับประโยชน์จากการได้รับผลผลิตเพิ่มขึ้นถ้ามีการ

1. ขจัดการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็นออกไปจากกระบวนการทำงาน
2. ฝึกให้คนได้เรียนรู้วิธีการทำงานใหม่ ๆ
3. มีการกำหนดมาตรฐานของงานที่สูงขึ้นกว่าปกติ
4. จัดระบบค่าตอบแทนให้อยู่บนพื้นฐานของความสามารถและผลผลิตที่สูงขึ้น ซึ่งจะ

มีวิธีการเพื่อกำหนดวิธีการดำเนินงาน หรือที่เรียกว่า การวิเคราะห์เวลา และการเคลื่อนไหว (Time and motion study) โดยมีสาระสำคัญ คือ การเปลี่ยนจากความไม่มีประสิทธิภาพที่สืบเนื่องมาจากวิธีปฏิบัติแบบไม่มีหลักเกณฑ์มาเป็นความมีประสิทธิภาพ โดยวิธีการจัดการที่มีหลักเกณฑ์ที่กำหนดขึ้น โดยตัวผู้บริหารตามความรับผิดชอบที่ควรจะต้องมีมากกว่าเดิม

ขณะเดียวกัน Frederick W. Taylor (อ้างถึงใน ธงชัย สันติวงศ์. 2540 : 23) กล่าวถึงการบริหารจัดการที่มีหลักเกณฑ์ ว่าควรมีหลักการที่สำคัญ ดังนี้

1. ต้องมีการคิดค้นและกำหนด วิธีที่ดีที่สุด สำหรับงานที่จะทำแต่ละอย่าง กล่าวคือ จะต้องมีการกำหนดวิธีการทำงานที่ดีที่สุด ที่จะช่วยให้สามารถทำงานเสร็จลุล่วงไปด้วยดีตามวัตถุประสงค์ มาตรฐานของงานจะต้องมีการจัดวางเอาไว้โดยมีหลักเกณฑ์ที่พิสูจน์มาแล้วว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุดจริง และในเวลาเดียวกันการจ่ายผลตอบแทนแบบจูงใจต่าง ๆ ก็จะต้องจ่ายให้ตามผลผลิตทั้งหมดสำหรับส่วนที่เกินกว่ามาตรฐาน

2. ต้องมีการคัดเลือกและพัฒนาคนงาน จัดให้เหมาะสมสอดคล้องกับคนงาน Taylor เน้นความจำเป็นที่จะต้องมีการอบรมคนงาน ให้รู้จักวิธีการทำงานที่ถูกวิธีในการคัดเลือกคนงาน จะต้องมีการพิจารณาเป็นพิเศษที่จะให้ได้คนงานที่มีคุณสมบัติที่ดีที่สุดตรงตามงานที่จะให้ทำ

3. ด้วยวิธีการพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับวิธีทำงาน ควบคู่กับการพิจารณาคงงานนี้ Taylor เชื่อว่า คนงานจะไม่คัดค้านต่อวิธีทำงานใหม่ที่ได้กำหนดขึ้น เพราะโดยหลักเหตุผล คนงานทุกคนจะเห็นจริงถึงโอกาสที่เขาจะได้รับรายได้สูงขึ้นจากการทำงานถูกวิธี

4. การประสานร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้บริหารและคนงาน Taylor เชื่อว่าฝ่ายบริหารควรจะได้ประสานงานอย่างใกล้ชิดเป็นประจำกับคนงานที่เป็นผู้ปฏิบัติงาน แต่จะต้องไม่ใช่ด้วยการไปลงมือปฏิบัติงานที่ควรเป็นงานของคนงานเท่านั้น

สำหรับ Henri Fayol (อ้างถึงใน ธงชัย สันติวงศ์. 2540 : 24 - 26) ได้สรุปสาระสำคัญเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการไว้ดังนี้

1. เกี่ยวกับหน้าที่การจัดการ (Management Functions) กระบวนการจัดการงาน ประกอบด้วยหน้าที่ต่าง ๆ 5 ประการคือ

1.1 การวางแผน (Planning) หมายถึง การคาดการณ์ล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดผลกระทบต่อธุรกิจ และกำหนดขึ้นเป็นแผนการปฏิบัติงาน หรือวิถีทางที่จะปฏิบัติขึ้นไว้เป็นแนวทางการทำงานในอนาคต

1.2 การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง การจัดให้มีโครงสร้างของงานต่าง ๆ และอำนาจหน้าที่ให้อยู่ในส่วนประกอบที่เหมาะสมที่จะช่วยให้งานขององค์การบรรลุผลสำเร็จได้

1.3 การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) หมายถึง การสั่งการงานต่าง ๆ แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งผู้บริหารจะต้องกระทำตนเป็นตัวอย่างที่ดีและต้องเข้าใจผู้ปฏิบัติงานด้วยตลอดจนเข้าถึงข้อตกลงในการทำงานของคนงานและองค์การที่มีอยู่

1.4 การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง การเชื่อมโยงงานของทุกคนให้เข้ากันได้และไปสู่เป้าหมายเดียวกันในที่สุด

1.5 การควบคุม (Controlling) หมายถึง การที่จะต้องกำกับให้สามารถประกันได้ว่ากิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำไปนั้นสามารถเข้ากันได้กับแผนที่วางไว้

2. ลักษณะของผู้บริหาร ผู้บริหารระดับสูงจะต้องมีคุณลักษณะพร้อมด้วยความสามารถทางร่างกาย จิตใจ ไหวพริบ การศึกษาหาความรู้ เทคนิคในการทำงานและประสบการณ์ต่าง ๆ ซึ่งรวมเรียกว่า ความสามารถทางการจัดการ ซึ่งต่างจากพนักงานระดับปฏิบัติที่จะเน้นหนักที่เทคนิควิธีการทำงานเป็นสำคัญ

3. เกี่ยวกับหลักการจัดการ (Management principles) Fayol ได้วางหลักทั่วไปที่ใช้ในการจัดการไว้ 14 ข้อ คือ

3.1 หลักที่เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ Fayol เชื่อว่าอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ และอำนาจหน้าที่ที่ควรจะมีเท่ากับความรับผิดชอบ นั่นคือ เมื่อผู้ใดได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบต่องานใดงานหนึ่ง ผู้นั้นก็ควรจะได้รับมอบหมายอำนาจหน้าที่เพียงพอที่จะใช้ปฏิบัติงานนั้นให้สำเร็จลุล่วงไปได้เป็นอย่างดี

3.2 หลักของการมีผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียวการกระทำใด ๆ คนงานควรได้รับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียวเท่านั้น เพื่อป้องกันมิให้เกิดความสับสนในคำสั่งที่เกิดขึ้นนั้น

3.3 หลักของการมีจุดมุ่งหมายร่วมกัน ทั้งนี้เพราะกิจกรรมของกลุ่มที่มีเป้าหมายอันเดียวกัน ควรจะต้องดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และเป็นไปตามแผนงานเพียงอันเดียวร่วมกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมายขององค์การในที่สุด

3.4 หลักของการชำระไว้ซึ่งสายงาน ซึ่งก็คือสายงานของการบังคับบัญชาจากระดับสูงมายังระดับต่ำสุดในองค์กร ที่จะเอื้ออำนวยให้การบังคับบัญชาเป็นไปตามหลักของการมีผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว และช่วยให้เกิดระเบียบในการติดต่อสื่อสารในองค์กรอีกด้วย

3.5 หลักของการแบ่งงานกันทำ คือการแบ่งงานตามความถนัดเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ของบุคลากรในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดตามหลักเศรษฐศาสตร์

3.6 หลักเกี่ยวกับระเบียบวินัย ระเบียบวินัยในการทำงานนั้นเกิดจากการปฏิบัติตามข้อตกลงในการทำงาน โดยมุ่งที่จะก่อให้เกิดความเคารพเชื่อถือและทำงานตามหน้าที่ด้วยความตั้งใจ ทั้งนี้ผู้บังคับบัญชาจะต้องมีความยุติธรรมและเป็นตัวอย่างที่ดีแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาด้วย

3.7 หลักของการถือประโยชน์ส่วนบุคคลเป็นรองจากประโยชน์ส่วนรวม ระบุไว้ว่าเป้าหมายและผลประโยชน์ส่วนตัวได้ส่วนเสียของส่วนรวมของกลุ่ม จะต้องมีความสำคัญเหนือกว่าเป้าหมายของส่วนบุคคลหรือของส่วนย่อยต่าง ๆ เพื่อที่จะให้สำเร็จผลตามเป้าหมายของกลุ่มหรือองค์กร นั้นอย่างมีประสิทธิภาพ

3.8 หลักของการให้ผลประโยชน์ตอบแทน ต้องมีความยุติธรรมและให้เกิดความพอใจ และประโยชน์มากที่สุดแก่ทั้ง 2 ฝ่าย คือทั้งลูกจ้างและนายจ้าง ให้สามารถดำรงอยู่ในสภาวะการณ์ในปัจจุบัน

3.9 หลักของการรวมอำนาจไว้ในส่วนกลาง การจัดการควรจะต้องมีการรวมอำนาจไว้ที่จุดศูนย์กลางเพื่อที่จะควบคุมส่วนต่าง ๆ ขององค์กรไว้ได้เสมอ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมสูงสุดเท่าที่จะทำได้

3.10 หลักของความมีระเบียบเรียบร้อย การจัดระเบียบสำหรับการทำงานของคนงานในองค์กรนั้น ผู้บริหารจำเป็นต้องกำหนดลักษณะและขอบเขตของงานให้ถูกต้อง ชัดเจน พร้อมทั้งระบุดึงความสัมพันธ์ต่องานอื่น เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย

3.11 หลักของความเสมอภาค ผู้บริหารต้องยึดถือเรื่องของความเอื้ออารีและความยุติธรรมเป็นหลัก เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความจงรักภักดี และอุทิศตนในการทำงานให้กับองค์กร

3.12 หลักของความมีเสถียรภาพของการว่าจ้างทำงาน การที่คนเข้าออกมากย่อมเป็นสาเหตุของการสิ้นเปลือง และทำให้การจัดการงานไม่เกิดประสิทธิภาพ ดังนั้นทั้งผู้บริหารและคนงานจะต้องใช้เวลาระยะหนึ่งเพื่อเรียนรู้งานจนทำได้ดีเสียก่อน

3.13 หลักของความคิดริเริ่ม การช่วยคิดริเริ่มของคนงานทุกคนภายในขอบเขตที่คนคนนั้นพึงมี จะเป็นพลังอันสำคัญที่จะทำให้องค์กรเข้มแข็งขึ้น ตลอดจนแผนงานและเป้าหมายต่าง ๆ ก็จะถูกทำให้สำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดด้วย

3.14 หลักของความสามัคคีคือ การเน้นถึงความจำเป็นที่ทุกคนในองค์กรจะต้องทำงานเป็นกลุ่มที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อจะให้เกิดการบรรลุเป้าหมายขององค์กรเป็นอย่างดีภายในทิศทางเดียวกัน

สำหรับ แนวคิดการบริหารและการจัดการสมัยใหม่นั้นมี 3 วิธีการดังนี้ (ชงชัย สันติวงศ์. 2539 : 65 – 71)

1. วิธีการบริหารแบบตัดสินใจการศึกษาตามแบบนี้มีการใช้เครื่องมือสมัยใหม่ คือ การวิเคราะห์เชิงปริมาณเป็นอันมาก ประโยชน์หรือข้อดีของการใช้เครื่องมือดังกล่าวก็คือ ช่วยให้มีเครื่องมือสำหรับการพิจารณาสิ่งต่าง ๆ รวมกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้เป็นอย่างดี ส่วนข้อเสียคือทำให้เกิดการมองข้ามสิ่งที่เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถวัดด้วยเครื่องมือนี้ได้

2. วิธีการบริหารแบบระบบ เพื่อการปรับตัว การศึกษาแบบนี้วิธีการศึกษาจะสนใจพิจารณาถึงความสัมพันธ์ขององค์กร ที่จะต้องทำการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการกระทำต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกองค์กร

3. วิธีการบริหารตามสถานการณ์ เป็นวิธีการบริหารที่เปิดโอกาสให้สามารถรับรู้ถึงปัญหาที่ยุ่งยากซับซ้อนต่าง ๆ ที่มักจะมิอยู่ในองค์กรสมัยใหม่ในยุคปัจจุบัน

ระบบการบริหารจัดการที่ดี (Good Governance) ศัพท์คำว่า Good Governance มีการใช้แพร่หลายมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับการบริหาร โดยใช้คำแตกต่างกัน เช่น อาจารย์ธีรยุทธ บุญมี ใช้คำว่า ธรรมรัฐ นายอนันต์ ปันยารชุน ใช้คำว่า ธรรมาภิบาล ส่วนอนุกรรมการบัญญัติศัพท์ของ ก.พ. ใช้คำว่า การบริหารจัดการที่ดี ส่วนทางราชบัณฑิตยสถาน ใช้คำว่า วิธีการปกครองที่ดี โดยนัยนี้ Good Governance จึงเป็นการมองโลกสมัยใหม่ว่า เป็นโลกที่มีรูปแบบของการบริหารแตกต่างจากเดิม และมีความจำเป็นที่ต้องยึดเป้าหมายของงานเป็นหลัก ประเทศก็ต้องมีกลไกในการทำงาน ซึ่งได้แก่ รัฐบาลและระบบราชการ สิ่งทีกลไกต้องผลิตให้ได้ก็คือ บริการ การพัฒนา หรืออะไรก็แล้วแต่ ที่เป็นผลจากกลไกอันนั้น ผลที่ว่านี้เราต้องคาดว่าจะเป็นผลดี คือ ประชาชนไม่ทุกข์ยาก มีฐานะร่ำรวยขึ้น ฉลาดขึ้น ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ ประเทศพัฒนาขึ้น และสังคมดีขึ้น เป็นต้น

หลักการของวิธีบริหารจัดการที่ดี ประกอบด้วย

1. หลักนิติธรรม คือการตรากฎหมายและบังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นธรรม รวมทั้งการใช้อำนาจอรัฐอย่างเป็นธรรม

2. หลักคุณธรรม มีจุดมุ่งหมาย ที่จะให้การบริหารบ้านเมือง และสังคม ยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม ทั้งในแง่ของศีลธรรม จริยธรรม วัฒนธรรม และบรรทัดฐานที่สังคมยอมรับว่าเป็นแบบอย่าง หรือครรลองที่พึงปฏิบัติ

3. หลักความโปร่งใส เป็นเรื่องของการกระทำกิจการใด ๆ ด้วยความเปิดเผยต่อสาธารณชน และสามารถตรวจสอบได้ โดยเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกประเมินผลการดำเนินงานอย่างเต็มที่

4. หลักการมีส่วนร่วม ต้องจัดให้ผู้เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม คนที่มีส่วนร่วมคือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงานของหน่วยงานนั้น (ผู้มีส่วนร่วม เรียกว่า stakeholders)

5. หลักความรับผิดชอบและตรวจสอบได้ ผู้ใช้อำนาจต้องยินดีรับผิดชอบต่อผลการกระทำหรือการตัดสินใจของตนเอง ไม่ว่าทิศทางใดก็ตาม

6. หลักความคุ้มค่า มีการใช้ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องอย่างระมัดระวังและมีคุณภาพ ทั้งคุณภาพในเชิงทักษะฝีมือการทำงาน และคุณภาพในเชิงนามธรรม

7. หลักคุณภาพหรือมาตรฐาน การบริหารจัดการที่ดีต้องมีกลไกที่เกี่ยวข้องกับการประกันคุณภาพ ก็คือต้องรู้ว่า จะต้องมีเกณฑ์อะไร มาตรฐานหรือกติกาอะไร ใครเป็นผู้รับผิดชอบ เพื่อจะสามารถตรวจสอบได้ว่ากลไกนั้นมีอยู่ และเป็นไปอย่างที่พึงประสงค์หรือไม่

8. หลักความพึงพอใจ เมื่อองค์กรเรียกร้องให้ผู้ที่เกี่ยวข้องอุทิศตนและเสียสละแก่องค์กร องค์กรก็จำเป็นต้องตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลในองค์กรนั้นในระดับหนึ่ง ด้วยการสร้างความพึงพอใจให้ทุกฝ่าย กระทำได้โดยใช้หลักดุลยภาพ การสร้างดุลยภาพนี้ ต้องมีกลไกที่ชัดเจน และถ้ามีความขัดแย้งกันของความพึงพอใจ ต้องมีกระบวนการควบคุมตรวจสอบดูแลมาตรฐานด้วย รายละเอียดในเรื่องนี้หน่วยงานแต่ละแห่งต้องกำหนดเอง

โดยรวมแล้ว หลักการของ Good Governance ประกอบด้วย การบริหารที่มีความโปร่งใส การบริหารแบบมีส่วนร่วม และมีกลไกควบคุมทุกจุด เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ 3 ประการนี้ต้องไปด้วยกัน อาจจะเน้นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แต่ต้องมีครบทั้งสามองค์ประกอบ

5. ปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน

การบริหารจัดการองค์กรต่างๆ จะดำรงอยู่ได้ และดำเนินการได้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ต้องอาศัยกระบวนการจัดการ หรือกระบวนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ และรู้จักใช้เทคนิคการนำองค์กรไปสู่เป้าหมาย จากการศึกษาพบว่าธุรกิจต่าง ๆ ประสบความสำเร็จเนื่องจากการบริหารจัดการที่ดีและธุรกิจที่มีขนาดเล็ก ส่วนมากที่ประสบความสำเร็จเนื่องจากขาดความสามารถในการบริหารจัดการ ซึ่งได้มีผู้กล่าวถึงปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอไว้โดยสังเขป ดังนี้

โสภณ สุภาพงษ์ (2538 : 37) กล่าวว่า การประกอบธุรกิจต่าง ๆ โดยทั่วไปจะต้องใช้ปัจจัยพื้นฐานอย่างน้อย 4 ประการ คือ คน เงิน วัตถุดิบ และการบริหารจัดการ ทั้งนี้ในการประกอบธุรกิจชุมชนก็มีลักษณะเช่นเดียวกัน ซึ่งจะต้องประกอบด้วยปัจจัยอย่างน้อย 6 อย่าง ได้แก่ การตลาด การจัดการ ทุน ข้อมูล แรงงาน และวัตถุดิบ ซึ่งหากจะพิจารณาในแต่ละปัจจัยทั้ง 6 อย่าง จะพบว่าชุมชนหรือกลุ่มชาวบ้านในชนบทส่วนใหญ่ไม่มีอะไรเลยนอกจากปัจจัยแรงงานหรือหากมีบ้างก็อยู่ในลักษณะที่ไม่สมบูรณ์ ดังนั้น หากภาคเอกชนต้องการส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนหรือกลุ่มองค์กรชาวบ้านสามารถประกอบธุรกิจชุมชนได้ ภาคเอกชนต้องเข้าไปเสริมช่วยในลักษณะร่วมลงทุน (Partership) อาทิช่วยเรื่องการตลาด การจัดการและทุน โดยการเริ่มต้นให้ชุมชนลงมือดำเนินการเป็นเจ้าของเองตั้งแต่ขั้นตอน การคิด การทำ การบริหารจัดการ และการแบ่งปันผลประโยชน์ ซึ่งจะนำไปสู่การศึกษาการเรียนรู้จากระบบตามธรรมชาติต่อไป

ปัจจัยที่สำคัญและจะส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจชุมชน ของกลุ่มองค์กรชาวบ้านนั้น ให้มีความสำคัญกับร่วมลงทุน โดยในการประกอบธุรกิจชุมชนต้องให้ชาวบ้านร่วมกับธุรกิจเอกชนลงมือดำเนินการและมีภาครัฐเป็นผู้สนับสนุน เนื่องจากธุรกิจชุมชนที่เกิดขึ้นจากชุมชนหรือกลุ่มชาวบ้านร่วมกับธุรกิจเอกชนดำเนินการนั้นจะเกิดขึ้นได้และมีความต่อเนื่องยั่งยืนเพราะเหตุว่า ทั้งสองมีมุมมองที่ใกล้เคียงกัน แต่ในขณะเดียวกันภาครัฐก็มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุน โดยควรเป็นไปในลักษณะในเรื่องการจัดเวที ในเรื่องปัจจัยด้านระบบภาษี การคลังท้องถิ่น รายได้ท้องถิ่น ทั้งนี้เนื่องจากบทบาทและวิธีการในการดำเนินการของภาครัฐและภาคชุมชน - เอกชน มีความแตกต่างกัน สิ่งที่ภาครัฐควรทำเพื่อสนับสนุนธุรกิจชุมชนประการหนึ่งคือการสร้างระบบจูงใจเพื่อให้ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมซึ่งจะกระจายไปสู่ภูมิภาคมีความสัมพันธ์กับธุรกิจชุมชน ทั้งนี้ จะต้องมีการศึกษาว่าหากอุตสาหกรรมต่าง ๆ ไปลงทุนและตั้งในชุมชนแล้ว อุตสาหกรรมนั้นจะสามารถพัฒนาชุมชนโดยเสริมสร้างความเข้มแข็งของการประกอบธุรกิจของชุมชนให้เจริญควบคู่กันไปได้อย่างไรบ้าง โดยบทบาทภาครัฐก็คือ การมีมาตรการจูงใจและเกื้อกูลให้ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจชุมชน

จตุศักดิ์ ชาญณรงค์ (2546 : 15-16) กล่าวถึงปัญหา และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการประกอบการธุรกิจขององค์กรชุมชน มีดังนี้

1. ด้านการผลิต มักจะประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ สินค้าขาดคุณภาพไม่ตรงตามมาตรฐานด้านการตลาด เกิดความไม่สมดุลระหว่างปริมาณสินค้าที่ผลิตได้ กับปริมาณความต้องการด้านตลาด ไม่มีตลาดรองรับที่แน่นอน แหล่งที่ตั้งของตลาด หรือการกระจายสินค้ายังจำกัดในพื้นที่

2. ด้านการเงิน เงินทุนและสินเชื่อบริษัทจำกัด ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันตามวงเงินที่สถาบันการเงินกำหนด

3. ระบบบัญชีและการตรวจสอบควบคุมยังไม่ได้มาตรฐาน ขาดความน่าเชื่อถือในระบบการเงินและบัญชีขององค์กร

4. ขาดแคลนแรงงาน ระดับฝีมือแรงงานค่อนข้างต่ำ

5. ด้านการบริหารจัดการ ผู้นำและทีมบริหารองค์กรธุรกิจชุมชนขาดความสามารถและทักษะในการบริหารจัดการ ทั้งในด้านการผลิต การตลาด การเงินและบัญชี การบริหารงานบุคคล

6. ด้านการทำงานเป็นกลุ่ม เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมโดยทั่วไปเป็นการประกอบการโดยบุคคลหรือเอกชนผู้เป็นเจ้าของ ในขณะที่ธุรกิจชุมชนเป็นการดำเนินงานโดยกลุ่มหรือองค์กรชุมชน ซึ่งต้องอาศัยการทำงานเป็นกลุ่มเป็นทีม จึงต้องมีการพัฒนาทักษะการทำงานกลุ่ม

7. ขาดการประสานความร่วมมืออย่างแท้จริง จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนให้คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้และเกิดความเข้มแข็งในการบริหารจัดการ

8. ขาดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ในการเป็นเจ้าของและดำเนินกิจกรรมในขั้นตอนต่าง ๆ

9. นโยบายของรัฐยังไม่เอื้ออำนวยทั้งในด้านภาษี สินเชื่อ ตลอดจนระบบโครงสร้างราชการ

สำหรับ ใจมานัส พลอยยอด (2540 : 72) ได้ศึกษาวิจัย ซึ่งณรงค์ เพชรประเสริฐ กล่าวว่า เป็นงานวิจัยชิ้นแรกที่น่าเสนอแนวคิดและการวิเคราะห์ทั้งในระดับมหภาคและจุลภาคได้พยายามจะชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมอะไรบ้างเป็นตัวแปรของปัจจัยแห่งความสำเร็จและล้มเหลวของธุรกิจชุมชน ซึ่งได้แก่

1. ความสามารถในการระดมทุน
2. ความสามารถในการขยายกิจกรรม (สายการผลิตและการค้า)
3. รายได้ของผู้ร่วมธุรกิจชุมชน
4. ผลประโยชน์ที่สมาชิกได้รับ
5. ผลการดำเนินงานของธุรกิจ
6. การพึ่งพาภายนอกและการพึ่งตนเอง

ณรงค์ เพชรประเสริฐ (2542 : 124 – 138, 177 – 181) ได้กล่าวถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จและล้มเหลวของธุรกิจชุมชน จากกรณีศึกษา บริษัทธุรกิจชุมชนหัวไทร หรือ หัวไทรโมเดล ว่าประกอบด้วย 5 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่

1. ปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุน กล่าวคือหากธุรกิจชุมชนสามารถระดมเงินจากชุมชนได้เอง หรือมีเงินช่วยเหลือหรือดอกเบี้ยต่ำ จะทำให้โอกาสที่ธุรกิจจะจัดตั้งและดำเนินการได้ดีประสบความสำเร็จมีความเป็นไปได้สูง
2. ปัจจัยด้านการผลิต กล่าวคือ จะต้องรู้ว่าผลิตอะไร อย่างไร หากธุรกิจชุมชนมีความได้เปรียบเชิงทรัพยากรและ / หรือในเชิงทักษะซึ่งมีอยู่ในท้องถิ่น ปัจจัยด้านการผลิตจะเป็นความได้เปรียบและสนับสนุนให้ธุรกิจมีโอกาสประสบความสำเร็จ
3. ปัจจัยด้านการตลาด กล่าวคือ การรู้ความต้องการของตลาดและรู้ว่าจะนำสินค้าไปขายที่ไหน อย่างไร
4. ปัจจัยด้านการบริหารและการจัดการ ได้แก่ ความสามารถเรื่องระบบงาน การเงิน บุคลากร และระบบตลาด
5. ปัจจัยด้านผู้นำ ทั้งนี้เนื่องจากสังคมไทยมีลักษณะเชื่อคนมากกว่าระบบ ดังนั้นหากผู้นำเป็นที่ไว้วางใจของสมาชิก มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถในการเป็นผู้นำ มีความเสียสละ เป็นต้น ธุรกิจชุมชนก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จ

แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

1. ความหมาย

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) มีความหมายในแต่ละหน่วยงานแตกต่างกันตามวิสัยทัศน์นโยบายและคุณลักษณะของหน่วยงานนั้น ๆ

ในความหมายของต่างประเทศ หมายถึง การประกอบการหรือโครงการ/กิจกรรมของคนในชุมชน โดยมุ่งประโยชน์เชิงพาณิชย์และผลทางสังคมให้กับชุมชนนั้น ๆ เป็นตัวชี้วัด แสดงความยั่งยืนของชุมชน โดยมุ่งรักษาความสมดุลของสิ่งแวดล้อมและสวัสดิการภายในชุมชน

สำหรับในประเทศไทย หมายถึง การประกอบกิจการโดยชุมชน นำทุนในชุมชนผสมผสานกับองค์ความรู้ใหม่และเทคโนโลยี ผลิตสินค้าและบริการให้ชุมชนมีอาชีพและรายได้พึ่งตนเองได้ (ศรีปริญญา รูปกระจ่าง. 2546 : 1-3)

สำหรับกรมการพัฒนาชุมชน (ศรีปริญญา รูปกระจ่าง. 2546 : 14) ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชนว่า วิสาหกิจชุมชนนั้นไม่ใช่ธุรกิจ หากแต่วิสาหกิจชุมชน ตามความหมายของกรมการพัฒนาชุมชนให้น้ำหนักกับหลักความสามัคคีธรรมของชุมชน ผนึกกำลังหล่อหลอมความคิดเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน สร้างสรรค์การประกอบการโดยชุมชนจากพื้นฐานภูมิปัญญาเดิม

ผสมผสานองค์ความรู้ใหม่ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม นำมาบริหารจัดการต้นทุนในชุมชนให้เกิดผลผลิต ที่มีอรรถประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน โดยการสร้างอาชีพที่ยั่งยืนและรายได้ที่มั่นคง

2. ความเป็นมาของแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเป็นนโยบายของรัฐบาล โดย ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีพ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร โดยมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2544 เห็นชอบให้จัดโครงสร้างส่วนราชการตามที่สำนักงาน ก.พ.เสนอให้กลุ่มงานพัฒนาชุมชนอยู่ในสังกัดกระทรวงมหาดไทย มีภารกิจสำคัญคือ การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

3. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนของกรมพัฒนาชุมชน

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้ทรงพระราชทานพระราชดำริในการพัฒนาชุมชนเพื่อความยั่งยืนโดยหลักการทฤษฎีใหม่ 3 ขั้น คือ (ศรีปริญา ฐประจ่าง. 2546 : 1)

ขั้นที่ 1 มีความพอเพียงเลี้ยงตนเองได้ บนพื้นฐานของความประหยัดและจัดการใช้จ่าย

ขั้นที่ 2 รวมพลังกันในรูปกลุ่มเพื่อการผลิต การตลาด การจัดการ รวมทั้งด้านสวัสดิการ การศึกษาและพัฒนาสังคม

ขั้นที่ 3 สร้างเครือข่ายกลุ่มอาชีพและขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลายโดยประสานความร่วมมือกับภาคธุรกิจ ภาคองค์กรพัฒนาเอกชนและภาคราชการในด้านเงินกู้ การตลาด การผลิต การจัดการและข่าวสารข้อมูล

4. องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน

กิจการของชุมชนที่นับได้ว่าเป็นวิสาหกิจชุมชน ควรมีองค์ประกอบดังนี้ (ศรีปริญา ฐประจ่าง. 2546 : 1-3)

1. เป็นกิจการของชุมชนที่ประกอบกิจการด้านการผลิต บริการและอื่น ๆ
2. ทุนในการดำเนินงาน จะใช้ทั้งทุนภายนอกและทุนของชุมชน
3. เป็นกิจการที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน
4. เป็นกิจการที่เน้นการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้
5. เป็นกิจการที่เน้นการบริหารจัดการ โดยคณะบุคคลในชุมชน
6. เป้าหมายของกิจการ เพื่อการพึ่งตนเองและเป็นการสร้างรายได้
7. ผลการดำเนินกิจกรรม ส่งผลประโยชน์แก่ชุมชน

รูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน มี 2 รูปแบบคือ

1. วิสาหกิจที่ประกอบกิจการเดี่ยว ได้แก่ วิสาหกิจที่ประกอบกิจการเพียง 1 เดี่ยว โดยคณะผู้บริหารในชุมชนชุดเดียวและไม่สร้างเครือข่ายกับวิสาหกิจอื่น ๆ โดยมีผลผลิตมากกว่า 1 ผลิตภัณฑ์หรือบริการได้

2. วิสาหกิจที่ประกอบกิจการในรูปเครือข่าย ได้แก่ วิสาหกิจที่มีปฏิสัมพันธ์กับกิจการอื่น ๆ โดยแต่ละวิสาหกิจต่างมีการประกอบการตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของกิจการหากแต่มีปฏิสัมพันธ์กันแบบพึ่งพา เกื้อกูล เชื่อมโยงในรูปแบบต่าง ๆ เช่น 1) เครือข่ายกิจกรรม เกื้อกูลกันมาเป็นเครือข่ายกันทั้งที่เป็นกิจกรรมประเภทเดียวกันและ/หรือหลายประเภท 2) เครือข่ายพื้นที่ ได้แก่ วิสาหกิจที่ดำเนินการอยู่ในระดับพื้นที่เดียวกัน เช่น ระดับหมู่บ้าน หรือตำบลด้วยกันหรือต่างระดับพื้นที่กัน เช่น วิสาหกิจระดับหมู่บ้านกับตำบลมาเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกัน

5. ระดับของวิสาหกิจชุมชน

มี 3 ระดับ สอดคล้องตามทฤษฎีใหม่ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 คือ

1. วิสาหกิจชุมชนระดับพื้นฐาน ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบการ เพื่อให้เกิดผลผลิตมีพอที่จะนำไปกิน ไปใช้อย่างพออยู่พอกิน

2. วิสาหกิจชุมชนระดับพัฒนา ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบเพื่อให้ผลผลิตมีพอกินพอใช้ เพื่อลดรายจ่ายและมีส่วนเหลือสามารถนำไปแบ่งปันแลกเปลี่ยนหรือจำหน่ายให้เกิดรายได้เพิ่ม นำไปสู่การอยู่ดีกินดีของครัวเรือนชุมชนและระหว่างชุมชน

3. วิสาหกิจชุมชนระดับก้าวหน้า ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบการมุ่งสู่การเพิ่มรายได้ไปสู่การขยายการลงทุนจัดการนำเข้าเพื่อการส่งออกของผลิตภัณฑ์ ขยายกิจการขณะเดียวกันก็สามารถจัดสรรผลกำไร เพื่อสวัสดิการของชุมชนหรือเพื่อกิจการสาธารณประโยชน์ สร้างความมั่งมีศรีสุข ของครัวเรือน ชุมชน ขยายไปถึงระหว่างชุมชนและนำไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

6. การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

กรมการพัฒนาชุมชน ได้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ในปี พ.ศ. 2546 (ศรีปริญญา รูปกระจ่าง. 2546 : 12 -13) ดังนี้

1. การดำเนินโครงการคลินิกสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการให้คำปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะให้บริการทางวิชาการและส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้แก่ประชาชนทุกรูปแบบ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมประสานและแสวงหาทรัพยากร โครงการหนึ่งตำบล

หนึ่งผลิตภัณฑ์กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในด้านข้อมูล ทุน การผลิต การตลาดและการประชาสัมพันธ์ในลักษณะของการบูรณาการและสร้างเครือข่ายแก่ประชาชน

2. โครงการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัด ได้ดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัดใช้กลยุทธ์ในกระบวนการพัฒนาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยจังหวัดพิจารณาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติครบองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ กิจกรรมของชุมชน ดำเนินการโดยทุนของชุมชน และมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม ดำเนินการด้วยหลักสามัคคีธรรมเน้นกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้/ประชาคมตำบล และมีเป้าหมายการพึ่งตนเองของชุมชนจังหวัดละ 1 แห่ง เพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน และติดตามประเมินผลศึกษากระบวนการก่อเกิดและพัฒนาเพื่อผลการศึกษาจะเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่มีศักยภาพนำไปสู่การขยายผลต่อไป

3. การจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มแหล่งจำหน่ายและกระจายสินค้าให้กับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

4. ดำเนินการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจชุมชน เพื่อให้ผู้นำเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน มีความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจและสามารถนำไปใช้ในการบริหารจัดการด้านวิสาหกิจชุมชนต่อไป

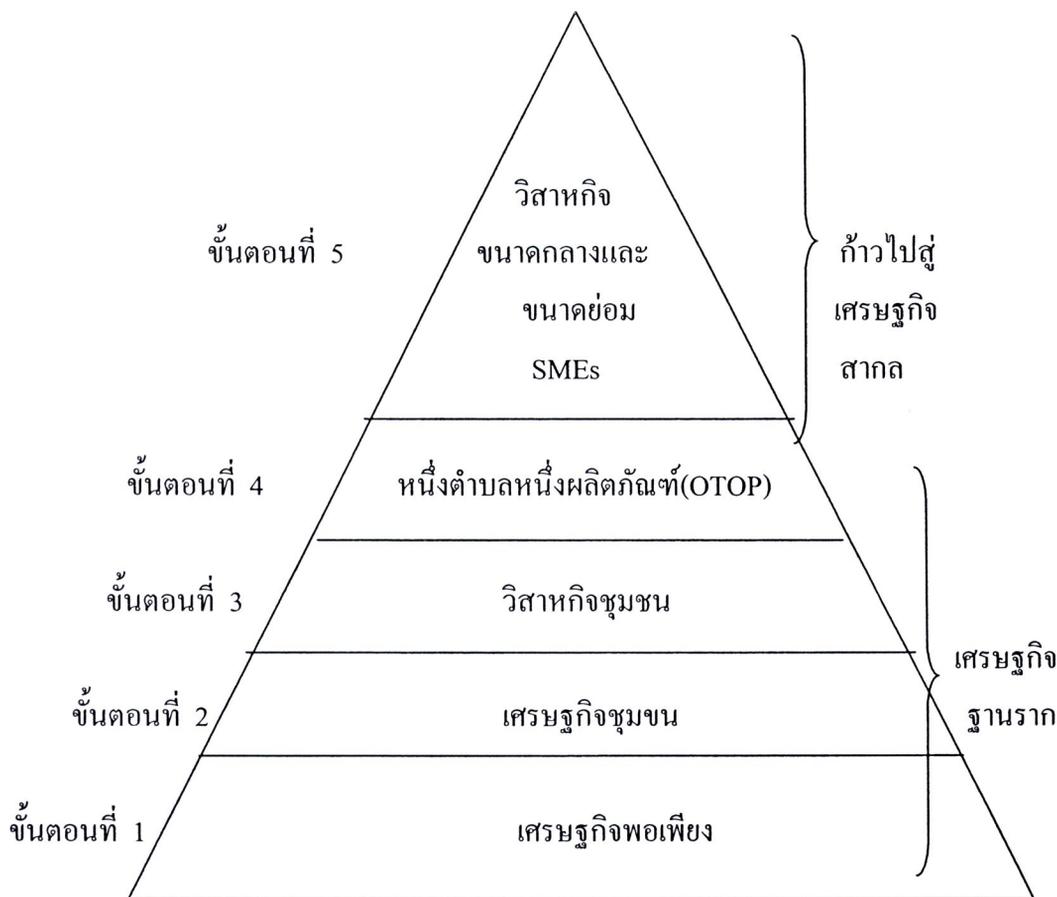
5. จัดสัมมนาการจัดตั้งเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน
6. ฝึกอบรมพัฒนาเทคโนโลยีด้านการผลิตพัฒนาคุณภาพบรรจุภัณฑ์
7. การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น บริหารจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน
8. การประชุมเชิงปฏิบัติการเพิ่มพูนทักษะด้านการบริหารจัดการ
9. ฝึกอบรมสร้างวิทยากรท้องถิ่นวิสาหกิจชุมชน ศพช.เขต 1,3,5,6,7,8,9
10. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านวิสาหกิจชุมชน
11. สนับสนุนการบันทึกและเผยแพร่ภูมิปัญญา
12. การวิจัยประเมินผลการมีส่วนร่วมด้านวิสาหกิจชุมชน

จึงเห็นได้ว่าวิสาหกิจชุมชน เป็นงานพัฒนาชุมชน ด้วยวิสาหกิจชุมชน คือ กิจกรรมการพัฒนาชุมชน ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยชุมชนเพื่อชุมชน

7. สรุปแนวคิดวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจสากล

การประกอบการวิสาหกิจชุมชนร่วมกัน สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่การประชาคมเป็นหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และในที่สุดจะก้าวไปถึงการเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อม (SMEs) และสามารถพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากนำไปสู่เศรษฐกิจสากล (Local Link - Global Reaches) ได้ดังนี้ (ศรีปริญญา ฐปกระจ่าง. 2546 : 16)



ภาพที่ 2.1 แผนภูมิความเชื่อมโยงของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากไปสู่เศรษฐกิจสากล

ที่มา: ศรีปริญญา ฐปกระจ่าง. เอกสารประกอบบรรยายพิเศษในวิชา 469107

ภูมิปัญญาพื้นบ้านเพื่อการศึกษา (คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. 2547 : 16)

ยุทธศาสตร์มหาดไทย ปี พ.ศ. 2541 – 2551 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการนำผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนไว้แล้วในระดับตำบลมาทำการพัฒนาให้ได้มาตรฐานและจัดหาหนทางจำหน่ายเพิ่มขึ้นได้กำหนดภารกิจและกลยุทธ์ดังนี้

1. ภารกิจส่งเสริมการใช้และพัฒนาภูมิปัญญามี 3 กลยุทธ์ คือ 1) ใช้ทุนภูมิปัญญาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) พัฒนาภูมิปัญญาโดยฝึกอบรมวิทยากรท้องถิ่น ผู้นำการผลิตและ 3) วิจัยและพัฒนาภูมิปัญญาและรูปแบบผลิตภัณฑ์

2. การกิจการส่งเสริมการจัดการและสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน 6 กลยุทธ์ ได้แก่
 1) พัฒนามาตรฐานการผลิต 2) จัดประกวดและคัดเลือกผลิตภัณฑ์ 3) สร้างช่องทางการจำหน่าย (Outlet) ระดับภาคและสถานที่ทั่วไป 4) สร้าง E-commerce ทุกจังหวัด 5) พัฒนาระบบสารสนเทศ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าทุกจังหวัด และ 6) ใช้เครือข่ายผู้นำในงานพัฒนาชุมชนในการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์

โดยสรุป จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นว่าภารกิจของกรมการพัฒนาชุมชนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิสาหกิจชุมชน โดยส่งเสริมให้ชุมชน นำต้นทุนในชุมชน เช่น สินทรัพย์ เงิน แรงงาน ทรัพยากร และภูมิปัญญา ฯลฯ มาบริหารจัดการประกอบการผลิต การบริการและอื่น ๆ ด้วยองค์ความรู้ใหม่ ฐานข้อมูล ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีที่เหมาะสม พัฒนาผลผลิตให้มีมาตรฐาน สร้างช่องทางการตลาด เชื่อมโยงเครือข่าย และการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนให้เป็นนิติบุคคล ทำให้ครัวเรือนมีรายได้พื้นเกณฑ์ จปฐ. มีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยดำเนินวิถีชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง นำไปสู่การมีชุมชนที่เข้มแข็ง

แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของประชาชนถือเป็นส่วนที่สำคัญต่อการพัฒนาชุมชน ตั้งแต่ระดับท้องถิ่น จนถึงการพัฒนาประเทศ ซึ่งมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ เวลา และสถานการณ์ ดังนั้น ความหมายของการมีส่วนร่วม จึงแตกต่างกันไปหลายแนวคิด โดยส่วนใหญ่แล้วจะกล่าวถึงการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนหรือสังคมใดสังคมหนึ่งและหลายท่านได้ให้ความหมาย มีความแตกต่างกันดังนี้

องค์การสหประชาชาติ (ยูวันน์ วุฒิมธิ. 2526 : 20) ให้ความหมายว่า เป็นกระบวนการสนับสนุนการแบ่งสรรผลประโยชน์ จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรมโดยมีการร่วมตัดสินใจ กำหนดเป้าหมาย วางแผนและแนวปฏิบัติของประชาชนหรือสมาชิกในสังคม

นักวิชาการในประเทศไทยหลายท่าน (ไพรัตน์ เตชะรินทร์. 2527) (อนุชาติ พวงสำลีและวีรบูรณ์ วิสารทกุล. 2540 (วิไล วิชากร. 2538) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วม เป็นการที่รัฐเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ร่วมรับผิดชอบในเรื่องที่มีผลต่อประชาชนหรือกระบวนการที่รัฐส่งเสริม ชักนำ สนับสนุน และสร้างโอกาสให้ประชาชนเข้าร่วมดำเนินการหรือการสมทบแรงงาน เงินทุน ซึ่งเป็นแนวคิดที่รัฐบาลใช้ในการมีส่วนร่วมของประชาชน ลักษณะดังกล่าวถือได้ว่าเป็นการบังคับประชาชน อันเป็นการมีส่วนร่วมที่ผิวเผินหรือไม่อาจถือเป็นการมีส่วนร่วมที่แท้จริง ดังนั้นจึงได้เกิดแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของนักวิชาการอีกฝ่ายหนึ่งที

เห็นว่าแท้จริงแล้วการมีส่วนร่วมควรเกิดขึ้นจากความต้องการที่แท้จริงของประชาชน ดังที่ (Oakley and Marsden (2538 : 23) กล่าวว่า เป็นกระบวนการทำงานเบื้องล่างขึ้นไป (Bottom-up) ซึ่งเป็นลักษณะการมีส่วนร่วมแบบเป็นไปเอง เกิดขึ้นจากการร่วมกันค้นหาและระดมความคิดเพื่อแก้ปัญหาของชุมชนกระบวนการที่มีประชาชนเป็นผู้เริ่มต้น รัฐจะถูกลดบทบาทลงเหลือเป็นเพียงผู้ให้ข้อมูลหรือสนับสนุนตามความต้องการของชุมชน

นอกจากนั้นกลุ่มของนักวิชาการที่เชื่อว่าการมีส่วนร่วมควรเกิดขึ้นจากประชาชนเป็นพื้นฐาน มีแนวคิดว่าการมีส่วนร่วมจะมีประสิทธิภพนั้น ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงเฉพาะปัจเจกชนเท่านั้น หากแต่จะต้องมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มภายในชุมชน เพื่อทำหน้าที่ตามความถนัดของแต่ละคนให้ได้ประโยชน์สูงสุด และเพื่อสร้างพลังการแก้ปัญหาของชุมชน อันหมายถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนแบบประชาชนเป็นแกนนำ จากแนวคิดการรวมกลุ่มของประชาชน มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. 2536)

1. องค์การชุมชน เช่น คณะกรรมการหมู่บ้าน คณะกรรมการกลุ่มต่างๆ เป็นต้น
2. กำลังคน ได้แก่ ตัวบุคคลซึ่งมักจะเป็นสมาชิกกลุ่มต่างๆ ในหมู่บ้าน และเป็นแกนสำคัญในการพัฒนาชุมชน เช่น แกนนำ หัวหน้าคุ้ม ผู้นำศาสนา ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำการเปลี่ยนแปลง ผู้นำตามธรรมชาติ เป็นต้น
3. กิจกรรมร่วมและความสามารถในการบริหารจัดการ เช่น กิจกรรมกองทุนต่างๆ กิจกรรมส่งเสริมอาชีพ

การรวมกลุ่มถือเป็นกลไกการสร้างอำนาจของประชาชนในสังคม เพื่อการแก้ไขปัญหาของท้องถิ่นตามแนวคิดของ ศาสตราจารย์นายแพทย์ ประเวศ วะสี (2536 : 56) ซึ่งเชื่อว่าสังคมที่ต่างคนต่างอยู่ต่างทำงานจะไม่มีอำนาจในการแก้ไขปัญหาของตัวเอง และจะไม่สามารถถ่วงดุลกับอำนาจรัฐและอำนาจการเงิน แนวคิดนี้ได้พัฒนาเป็นแนวทางความร่วมมือเบญจภาคี หรือพหุภาคี ซึ่งเป็นการระดมความคิดความร่วมมือจากประชาชนในทุกๆ ส่วน เข้ามาร่วมกันอย่างเข้มแข็ง เช่น ลักษณะการมีส่วนร่วมของชุมชนประมงจังหวัดตรัง กลุ่มฮักเมืองน่าน เป็นต้น

1. รูปแบบการมีส่วนร่วม

องค์การสหประชาชาติได้รวบรวมรูปแบบการมีส่วนร่วมเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมแบบเป็นไปเอง เป็นโดยอาสาสมัครหรือการรวมตัวกันเพื่อแก้ไขปัญหาของตนเอง ซึ่งเป็นการกระทำที่ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากภายนอก
2. การมีส่วนร่วมแบบชักนำ เป็นการเข้าร่วมโดยความต้องการความเห็นชอบหรือการสนับสนุนโดยรัฐบาล เป็นรูปแบบลักษณะทั่วไปของประเทศกำลังพัฒนา

3. การมีส่วนร่วมแบบบังคับ มีส่วนร่วมภายใต้การดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาล ภายใต้การจัดการโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือโดยการบังคับโดยตรง รูปแบบนี้เป็นรูปแบบที่ผู้กระทำ ได้ผลทันทีแต่จะไม่ได้ผลในระยะยาวและจะมีผลเสียที่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากชุมชนในที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ

การค้าชุมชนอย่างในกรณีของ OTOP ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของชาวบ้านในชุมชนนั้น ๆ โดยมีจุดมุ่งหมาย คือ

1. เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้น
2. เพื่อสร้างงานให้เกิดขึ้นในชุมชน คนในชุมชนจะได้ไม่ต้องไปทำงานต่างถิ่น จะได้มีเวลาดูแลครอบครัว พ่อแม่แม่เฒ่า
3. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. เพื่อสร้างความสามัคคีและความเข้มแข็งให้ชุมชนมีรายได้

1. การบริหารกลุ่มอาชีพจำเป็นต้องมีความรู้เข้าใจในเรื่องเหล่านี้

การจัดการ คือ การทำให้ธุรกิจนั้นมั่นคง ก้าวหน้า สามารถให้ผลตอบแทนแก่สมาชิก ในองค์กรอย่างยั่งยืน

สินค้าและบริการ ต้องรู้ว่าผลิตสินค้าหรือบริการอะไรที่ขายได้และยั่งยืนเป็นธุรกิจได้

ลูกค้า ต้องรู้ก่อนว่า ลูกค้าเป็นใคร หญิง ชาย มีอาชีพ รายได้อย่างไร ชอบอะไร เรื่องพวกนี้ ต้องรู้ให้ชัดเจนก่อนลงมือผลิตสินค้าหรือบริการออกขาย

การตลาด คือกระบวนการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยสินค้าหรือบริการ แล้วกิจการได้ผลตอบแทนเป็นกำไร

การผลิต ผู้ประกอบการต้องรู้และเข้าใจวิธีการที่จะผลิตสินค้าให้มีคุณภาพตามที่ลูกค้า ต้องการด้วยต้นทุนที่แข่งขัน

การเงิน เรื่องเงินๆ ทองๆ เป็นเรื่องสำคัญจัดธุรกิจเรื่องการจดบันทึกการทำธุรกิจการจดบันทึกการทำบัญชี เรื่องพวกนี้ต้องเรียนรู้ให้เข้าใจและฝึกทำ การคิด ต้นทุน การบริหารเงินทุน เงินสดหมุนเวียน กำไร ขาดทุนการจัดการเรื่องของคน ต้องชัดเจนในบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ การแบ่งปันผลประโยชน์ รายได้ การทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2. การจัดการด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์หรือบริการคุณภาพ ลักษณะเด่น การออกแบบขนาด บรรจุภัณฑ์ แปรนตร์ตราสินค้า การประกันหลังการขายถ้ามี

บรรจุภัณฑ์ โดยทั่วไปทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์และช่วยให้การขนส่งผลิตภัณฑ์นั้นทำได้สะดวก ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์นอกจากจะทำหน้าที่หลัก ดังกล่าว บรรจุภัณฑ์ต้องช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นน่าซื้อและภาพลักษณ์ดีขึ้นรวมทั้งเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจที่ดีให้ลูกค้า บรรจุภัณฑ์ยังอาจใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขาย นอกจากบรรจุภัณฑ์แล้ว ฉลากก็ต้องถูกออกแบบให้เหมาะสมและใช้ประโยชน์ให้เต็มที่ในการประชาสัมพันธ์ ทั้งฉลากและบรรจุภัณฑ์จัดเป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต้องจ่ายเงินเพิ่ม

3. การจัดการด้านราคา

ราคา ซึ่งเป็นที่มาของ รายได้ และเป็นกลยุทธ์ที่กลุ่มอาชีพมักประสบปัญหาเพราะต้องแข่งขันด้านราคา

หลักการตั้งราคาต้องเริ่มจากการวิเคราะห์บทบาทตั้งแต่ส่วนแบ่งตลาดลูกค้าเป้าหมายที่เลือกตำแหน่งทางการตลาด ฯลฯ ก็คือต้องวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายนอกองค์กรและภายในองค์กรที่มีผลต่อกลยุทธ์ด้านราคา

ปัจจัยภายนอก เช่น สภาพเศรษฐกิจ สภาพการแข่งขัน ลูกค้า ผู้ขายวัตถุดิบ กฎหมาย ข้อบังคับ จรรยาบรรณของผู้ขาย ความอ่อนไหวหรือความยืดหยุ่นของความต้องการซื้อของลูกค้า ต่อราคา เป็นต้น ปัจจัยภายนอก นี้ท่านไม่สามารถควบคุมได้และจะเกิดขึ้นทั้งกับตัวท่านเองและคู่แข่ง เช่น เศรษฐกิจดี การแข่งขันไม่รุนแรง ความอ่อนไหวต่อราคาของลูกค้ามีน้อย ถ้าเป็นอย่างนั้นตั้งราคาสูงได้ เป็นต้น

ปัจจัยภายใน เป็นเรื่องภายในองค์กรของท่านสามารถควบคุมกำหนดได้เอง เช่น เป้าหมาย วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานกลุ่มอาชีพ ต้นทุน ลักษณะของผลิตภัณฑ์ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ หรือรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น

การวิเคราะห์ปัจจัยทั้งสองนี้ต้องทำพร้อมกันอย่างรอบคอบ ราคาคือตัวชี้วัดการตอบสนองของสินค้าต่อความคาดหวังของลูกค้า (ลูกค้ามีความคาดหวังต่อการตอบสนองความต้องการของเขาจากประโยชน์ของสินค้า ลูกค้าจะเปรียบเทียบเงินที่เขาจ่ายไปตามราคาของสินค้ากับผลประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้านั้น)

4. หลักการตั้งราคา มีอยู่ 3 แนวทาง คือ

- 4.1 ตั้งราคาโดยพิจารณาต้นทุนเป็นหลัก
- 4.2 ตั้งราคาโดยพิจารณาความต้องการซื้อของลูกค้าเป็นหลัก
- 4.3 ตั้งราคาโดยพิจารณาราคาของสินค้าคู่แข่งเป็นหลัก

ราคาเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ได้ผลดีในการแข่งขันในกรณีที่สินค้าไม่มีความแตกต่าง แต่ต้องใช้กลยุทธ์ราคานี้อย่างชาญฉลาดมิฉะนั้นจะขาดทุนได้ง่ายๆ หากมุ่งแต่ตัดราคาอย่างเดียว

5. การจัดการด้านช่องทางจำหน่าย

วิธีการที่จะนำสินค้าไปสู่ลูกค้าหรือประเภทของช่องทางจำหน่ายโดยทั่วไปมี 4 วิธี คือ

5.1 จากผู้ผลิตสินค้าสู่ลูกค้า เป็นช่องทางจำหน่ายที่สั้นที่สุด ทุกธุรกิจในช่วงเริ่มต้นมักจะใช้วิธีนี้ พูด่างๆ คือ ผู้ผลิตต้องขายเอง ซึ่งอาจจะเป็นรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ดังนี้

- 5.1.1 นำไปขายเองที่ตลาด
- 5.1.2 นำไปขายเองที่สถานที่ของลูกค้า
- 5.1.3 นำไปขายเองที่งานแสดงสินค้าต่างๆ
- 5.1.4 นำไปขายเองผ่านอินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ โทรศัพท์ จดหมายหรือสื่อ

ทางตรงอื่นๆ

5.2 จากผู้ผลิตสินค้าสู่พ่อค้าปลีกสู่ลูกค้า เป็นช่องทางจำหน่ายที่เพิ่มพ่อค้าปลีกเข้ามาอีกหนึ่งขั้นก่อนถึงลูกค้า พ่อค้าปลีกอาจเป็นในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ดังนี้

5.2.1 ร้านค้าปลีก ร้านสะดวกซื้อ เช่น ร้านเซเว่น - อีเลฟเว่น ร้านสรรพสินค้า เช่นห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล - ซูเปอร์มาร์เก็ต ท็อป ไฮเปอร์มาร์เก็ต เทสโก้โลตัสหรือร้านค้าปลีกทั่วไป

5.2.2 ตัวแทนของผู้ผลิต ผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมส่วนใหญ่จะตั้งตัวแทนจำหน่ายเพื่อดำเนินการกระจายสินค้าสู่ลูกค้า

5.3 จากผู้ผลิตสินค้าสู่พ่อค้าส่งสู่พ่อค้าปลีกสู่ลูกค้า ผู้ผลิตขนาดเล็กจำเป็นต้องอาศัยพ่อค้าส่งที่มีเครือข่ายร้านค้าปลีกช่วยกระจายสินค้าสู่ลูกค้า

6. ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการวางแผนช่องทางจำหน่าย

6.1 ลักษณะของตลาด ถ้าลูกค้าเป้าหมายมีการกระจายมากจำเป็นต้องมีช่องทางจำหน่ายมาก

6.2 ลักษณะผลิตภัณฑ์ สินค้าอุปโภคบริโภคมักมีช่องทางจำหน่ายมาก ส่วนสินค้าที่มีมูลค่าสูง หรือต้องมีบริการหลังการขายมักมีช่องทางจำหน่ายสั้น

6.3 ลักษณะของคนกลาง ผู้ผลิตขนาดเล็ก เน้นผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพแล้วมอบหน้าที่การจัดจำหน่ายให้กับคนกลางที่เป็นมืออาชีพ มีเครื่องมือเครื่องมือและเงินทุนพร้อมในการช่วยกระจายสินค้าสู่ลูกค้าเป้าหมาย

6.4 ลักษณะการแข่งขัน ผู้ผลิตรายเล็กควรเลือกช่องทางจำหน่ายที่ไม่ซ้ำกับคู่แข่ง เพื่อให้คนกลางสามารถกระจายสินค้าได้เต็มที่

ผู้ประกอบการรายเล็กควรเน้นช่องทางจำหน่ายตรงที่ถึงตัวผู้บริโภค เช่น การขายโดยใช้จดหมาย การขายผ่านอินเทอร์เน็ต การขายโดยพนักงานขาย ฯลฯ ทั้งนี้เพราะในระยะเริ่มต้นที่ทุนยังมีไม่มากและสินค้าที่ยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลาย หากมุ่งเน้นขายผ่านคนกลางจะมีค่าใช้จ่ายมาก และทำให้ราคาสินค้าสูง ยากต่อการแข่งขัน ผู้ประกอบการขนาดเล็กควรเน้นผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และใช้กลยุทธ์กระแสดมปาก หรือสร้างลูกค้าอ้างอิงเพื่อให้ลูกค้าชักชวนกันมาซื้อสินค้า การจัดการด้านทางจำหน่ายต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านราคา เพราะทุกช่องทางจำหน่ายที่ใส่คนกลางจะต้องบวกค่าใช้จ่ายและกำไรที่ต้องการ หากกลยุทธ์ทั้งสองนี้ไม่สอดคล้องกันจะทำให้ราคาถึงผู้บริโภคไม่มีมาตรฐาน

7. การจัดการด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง

7.1 การโฆษณา

7.2 การประชาสัมพันธ์

7.3 การส่งเสริมการขาย

7.4 การขายโดยพนักงานขาย

7.5 การขายตลาดทางตรง

การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องการสื่อสารต่อคนจำนวนมาก ทั้งสองอย่างต่างกันว่า การประชาสัมพันธ์มีลักษณะของข่าวสารมากกว่า เลยทำให้น่าเชื่อถือกว่าการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลมากกว่ากระตุ้นให้ซื้อสินค้า กลุ่มอาชีพควรเน้นใช้การประชาสัมพันธ์มากกว่าการโฆษณา เพราะค่าใช้จ่ายถูกกว่า ทั้งนี้ต้องเลือก

เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม เช่น การให้ข่าวสาร การทำกิจกรรมบริการสังคม การเปิดให้เยี่ยมชมกระบวนการผลิต เป็นต้น ส่วนการโฆษณาจะต่างกับการประชาสัมพันธ์ตรงที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอเพื่อสื่อสารข้อความโฆษณานั้น ๆ ซึ่งอาจจะทำไปเพื่อการกระตุ้นให้ซื้อ การแจ้งข่าวสาร นอกจากนี้การโฆษณาเป็นการสื่อสารกับคนจำนวนมาก จึงต้องใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการติดต่อ สื่อมีหลายประเภท แต่ละประเภทมีค่าใช้จ่ายต่างกันและผลกระทบต่อผู้รับการโฆษณานั้น ๆ ต่างกัน เช่น สื่อโทรทัศน์ ค่าใช้จ่ายสูงครอบคลุมทั่วประเทศได้ผลมาก สื่อวิทยุค่าใช้จ่ายถูกลงกว่า ครอบคลุมเฉพาะท้องถิ่น เป็นต้น

การส่งเสริมการขาย คือกิจกรรมที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อเร็วขึ้นหรือซื้อมากขึ้น เป็นการสนับสนุนงานขาย ส่วนใหญ่มักใช้คู่กับการโฆษณาประชาสัมพันธ์

เครื่องมือส่งเสริมการขายที่ใช้กับลูกค้า เช่น

แจกสินค้าตัวอย่าง เหมาะที่จะใช้กับการวางตลาดสินค้าใหม่

การแจกคูปองส่วนลด

การขายสินค้าเป็นคู่

การแจกของแถม ใช้ในการกระตุ้นให้ซื้อมากขึ้น ที่สำคัญของแถมนั้นต้องน่าสนใจ และเหมาะสมกับภาพพจน์ของสินค้า

เครื่องมือส่งเสริมการขายที่ใช้กับคนกลางหรือตัวแทนจำหน่าย เช่น การให้ส่วนลด เพื่อให้ซื้อมากขึ้น การแถมตัวสินค้าเมื่อซื้อมากขึ้น วิธีการนี้ทำให้ต้นทุนสินค้าถูกลง และคนกลางขายสินค้าง่ายขึ้น การสนับสนุนเอกสารการขาย/วัสดุส่งเสริมการขาย เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์

การดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambol One Product : OTOP) เป็นนโยบายเร่งด่วนด้านหนึ่งเกิดขึ้นอย่างจริงจังในรัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรีเพื่อแก้ปัญหาความยากจนของประชาชน โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสามารถแข่งขันกับสินค้าในตลาดใหญ่ได้มากขึ้น หากจะกล่าวไปแล้ว โครงการศิลปาชีพซึ่งสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ เมื่อ พ.ศ. 2513 ในกิจกรรมโครงการทอผ้าไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและได้พัฒนาเป็นมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพพิเศษ น่าจะเป็นจุดเริ่มแรกแนวคิดนี้ แต่โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่รัฐบาลไทยเคยเกิดขึ้นในระยะหนึ่ง แต่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเท่าที่ควร ไม่มีการจัดรูปแบบอย่างเป็นระบบ ไม่ได้รับความ

ร่วมมือจากประชาชนจึงไม่ประสบความสำเร็จ ขณะที่ประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นแม่แบบโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambol One Product) โดยการริเริ่มของผู้ว่าราชการจังหวัด นายโมริฮิโกะ ฮิรามัทสึ (Mr. Morihiko Hiramatsu) จังหวัดโออิตะ(Oita) เมื่อ พ.ศ. 2522 ท่านพบว่าท้องถิ่นกำลังขาดแคลนประชากรวัยหนุ่มสาว และปัญหาสาธารณสุขไม่เพียงพอ และไม่ได้รับการช่วยเหลือจากรัฐบาลกลาง เพื่อป้องกันหนุ่มสาวละทิ้งถิ่นฐานไปทำงานที่อื่น จึงเกิดโครงการดังกล่าว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้คนรักถิ่น จัดทำแผนชักจูงอุตสาหกรรมที่ใช้ความรู้และเทคโนโลยีระดับสูงเข้ามาช่วยปรับปรุง เปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัดให้เกิดประสิทธิภาพ หมู่บ้านแต่ละแห่งผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่น่าภาคภูมิใจ และเหมาะสมกับสถานะภูมิประเทศ ภูมิอากาศของท้องถิ่นอย่างน้อย 1 ผลิตภัณฑ์ ไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้า อาจนำวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การละเล่นพื้นบ้าน ประเพณีวันสำคัญ มาประยุกต์เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รวมทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีอยู่ มีการตั้งเป้าหมายให้กิจกรรมต้องพัฒนาจนเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ โดยข้าราชการท้องถิ่นต้องร่วมมืออำนวยความสะดวก ประสานงาน ประชาสัมพันธ์ ช่วยเหลือข้อมูลให้ความรู้ และทำการศึกษาวิจัยเพื่อสนับสนุนการประกอบการของประชาชนในท้องถิ่น ใช้งบประมาณภายในที่ส่วนกลางแบ่งกลับคืนมา หมู่บ้านใดมีศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์มากกว่า 1 ผลิตภัณฑ์ก็สามารถทำได้

โครงการนี้ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาคน เพราะถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อผลสำเร็จของโครงการ มีการจัดตั้งโรงเรียนฝึกรอบรมให้คนสามารถพัฒนาตนเอง นำความเจริญมาสู่ท้องถิ่น และใช้ชีวิตผูกพันกับท้องถิ่น เน้นภาคปฏิบัติ นักศึกษามีโอกาสร่วมจัดการชุมชนเพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นมากขึ้น

ความสำเร็จของโครงการมาจากระบบการจัดการที่ดี ความสามารถของรัฐในการระดมพลังทุกคนในท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการผลิตผลิตภัณฑ์ หรือพัฒนาท้องถิ่นให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวผนวกกับการทำงานอย่างจริงจัง ต่อเนื่องของผู้คนในท้องถิ่น นำมาซึ่งรายได้และความภาคภูมิใจในผลงานและแผ่นดินเกิด อันเป็นแรงจูงใจให้มุ่งมั่นทำงานต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด

สำหรับประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่มีศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าหลายชนิด มีหน่วยงานหลายหน่วยงานเข้ามาช่วยส่งเสริมพัฒนา ในระยะเวลา 2 ปี นโยบายนี้ได้สร้างมูลค่าผลผลิตให้กับประชาชนร่วม 20,000 บาทต่อปีและมีแนวโน้มสูงขึ้น เมื่อชนบทเป็นแหล่งที่สามารถประกอบอาชีพได้เป็นอย่างดี คนหนุ่มสาวก็จะไม่ทิ้งถิ่นไปทำมาหากินที่อื่น ทำให้คนในครอบครัวอยู่ร่วมกันอย่างอบอุ่น ขณะเดียวกันเป็นกำลังในการพัฒนาชุมชนของตนเอง นโยบายนี้จึงได้รับการถ่ายทอดให้ขยายผลต่อไป (บุญนาถ ติวกุล 2546:55-59) เช่น การตั้งศูนย์ออกแบบวิเคราะห์

เทคโนโลยีการผลิตช่องทางการตลาดทั้งในและนอกประเทศสร้างที่แสดงสินค้าไทยในเมืองใหญ่ ๆ เป็นต้น

1. ความเป็นมา

ในช่วงเวลาที่ประเทศชาติ กำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ และประชาชนทุกระดับ ประสบปัญหาต่าง ๆ ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูกรุมเร้าคือปัญหาความยากจน รัฐบาลจึงได้ประกาศสงครามกับความยากจน โดยได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาว่า จะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศและได้กำหนดระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 ขึ้นโดยกำหนดให้มีคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า กอ.นตผ ซึ่งฯพณฯ นายกรัฐมนตรี ได้มอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี นายปองพล อดิเรกสาร เป็นประธานกรรมการ และให้คณะกรรมการ กอ.นตผ มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการดำเนินงาน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลรวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บท อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ปรัชญา

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

2.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (LocalYetGlobal)

2.2 พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity)

2.3 การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษากฎมีปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

3. วัตถุประสงค์

จากนโยบายของรัฐบาลที่แถลงต่อรัฐสภาและตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. สร้างงานสร้างรายได้แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเองทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้อง

กับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

4. การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

นตผ.จังหวัดได้ดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 คณะ ให้มีหน้าที่วางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการแปรรูป ออกแบบบรรจุภัณฑ์ การบริหารจัดการและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตลอดจนติดตามประเมินและรายงานความก้าวหน้าให้ นตผ.จังหวัดทราบทุกระยะ

ประเภทผลิตภัณฑ์ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ตามนิยามความหมายที่ระบุต่อไปนี้

5.1 ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป ซึ่งได้รับมาตรฐาน อย. GAP GMP HACCP, Qmark มผช., มอก. มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ฮาลาลและมีบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจำหน่ายทั่วไป ประกอบด้วย

5.1.1 ผลผลิตทางการเกษตรที่บริโภค เช่น พืชผัก ผลไม้ เป็นต้น

5.1.2 ผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบและผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น เช่น ข้าวสาร เนื้อสัตว์สด อาหารประมงสด

ผลิตภัณฑ์ตามข้อ (1) และข้อ (2) ต้องมีบรรจุภัณฑ์ ที่เหมาะสมสามารถคุ้มครองรักษาสินค้าให้ปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อนและสิ่งปลอมปน มีข้อมูลรายละเอียด ชื่อผลิตภัณฑ์ ที่อยู่ผู้ผลิตฉลาก หรือตราสินค้า (Brand Name) ตลอดจน วัน เดือน ปีที่ผลิตและวันหมดอายุ

5.1.3 อาหารแปรรูปสำเร็จรูป/สำเร็จรูป

5.2 ประเภทเครื่องดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ สุรา แซ่ สุรากลั่น เช่น สาโท อุ ไวน์ เหล้าขาว 35 40 ดีกรี เป็นต้น และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม ประเภทพร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทชงละลาย และผลิตภัณฑ์ประเภทชง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร จิงผงสำเร็จรูป มะตูมผง ชาใบหม่อน ชาจีน เป็นต้น

5.3 ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยสังเคราะห์รวมทั้งเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม และเครื่องแต่งกายที่ใช้ประดับตกแต่งประกอบการแต่งกาย ทั้งเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยและเพื่อความสวยงาม

5.3.1 ผ้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผ้าผืนที่ทำจากเส้นใย เส้นด้าย นำมาทอถักเป็นผืนมีลวดลายเกิดจากโครงสร้างการทอหรือตกแต่งสำเร็จบนผืนผ้า ทำด้วยมือ หรือเครื่องจักร รวมถึงผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ สิ่งทอและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าเป็นหลักและมีวัสดุอื่นๆ เป็นองค์ประกอบผสม

5.3.2 เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประดับตกแต่งประกอบการแต่งกายที่ทำจากวัสดุทุกประเภท ทั้งเพื่อประโยชน์ในการใช้สอย อาทิเช่น รองเท้า เข็มขัด กระเป๋าถือ ฯลฯ และเพื่อความงาม อาทิเช่น สร้อย แหวน ต่างหู เป็นต้น

5.4 ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้หรือตกแต่งประดับในบ้าน หรือสถานที่ต่าง ๆ เช่น เครื่องใช้ในบ้าน เครื่องครัว เครื่องเรือนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอย หรือประดับตกแต่ง หรือให้เป็นของขวัญ เพื่อให้ผู้รับนำไปใช้สอยในบ้าน ตกแต่งบ้านรวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่น และสินค้านั้นต้องไม่ผลิตโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลักและใช้แรงงานคนเป็นส่วนเสริมหรือไม่ใช้แรงงานคน (ทั้งนี้ไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ตกแต่งประดับร่างกาย เช่น สร้อย ต่างหู แหวน ฯลฯ ซึ่งจัดอยู่ในประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย) โดยแบ่งออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

5.4.1 ไม้ หมายถึง ของใช้/ ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่ทำจาก ไม้เป็นหลัก เช่น ไม้แกะสลัก เฟอ์ร์นิเจอร์ ก่อ่งไม้ เป็นต้น

5.4.2 จักสาน ถักสาน หมายถึง ของใช้/ ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุที่เป็นเส้นใยธรรมชาติ หรือวัสดุสังเคราะห์ใดๆ เช่น พลาสติก นำมาจักสาน หรือถักสาน ถักทอ เป็นรูปร่าง เช่น ตะกร้า กระชูด สาน เสื่อ กก ที่รองงานทำจากเสื่อกก ที่ใส่ของทำจากพลาสติกสาน เป็นต้น

5.4.3 ดอกไม้ประดิษฐ์ และ/หรือกระดาษสา หมายถึง ดอกไม้ ต้นไม้ ก้านไม้ ผลไม้ ที่ไม่ใช่สิ่งของมีชีวิตตามธรรมชาติ แต่ทำจากวัสดุต่างๆ เพื่อเลียนแบบธรรมชาติ หรือ/และผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึกที่มีวัสดุที่ทำจากกระดาษสา

5.4.4 โลหะ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้/ ของตกแต่ง/ของที่ระลึกที่ทำจากโลหะต่างๆ เช่น เงิน ทองเหลือง ดีบุก สแตนเลส ทอง สังกะสี เป็นต้น เป็นส่วนประกอบหลัก เช่น ซ้อนส้อม มีด ผลิตภัณฑ์ภาชนะที่ใช้โลหะ ภาชนะที่ทำจากสแตนเลสทูป ทองเหลืองทูป พิวเตอร์ บรอนซ์ แกะสลักที่ใช้ตกแต่งสถานที่ต่างๆ เป็นต้น

5.4.5 เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการนำวัสดุประเภทดิน สินแร่ ไปขึ้นรูป และนำไปเผาด้วยความร้อนสูง เพื่อเป็นภาชนะ ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก เช่น เบญจรงค์ ถ้วยชาม ภาชนะกระเบื้อง เซรามิก โอ่ง อ่าง กระจกต่างๆ เป็นต้น

5.4.6 เกหะสิ่งทอ หมายถึง ของใช้/ ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ที่มีวัสดุทำจากผ้า มีการตัดเย็บ เช่น ชุดเครื่องนอน พรหมเช็ดเท้า ผ้าปูโต๊ะ เป็นต้น

5.4.7 อื่นๆ ของใช้/ ของตกแต่ง/ของที่ระลึก หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ใช้วัสดุอื่นใด นอกเหนือจากข้อ 1- 6 เช่น ทำจากพลาสติก เรซิน แก้ว เทียน รูปวาด เปเปอร์มาเช่ กระจก ซีเมนต์ เป็นต้น

5.5 ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร หรือมีสมุนไพร เป็นส่วน ประกอบอ้างอิงประโยชน์ และอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ได้แก่ ยาจากสมุนไพร เครื่องสำอางสมุนไพร วัตถุดิบทรายที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น น้ำยาล้างจานสมุนไพร สมุนไพรไล่ หรือกำจัดแมลง และรวมถึงผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่ใช้ทางการเกษตร

ทั้งนี้ในกรณีที่มีปัญหาการจัดประเภทผลิตภัณฑ์ ให้พิจารณาจัดประเภทผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์หรือประโยชน์ในการใช้สอย และเจตนารมณ์ของผู้สมัครเป็นหลัก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีผู้ให้ความสนใจและได้ทำการศึกษาในเรื่องอื่นๆ ที่มีลักษณะเนื้อหาสาระใกล้เคียงและสอดคล้อง ดังนี้

ปารีชาติ วลัยเสถียร จิตติ มงคลชัย อรัญญาและโกวิทย์ พวงงาม (2540:28) จัดทำโครงการวิจัยธุรกิจชุมชนการศึกษาเบื้องต้น เรื่องนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมธุรกิจชุมชน ซึ่งจากการวิจัยพบว่า สาระสำคัญของนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมธุรกิจชุมชนของหน่วยงานภาครัฐอันได้แก่ การส่งเสริมความสามารถของบุคคล กลุ่มและองค์กร แรงงานทุนและสินเชื่อ การตลาด วัตถุดิบ เทคโนโลยีและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ นั้น โดยภาพรวมแล้วนับได้ว่าเป็นนโยบายและมาตรการอย่างครบถ้วน แต่่นโยบายแต่ละด้านยังไม่มีสัดส่วนที่เหมาะสมในการส่งเสริมธุรกิจชุมชน โดยเฉพาะด้านการตลาด

นอกจากนี้ยังพบว่า หน่วยงานภาครัฐมีนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมธุรกิจชุมชนในระดับต่าง ๆ กันสามารถจำแนกได้ 3 รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ 1 เป็นหน่วยงานที่มีนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมธุรกิจชุมชนโดยตรง และเต็มรูปแบบ กล่าวคือ เริ่มดำเนินการตั้งแต่การรวมกลุ่ม การวิเคราะห์ปัญหาและทางเลือก การสร้างกระบวนการเรียนรู้ การส่งเสริมการผลิต การแปรรูป การบริการและสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ ซึ่งกล่าวได้ว่าการดำเนินงานในรูปแบบนี้เป็นการส่งเสริมธุรกิจครบวงจร โดยพบกับนโยบายของกรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ สำนักงานกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง องค์การส่งเสริมกิจกรรมโคนมแห่งประเทศไทยกรมการค้าภายใน กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท กรมประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและสำนักงานพัฒนาชุมชนเมือง เป็นต้น

รูปแบบที่ 2 หน่วยงานที่มีนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมธุรกิจชุมชนบางส่วน หมายถึงภารกิจเฉพาะเรื่องดำเนินการเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอาชีพและรายได้ในบางกิจกรรม เช่น การฝึกอบรม การออมทรัพย์ การผลิต การแปรรูป การตลาด ซึ่งพบในนโยบายของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ธนาคารออมสิน โครงการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบท กรมปศุสัตว์ กรมป่าไม้ กรมวิชาการเกษตร สำนักงานปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม กรมการจัดหางาน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมการศึกษานอกโรงเรียน กรมอาชีวศึกษา สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย และสำนักงานส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยี

รูปแบบที่ 3 หน่วยงานที่มีนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชนโดยอ้อม หมายถึง หน่วยงานที่มีภาระหน้าที่ที่เกี่ยวกับปัจจัย หรือองค์ประกอบในการดำเนินงาน ด้านการส่งเสริมอาชีพและรายได้ อาทิ การลงทุน สินเชื่อ สิทธิประโยชน์ มีภาระหน้าที่ในการให้บริการแก่บุคคลและนิติบุคคลทั่วไป ไม่ได้กำหนดที่จะส่งเสริมธุรกิจชุมชนโดยตรง พบในนโยบายของกรมทรัพย์สินทางปัญญา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ทั้ง 3 รูปแบบข้างต้นนั้น หน่วยงานที่มีภาระหน้าที่แตกต่างกันมีการส่งเสริมกัน ส่วนหน่วยงานที่มีภาระหน้าที่และแนวทางการดำเนินงานที่คล้ายกัน มักจะดำเนินงานซ้ำซ้อนกันในเรื่องเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย บางครั้งยังก่อให้เกิดการแข่งขันและขัดแย้งกันด้วย

วีระชัย เพชรดี (2542 : 51, อ้างถึงใน เฉลียว บุรภัคดีและคณะ. 2545 : 51) ได้ศึกษาเรื่องการประกอบธุรกิจชุมชน : ศึกษาเฉพาะกรณีการจำหน่ายไข่ไก่ให้แก่ชาวบ้านนาสีนวน ตำบลนาสีนวน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ได้สรุปไว้ดังนี้

ชาวบ้านในชุมชนนาสีนวน เดิมประกอบอาชีพทำนาเป็นหลักและมีรายได้จากการทำนาไม่พอกับค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตประจำวัน จึงจัดหาอาชีพเสริมเพื่อทำรายได้ให้กับครอบครัวของตน โดยไปรับซื้อไข่จากฟาร์มในจังหวัดมหาสารคามและจังหวัดใกล้เคียง เพื่อนำมาจำหน่ายเป็นอาชีพเสริมเริ่มจากปี พ.ศ. 2533 เป็นช่วงเริ่มต้นและขยายเป็นอาชีพหลักแทนอาชีพทำนาในชุมชนจนถึงปัจจุบัน กระบวนการประกอบอาชีพจำหน่ายไข่ไก่ของชาวบ้านนาสีนวน ไม่มีความสลับซับซ้อนเพียงแต่ผู้ประกอบการต้องมีคุณสมบัติในด้านเงินทุน การทุ่มเทเวลา ความขยันและความอดทน ตลอดจนมีมนุษยสัมพันธ์ และการวางแผนที่ดี เมื่อไปรับไข่ไก่มาตามจำนวนที่ต้องการแล้วจึงบรรทุกไข่ไก่ไปจำหน่ายในหมู่บ้านใกล้เคียง โดยใช้รถยนต์ รถจักรยานยนต์ และหาบเร่

อำนาจ ภูวนา (2540 : 120) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการบริหารการผลิตหัตถกรรมทอผ้า : ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านหนองเขื่อนช้าง ตำบลท่าสองคอน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า คณะกรรมการกลุ่มทอผ้ามีกระบวนการบริหารการผลิตหัตถกรรมทอผ้าตามขั้นตอนต่าง ๆ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ และการควบคุมตามลำดับ โดยเน้นให้ทุกคนมีส่วนร่วมและความเป็นกันเองแต่ถึงอย่างไรก็ตามคณะกรรมการก็ยังมีประสบการณ์ไม่เพียงพอในด้านการใช้ระบบข้อมูลเพื่อการบริหารและการผลิต เช่น การไม่มีเกณฑ์มาตรฐานที่แน่นอนในการกำหนดคุณภาพของผลผลิต การจัดคนเข้าทำงานคณะกรรมการไม่มีการวางแผนไว้อย่างชัดเจน และไม่มีกฎเกณฑ์และการทดสอบไว้แต่ประการใด โดยอาศัยความสมัครใจของผู้ปฏิบัติงานตามกลุ่มงานต่าง ๆ แต่ได้มีการจัดองค์การบริหารงานและกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจน

บงกช หงษ์คำมี (2536, อ้างถึงใน ประภัสสร ปัญญา. 2537 : 35) ได้ทำการศึกษาองค์ประกอบในการดำรงอยู่ของกลุ่มธุรกิจขนาดย่อมในชุมชน ผลการศึกษาพบว่าในการจัดตั้งกลุ่มธุรกิจชุมชนที่สามารถทำให้กลุ่มขนาดย่อม ดำรงอยู่นั้นมีองค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบด้านพัฒนาการกลุ่ม การจัดตั้งกลุ่มนั้นเกิดขึ้นจากปัญหาและความต้องการของสมาชิกกลุ่ม มิใช่เป็นการจัดตั้งจากนโยบายและความต้องการขององค์กรภายนอก กลุ่มนี้มีการ

ดำเนินงานในลักษณะกลุ่มมาโดยตลอด กลุ่มมีความสามารถปรับตัวและแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระของกลุ่ม

2. องค์ประกอบในด้านบริหารจัดการกลุ่ม กลุ่มมีการจัดองค์กรมีการแบ่งบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบชัดเจน ผู้นำกลุ่มมีความเป็นประชาธิปไตยสมาชิกและคณะกรรมการมีส่วนร่วมในทุก ๆ ขั้นตอนการทำงาน ด้านการตลาด นั้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกน้อยกว่าด้านอื่น ๆ การบริหารจัดการกลุ่มมีประสิทธิภาพปานกลาง และสามารถบรรลุประสิทธิผลของกลุ่ม

3. องค์ประกอบในด้านสภาพแวดล้อมในการดำรงอยู่ของกลุ่ม เพราะกลุ่มมีความสัมพันธ์ และสามารถประสานทรัพยากรจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกชุมชนและขณะเดียวกัน สภาพแวดล้อมภายนอกก็ต้องการผลประโยชน์ตอบแทนจากกลุ่ม

4. องค์ประกอบในด้านสวัสดิการภายในกลุ่ม กลุ่มดำรงอยู่ได้เพราะมีการจัดสวัสดิการภายในกลุ่มให้กับสมาชิกเพื่อสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการช่วยเหลือให้คำปรึกษาทางความคิด ด้านการมีงานทำ การมีรายได้ การส่งเสริมความมั่นคงของครอบครัวและชุมชน

5. องค์ประกอบในด้านบริหารจัดการการตลาดและทุน กลุ่มดำรงอยู่ได้เพราะมีการบริหารจัดการทางการตลาด และปริมาณการผลิต การกำหนดราคาและการประชาสัมพันธ์ด้านการตลาด นอกจากการบริหารจัดการการตลาดแล้วกลุ่มสามารถระดมทุนทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน กลุ่มสามารถบริหารจัดการ ให้มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอที่จะใช้จ่ายในการผลิตกองทุนของกลุ่มเพิ่มขึ้น

6. องค์ประกอบในด้านการบริหารจัดการผลิต กลุ่มดำรงอยู่ได้ เพราะสามารถจัดการองค์กรการผลิตโดยเฉพาะในครัวเรือน ต้นทุน แรงงาน วัตถุดิบ ช่วงเวลาการผลิตทักษะ ประสิทธิภาพในการผลิตให้สอดคล้องกับสภาพครัวเรือนในชุมชนและใช้ต้นทุนต่ำซึ่งทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

คานโน (Kanno. 1997, อ้างถึงใน พิทยา ว่องกุล. 2541 : 41) ศึกษาเกี่ยวกับวิถีชุมชน (Informal constraints) ว่าสามารถลดต้นทุนการบริหารจัดการของกลุ่มธุรกิจชุมชนได้ ทำให้กลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีขนาดใหญ่เกินไปจนวิถีชุมชนไม่มีผลต่อสมาชิกหรือการดำเนินกิจกรรมอยู่ภายนอกขอบเขตของวิถีชุมชน มีต้นทุนการบริหารจัดการสูง ทำให้อาจไม่สามารถดำรงอยู่ได้ในเชิงการค้า ซึ่งจากการศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มทอผ้า 2 กลุ่มในจังหวัดขอนแก่นพบว่า กลุ่มแรกเป็นสมาชิกศูนย์ศิลปหัตถกรรมพัฒนาสตรีอีสานซึ่งเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนช่วยจัดการการตลาดให้การดำเนินงานของกลุ่มอาศัยกลไกนอกวิถีชุมชนมาก ทำให้การดำรงอยู่ของกลุ่มต้องพึ่งพาอาศัยองค์กรภายนอกเป็นสำคัญ ในขณะที่กลุ่มหลังดำเนินการโดยชุมชนเองทั้งหมดและสามารถดำรงอยู่ได้ในเชิงการค้า และมีต้นทุนการบริหารจัดการต่ำ เป็นผลของ 2 ปัจจัยที่สืบเนื่องจากวิถีชุมชน

คือ 1) ผู้นำที่ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน ซึ่งเป็นผลจากค่านิยมที่ต้องการรักษาชื่อเสียงของตนในชุมชนไว้ 2) ผู้ประสานงานด้านการตลาด ซึ่งได้ส่วนแบ่งจากกำไรของผลผลิตเป็นรายชิ้น ทำให้มีแรงจูงใจที่จะขายผลผลิตและกระตุ้นสมาชิกทำการผลิตให้ได้มากที่สุด จึงเป็นแรงผลักดันที่สำคัญในการดำเนินกิจกรรมการผลิตและการค้าร่วมกันของกลุ่ม

นงลักษณ์ สุพรรณไชยมาตย์ (2537, อ้างถึงใน จุลศักดิ์ ชาญณรงค์. 2546 : 22) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์องค์กรและเครือข่าย : กรณีศึกษาเครือข่ายหัตถกรรมทอผ้าพื้นเมืองพรรณไม้ การศึกษาพบว่า ยุทธวิธีในการพัฒนาองค์กรธุรกิจชุมชน มีประเด็นสำคัญดังนี้ แนวคิดพื้นฐานขององค์กรกลุ่มพรรณไม้ แม้เป็นองค์กรธุรกิจชุมชน แต่ฐานความคิดในการทำงานของกลุ่มเป็นลักษณะผสมผสานระหว่างแนวคิดเชิงธุรกิจและแนวคิดด้านการพัฒนา วัตถุประสงค์พื้นฐานการรวมกลุ่ม คือ การช่วยกันในด้านการผลิต การพัฒนาศักยภาพสมาชิก และเสริมสร้างพลังทางเศรษฐกิจ โดยมีระบบการบริหารจัดการที่ชัดเจนในทางปฏิบัติ ส่งเสริมการทำงานเป็นหมู่คณะ มีการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจรเริ่มตั้งแต่การผลิต การแปรรูป และการจัดจำหน่าย ซึ่งทำให้สมาชิกมีโอกาสเรียนรู้กระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ

มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2540 : 42) ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษารูปแบบธุรกิจชุมชน : ศึกษาเฉพาะกรณีในกรุงเทพมหานครและภาคกลาง ซึ่งจากการวิจัยพบว่า ธุรกิจชุมชนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 29 กลุ่มนั้นอยู่ภายใต้การส่งเสริมและช่วยเหลือของกลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มที่มีลักษณะเป็นนิติบุคคล เช่น สหกรณ์ และไม่เป็นนิติบุคคล เช่น กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มที่มีลักษณะเป็นผู้ผลิตและผู้ให้บริการและบริษัทที่ทำหน้าที่ด้านการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ของชาวบ้าน การดำเนินธุรกิจของแต่ละกลุ่ม มีความแตกต่างกันในเรื่องการลงทุนและการจัดสรรกำไร

ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจแบบนี้กำลังมีความพยายามที่จะพัฒนาจากการทำอาชีพเสริมไปสู่การทำเป็นอาชีพหลัก โดยระดับการจัดการจะเริ่มซับซ้อนขึ้นทั้งในด้านการผลิตและการจำหน่าย ต้องมีการลงทุนสูง ต้องใช้ทักษะความรู้มากขึ้น อันเนื่องมาจากปัญหา เช่น สินค้าที่ผลิตออกมามากเกินความต้องการของตลาด เป็นผลให้ผลิตออกมาแล้วขายไม่หมด ขาดทุนทรัพย์ ขาดวัตถุดิบ ไม่สามารถคืนเงินที่กู้ยืมเข้ามาได้ หรือขาดความรู้และข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจขยายการผลิต และขาดความรู้ที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงาน เป็นต้น

ดังนั้นบทบาทการพัฒนาธุรกิจชุมชนในขั้นตอนนี้จึงต้องมุ่งไปสู่การส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจมีการดำเนินการอย่างเป็นระบบ ให้เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่มีมาตรฐาน โดยให้ผู้บริหารที่มาจากคัดเลือกตั้งและสมาชิกสามารถทำได้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง หรือเปลี่ยนเป็นธุรกิจการผลิตและบริการอย่างอื่นที่มีโอกาสในการเพิ่มรายได้มากขึ้น

การพัฒนาธุรกิจชุมชนจึงควรมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกตัดสินใจว่าจะผลิตหรือไม่และถ้าผลิตจะผลิตอะไร มีความรู้ที่จะทำการผลิตเมื่อจะขยายปริมาณการผลิตมากขึ้น มีความรู้ในเรื่องการซื้อขายและการจัดการต่าง ๆ ผลักดันให้เกิดองค์กรหรือจัดสร้างองค์กรต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างให้เกิดการดำเนินงานเชิงธุรกิจแบบพึ่งตนเองได้

ทวีศักดิ์ ปิ่นทอง (2543 : 56) ศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านกับการส่งเสริมศักยภาพชุมชนได้กล่าวว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีพลังมีศักยภาพในการพัฒนาต่อสังคมไทยตลอดช่วงกว่าหลายทศวรรษที่ผ่านมาเป็นอย่างมาก ภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นผลพวงของการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม สร้างสรรค์ขึ้นมาเป็นวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับวิถีการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมนั้น

นุกูล บำรุงไทย, พรณยุพา นพรัค และวัฒนา ภู่อเล็ก (2543 : 97) ศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเองของจังหวัดตาก ได้พบว่าองค์ความรู้จากภูมิปัญญาชาวบ้านที่นำมาใช้ส่วนใหญ่ยังอยู่ในรูปแบบเดิมยังไม่ค่อยมีการนำมาพัฒนา ผสมผสานกับองค์ความรู้ใหม่ให้ก้าวหน้ามากขึ้น กลุ่มและองค์กรที่จัดตั้งยังต้องการการพัฒนาโดยเฉพาะในด้านผู้นำและด้านความรู้เกี่ยวกับการบริการจัดการ การสร้างเครือข่ายองค์กร และการระดมทรัพยากรของท้องถิ่นทั้งด้านการเงิน และบุคลากร เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เล็ก กุศลวงศ์แก้ว ทวัน สิมมะลิและไอ้จำ บัวสาย (2545 : 76) ศึกษาเรื่องภูมิปัญญาชาวบ้านกับการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ : กรณีศึกษาศูนย์เฮ็ดอยู่เฮ็ดกินบ้านโนนหัวช้าง ตำบลคำเพิ่ม อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร ได้กล่าวว่า เรื่องภูมิปัญญาชาวบ้านหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นเรื่องที่สำคัญมากในยุคเร่งรัดพัฒนาอย่างในปัจจุบันที่เป็นยุคเปิดเสรีไร้พรมแดน ทั้งนี้ก็ด้วยสำนึก ร่วมกันว่าคนไทยเรามีมรดกทางปัญญาสั่งสมไว้มาก หากแต่เหตุปัจจัยทางเศรษฐกิจการเมืองจากภายนอก

จุฑารัตน์ พูลเกษม (2545 : 138) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งเสริมให้กลุ่มอาชีพประสบความสำเร็จ : ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานประชาสังคมเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร พบว่าลักษณะการประกอบอาชีพส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอาชีพศิลปหัตถกรรม โดยสถานที่ทำการและจำหน่ายสินค้าเป็นบ้านของประธานกลุ่ม ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่ม คือ ขาดเงินทุนหมุนเวียนเนื่องจากไม่ได้ขอรับทุนสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ส่วนลักษณะการประกอบอาชีพที่ประสบความสำเร็จนั้นมี 5 ด้าน คือ กลุ่มมีผลกำไร กลุ่มสามารถใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า กลุ่มสามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิก กลุ่มมีการผลิตและพัฒนาคุณภาพสินค้า สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นมีอาชีพที่มั่นคงปัจจัยภายในที่ทำให้กลุ่มอาชีพประสบความสำเร็จ คือ สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์การจัดตั้งและการดำเนินงานกลุ่มอยู่ในระดับสูง หัวหน้ากลุ่มมีลักษณะเป็นผู้นำในระดับมาก การบริหารกลุ่มอยู่ในระดับปานกลาง การมีส่วนร่วมของสมาชิกในกิจกรรม

กลุ่มด้วยการแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจ การรับผลประโยชน์และการติดตามประเมินผลอยู่ในระดับปานกลางและปัจจัยภายนอกพบว่าได้รับการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชนอยู่ในระดับปานกลางและการได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชุมชนอยู่ในระดับน้อย

ศิริณา จิตต์จรัส จินตนา เวชมี ฉิศรา ประดิษฐ์ด้วงและศศิวิรุณ นวทวงษ์ (2547: 131) ได้ศึกษาเรื่องโครงการบูรณาการการบริหารจัดการงานพัฒนาองค์กรปกครองท้องถิ่นและชุมชนโดยวิธีการดำเนินงานที่ดีที่สุด (Best Practice) เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนในกลุ่มอาชีพสะพานไทยพัฒนาและกลุ่มอาชีพทำธุรกิจรูปในอำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มอาชีพทำทองม้วนสะพานไทยพัฒนาตั้งอยู่ในพื้นที่ของเทศบาลตำบลมหาพราหมณ์ มีสมาชิกเป็นสองประเภท คือผู้ถือหุ้น และผู้ดำเนินการจำนวน 40 คน พบว่ากลุ่มได้ดำเนินการที่บ้านประชาชน มีการบริหารจัดการที่ดี และยังเป็นลักษณะการประกอบการโดย ธุรกิจส่วนบุคคล สมาชิกที่ประกอบการเป็นผู้หญิง อายุประมาณ 45-50 ปี อาศัยอยู่ในพื้นที่ มีบ้านพักของตนเองหรือญาติและมีทักษะในการทำทองม้วน มีความตั้งใจในการประกอบอาชีพได้ค่าแรงวันละ 100 บาท แต่มิได้ทำทุกวันขึ้นอยู่กับการทำงาน มีความใกล้ชิดและช่วยเหลือกันดี มีการพัฒนาสินค้า ให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าทั้งในตัวสินค้า การออกแบบ ศักยภาพของกลุ่ม คือ มีประชาชนที่มีความสามารถในการบริหารจัดการต่ำ สำหรับระดับปัญหาอุปสรรคที่มีมาก และสะท้อนออกมาให้เห็น คือ ค่าใช้จ่ายในการไปราชการมีน้อยไม่มียานพาหนะ และแนวทางปฏิบัติงานไม่ชัดเจน

รัตติยา กงสมปี (254 : 38) อ่างในงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ร่วมกับสำนักงานสถาบันราชภัฏ. 2545 : หน้า 1-7) ซึ่งได้ศึกษาความสำเร็จของชุมชนกับการใช้วัฒนธรรมเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษารูปแบบและปัจจัยในการใช้วัฒนธรรมเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชุมชนและใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจกับชุมชนอื่น ๆ วิธีการวิจัยโดยใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจกับชุมชนที่ชนะเลิศการประกวดชุมชนดีเด่นในการรวมใจสู้ภัยเศรษฐกิจ ปี 2541-2542 จำนวน 31 ชุมชน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนมี 3 ปัจจัย คือ

1. ความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชุมชนและตัวชี้วัดความสำเร็จในด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจประกอบด้วยตัวชี้วัดย่อย 5 ตัวดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติและสำนักงานสถาบันราชภัฏ. 2545 : 1-7)

- 1.1 สภาพความเป็นอยู่ของประชาชน พบว่า สภาพความเป็นอยู่ก่อนข้างดีและประชาชนในชุมชน พยายามพึ่งตนเองให้มากที่สุด ถือว่าการพึ่งคนอื่นมากเกินไปเสียศักดิ์ศรี ชุมชนที่ประสบความสำเร็จจะเป็นชุมชนที่มีค่านิยมการพึ่งตนเอง

1.2 ผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชน พบว่าผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์จะผลิตจากทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์คุ้มค่ามากที่สุด และสิ้นเปลืองทรัพยากรน้อยที่สุด

1.3 รายได้ของชุมชน พบว่า ประชาชนมีรายได้พอกิน พอใช้ แต่ครอบครัวจะมีการผลิตของใช้ที่จำเป็นในการบริโภคได้เอง และมีรายได้จากการประกอบอาชีพหลักและอาชีพเสริม ทำให้ประชาชนมีรายได้ตลอดปี นอกจากนี้ประชาชนยังรู้จักการออม โดยนำเงินออมนี้ไปใช้เป็นทุนหรือสวัสดิการของชุมชน เช่นกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กลุ่มสงเคราะห์หมู่บ้าน กลุ่มกองทุนสวัสดิการชุมชน เป็นต้น

1.4 กำลังซื้อของใช้ที่จำเป็นของประชาชน พบว่า ประชาชนจะซื้อของใช้ที่จำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตและเป็นสิ่งของที่ชุมชนไม่สามารถผลิตได้ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า รถยนต์ แม้ว่าสมาชิกในชุมชนมีฐานะมั่นคงก็ไม่ใช้จ่ายในสิ่งที่ไม่จำเป็น ไม่ฟุ้งเฟ้อ

1.5 เสถียรภาพ/ ความมั่นคงของชุมชน พิจารณาจากสภาพสังคม ภายในชุมชนมีความสงบร่มเย็น มีรายได้ตลอดปีไม่มีปัญหาการว่างงานหรืออพยพย้ายถิ่น

2. รูปแบบร่วมกันของชุมชนที่ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยตัวชี้วัดลักษณะร่วมกัน 5 ด้านดังนี้

2.1 โครงสร้างและขนาดชุมชน พบว่า มีตั้งแต่ขนาดเล็กไม่เกิน 200 ครัวเรือน ถึงขนาดใหญ่มากกว่า 400 ครัวเรือน โดยมีโครงสร้างร่วมกัน คือเป็นสังคมที่อยู่ในลักษณะเครือญาติมีความรักใคร่เอื้ออาทรช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

2.2 การรวมกลุ่มของคนในชุมชน จะเป็นการรวมกลุ่มโดยเริ่มจากการมีปัญหาาร่วมกัน และร่วมกันเพื่อช่วยแก้ปัญหา พัฒนาเป็นกลุ่มในชุมชน

2.3 การบริหารจัดการองค์กรชุมชน พบว่า การบริหารจัดการดำเนินการในรูปแบบการกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน และบริหารแบบมุ่งเน้นมีส่วนร่วมของสมาชิกในรูปคณะกรรมการที่มีความโปร่งใสตรวจสอบได้

2.4 การส่งเสริมสนับสนุนชุมชน ชุมชนจะได้รับการสนับสนุนทั้งจากภายในและภายนอกชุมชน ส่วนใหญ่ในรูปแบบการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ด้านอาชีพ

2.5 การควบคุม และตรวจสอบคุณภาพผลผลิตเป็นการดำเนินในลักษณะร่วมกันทุกชุมชน มีระบบดำเนินการโดยผู้รับผิดชอบในกลุ่มผู้ผลิตและผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบ

ทรงเดช ก้อนวิมล (2549 : 23) กระบวนการสร้างเสริมวิถีชีวิตที่พึ่งตนเองของชุมชน ชาวบ้านเตาป่าเพื่อลดปัญหาความยากจน โดยการมีส่วนร่วมขององค์การบริหารส่วนตำบลนาสีนวลและมูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย กรณีศึกษา บ้านเตาป่า ตำบลนาสีนวล อำเภอพยัคฆ

ภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม พื้นที่ศึกษา บ้านเต่าป่า หมู่ที่ 6 ตำบลนาสีนวน อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม จากผลการวิจัยพบว่า สภาพครอบครัวของนักเรียนโรงเรียนบ้านเต่าป่าส่วนใหญ่มีฐานะยากจนอาชีพหลักคือการทำนาและอาชีพเสริมคือรับจ้างตัดอ้อยที่ต่างจังหวัด มีปัญหาหนี้สินมาก จากการติดต่อประสานงานทางเจ้าหน้าที่มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย สาขา อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย และองค์การบริหารส่วนตำบลเข้ามาหารือและร่วมประชุมกับชุมชน ทั้ง 3 ส่วน เห็นร่วมกันว่าจะต้องร่วมมือกันทั้ง 2 ฝ่าย เพื่อที่จะหาแนวทางในการลดรายจ่ายของครอบครัวและชุมชน โดยการสร้างเสริมวิถีชีวิตที่พึ่งตนเองกับชุมชนบ้านเต่าป่า ซึ่งทีมวิจัยเห็นว่กระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่นจะสามารถสร้างให้ชุมชนตระหนักและเข้าใจตนเอง ที่จะนำไปสู่การลดรายจ่ายโดยการพึ่งตนเองของชุมชน และบทเรียนจากกระบวนการนี้สามารถที่จะเป็นแบบอย่างให้องค์การบริหารส่วนตำบลและมูลนิธิศุภนิมิตนำไปใช้กับชุมชนอื่นได้ต่อไป

รูปแบบและแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางด้านเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี จากการสำรวจข้อมูลทางด้านหนี้สิน รายรับ รายจ่ายของชุมชนพบว่ารายจ่ายมากกว่ารายรับ ซึ่งภาวะดังกล่าวส่งผลให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ด้วยความสามัคคีของคนในชุมชนและความมุ่งมั่นในการแก้ปัญหาที่จะทำให้คนในชุมชนมีสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จึงก่อให้เกิดกลุ่มต่าง ๆ ตามมา ส่งผลให้เศรษฐกิจของชุมชนเริ่มดีขึ้น ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้ ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งยังทำให้ชุมชนได้เกิดการเรียนรู้และแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง ทั้งนี้จากที่ชุมชนได้พยายามแก้ไขปัญหาจนถือได้ว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ที่เน้นในเรื่องบทบาทของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา หรือการวิจัยปฏิบัติการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ ซึ่งจะใช้กระบวนการที่หลากหลาย เช่น การศึกษาริบทชุมชน โดยเน้นการศึกษาปัญหา ความต้องการ และศึกษาทรัพยากรในท้องถิ่น เพื่อทราบปัญหาด้วยวิธีการประชุม จัดเวทีชาวบ้าน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับชาวบ้าน วิเคราะห์สภาพปัจจุบันร่วมกันเน้นการช่วยกันคิด ช่วยกันทำและให้เกิดความรู้สึกร่วมกันคิด ร่วมกันทำ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลของชุมชน นำมาวิเคราะห์ สรุปร่วมกัน เกิดกระบวนการเรียนรู้ คิดอย่างมีระบบหารูปแบบกระบวนการจัดการเรียนรู้ การสอนเพื่อมุ่งหวังให้เกิดการเรียนรู้ที่หลากหลายนำไปสู่อาชีพที่เหมาะสมกับชุมชนนั้น ๆ และประเมินผลโดยการสัมภาษณ์ สอบถามนำไปสู่การแก้ไขปัญหาความยากจนที่ยั่งยืน

ศูนย์ศึกษานอกโรงเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (2546 : 45) ทำการศึกษาวิจัย เรื่องการดำเนินงานพัฒนารูปแบบกระบวนการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับกลุ่มพัฒนาอาชีพ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ผลที่ได้จากการนำรูปแบบกระบวนการ

จัดกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับกลุ่มพัฒนาอาชีพนั้น สามารถสรุปได้ 3 รูปแบบ ในแต่ละกรณีคือ กรณีที่ 1 เป็นกรณีที่เริ่มจัดตั้งกลุ่ม กรณีที่ 2 เป็นกรณีจัดตั้งกลุ่มแล้ว แต่สมาชิกกลุ่ม กพอ. ยังขาดความรู้ประสบการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์ความรู้และการตลาด กรณีที่ 3 เป็นกรณีที่จัดตั้งกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม กพอ. มีความรู้ ประสบการณ์เกี่ยวกับการจัดการและการตลาดหรือกลุ่มอาชีพที่มีความมั่นคงแล้ว และในการประเมินผลการใช้รูปแบบเกี่ยวกับกระบวนการจัดกิจกรรมสร้างองค์ความรู้สร้างมวลประสบการณ์ เรื่อง การบริหารจัดการองค์การการตลาด กิจกรรมวางแผนงานโครงการ การดำเนินงานตามแผนงานโครงการและการประเมินผลซึ่งเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้กลุ่มพัฒนาอาชีพ ดำเนินงานด้วยความเข้มแข็งเห็นผลรูปธรรม ได้แก่ ประชานกรรมการกลุ่มมีความเป็นผู้นำ มีความเป็นประชาธิปไตยในการบริหารงานกลุ่มและยอมรับความเห็นของสมาชิก สมาชิกกลุ่มมีความเป็นผู้ตามที่ดี มีความสามัคคี ความขยันอดทน กลุ่มมีความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบ จัดหากำลังคน บริหารจัดการการเงินและบัญชีรวมทั้งวางแผนการผลิต

สถาบันการศึกษาและพัฒนาต่อเนื่องสิรินธร (2546 : 32) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการจัดกระบวนการเรียนรู้แบบบูรณาการเพื่อการพึ่งพาตนเองโดยภูมิปัญญาท้องถิ่น จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน คือ คุณลักษณะของผู้ทรงภูมิปัญญาที่เป็นผู้นำท้องถิ่นมีองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับสภาพปัญหาที่แท้จริงของชุมชน กระบวนการของกิจกรรมในการเรียนรู้ที่องค์กรชุมชนจัดขึ้น ใช้รูปแบบกระบวนการจัดการ การเรียนรู้ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม การเรียนรู้ของชุมชน สมาชิกองค์กรชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการจัดกิจกรรม โดยมีอิสระในการตัดสินใจ เชื่อมมั่น และศรัทธาในแกนนำองค์กรการสนับสนุนจากองค์กรภายนอกอยู่บนฐานสภาพและความต้องการของชุมชน สามารถบูรณาการกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ไม่ยึดภารกิจขององค์กรเป็นที่ตั้ง และมุ่งพัฒนาศักยภาพเพื่อสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน ควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกรายบุคคล