

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการวิจัยเรื่อง “ความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์: ศึกษากรณี กลุ่มคอกไม้ไผ่บัว ตำบลห้วยกะปิ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี” ศึกษาโดยอาศัยการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นแนวคิดในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน
2. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล
3. แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดในการวิจัยเบื้องต้น

#### แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน

สำหรับแนวคิดธุรกิจชุมชน เป็นแนวคิดหนึ่งเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยเรื่องนี้ ดังนั้นผู้วิจัยได้จำแนกได้ดังต่อไปนี้

##### ความหมายของธุรกิจชุมชน

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2542, หน้า 90) ได้กล่าวถึง “ธุรกิจชุมชน” โดยเริ่มต้นจากการให้ความหมายคำว่า “ธุรกิจ” ในความหมายทางเศรษฐศาสตร์และการค้าหมายถึง 1) กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือการให้บริการทางการเงินหรืออื่น ๆ แก่ประชาชนเพื่อให้ได้กำไร และ 2) กิจกรรมใด ๆ ที่ประกอบการทางเศรษฐกิจซึ่งตั้งขึ้นเพื่อให้ได้กำไร

ขวัญสรวง อติโพธิ และอนุชาติ พวงสำลี (2538, หน้า 44 อ้างถึงใน บวรรัตน์ สุกระกาญจน์, 2544, หน้า 11) ได้กล่าวว่า ธุรกิจชุมชน หมายถึง การรวมตัวของคนในชุมชนเป็นกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ หรือธุรกิจขนาดเล็กในชนบท เพื่อดำเนินการทางธุรกิจที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ทั้งนี้จะต้องมุ่งส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถปรับฐานความคิดและวิธีคิด มุ่งเน้นการรวมกลุ่มเพื่อร่วมกันจัดการอย่างครบวงจรการผลิต การแปรรูป การตลาด

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540, หน้า 149) ได้กล่าวว่า องค์กรธุรกิจชุมชน หมายถึง ชมรมหรือสหกรณ์ หรือใช้ชื่ออื่นใดจะมีการจดทะเบียนหรือไม่ก็ตาม เป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมตัวด้วยความสมัครใจของประชาชนจำนวนหนึ่งเพื่อทำธุรกิจชุมชนมีวัตถุประสงค์

และอุดมคติร่วมกันและดำเนินการ โดยชุมชน กล่าวคือสมาชิกมีส่วนร่วมในการลงทุน การบริหารจัดการและร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน มีการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่องในกระบวนการทำงานเพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ ขององค์กรทางด้านเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม มีผู้นำตามธรรมชาติทั้งหญิงและชายเกิดขึ้นโดยผ่านกระบวนการทำงานร่วมกันดังกล่าว

กาญจนา แก้วเทพ (2540, หน้า 46 อ้างถึงใน บวรรัตน์ สุกระกาญจน์, 2544, หน้า 11) ได้กล่าวว่า นอกจากนั้นลักษณะขององค์กรธุรกิจชุมชนจะเป็นการถือหุ้นของมหาชน โดยเจ้าของทุนและคนทำงานเป็นคนคนเดียวกัน ซึ่งทำให้เกิดแรงจูงใจสูงต่อการประกอบธุรกิจ และมีผลต่อการควบคุมคุณภาพสินค้าอีกด้วย

ดังนั้นคำว่า “ธุรกิจชุมชน” ในที่นี้จึงหมายถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนที่ต้องการได้กำไร ลักษณะอย่างไรถึงจะเรียกว่าเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ “ของชุมชน” หรือธุรกิจ “ของชุมชน” ดังนั้นการพิจารณาว่าธุรกิจใดหรือธุรกิจใดทางเศรษฐกิจเป็นของชุมชนหรือไม่ จึงต้องพิจารณาข้อเท็จจริงว่า ปัจจัยการผลิต อันได้แก่ ที่ดิน ทุน แรงงาน หรือองค์กรแห่งธุรกิจนั้นเป็นของชุมชนหรือไม่ ชุมชนมีอำนาจมากน้อยแค่ไหนในการควบคุมและครอบครอง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของชุมชน จึงให้ทัศนะว่า ธุรกิจชุมชนหรือธุรกิจของชุมชนจะต้องเป็นองค์กรหรือหน่วยธุรกิจที่สมาชิกชุมชนครอบครองและควบคุมได้หรือกรรมสิทธิ์ส่วนใหญ่เป็นของสมาชิกในชุมชน

### ธุรกิจชุมชนกับชุมชนเข้มแข็ง

#### 1. บทเรียนเรื่องธุรกิจชุมชน

การสร้างชุมชนเข้มแข็งให้แก่องค์กรชุมชน (สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2540, หน้า 45-48) อันได้แก่การเพิ่มศักยภาพขององค์กร ซึ่งตั้งคำถามต่อไปก็อยู่ที่ว่าเพิ่มศักยภาพด้านไหน จะให้ทำอะไร และจะทำอย่างไร และท่ามกลาง คำตอบหลาย ๆ อย่าง การทำธุรกิจชุมชนก็เป็นบทเรียนฝึกซ้อมศักยภาพของชุมชนเข้มแข็งได้อย่างหนึ่ง ทั้ง ๆ ที่เราพูดกันมานานแล้วว่า ชาวนาไทยไม่ได้ผลิตเพื่อกินใช้อย่างเดียวหากแต่ผลิตเพื่อขายด้วย แต่ทว่าก็ไม่มีแผนงานพัฒนาศักยภาพของชาวบ้านให้เข้ากับระบบการผลิตเพื่อขายได้เลย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการค้า การแปรรูป การพัฒนาการผลิต การลดต้นทุน ฯลฯ ดังนั้นการทำ “ธุรกิจชุมชน” จึงอาจเป็นขั้นตอนแรกของการพัฒนาดังกล่าว

#### 2. เกล็ดกษณ์ของธุรกิจชุมชน

เมื่อกล่าวถึงคำว่า “ธุรกิจชุมชน” สิ่งที่น่าขบคิดต่อไปก็คือ “ธุรกิจชุมชน” มีความแตกต่างจากกิจกรรมอื่น ๆ ของชุมชนอย่างไร ในเวลาเดียวกัน “ธุรกิจชุมชน” นั้น แตกต่างจากทำธุรกิจ

ทั่วไปอย่างไร ซึ่งคำตอบที่ได้ คือ “ธุรกิจชุมชน” มีความแตกต่างตรงที่ตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกิจกรรมจะเป็นตัวแปรภายนอกที่อยู่เหนือการควบคุมของชาวบ้านค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นความต้องการของตลาด การกำหนดราคา เพราะฉะนั้น การติดตามข่าวสารข้อมูลภายนอกจึงมีความจำเป็นค่อนข้างมากและเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจทั่วไปแล้วแม้ว่าการทำธุรกิจชุมชนจะต้องมีเป้าหมายอยู่ที่การทำกำไรเช่นกัน แต่ทว่า “กำไร” ก็ไม่ใช่เป้าหมายเพียงประการเดียวของกิจกรรมนี้ เพราะนอกเหนือจากกำไรแล้ว “ธุรกิจชุมชน” ยังมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาคน รวมทั้งต้องเป็นธุรกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ใช้เทคโนโลยีที่สะอาด เป็นต้น

ลักษณะของ “ธุรกิจชุมชน” จะเป็นการถือหุ้นของมหาชน โดยเจ้าของทุนและคนทำงานเป็นคนเดียวกัน ซึ่งทำให้เกิดแรงจูงใจสูงต่อธุรกิจและมีผลกับการควบคุมคุณภาพสินค้าอีกด้วย ส่วนการบริหารจัดการนั้นก็มุ่งเน้นลักษณะการกระจายอำนาจและความรับผิดชอบ

### 3. ปัจจัยสำหรับการทำธุรกิจชุมชน

เมื่อลักษณะกิจกรรมเป็นธุรกิจ ธุรกิจชุมชนก็ต้องการปัจจัยสำหรับการดำเนินการเหมือนกับในการทำธุรกิจโดยทั่วไป กล่าวคือ ต้องเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ตลาด การตัดสินใจเลือกประเภทของธุรกิจโดยมีหลักการบางอย่าง เช่น ต้องเป็นธุรกิจที่รักษาสภาพแวดล้อม ใช้ทรัพยากรและแรงงานของชุมชนเพื่อเน้นโอกาสในการสร้างงานแก่ชุมชนและโดยธรรมชาติแล้วน่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กย่อยที่สอดคล้องกับความสามารถในการจัดการและการดำเนินการของชุมชน จากนั้นก็เป็นขั้นตอนของการระดมทุนซึ่งอาจจะมีหลายรูปแบบและหลายแหล่ง เช่นการลงแรงจากฝ่ายชาวบ้าน การร่วมทุนกับภายนอกซึ่งชุมชนก็ต้องวิเคราะห์เงื่อนไขจากภายนอกนั้น ว่ารัฐควรมีมาตรการส่งเสริมการด้านการลงทุนแก่ธุรกิจชุมชนเช่นเดียวกับที่เคยสนับสนุนการลงทุนแก่อุตสาหกรรมใหญ่ ๆ มาแล้ว ในขั้นตอนการผลิตและการตลาดนั้น เนื่องจากธุรกิจชุมชนประเภทต้องมีการแข่งขัน จึงจำเป็นต้องมีการควบคุมและพัฒนาคุณภาพของสินค้า ต้องแก้ปัญหาความสม่ำเสมอของผลิตผลที่จะป้อนตลาดให้ได้

### 4. สถานภาพปัจจุบันของธุรกิจชุมชน

ปัจจุบันการทำธุรกิจชุมชนทั้งที่มีแนวทางในการดำเนินการทั้งแบบ “จากบนลงล่าง” และจาก “ล่างขึ้นบน” อยู่ประมาณ 7,000 แห่งซึ่งนับว่าน่าพอใจในเชิงปริมาณ แต่หากพิจารณาในเชิงคุณภาพแล้ว อาจถือได้ว่าธุรกิจชุมชนเหล่านี้ยังเริ่มตั้งไข่เท่านั้น เพราะฉะนั้นโดยส่วนใหญ่ยังไม่เข้มแข็ง และมีจุดอ่อนอยู่หลายทาง เช่น การขาดแหล่งทุน ขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ ความรู้ด้านการตลาด ความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจ นอกจากนั้นในส่วนของรัฐยังมีกฎระเบียบหลายอย่าง ด้านกฎหมายที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจชุมชน

## 5. ยุทธศาสตร์เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ธุรกิจชุมชน

จำเป็นต้องมีการระดมความร่วมมือจากไตรภาคี คือ ชุมชน ภาคธุรกิจ และภาครัฐ จึงทำให้ธุรกิจชุมชนมีอนาคต สำหรับชุมชนนั้นต้องมีการเตรียมความพร้อมและเสริมศักยภาพด้านการทำธุรกิจของชุมชนให้สูงขึ้น ภาคเอกชนนั้นก็หนุนช่วยได้ทุกเรื่องตั้งแต่เรื่องแหล่งทุน การผลิต การตลาด และการบริหารองค์กร ในส่วนของรัฐนั้น บทบาทที่สำคัญ คือ ด้านแหล่งทุน ด้านการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมความรู้ ทั้งหมดนี้ได้นำเสนอมาตรการต่าง ๆ ที่เป็นประจักษ์กฏกติกาในการตัดสินใจว่าจะส่งเสริมธุรกิจชุมชนให้ไปทำตามทิศทางที่พึงปรารถนาได้อย่างไรบ้าง

### การพัฒนาธุรกิจชุมชน

#### 1. แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน

แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน (สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2540, หน้า 125-126) แม้ว่าจะเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่ในงานพัฒนา แต่กำลังได้รับความสนใจจากหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ด้วยตระหนักดีว่าภายใต้เศรษฐกิจสังคมในปัจจุบัน การส่งเสริมให้ชุมชนทำธุรกิจที่สอดคล้องกับเงื่อนไขของตนเอง เป็นแนวทางการพัฒนาที่จำเป็นและสำคัญอย่างยิ่ง ได้มีการระบุแนวทางการทำงานพัฒนาว่าเป็นแบบบูรณาการกล่าวคือการพยายามประสานการพัฒนาทุกด้านเข้าด้วยกัน โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือการพัฒนาคน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือคนเป็นศูนย์กลางของงานพัฒนา เพื่อให้นโยบายดังกล่าวบังเกิดผลเป็นรูปธรรมจึงจำเป็นต้องมีโครงการปฏิบัติการยอมรับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ เป็นแนวทางหนึ่งที่มีเป้าหมายที่จะพัฒนาคนและคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น หมายถึงการพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัวและชุมชน เน้นให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพร้อมกับการพัฒนาด้านสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเมืองการปกครอง โดยกล่าวได้ว่า “ธุรกิจชุมชน” คือกุญแจสำคัญอีกอันหนึ่ง ที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน แต่การที่จะบรรลุเป้าหมายได้นั้นต้องอาศัยการผนึกกำลังของทุกฝ่ายทุกระดับ ทั้งภาครัฐ องค์กรเอกชน ภาคธุรกิจ นักวิชาการ องค์กรประชาชน และสื่อมวลชน เป็นต้น โดยสนับสนุนให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีดังกล่าว ให้เกิดความร่วมมือร่วมปฏิบัติงานด้วยกัน ตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมเรียนรู้ และร่วมกันทำงานภายใต้ความรัก ความเมตตา ความเอื้ออาทร ไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อกัน

#### 2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน

กระแสของการพัฒนาธุรกิจชุมชน (สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2540, หน้า 133-135) กำลังได้รับความสนใจให้เป็นทางเลือกหนึ่งที่จะเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน ธุรกิจชุมชนมีความหมายครอบคลุมการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิต

ของคนในชุมชน โดยเฉพาะในชนบท ซึ่งจะ ไม่นับเฉพาะการสร้างรายได้ และการตีค่าการพัฒนา เป็นเพียงตัวเลขที่บ่งบอกถึงอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจที่เป็นตัวเงินเพียงอย่างเดียว

การพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร เป็นเรื่องที่ต้องอาศัยความละเอียด อ่อน ความละมุนละม่อมในการประสานสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้น ทั้งระหว่างสมาชิกภายใน กลุ่มและองค์กรนั้นและการประสานให้เกิดการสนับสนุนซึ่งกันและกันของทุกภาคที่เกี่ยวข้อง หัวใจสำคัญของการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนคือ การศึกษาศักยภาพชุมชนและการวิเคราะห์ ปัญหาเงื่อนไขข้อจำกัดของชุมชนและกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างชัดเจน เพื่อการวางแผน วิธีการและ ขั้นตอนการทำงาน ได้ตรงประเด็น ชัดเจน ทั้งนี้โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน การทำงาน โดยวิธีนี้เท่ากับเป็นการประสานความรู้หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นกับความรู้หรือ ประสบการณ์ ตลอดจนเทคนิควิธีการจากภายนอก ที่นักพัฒนาหรือเจ้าหน้าที่เข้าไปแลกเปลี่ยนกับ ชุมชน

**ปัจจัยกำหนดความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน**

ปัจจัยกำหนดความสำเร็จและความล้มเหลวของชุมชน (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2542, หน้า 124) มีมากมายหลายประการ ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุน กิจกรรมทางเศรษฐกิจเชิงธุรกิจที่ต้องอาศัยกลไกตลาด ในระบบทุนนิยม มักจะต้องเริ่มจากการนำเงิน ไปลงทุน ทำการผลิต ทำการค้าได้กลับมาเป็นก้อน ใหญ่กว่าเดิม (ในกรณีที่ได้กำไร) ดังนั้นเงินลงทุนได้มาจากไหน พบว่ากลุ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ ใช้เงินทุนของตนเองไม่ต้องกู้หนี้ยืมสิน ไม่ต้องจ่ายดอกเบี้ยสำหรับเงินลงทุนมีโอกาที่จะประสบ ความสำเร็จในการดำเนินการมากกว่าการพึ่งเงินกู้ โดยไม่มีทุนสะสมของตนเองซึ่งเป็นการชี้ว่า องค์กรเศรษฐกิจนั้นยังพึ่งตนเองไม่ได้ซึ่งขัดกับหลักการธุรกิจชุมชนที่ต้องการพึ่งตนเองให้มากที่สุด ดังนั้นกลุ่มกิจกรรมเศรษฐกิจที่สามารถพึ่งตนเองด้านเงินทุนหรือสามารถระดมทุนจากชุมชน เองได้ จึงมีโอกาที่จะอยู่ได้และเติบโตได้มากกว่ากลุ่มที่พึ่งเงินทุนจากการกู้ยืม
2. ปัจจัยด้านการตลาด นอกจากสามารถประมาณอุปสงค์อุปทานได้แล้วจะต้องรู้ว่าจะ นำสินค้าไปขายที่ไหนและอย่างไร กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีลูกค้า ที่แน่นอนและเพียงพอ (ลูกค้าที่แน่นอนและเพียงพอ หมายถึง ลูกค้าที่เป็นผู้คำสั่งที่รับสินค้าคราวละ มาก ๆ ออกไปจำหน่าย ส่วนด้านค้าปลีก ไม่มีลูกค้าที่แน่นอนแต่ต้องมีมากเพียงพอ) ธุรกิจชุมชนที่ได้ ผลผลิตไม่มากโดยทั่วไปจะอาศัยตลาดค้าปลีกเป็นสำคัญ

## 2.1 ความหมายของ “การตลาด” (marketing)

ค็อทเลอร์และอาร์มสตรอง (Kotler & Armstrong, 1989, p. 5) ได้กล่าวว่า การตลาด คือ “กระบวนการการจัดการทางสังคม ในอันที่จะทำให้ปัจเจกชนและกลุ่มบุคคล ได้รับในสิ่งที่เขา มีความจำเป็น และมีความต้องการ โดยอาศัยการสร้างสรรค์ และการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ และสิ่งที่มีคุณค่ากับผู้อื่น”

สมาคมการตลาดแห่งอเมริกา (the American marketing association, n.d. อ้างถึงใน พิบูล ที่ปะปาล, 2534, หน้า 4) ได้เคยให้คำนิยามของการตลาดว่า การตลาด หมายถึง “การดำเนิน กิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจเพื่อควบคุม กำกับสินค้าและบริการ เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภค” และต่อมาในปี ค.ศ. 1985 จึงให้นิยามการตลาดมีความหมายกว้างกว่าเดิม ดังนี้ การตลาด คือ “กระบวนการการวางแผนและการปฏิบัติตามแผน แนวความคิด ผลิตภัณฑ์ที่กำหนดขึ้นมา การ กำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจเป็นความคิดสินค้าและบริการ เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดการแลกเปลี่ยน ซึ่งจะก่อให้เกิดอุปสงค์ของปัจเจกบุคคล และองค์การได้รับความพอใจ”

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2534, หน้า 114) การตลาด (marketing) หมายถึง กระบวนการกำหนด การมีส่วนร่วม การสร้าง และการตอบสนองความจำเป็นและความต้องการ ของลูกค้าในการขยายผลิตภัณฑ์และบริการ หน้าที่ของการตลาด ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ ลูกค้า 2) การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด 3) การวางแผนผลิตภัณฑ์และบริการ 4) การตั้งราคา 5) การจัดจำหน่าย 6) การขายผลิตภัณฑ์และบริการ 7) การวิจัยตลาด 8) การซื้อ 9) การสร้างความสัมพันธ์กับสังคม ความเข้าใจถึงหน้าที่เหล่านี้จะช่วยให้ผู้กำหนดกลยุทธ์สามารถกำหนดและ ประเมินจุดแข็งจุดอ่อนของการตลาดได้

จากการวิจัยนั้น ผู้วิจัย ได้กล่าวถึงความหมายเกี่ยวกับการตลาดได้ว่า การตลาด หมายถึง การมีผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม นำออกจำหน่ายในช่องทางที่เหมาะสม ในเวลาที่เหมาะสม ในราคาที่เหมาะสม โดยในแง่ของการดำเนินการนั้นองค์กรอาจหวังผลกำไร และองค์การอาจไม่หวังผลกำไร

## 2.2 ส่วนประสมการตลาด (the marketing mix)

ค็อทเลอร์และอาร์มสตรอง (Kotler & Armstrong, 1989, p. 45) ได้กล่าวว่า ส่วน ประสมการตลาด หมายถึง ชุดของตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาด องค์กรนำมาประสม กัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมาย

แนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาด (พิบูล ที่ปะปาล, 2534, หน้า 51) มีบทบาท สำคัญมากในการตลาดเพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการ

ดำเนินงาน วางตลาดผลิตภัณฑ์ที่ถูกคัดต้องการ ในตลาดเป้าหมายที่ได้เลือกสรรไว้ในช่วงเวลาที่กำหนด แม้ว่าเราจะได้ทำการวิเคราะห์เลือกตลาดเป้าหมาย (target market) อย่างดีที่สุดแล้วแต่การที่จะพัฒนาส่วนประสมการตลาดเพื่อให้สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้า ในตลาดเป้าหมายไม่ใช่ของง่าย ทั้งนี้เนื่องจากว่า เรามีวิธีการที่จะทำการเลือกได้หลายทาง ที่จะตอบสนองความต้องการของเขา ตัวผลิตภัณฑ์อาจมีรูปแบบหลายอย่างหลายสี บรรจุภัณฑ์อาจทำได้หลายขนาด หลายหลาก สี ตลอดจนวัสดุของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวก็มีหลายชนิด การโฆษณาที่มีวิธีการทำได้หลายทาง เช่นทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น นอกจากนี้ปัจจัยที่เกี่ยวกับการกำหนดราคา และวิธีการจัดจำหน่าย ก็มีวิธีให้เลือกปฏิบัติได้หลายทางด้วยกัน

เมื่อวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าว ซึ่งนักการตลาดจะต้องทำการตัดสินใจเพื่อดำเนินงาน ก็สามารถแยกออกได้เป็น 4 กลุ่มด้วยกัน ภายใต้ P ตัว หรือ "four P's" (McCathy, 1981, pp. 43-44 อ้างถึงใน พิบูล ทีปะปาล, 2534, หน้า 51) ดังนี้

- องค์ประกอบที่เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ (product component) เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่า ลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้นให้ประโยชน์ต่อผู้บริโภค
- องค์ประกอบเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด (promotional component) เพื่อแจ้งบอกความสามารถของผลิตภัณฑ์ (product's ability) ที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค โดยผ่านการโฆษณา (advertising) การขายโดยบุคคล (personal selling) และการส่งเสริมการขาย (sales promotion)
- องค์ประกอบที่เกี่ยวกับการจัดจำหน่าย (place component) เพื่อแจกจ่ายผลิตภัณฑ์วางออกจำหน่ายในสถานที่และเวลาที่เหมาะสมสอดคล้องตามความต้องการของลูกค้า
- องค์ประกอบที่เกี่ยวกับราคา (price component) เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับเหมาะสมและยุติธรรม

3. ปัจจัยด้านการผลิต ความได้เปรียบของการผลิตสินค้าของชุมชน ไม่มีปัญหาด้านวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิตไม่สูง ความมีทักษะของผู้ผลิตทำให้สามารถปรับปรุงคุณภาพได้ทั้งต้นทุนที่ไม่สูงและคุณภาพมาตรฐาน จะสร้างศักยภาพการแข่งขันในตลาดได้ดี การขาดปัจจัยการผลิตเป็นอุปสรรคและเสี่ยงต่อความล้มเหลวพอ ๆ กับการผลิตที่ไม่มีโอกาสทางตลาด

4. ปัจจัยด้านบริหารจัดการ โดยการแบ่งหยาบ ๆ เป็นสามด้านคือ ด้านระบบเงิน ระบบงาน และระบบบุคลากร ในด้านระบบเงิน ความสามารถในการระดมและสะสมเงินทุนเป็นความสามารถประการแรกที่มีความจำเป็นยิ่งเมื่อได้เงินมากแล้วยังต้องมีความสามารถในการบริหารกระแสเงินไหลเข้าและกระแสเงินไหลออก ควบคุมดูแลไม่ให้เกิดการขาดสภาพคล่องใช้จ่ายเงินไปในทางที่ก่อประโยชน์ให้แก่กลุ่มมากที่สุด

นอกจากนี้แล้วยังมีแนวคิดของ จักรกฤษณ์ นรนิติผดุงการ (2538, หน้า 1-3 อ้างถึงใน สุรน คงสวัสดิ์, 2543, หน้า 35-36) ซึ่งได้กล่าวว่า นักบริหารจัดการจะต้องมีความรู้และรอบรู้ที่จะ กำหนดระบบงาน ระเบียบและเทคนิคในการปฏิบัติงาน สร้างความพร้อม และมีความสามารถที่จะ ให้สิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการทำงานของคนและหน่วยงานอีกด้วย ระบบงาน ระเบียบและเทคนิคในการปฏิบัติงานแยกออกเป็น 5 ด้าน คือ

- ด้านการจัดองค์การ (mechanism) หรือ M1 หมายถึง การกำหนดรูปแบบและภารกิจ ขององค์กร การแบ่งงานขององค์กร การกำหนดกิจกรรมของส่วนงาน การกำหนดตำแหน่งงาน (position) พร้อมหน้าที่ความรับผิดชอบ (authority) ของแต่ละตำแหน่ง แต่ละส่วน แต่ละระดับ (level) ขององค์กรเป็นส่วนรวม การกำหนดโครงสร้างและความสัมพันธ์ของงานของส่วนต่าง ๆ ของแต่ละองค์กร และการสร้างระบบการควบคุมให้ทุกส่วนขององค์กรได้เป็นไปอย่างสืบเนื่อง และมีเอกภาพ (unit)

- ด้านการเงิน (money) หรือ M2 ที่จะต้องจัดหาเพื่อดำเนินกิจกรรมตามที่กำหนดไว้ ในจำนวนและเวลาที่ถูกต้องสอดคล้องกัน ดังนั้นการพิจารณาเรื่องแหล่งเงิน การจัดสรรเงินเพื่อ ใช้จ่ายในกิจกรรมและรายการต่าง ๆ ให้ได้สัดส่วนที่ได้ผลตอบแทนดีที่สุด และการควบคุมการ ใช้จ่ายให้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์โดยไม่รู้ไหล สูญเสียหรือฟุ่มเฟือยโดยไม่จำเป็น แต่ในขณะเดียวกันก็เพื่อที่จะช่วยสนับสนุนให้การทำงานได้ดำเนินการ ไปอย่างราบรื่น จนสามารถบรรลุเป้าหมาย ได้เป็นอย่างดี การเงินจึงเป็นส่วนสำคัญที่นักการจัดการจะต้องดูแล

- ด้านบุคลากร (manpower) หรือ M3 ซึ่งการจัดการที่ดีจำเป็นต้องได้บุคคลที่มีความรู้ ความสามารถและคุณสมบัติที่จำเป็นอย่างอื่นมาบรรจุให้กับตำแหน่ง และหน้าที่การงานที่กำหนด ไว้ แต่จะต้องให้มีจำนวนเพียงพอ ไม่มากหรือน้อยเกินไป การจัดการด้านบุคลากรยังครอบคลุมถึง ความจำเป็นที่จะต้องมีการให้ค่าตอบแทนและผลประโยชน์ที่สมดุลกับภาวะการปฏิบัติ หน้าที่ของ บุคลากรความจำเป็นที่จะต้องดูแลความเรียบร้อยในการปฏิบัติและการเพิ่มพูนความรู้และ สมรรถภาพในการปฏิบัติงานให้แก่บุคลากรภายในหน่วยงานเป็นระยะ ๆ ด้วย

- ด้านวัสดุอุปกรณ์ และสถานที่ (materials and building) หรือ M4 ได้แก่ การจัดหาและ มีไว้ซึ่งเครื่องมือเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ สถานที่ปฏิบัติงาน สถานที่บริการที่เหมาะสม ทันสมัย พอเพียงและมีประสิทธิภาพที่จะสามารถช่วยให้การดำเนินงานตามหน้าที่ของหน่วยงานนั้น ๆ ได้ เป็นไปอย่างได้ผล หรือสมประโยชน์ที่สุด ทั้งนี้การจัดการด้านนี้ยังหมายถึงการเสาะแสวงหา การคิดค้น การออกแบบ การควบคุมการใช้งาน การบำรุงรักษาและเปลี่ยนแปลงชิ้นส่วนหรือส่วน ประกอบ การซ่อมแซมส่วนที่ชำรุดเสียหายหรือที่มีประสิทธิภาพในการทำงานต่ำกว่าระดับที่



ต้องการ และการถอดถอนจากประจำการหรือรื้อถอน เพื่อจัดหาหรือจัดทำถึงทดแทนภายใน กำหนดเวลาที่สมควรได้

- ด้านองค์ความรู้และข้อมูลข่าวสาร (methodology and information) หรือ M5 ได้แก่ องค์ความรู้และข้อมูลข่าวสารอันมีค่าที่นักจัดการจะต้องนำมาใช้ในการวางแผน การเลือกใช้กลยุทธ์ (strategy) และกิจกรรม (activity) ที่ควรจะดำเนินการ การจัดหน่วยงานและการวางระบบงาน การติดต่อสื่อสาร การอำนวยความสะดวก การตัดสินใจ การแก้ปัญหา การติดตามและการควบคุมงาน อาสาสมัครกลุ่ม และรูปแบบต่าง ๆ ให้ถูกต้องเหมาะสม มีประสิทธิภาพและได้ผล และประเมินผลการปฏิบัติงานและผลงานการแก้ไขปรับปรุงและวิธีการทำงาน เพื่อให้งานและหน่วยงานเข้าเป้า และเป็นที่ยังพอใจแก่สังคมและประชาชน กลุ่มเป้าหมาย และโดยทั่วไปในสังคม

5. ปัจจัยด้านผู้นำ ชาวชนบทโดยทั่วไปมักขาดความคิดริเริ่ม พอใจจะเป็นผู้ตามเป็นผู้เอาอย่างหรือเลียนแบบ ใครที่ทำอะไรแตกต่างไปจากคนอื่น ๆ ใหม่ ๆ มักจะไม่รับการยอมรับ แต่ครั้งประสบความสำเร็จก็จะมีผู้เอาอย่างและกลายเป็นผู้นำ ผู้นำโดยธรรมชาติของชุมชนจึงมักจะเป็นผู้มีการมีหรือมีฐานะทางสังคม เช่น ผู้ร่ำรวยที่มีคนพึ่งพาอาศัย เป็นคนมีความรู้และมีฐานะอย่างเป็นทางการรองรับ เช่น การเป็นครู เป็นพระ กล่าวโดยสรุปคือ ธุรกิจชุมชนที่ก่อตั้งโดยบุคคลหรือโดยคณะบุคคลที่เป็นที่ยอมรับของชาวบ้าน จะระดมทุนได้ง่าย ขยายตัวได้เร็วและมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง

ความสามารถขององค์กรในท้องถิ่น (local organization capacity) (Krachang, 1995, pp. 101-104) แบ่งออกเป็นความสามารถในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) กลุ่มออมทรัพย์ในชุมชน 2) ความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และความศรัทธาคู่ผู้นำในชุมชน 3) ความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และความศรัทธาคณะกรรมการโครงการ 4) ความสามารถของคณะกรรมการโครงการ 5) ความซื่อสัตย์ ความยุติธรรมของคณะกรรมการโครงการ 6) ความรับผิดชอบหรืออุดมการณ์ของกลุ่มในการเข้าร่วมประชุม 7) ความรับผิดชอบหรืออุดมการณ์ของกลุ่มในการส่งคืนเงิน

6. ปัจจัยด้านแรงงาน ในธุรกิจชุมชนแรงงานประเภท “ลูกจ้าง” มีน้อยมากส่วนใหญ่เป็นประเภททำงานให้ตนเอง (self-employed) แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว แรงงานในธุรกิจชุมชน คือ แรงงานของผู้ที่ทำงานตนเองและครอบครัว จึงต้องทำให้มีแรงงานในท้องถิ่นอย่างเพียงพอและแรงงานเหล่านี้มีทักษะสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จ

7. ปัจจัยการมีส่วนร่วมของสมาชิก การมีส่วนร่วมอย่างเอาการเอางาน จะเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสามารถในการพึ่งตนเอง แม้ว่าระยะเริ่มแรกธุรกิจชุมชนเกิดจากการช่วยเหลือจากภายนอกเป็นด้านหลัก แต่ต่อมาสมาชิกชุมชนต้องมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง จึงจะทำให้เกิดธุรกิจชุมชนอย่างแท้จริง

## 7.1 ความหมายของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมนั้นได้กำหนดความหมายเอาไว้ในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งมีความหลากหลายกันแต่สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ รวบรวมความหมายต่าง ๆ ดังนี้

โคเฮน และอัฟฮอฟ (Cohen & Uphoff, 1977, pp. 6-10) ได้แบ่งชนิดของการมีส่วนร่วมของประชาชน ออกเป็น 4 ชนิด คือ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ ริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และตัดสินใจปฏิบัติการ 2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (implementation) ประกอบด้วย การสนับสนุนทรัพยากร การบริหาร และการประสานงานของความร่วมมือ 3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (benefits) ไม่ว่าจะเป็นผลประโยชน์ทางด้านวัตถุ ผลประโยชน์ทางสังคม หรือผลประโยชน์ส่วนบุคคล 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (evaluation)

อรพินท์ สพโชคชัย (2541, หน้า 46-47) ได้กล่าวถึงกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนว่ามีกระบวนการ ดังนี้ 1) ร่วมเข้าฟัง รับรู้ 2) ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ให้เขา รู้สึกเป็นเจ้าของความคิด เทคนิคที่ใช้ในขั้นนี้ เช่น เทคนิค AIC (appreciation influence control) เป็นเทคนิคการระดมพลังในเชิงสร้างสรรค์ เป็นขั้นตอนในการระดมความคิด 3 ลักษณะ คือ เอาใจเขามาใส่ใจเรา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างความคิดเห็น สร้างเป้าหมายร่วมกัน เป็นการระดมพลังสมองหลาย ๆ คนมาคิด วางแผนหาแนวทางในการแก้ปัญหาาร่วมกัน 3) ร่วมปฏิบัติ 4) ร่วมรับผลประโยชน์ (win-win approach) คือ ทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับผลประโยชน์ในกิจกรรมร่วม

พิสิฐ สุกรีพงษ์ (2542, หน้า 17) ได้กล่าวถึงความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า มีความหมายรวมถึงการมีส่วนร่วมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดการดำเนินโครงการที่อาจมีผลทั้งทางบวกและทางลบต่อตนเองและ/หรือชุมชนรวมถึงการมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้อง มีส่วนร่วมในการพิจารณาถึง รายละเอียดผลดีผลเสียจากการดำเนินโครงการ และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการติดตามตรวจสอบ ป้องกันแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดจากการดำเนินโครงการ จึงอาจกล่าวได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนเกิดขึ้นได้ในขั้นตอนแรกๆที่ริเริ่มจะดำเนินโครงการ ขั้นตอนการศึกษาความเหมาะสมของการดำเนินโครงการ การศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม การตีค่าผลกระทบสิ่งแวดล้อมในเชิงเศรษฐศาสตร์ การกำหนดมาตรการป้องกันแก้ไขผลกระทบจากการดำเนินโครงการ และการมีส่วนร่วมในการติดตามตรวจสอบผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ

วันชัย วัฒนศัพท์ (2543, หน้า 1) ได้กล่าวว่า กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นกระบวนการซึ่งสาธารณชนมีความห่วงกังวล มีความต้องการ และมีทัศนคติที่จะมีส่วนร่วมกับรัฐ

ในการตัดสินใจ กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการสื่อสารสองทางที่มีเป้าหมายโดยรวมเพื่อจะให้เกิดการตัดสินใจที่ดีขึ้นและได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชน ประชาชนไม่สามารถที่จะมีส่วนร่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพในการตัดสินใจ ถ้าหากว่าเขาไม่ได้รับรู้ข้อมูลอย่างเพียงพอถึงทางเลือกและผลที่ตามมา เพราะฉะนั้นการให้ข้อมูลต่อสาธารณชนอย่างเพียงพอจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการมีส่วนร่วมของประชาชนรายการใด ๆ ก็ตามอย่างไรก็ดี กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นมีความหมายสูงกว่าการให้ข้อมูลต่อสาธารณชนซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียวเท่านั้น เป้าหมายของกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การให้ข้อมูลต่อสาธารณะชนแสดงความคิดเห็นต่อโครงการที่นำเสนอหรือนโยบายรัฐและมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาเพื่อหาทางออกที่ดีที่สุดสำหรับทุกๆ คน

จากการศึกษาถึงความหมายของกระบวนการมีส่วนร่วมนั้นผู้วิจัยได้ให้ความหมายโดยใจความสรุปได้ว่า กระบวนการมีส่วนร่วม คือ การที่ผู้ซึ่งมีบทบาทในนโยบาย แผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ได้มีส่วนร่วมในการคิด การวางแผน การตัดสินใจ การปฏิบัติ ตลอดจนผลที่เกิดขึ้น ซึ่งการมีส่วนร่วมในกระบวนการแต่ละครั้งนั้นอาจมากหรือน้อยได้ขึ้นอยู่กับวาระ และโอกาสที่แตกต่างกัน

#### 7.2 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ได้กล่าวถึงเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม กล่าวไว้ดังนี้

มาตรา 46 บุคคลซึ่งรวมกันเป็นชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมย่อมมีสิทธิอนุรักษ์ฟื้นฟูจารีต ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะหรือวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติ และมีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ

มาตรา 59 บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับข้อมูลข่าวสารและเหตุผลจากหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจหรือราชการส่วนท้องถิ่นก่อนการอนุญาตหรือการดำเนินการ โครงการ หรือกิจกรรมใดที่อาจมีผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย คุณภาพชีวิต หรือส่วนได้ส่วนเสียสำคัญอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับตนหรือชุมชนท้องถิ่น และมีสิทธิแสดงความคิดเห็นของคนในเรื่องดังกล่าว ทั้งนี้ตามกระบวนการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่กฎหมายบัญญัติ

มาตรา 76 รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุน การมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนด นโยบายการตัดสินใจทางการเมือง การวางแผน พัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมทั้ง ตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐทุกระดับ

มาตรา 79 รัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษา และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ

และอีกหลาย ๆ มาตราของการกำหนด กระบวนการมีส่วนร่วม

7.3 ประโยชน์ของการมีส่วนร่วมของประชาชน วันชัย วัฒนศัพท์ (2543, หน้า 7-9) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังต่อไปนี้ คือ

7.3.1 เพิ่มคุณภาพของการตัดสินใจ กระบวนการปรึกษาหารือกับสาธารณชนช่วยให้เกิดความกระจ่างในวัตถุประสงค์และความต้องการของโครงการหรือนโยบายนั้น ๆ ได้อยู่เสมอ สาธารณะชนสามารถที่จะผลักดันให้เกิดการทบทวนข้อสันนิษฐานที่ปิดบังอยู่ซึ่งอาจจะปิดบังไม่ให้เห็นทางออกที่มีประสิทธิภาพที่สุด บ่อยครั้งกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนก่อให้เกิดการพิจารณาถึงทางเลือกใหม่แทนวิธีการที่เคยใช้กันมาในอดีต สาธารณะชนมักจะมีข้อมูลที่สำคัญ ซึ่งทำให้เกิดความแตกต่างในการที่จะนำสู่การตัดสินใจ ก่อให้เกิดความแตกต่างระหว่างโครงการที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ

7.3.2 การลดค่าใช้จ่ายและการสูญเสียเวลา กระบวนการหรือโครงการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเต็มรูปแบบมักจะสิ้นเปลืองและเสียเวลา แต่ในทางปฏิบัติแล้วการมีส่วนร่วมของประชาชนตั้งแต่ต้น สามารถที่จะลดความล่าช้าและลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งของประชาชนได้ การตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งอาจจะดูว่าสิ้นเปลืองและเสียเวลากว่าที่จะตัดสินใจได้ แต่เมื่อตัดสินใจแล้วและเมื่อนำมาสู่การปฏิบัติและอาจจะเป็นวิธีการที่ประหยัดกว่าด้วยซ้ำไป การตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งที่ทำไปอย่างรวดเร็วและดูเหมือนอาจจะไม่สิ้นเปลืองอาจจะเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าถ้าการตัดสินใจนั้น ไม่ได้ทำให้เกิดข้อตกลงระหว่างกลุ่ม แต่กลับไปสู่ความขัดแย้งของประชาชนอย่างต่อเนื่องมากขึ้น การมีส่วนร่วมของประชาชนสามารถเกิดผลในการยอมรับอย่างสูงต่อการตัดสินใจ โดยกลุ่มซึ่งมีส่วนได้ส่วนเสียในการตัดสินใจนั้น ๆ ในการนี้จะช่วยลดความขัดแย้งระหว่างการนำไปปฏิบัติให้เกิดการประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งโดยทั่วไปอาจจะแพงกว่าค่าใช้จ่ายในการทำโครงการการมีส่วนร่วมของประชาชน

7.3.3 การเพิ่มความง่ายต่อการนำไปปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ทำให้คนเรามีความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของการตัดสินใจนั้น และครั้งหนึ่งเมื่อได้ร่วมตัดสินใจแล้วเขาขอมต้องการที่จะเห็นสิ่งนั้นนำไปปฏิบัติได้ ไม่เพียงแต่จะมีความสนับสนุนทางการเมืองต่อการนำไปปฏิบัติ แต่กลุ่มและปัจเจกชนอาจจะรู้สึกกระตือรือร้นในการที่จะช่วยให้เกิดผลในทางปฏิบัติ

8. ปัจจัยทางด้านการพึ่งตนเอง ผู้วิจัยได้ตั้งเคราะห์แนวความคิดการพึ่งตนเองได้ ดังนี้

## 8.1 ความหมายของการพึ่งตนเอง

การพึ่งตนเองได้นี้ นับเป็นจุดมุ่งหมายสูงสุดของการพัฒนาทุกระดับแนวคิด การพึ่งตนเองนั้นมีค่านิยมที่แตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ภูมิหลังของผู้ให้ค่านิยมโดยมีค่านิยมแตกต่างกันออกไปดังต่อไปนี้

เสน่ห์ จามริก และคณะ (2523, หน้า 25) ได้กล่าวว่า “แนวทางการพัฒนาอย่างหนึ่งซึ่งตั้งต้นจากความเข้าใจในธรรมชาติของความเป็นจริงที่ว่าชาวไร่ชาวนานั้นอย่างน้อยที่สุดย่อมมีพลังปัญญาความสามารถอยู่โดยพื้นฐานธรรมชาติ และสาเหตุที่อยู่ยากจนช่วยตัวเองไม่ได้ทุกวันนี้ก็เพราะถูกปิดกั้นโอกาสที่จะพัฒนาตนเองจากปัจจัยแวดล้อมทางธรรมชาติ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การบริหาร และวัฒนธรรม การพัฒนาชนบทจึงไม่ใช่เรื่องที่เป็นการหยิบยื่นหรือยัดเยียดจากเบื้องบนสู่เบื้องล่าง หากแต่จะต้องมุ่งส่งเสริมให้ชาวไร่ชาวนาเองได้ทำความเข้าใจกับปัญหาของตนเอง และคิดค้นหาวิธีแก้ไขปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในลักษณะที่สัมพันธ์กันต่อปัญหาความต้องการ และความสามารถของตนเองอย่างแท้จริง”

กาญจนา แก้วเทพ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ (2530, หน้า 34) ได้นิยามการพึ่งตนเองเป็น 2 ระดับ โดยแบ่งออกเป็นการให้ความหมายเชิงปัจเจกบุคคล ซึ่งการพึ่งตนเองหมายถึง “กิจกรรมที่กระทำโดยปัจเจกชนและครอบครัว เพื่อบรรลุถึงการมีหลักประกันของการดำรงชีพของเขา” และ ความหมายในลักษณะกลุ่มซึ่งในการพึ่งตนเองหมายถึง “สังคม (กลุ่ม) ที่มีการการจัดเพื่อให้ประชาชนสามารถดำเนินการตอบสนองความต้องการของตนเอง (self fulfillment) ด้วยวิธีการช่วยเหลือตนเอง ด้วยความร่วมมือกับคนอื่นที่อยู่ในสถานการณ์เดียวกัน ทั้งนี้การพึ่งตนเองที่แท้จริงต้องกินความรวมถึงว่า กลุ่มชนนั้นมีอิสระในการตั้งเป้าหมายและมีอิสระในการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายโดยอาศัยความพยายามและกำลังของตน”

สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2530, อ้างถึงใน ขจิตขวัญ กิจวิสาละ, 2543, หน้า 31) ได้กล่าวถึงการพึ่งตนเองโดยสรุปความได้ว่า หมายถึง การมีความสามารถเป็นตัวเองในทางความคิด มีทรรศนะ การมองการตัดสินใจของตนเอง อันหมายถึงกระบวนการทางภูมิปัญญาของชุมชนนั่นเอง เป็นการสำนึกรู้ตลอดจนการวิเคราะห์ถึงสาเหตุของวิกฤตการณ์แห่งปัญหาการพัฒนา อันสืบเนื่องมาจากปัญหากลยุทธ์ที่สร้างสภาวะพึ่งพาภายนอก ซึ่งเป็นการตัดสินใจดำเนินการ โดยสถาบัน เพื่อประโยชน์ของชุมชนทั้งในด้านการแก้ปัญหาและในด้านการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน คำว่าการพึ่งตนเองน่าจะมีความหมายเชิงสัมพันธ์ คือการพึ่งตนเองที่ไม่นำไปสู่การพึ่งพาเป็นการพึ่งพาอาศัยอย่างรู้เท่าทัน และกรอบในการมองเรื่องการพึ่งพาต้องไม่มุ่งแข่งขันหรือครอบงำเหนือกว่า แต่เป็นการมุ่งสู่ความเป็นไท ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2541, หน้า 31-32) ได้กล่าวว่า “หลักการพึ่งตนเอง (self reliance) หลักการนี้เป็นหลักการใหญ่ หลักการนี้รวมถึงหลักการใกล้เคียงกันอีกอย่างหนึ่งคือหลักการช่วยตนเอง (self help) เพราะจะทำให้ตัวเองพึ่งตนเองได้ ก็จะต้องการช่วยเหลืออย่างน้อยก็ส่วนหนึ่งการที่คนก็ดี ชุมชนก็ดี จะพึ่งตนเองได้นั้น จะต้องมีปัจจัย 5 ตัวด้วยกัน เรียกว่า TERMS (technology, economic, resource, mental and socio-cultural) นั้น จะต้องพึ่งตนเองได้ ทางเทคโนโลยีคือ มีเครื่องมือเครื่องใช้ที่จำเป็น (T) ต้องมีอาชีพและรายได้พออยู่พอกิน (E) มีทรัพยากรธรรมชาติ (R) เช่น ดิน น้ำ ป่าไม้ พอได้พึ่งพาอาศัย มีจิตใจที่เข้มแข็งและแน่วแน่ว่าจะพึ่งตนเองได้ รวมทั้งรู้จักพอในผลของความพยายาม (M) และประการสุดท้าย คือ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (S) คือการมีคนจำนวนหนึ่งที่สมัครสมานสามัคคี มีผู้นำที่เข้มแข็ง มีค่านิยม และอุดมการณ์ส่งเสริมการพึ่งตนเอง ดังนี้แล้วก็จะทำให้คนหรือชุมชนพึ่งตนเองได้

จากค่านิยมข้างต้นจะเห็นได้ว่านักวิชาการส่วนหนึ่งมองว่าการพึ่งพาตนเองได้นั้น เกิดจากศักยภาพของกลุ่มหรือชุมชนอย่างแท้จริง โดยปฏิเสธการพึ่งพิงจากภายนอกหรือจากรัฐบาลอย่างสิ้นเชิง อย่างไรก็ตามบางส่วนก็ไม่ปฏิเสธการพึ่งพิงจากภายนอก แต่การพึ่งพิงนั้นต้องเป็นการพึ่งพิงอย่างรู้เท่าทัน

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การพึ่งตนเองเป็นการช่วยเหลือตนเองของชุมชนหรือกลุ่มที่ตั้งอยู่บนความสามารถของตนเอง โดยมีผู้นำที่เข้มแข็ง ซึ่งอาจจะไม่พึ่งพาหรือรอคอยความช่วยเหลือจากภายนอกแต่เพียงอย่างเดียว นอกจากทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ตามธรรมชาติและเทคโนโลยีทางด้านต่าง ๆ ที่พัฒนาขึ้นมา ทั้งนี้กลุ่มหรือชุมชนนั้นจะต้องมีความเป็นอิสระในการเลือกที่จะรับการพึ่งพาอาศัยอย่างเป็นอิสระภายในกลุ่ม

## 8.2 เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง

เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง (คณะที่ปรึกษาฝ่ายเศรษฐกิจของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย, 2541, หน้า 63) หมายถึง การประกอบสัมมาชีพของชาวบ้านที่เน้นการร่วมมือกันในรูปแบบกิจกรรมการเกษตร ต่อเนื่องการเกษตรและนอกภาคเกษตรในระดับครอบครัว เพื่อพอกินพอใช้ จากนั้นกิจกรรมลักษณะกลุ่มอาจขยายตัวสู่ระดับชุมชน และสู่ภูมิภาคในอนาคต ในการนี้ได้เน้นจุดหมายเพื่อให้คนมีความสุขและชุมชนมีความเข้มแข็ง ซึ่งเมื่อพิจารณาภาพรวมของประเทศช่วยให้สังคมไทยอยู่รอดปลอดภัยพร้อมจะเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในอนาคต แสดงให้เห็นดังภาพที่ 2

1. ปณิธาน ?  
เพื่อสังคมไทยรุ่งเรืองอยู่รอดปลอดภัย

2. ทำอะไร ?  
เกษตร เกี่ยวกับการเกษตร  
นอกเกษตร บริการ

3. ทำกับใคร ?  
กลุ่มชาวบ้าน องค์กรชุมชน  
พหุภาคี

4. ทำอย่างไร ?  
รวมกลุ่ม แปรรูป แลกเปลี่ยน  
ค่าบริการ

5. ทำทำไม ?  
ถ้าไร คุ่มทุนคุ่มค่าพึงพอใจ

6. เพื่ออะไร ?  
ชุมชนเข้มแข็ง  
คนมีความสุข

ภาพที่ 2 แนวคิดและความหมายของเศรษฐกิจชุมชน

จากภาพที่ 2 สามารถอธิบายได้ดังนี้

ปณิธาน เศรษฐกิจชุมชนอันเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจชาติก็เหมือนกับเรื่องทางการเมือง การศึกษา และการพัฒนาสังคมที่ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจและความมุ่งมั่นร่วมกันว่าการกระทำของเรานั้นก็เพื่อความรุ่งเรืองและความอยู่รอดปลอดภัยของสังคมไทยและประเทศไทยทั้งหมด ในการนี้มีความจำเป็นที่การพัฒนาเศรษฐกิจระดับล่างคือชุมชนชนบทจะต้องมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจระดับบนคือประเทศ อีกต้องสัมพันธ์กับการเมือง การปกครอง การศึกษา วัฒนธรรมของคนทั้งประเทศ การเน้นความสำคัญของเศรษฐกิจชุมชน โคด ๆ คงไม่ช่วยให้กระบวนการเศรษฐกิจชุมชนบรรลุปณิธานดังกล่าวได้

ทำอะไร? เศรษฐกิจชุมชนไม่ใช่ของใหม่สุดขีดแต่อย่างใด แท้จริงก็คือ การทำงานเพื่อการดำรงชีพในแนวสัมมาชีพเพื่อการอยู่ร่วมกันกับเพื่อนมนุษย์อื่นในหมู่บ้านนั่นเอง ดังนั้นชาวบ้านที่สนใจจะรวมกลุ่ม ในการ 1) ปลูกพืช (อันอาจได้แก่ ข้าว พืชไร่ ไม้ผล ไม้ดอก ไม้ประดับ สมุนไพร) เลี้ยงปศุสัตว์ และสัตว์น้ำอยู่รวมในพื้นที่ที่ใกล้เคียงกัน กิจกรรมการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เช่น การแปรรูปข้าว ผลไม้เป็นน้ำผลไม้ การแปรรูปสมุนไพรเป็นสมุนไพรผง เป็นต้น 2) กิจกรรมการผลิตนอกการเกษตร เช่น การร่วมทำ อธิบถล้อก การตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นต้น 3) กิจกรรมบริการเช่นการบูรณะ โบราณสถานในพื้นที่ร่วมกับผู้นำและเจ้าหน้าที่ของรัฐเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับหารายได้เข้าหมู่บ้าน เป็นต้น

ทำกับใคร? ชาวบ้านอาจรวมกลุ่มกันอย่างไม่เป็นทางการหรือใช้กลุ่มที่เป็นนิติบุคคล เช่น กลุ่มสหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร มูลนิธิหรือสมาคม เป็นศูนย์กลางในการทำกิจกรรมที่กล่าวไปแล้ว หรือเขาอาจร่วมกับนักพัฒนาเอกชน เจ้าหน้าที่พัฒนาของรัฐ (เช่น พัฒนาการตำบล เกษตรตำบล) นักวิชาการ ซึ่งอาจเรียกรวมกันว่าพหุภาคีในการแปรรูปผลผลิตหรือทำการตลาด อีกทั้งอาจร่วมทุนกับพ่อค้าหรือนักอุตสาหกรรมทำการผลิตและแปรรูปเป็นสินค้าตามที่ผู้บริโภคต้องการ

ทำอย่างไร? โดยรวมกลุ่มดังได้กล่าวแล้วทำการผลิตแปรรูป แลกเปลี่ยนสินค้า ค่าขาย หรือบริการต่าง ๆ

ทำไม? เนื่องจากชาวบ้านมีระดับการทำมาหากินต่างกัน บ้างก็อยู่ที่ระดับพอมิพอกิน และบ้างก็อยู่ที่ระดับเพื่อการค้า ดังนั้นการรวมกลุ่มกันผลิตจึงอาจเพื่อความตั้งใจเพื่อให้เกิดพออยู่พอกิน เพื่อความพึงพอใจ เพื่อให้คุ้มกับการลงทุน และเพื่อกำไร

เพื่ออะไร? โดยที่การรวมกลุ่มเพื่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจนี้ถือเป็นการรวมตัวในระดับล่างสุดของสังคม ดังนั้นการร่วมกันทำงานก็เพื่อให้เกิดผลให้คนมีความสุข เมื่อต่างก็พึงพอใจแล้วก็จะทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง



### 8.3 นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพึ่งตนเอง

บทบัญญัติในกฎหมายที่สอดคล้องกับการพึ่งตนเองตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มาตรา 78 ซึ่งมีความว่า

มาตรา 78 รัฐต้องกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นพึ่งตนเองและตัดสินใจในกิจกรรมท้องถิ่นได้เอง พัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ตลอดทั้งโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศในท้องถิ่นให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกันทั่วประเทศรวมทั้งพัฒนาจังหวัดที่มีความพร้อมให้เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่โดยคำนึงถึงเจตนารมณ์ของประชาชนในจังหวัดนั้น

#### แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล

##### ประสิทธิผล

##### 1. ความหมายของประสิทธิผล

คำว่า “ประสิทธิผล” หรือ ภาษาอังกฤษใช้คำว่า “effectiveness” มีผู้ให้คำนิยามหรือความหมายไว้หลากหลายขึ้นอยู่กับลักษณะและมุมมองของนักวิชาการ แต่โดยส่วนใหญ่แล้วจะมุ่งที่ผลสำเร็จของงาน หรือการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ ดังเช่น กรณี กิริติบุตร(2529, หน้า 2) ได้เสนอแนวคิดของนักวิชาการสาขาต่าง ๆ ในมุมมองเรื่องประสิทธิผลของนักเศรษฐศาสตร์ ได้มองความหมายขององค์การเป็นเรื่องเดียวกันกับผลกำไรหรือผลประโยชน์จากการลงทุน (return of investment) นักวิทยาศาสตร์ได้มองประสิทธิผลในแง่ของผลผลิตใหม่ ซึ่งอยู่ในรูปของจำนวนสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ และผู้จัดการฝ่ายผลิตมองประสิทธิผลในรูปของประสิทธิภาพหรือปริมาณผลผลิตที่เป็นสินค้าและบริการ แต่นักสังคมสงเคราะห์ศาสตร์กลับให้ความหมายประสิทธิผลว่า หมายถึง คุณภาพชีวิตการทำงาน ซึ่งจะเห็นว่าส่วนใหญ่เป็นการเน้นการบรรลุเป้าหมายขององค์การ อย่างไรก็ตาม แนวความคิดเรื่องประสิทธิผลยังเป็นตัวการที่จะเป็นเครื่องตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่า การบริหารองค์การประสบความสำเร็จหรือไม่เพียง ดังนั้นจึงมีผู้ให้ความหมายของประสิทธิผลที่ต่างไปจากที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น เช่น

เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์ (2522, หน้า 97) กล่าวว่าประสิทธิผลขององค์การ หมายถึง การที่องค์การสามารถดำเนินการบรรลุเป้าหมายหรือบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

รุ่ง แก้วแดง และชัยณรงค์ สุวรรณสาร (2536, หน้า 169) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลมีความสัมพันธ์กับผลงานที่พึงประสงค์หรือหมายถึงความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานที่เป็นไปหรือบรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์การ ดังนั้นประสิทธิผลจึง หมายถึงผลสำเร็จหรือผลที่เกิดขึ้นของงานนั้นจะต้องตอบสนองหรือบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์การ

184222

๖  
๗๔๕.๕๖๔๖  
๗๔๖๖๑  
๑๐

จากทัศนคติการให้คำนิยามต่าง ๆ ข้างต้นนั้น สำหรับผู้วิจัยเรื่องนี้นั้น ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับประสิทธิผล คือ ผลการทำงานซึ่งบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดขึ้นมาสำหรับงานนั้น ๆ ซึ่งสามารถวัดได้ถึงประสิทธิผลที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานหรือหลังการดำเนินงานแล้ว

## 2. การประเมินประสิทธิผล

การประเมินประสิทธิผลขององค์กรเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นยิ่ง เซอร์ริงตัน

(Cherrington, n.d. อ้างถึงใน รุ่ง แก้วแดง และชัยณรงค์ สุวรรณสาร, 2536, หน้า 164) กล่าวว่า องค์กรจะดำรงอยู่ได้ต้องมีผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ประสิทธิผลเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กร ถ้าปราศจากการประเมินประสิทธิผลแล้วจะไม่มีทางทราบว่า การปฏิบัติการกิจขององค์กรเป็นอย่างไร ดังนั้นการประเมินประสิทธิผลขององค์กรจะต้องอาศัยหลักเกณฑ์หรือตัวชี้วัดความสำเร็จเป็นแนวทางในการประเมิน ซึ่ง กรณีย์ กิริติบุตร (2529, หน้า 185-187) ได้แยกแนวทางออกเป็น 3 แนวทางด้วยกัน คือ

2.1 การประเมินประสิทธิผลในแง่เป้าหมาย (the goal approach) เป็นการพิจารณา องค์กรมีประสิทธิผลหรือไม่ขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานว่าบรรลุเป้าหมายขององค์กรหรือไม่ โดยใช้เป้าหมายขององค์กรเป็นเกณฑ์ เช่น วัดความสำเร็จและความสามารถในการผลิตวัดความสำเร็จจากผลกำไร ฯลฯ

2.2 การประเมินประสิทธิผลในแง่ของระบบทรัพยากร (the system resource approach) เป็นการประเมินผลขององค์กร โดยอาศัยแนวคิดที่องค์กรเป็นระบบเปิด ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมการแลกเปลี่ยน และแข่งขันกันจึงประเมินโดยพิจารณาความสามารถขององค์กรในการแสวงหาผลประโยชน์จากสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรที่ต้องการ ได้ใช้แนวความคิดนี้ในการประเมินประสิทธิผลขององค์กร โดยเปรียบเทียบระหว่างองค์กรในรูปของการแข่งขันว่า องค์กรใดได้รับทรัพยากรจากสภาพแวดล้อมมากกว่าองค์กรนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่า

2.3 การประเมินผลโดยใช้หลายเกณฑ์ (the multi criteria of effectiveness) เป็นการวัดประสิทธิผลขององค์กร โดยใช้เกณฑ์หลายอย่างเพื่อพิจารณาผลสำเร็จขององค์กรซึ่งผู้ให้แนวคิดในการประเมินผล โดยใช้วิธีนี้ได้แก่

กิบสัน ไอวานซ์วิช และ โคนเนลลี่ (Gibson, Ivancevich & Donnelly, 1982, p. 31) ได้สรุปจากการรวบรวมงานวิจัยว่า เครื่องชี้วัดความมีประสิทธิภาพขององค์กร ประกอบด้วยความสามารถในการผลิต (productivity) ประสิทธิภาพ (efficiency) ความพึงพอใจ (satisfaction) การปรับตัว (adaptiveness) การพัฒนา (development) และการอยู่รอด (survival)

ฮอย และเฟอร์กูสัน (Hoy & Ferguson, 1985, pp.121-122 อ้างถึงใน เกื้อกุล แสนพริ้ง, 2541, หน้า 63) ได้เสนอแนวคิดในการวัดประสิทธิผลองค์กร โดยพิจารณาจากการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม (adaptation) การบรรลุเป้าหมาย (goal attainment) การบูรณาการ (integration) และการคงไว้ซึ่งระบบค่านิยม (latency)

ฮอย และมิตเกล (Hoy & Miskel, 1991, pp. 384-397) ได้เสนอความคิดในการประเมินผลประสิทธิผลองค์กร โดยพิจารณาจากความสามารถในการปรับเปลี่ยน (adaptability) การบรรลุเป้าหมาย (achievement) ความพึงพอใจในการทำงาน (job satisfaction) ความสนใจในชีวิต (central life interests)

จากข้างต้นนั้นทั้งหมดนี้ เป็นสาระเกี่ยวกับการประเมินผลประสิทธิผลเพื่อใช้สำหรับการวิจัยในเรื่องนี้ต่อไปเพื่อให้สอดคล้องและบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย

**ปัญหาและอุปสรรคในการนำนโยบายไปปฏิบัติ**

การวิจัยครั้งนี้ ได้เห็นถึงความสลับซับซ้อนในแง่ต่าง ๆ ประการหนึ่งซึ่งไม่สามารถหลบหลีกได้ด้วยประการทั้งปวง คือ ปัญหาและอุปสรรคในการนำนโยบายไปปฏิบัติ สรุปสาระสำคัญโดยอาศัยแนวคิดของนักวิชาการ ได้แก่

ศาสตราจารย์ ดร. วรเชษ จันทรศร (2540, หน้า 49-65) ได้กล่าวถึงปัญหาและอุปสรรคในการนำนโยบายไปปฏิบัติดังนี้

#### 1. ปัญหาด้านสมรรถนะ

ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติไม่ว่านโยบายนั้นจะเป็นประเภทใดก็ตามอาจกล่าวได้ว่า โดยส่วนหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติมีความสามารถในการดำเนินการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของนโยบายนั้นมากน้อยแค่ไหน เพียงใด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อยอีกหลาย ๆ ประการนับตั้งแต่ 1) ปัจจัยด้านบุคลากร 2) ปัจจัยทางด้านเงินทุน และ 3) ปัจจัยทางด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนปัจจัยทางด้านวิชาการหรือเทคโนโลยีเกี่ยวกับนโยบายนั้น

#### 2. ปัญหาด้านการควบคุม

ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติโดยส่วนหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถในการควบคุม ซึ่งหมายถึงความสามารถในการวัดความก้าวหน้าหรือผลการปฏิบัติของนโยบาย แผนงาน หรือโครงการมีผลงานเป็นจำนวนมากที่แสดงให้เห็นว่า ปัญหาของการนำนโยบายไปปฏิบัติจะเพิ่มมากขึ้น ถ้าหากว่าผู้รับผิดชอบในนโยบายนั้นขาดความสามารถที่จะทำการวัดผลหรือควบคุมผลงานของหน่วยปฏิบัติปัญหาทางการควบคุมจะมีมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับเงื่อนไขต่าง ๆ หลายประการดังนี้ 1) ขึ้นอยู่กับความสามารถของหน่วยที่รับผิดชอบในการแปลง

นโยบายว่าจะสามารถแปลงนโยบายนั้น ๆ ออกมาเป็นแนวทางปฏิบัติแผนงาน หรือโครงการที่สอดคล้องกับความต้องการของนโยบายเพียงใด 2) ขึ้นอยู่กับว่ากิจกรรมของนโยบาย แผนงาน หรือโครงการนั้นมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเพียงใด 3) ขึ้นอยู่กับความที่หน่วยปฏิบัติจะมีการกำหนดภารกิจตลอดจนมาตรฐานในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติงานรวม แผนงาน หรือโครงการนั้นเพียงใด เงื่อนไขทั้ง 3 นี้ จะมีผลโดยตรงต่อการสร้างความสามารถในการควบคุมหรือการวัดความก้าวหน้าของการปฏิบัติงานที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการนโยบายได้ และในขณะเดียวกันก็จะมีผลโดยตรงต่อปัญหาในการนำนโยบายไปปฏิบัติด้วย

### 3. ปัญหาทางด้านความร่วมมือและการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

ไม่ว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีสมรรถนะสูงเพียงใด ไม่ว่าผู้รับผิดชอบในนโยบายจะมีความสามารถในการควบคุมผลงานของหน่วยปฏิบัติภายใต้ระบบการวัดและติดตามผลที่สมบูรณ์เพียงใดก็ตาม การนำนโยบายไปปฏิบัติจะประสบความสำเร็จไปไม่ได้ ถ้าหากปราศจากเสี้ยวซึ่งความร่วมมือจากสมาชิกทั้งหมดในองค์กรหรือหน่วยปฏิบัติ ในอีกนัยหนึ่ง ปัญหาของการนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีสูงเป็นอย่างมาก ถ้าสมาชิกในองค์กรหรือหน่วยปฏิบัติไม่ให้ความร่วมมือหรือต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่เป็นผลมาจากนโยบายนั้น ๆ

### 4. ปัญหาด้านอำนาจและความสัมพันธ์กับองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้อง

ปัญหาหลักอีกด้านหนึ่งในการนำนโยบายไปปฏิบัติก็คือ ปัญหาทางด้านอำนาจและความสัมพันธ์กับองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้อง การพิจารณาถึงปัญหาทางด้านนี้กล่าวได้ว่า เป็นการก้าวหน้าถ้าไปจากขอบข่ายของปัญหาทางด้านสมรรถนะ ปัญหาทางการควบคุม และปัญหาทางด้านความร่วมมือและการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงของสมาชิกหรือหน่วยปฏิบัติในองค์กร ไปสู่ขอบข่ายของปัญหาที่เกิดขึ้นจากองค์กรที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีปฏิสัมพันธ์กับองค์กรอื่น ๆ อาจจะเป็นผู้รับผิดชอบหรือมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในการนำนโยบายไปปฏิบัติด้วยเช่นกัน การปฏิสัมพันธ์ ที่เกิดขึ้นภายใต้สภาพแวดล้อมทางการเมือง ซึ่งเน้นการเผชิญหน้า การแสวงหาการสนับสนุน การเจรจาต่อรองในการจัดสรรทรัพยากรหรือผลประโยชน์ระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ

### 5. ปัญหาด้านความสัมพันธ์สนับสนุนและความผูกพันขององค์กรหรือบุคคลสำคัญ

นโยบายใดก็ตาม ถ้าหากปราศจากเสี้ยวซึ่งความสัมพันธ์สนับสนุนและความผูกพันขององค์กรหรือบุคคลสำคัญแล้ว ปัญหาของการนำนโยบายไปปฏิบัติก็อาจจะเกิดขึ้นได้ ในบางกรณีปัญหาดังกล่าวอาจดูคลุมส่งผลไปถึงความล้มเหลวของนโยบายนั้น โดยตรงก็ได้ โดยนัยดังกล่าว ความสนับสนุนและความผูกพันขององค์กรหรือบุคคลสำคัญ ได้แก่ กลุ่มอิทธิพล กลุ่มผลประโยชน์ นักการเมือง ข้าราชการระดับสูง ตลอดจนสื่อมวลชน เป็นอาทิ จึงมีความสำคัญอย่างมาก

องค์การหรือบุคคลสำคัญดังกล่าวอาจให้ความสนับสนุนทางการเงิน งบประมาณ ตลอดจนการสร้างอุปสรรคต่อต้าน เตะถ่วงหรือคัดค้าน ได้ตลอดเวลาอย่างน้อยแตกต่างกันไปตามสถานะอำนาจและสถานการณ์

นอกจากนี้ยังมีผู้รู้ได้กล่าวถึงปัญหาในการนำนโยบายไปปฏิบัติดังต่อไปนี้

อิลเลียท และ โกว (Elliott & Grow, 1985, pp. 445-448 อ้างถึงใน ไตรรงค์ ทองนิล, 2539, หน้า 42) ได้กล่าวไว้ว่า ปัญหาในการดำเนินการ โครงการหรือการนำนโยบายไปปฏิบัติ คือ สิ่งที่บุคคล หน่วยงาน หรือกลุ่มหน่วยงานประสบในการดำเนินการ โครงการต่าง ๆ ดังนั้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และความเร่งด่วนที่กำหนดไว้ การดำเนินการดังกล่าวรวมถึงความพยายามที่จะดำเนินการตามนโยบายดังกล่าว นักวิชาการ 2 ท่าน ได้เสนอว่าการดำเนินการให้มีประสิทธิภาพนั้น อยู่ที่ว่าเจ้าของโครงการ ได้กำหนดนโยบายไว้อย่างไร รวมทั้งการกำหนดว่ามีปัจจัยใดบ้างที่จะนำไปสู่วัตถุประสงค์ของโครงการที่ตั้งไว้ ซึ่งแต่ละโครงการจะมีนโยบายที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้โดยมีสมมุติฐานว่า โครงการอันจะประสบความสำเร็จสูงสุดก็ต่อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ส่วน ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเห็นพ้องต้องกันว่า โครงการนั้น ๆ บรรลุเป้าหมายจริง ในทางตรงกันข้าม หากไม่มีการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ส่วนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ก็จะมีความเห็นร่วมกันว่า โครงการนี้ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ประสิทธิภาพของโครงการนี้ยังเป็นที่สงสัยร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

นอกจากนี้ ได้มีผู้กล่าวว่า การวางแผนที่ดีนั้น เท่ากับประสบความสำเร็จไปแล้วครึ่งหนึ่ง แล้วการดำเนินงานที่เหมาะสม จึงเป็นอีกครั้งหนึ่งของความสำเร็จของโครงการ

โฮนาดีล และแวนแซนต์ (Honadle & Van Sant, 1985, p. 75 อ้างถึงใน ไตรรงค์ ทองนิล, 2539, หน้า 42) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการวางแผนและการดำเนินงานไว้ว่า “โดยทั่ว ๆ ไปแล้ว โครงการทุกโครงการจะต้องมีเวลาจำกัด ดังนั้นการวางแผนโครงการจึงต้องมีการกำหนดช่วงเวลาไว้ด้วย อย่างไรก็ตามการสิ้นสุดโครงการนั้น ๆ โดยแท้จริงแล้ว เป็นเพียงการเริ่มต้นเท่านั้น การสิ้นสุดของโครงการดังกล่าวมีความสำคัญยิ่งกว่าตัวโครงการ ทั้งนี้เพราะว่าสิ่งที่ต่อเนื่องจากการสิ้นสุดของโครงการดังกล่าว ก็คือการวางแผนและการดำเนินการต่อไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้โครงการมีความยั่งยืน (sustainability) ต่อไป นั่นเอง”

ทั้งนี้อาจสังเกตได้ว่า เป้าหมายสูงสุดของกระบวนการดำเนินการโครงการก็คือ การสร้างความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องในตัวของโครงการเอง (self-sustainability improvement) ในการยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชน ดังนั้น ในการวิเคราะห์เกี่ยวกับการดำเนินการโครงการ จึงควรตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่า ได้มีการดำเนินการอย่างใดบ้างที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนของโครงการ โดยจะต้องระลึกเสมอว่ากระบวนการดำเนินการโครงการที่แตกต่างกัน ไปย่อมส่งผลให้ความต่อเนื่องของ

โครงการ (sustainability) ที่แตกต่างกันไปด้วย (Honadle & Van sant, 1985, pp. 1-7 cited in Krachang, 1995, p. 72)

ทิพส์ และคณะ (Tips et al., 1987, pp. 8-9 cited in Krachang, 1995, pp. 72-74) กล่าวว่า ปัญหาในการดำเนินการ โครงการหรือสิ่งที่ประชาชนและองค์กรที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาได้ ประสบอยู่เสมอ แบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. ปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ดำเนินการ (problems inherent in the implementation) ได้แก่

1.1 ปัญหาที่เกี่ยวกับการแบ่งมอบความรับผิดชอบให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานหลักและหน่วยงานสนับสนุน

1.2 ปัญหาที่เกี่ยวกับการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งการประสานงานระหว่างหน่วยงานข้างเคียงและหน่วยงานบังคับบัญชา (horizontal and vertical) และหน่วยงานภายนอกอื่น ๆ

1.3 ปัญหาที่เกี่ยวกับการขาดความสามารถ (lack of capacity) ของหน่วยงานที่ดำเนินการ เช่น กำลังคน การส่งกำลังบำรุง ขีดความสามารถ และความล้มเหลวในการจัดตั้งองค์กรประชาชน (to build local capacity)

2. ปัญหาที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (problems inherent in the implementation environment) ได้แก่

2.1 การระบุกุ่มเป้าหมายผิดพลาด

2.2 ปัญหาการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย (people's participant)

2.3 ความบกพร่องของนโยบาย และการออกแบบ โครงการรวมทั้งวิธีการที่ลอกแบบมาจากประเทศตะวันตก ซึ่งไม่สอดคล้องกับสภาพกลุ่มเป้าหมาย ความบกพร่องในการจัดองค์กร และความไม่เหมาะสมของลักษณะโครงการ

2.4 ความขัดแย้งทางการเมืองหรือความขัดแย้งทางวัฒนธรรม

2.5 ขาดผู้ร่วมโครงการ เช่น การย้ายถิ่นของช่างฝีมือในโครงการก่อสร้าง

2.6 ปัญหาเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น น้ำท่วม ถนนขาด

3. ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการ (administration and management) ซึ่งเป็นปัญหาที่แก้ได้ยากที่สุด ทั้งนี้เพราะปัญหาที่เกิดจากทั้งในส่วนของผู้รับผิดชอบการดำเนินการ และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ดังนั้นจึงควรหลีกเลี่ยงปัญหาซึ่งเกี่ยวกับการบริหาร โครงการและการจัดการที่สำคัญ 2 ส่วน คือ

3.1 ปัญหาที่เกี่ยวกับกระบวนการ อันได้แก่ การบริหารและการดำเนินการตามที่ได้รับมอบหมาย

### 3.2 ปัญหาที่เกี่ยวกับงบประมาณ และการบริหารงบประมาณ

4. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ดังเช่นที่ คันทอง และเวบเบอร์ (Dhungel & Webber, 1981, p. 65) ได้แสดงไว้ในทุกขั้นตอนของโครงการ คือ

- 4.1 การกำหนดโครงการ (identification)
- 4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ (feasibility study)
- 4.3 การเตรียมการ (preparation)
- 4.4 การประเมินโครงการก่อนดำเนินการ (appraisal)
- 4.5 การดำเนินการและการตรวจสอบ (implementation and monitoring)
- 4.6 การประเมินผล (evaluation)

ทั้งนี้จะต้องระลึกระบุว่า ปัญหาในการดำเนินโครงการนั้น จะแตกต่างกันไปในแต่ละลักษณะโครงการและอาจเกิดขึ้นได้ในหลายระดับของการบริหารและการจัดการดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินโครงการ

## แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

### นโยบายรัฐบาลด้านการขจัดปัญหาความยากจน

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ประเทศไทยประสบปัญหาสภาพเศรษฐกิจ ส่งผลกระทบให้เกิดปัญหาความยากจนทั่วประเทศ เมื่อต้นปี พ.ศ. 2544 รัฐบาลภายใต้การนำของ พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี กำหนดให้มีนโยบายเร่งด่วนที่จะยกระดับการทำงาน และคุณภาพชีวิตประชาชนในพื้นที่ชนบท จึงกำหนดให้มีโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ขึ้น เพื่อแก้ปัญหาความยากจนให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติทั้ง 76 จังหวัดทั่วประเทศอย่างเป็นทางการ โดยมีแนวทางที่ส่งเสริมให้ประชาชนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ขึ้นตามความถนัด และความเหมาะสม ในแต่ละชุมชน เพื่อท้องถิ่นจะได้มีภูมิคุ้มกันทางสังคม และสามารถอยู่รอดได้ในช่วงเวลาวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศ นายกรัฐมนตรีได้เสนอแนะแนวทางปฏิบัติ และมอบหมายภารกิจหน้าที่ในแต่ละส่วนทำข้อมูล ไปประกอบการพิจารณาคำเนินการ รวม 4 ประเด็น คือ (คำกล่าวเปิดสัมมนา เรื่อง “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของนายกรัฐมนตรี วันจันทร์ที่ 30 เมษายน 2544 ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล)

1. ศักยภาพของชุมชนและทุนทางสังคม คือ ปัจจัยหลักของกระบวนการพัฒนา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ศักยภาพของชุมชนและทุนทางสังคมที่สำคัญ คือ ศักยภาพในการผลิตของคนในชุมชนนั้น ผู้นำที่มีคุณธรรม เสียสละ และมองการณ์ไกล ควรได้รับการส่งเสริมให้ใช้ศักยภาพของตนได้อย่างเต็มที่ ศักยภาพของทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน ภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น กองทุนต่าง ๆ ในชุมชน จะต้องได้รับการส่งเสริม และการประสานการใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน
2. การใช้ตลาดเป็นค้ำนำการผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้ และพัฒนาคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภครวมทั้งการหาตลาดให้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้น ทั้งภายในชุมชนและนอกชุมชนจนไปสู่ระบบตลาดโลก
3. กระบวนการพัฒนา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ต้องมีความต่อเนื่อง ไม่หยุดยั้งในระยะยาว อันจะนำไปสู่ความร่วมมือและสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ให้สามารถพึ่งตนเองได้ในที่สุด

### วัตถุประสงค์ของนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. นโยบาย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นนโยบายในการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ และส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนพึ่งตนเองได้ อันจะเป็นการขจัดปัญหาความยากจนในระดับฐานล่าง ซึ่งเป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล



2. นโยบาย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” มีความเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกับนโยบายการจัดปัญหาความยากจนด้านอื่น ๆ เช่น การพักชำระหนี้เกษตรกร กองทุนหมู่บ้านและอินเตอร์เน็ตตำบล

3. เป็นการส่งเสริมให้ประชาชนร่วมคิด ร่วมทำและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถขยายเครือข่ายตลาดออกจากชุมชนมุ่งสู่ตลาดภายนอกชุมชน ระดับประเทศและระดับโลกโดยใช้อินเทอร์เน็ตตำบล เข้าสู่ระบบอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) ในที่สุด

4. ในส่วนของภาครัฐต้องทำหน้าที่เป็นที่เลี้ยง ให้คำแนะนำ คอยกระตุ้นและส่งเสริม

5. ในจังหวัดโดยผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้ประสานงานและบูรณาการด้านการปฏิบัติงานของหน่วยงานราชการต่าง ๆ ให้เป็นเอกภาพเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่เน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (product) โดยกิจกรรมการคิดค้นและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางด้านการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและต้องการของตลาดสากล โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (self-reliance) เป็นหลัก ดังนั้น เกียวข้องในกระบวนการนี้ต้องอุทิศพลังงาน (energy) ความคิดสร้างสรรค์ (creative) และความปรารถนา (desire) ที่จะใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะเกิดการสร้างงานสร้างรายได้และนำไปสู่เป้าหมายของการอยู่ดีกินดี คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน แสวงรากฐานที่สำคัญของประเทศ นอกจากนี้เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป และสร้างความภาคภูมิใจให้คนรุ่นต่อไป

แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนเป็นการสร้างอาชีพ นำไปสู่รายได้ที่มั่นคงและต่อเนื่อง ประชาชนพึ่งตนเองได้ในที่สุด โดยการผลิตจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย และสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศ และทั่วโลก กิจกรรมทางเศรษฐกิจ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” นี้จะเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ชุมชน เกิดการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนา (unit of development) เบื้องต้น และรวมเป็นเครือข่ายภายใต้ตำบล โดยโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” มีหลักการพื้นฐานสู่แนวคิดในการดำเนินการอยู่ 3 ประการ (สรุปประเด็นการสัมมนา การบรรยายพิเศษการดำเนินงาน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

(one village one product) โดย Mr. Morihiko Hiramatsu ผู้ว่าราชการจังหวัด Oita ในวันจันทร์ที่ 30 เมษายน 2544 ณ ห้องประชุมตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล) คือ

เป็นการดำเนินการในท้องถิ่นและสามารถสร้างความยอมรับในระดับสากล (local yet global) หมายถึง การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนผลิตสินค้าและบริการให้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของสากล (go international)

การดำเนินการที่ยังเป็นระดับท้องถิ่นเท่าใดจะยิ่งส่งผลให้การยอมรับในระดับสากลมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นการดำเนินการจึงต้องให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ผูกพันกับท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของผู้คนในท้องถิ่น โดยเน้นให้ผู้คนในท้องถิ่นรวมตัวช่วยเหลือและแข่งขันซึ่งกันและกันในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

2. เน้นการดำเนินการที่เป็นอิสระและสร้างสรรค์ (independence and creative) หมายถึง ชุมชนท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้ด้วยปัญญา วัฒนธรรมของตนเองเพื่อสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นให้บังเกิดขึ้น

การรวมตัวกันของชาวบ้านต้องเป็นไปอย่างเสรีและเป็นการพึ่งตนเอง (self-reliance) เนื่องจากจังหวัดเห็นว่าหากเป็นการลงทุนด้วยตนเองและเป็นการทำงานด้วยน้ำพักน้ำแรงของตนเองแล้วจะทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงาน เพราะไม่อยากขาดทุน

ดังนั้นหน่วยงานราชการจึงไม่ได้ให้การช่วยเหลือรูปของเงินสนับสนุน แต่เป็นการช่วยเหลือในด้าน การให้ข้อมูล การให้คำแนะนำด้านเทคโนโลยี ค้นคว้าวิจัยด้านการเพิ่มผลผลิต การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ การให้ความรู้ที่จะช่วยให้การเกิดการประหยัดต้นทุนและพลังงาน การเป็นที่ปรึกษาในการแก้ไขปัญหาด้านการผลิตต่าง ๆ ที่ชาวบ้านประสบ โดยลักษณะการหารือร่วมกันระหว่างชาวบ้านกับหน่วยงานของท้องถิ่น รวมทั้งการช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับจังหวัด ระดับประเทศ และระดับต่างประเทศ

3. ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (“village one product” movement as a human resource development activity) หมายถึง การสร้างสรรค์คนในชุมชนท้องถิ่นให้มีความรู้ความสามารถในการคิด การแก้ปัญหา การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้เจริญก้าวหน้าตามกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

ผู้พิมพ์ประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความทำทายนและจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์ เน้นการฝึกอบรมให้คนในชุมชนท้องถิ่นได้คิดและเผชิญหน้ากับปัญหาอุปสรรค เพื่อพัฒนาชุมชนตนเอง

สรุปสาระประการท้ายสุดจาก Mr. Morihiko Hiramatsu ผู้ว่าราชการจังหวัด Oita ได้ว่า “การคิดแบบสากล (inter) สามารถแข่งขันในระดับโลกได้ และไทยเองก็ต้องคิดในระดับโลก โดยทำให้คนในท้องถิ่นคิดเอง ทำเอง เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น”

### หลักการและเหตุผล

การให้การสนับสนุน (support) มากกว่าให้เงินช่วยเหลือ (subsidy) หลักการของกระบวนการนี้ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุนแก่ท้องถิ่นเพราะมักจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเอง รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนแก่ชุมชนต่าง ๆ ด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือในด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในการตลาดท้องถิ่นจะได้รับความช่วยเหลือเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์อย่างเต็มใจ เช่น จากศูนย์วิจัยและแนะแนวทางการเกษตรและประมง (agricultural and marine product processing research and guidance center) ในด้านการตลาดเพื่อจะเพิ่มยอดขายอาจจะจัดตั้งบริษัทหนึ่งผลิตภัณฑ์ (one product corporation) เพื่อให้เป็นช่องทางในการกระจายสินค้าสู่ตลาดต่าง ๆ

#### กิจกรรมหลัก

ประกอบด้วยรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

##### 1. ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และเป็นจุดเด่นของท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพเพื่อขยายตลาดออกสู่เครือข่ายท้องถิ่น ภาคเมือง และตลาดโลก

##### 2. ผลิตภัณฑ์คิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่น

โดยอาศัยความรู้ ความสามารถของคนในชุมชน ให้ความร่วมมือกันรับผิดชอบ มีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง ทบวง กรม กอง เป็นผู้คอยให้คำแนะนำ และคอยให้การสนับสนุนในด้านเทคโนโลยี การคิดค้นอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่าง ๆ และการวิจัยอย่างครบวงจร

2.1 การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น ในท้องถิ่นนั้น ๆ ต้องมีการเลือกเฟ้นบุคลากรที่มีความรู้ สามารถมองการณ์ไกล สามารถวางแผนงานในระยะยาวที่เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น แลกเปลี่ยน ความคิดเห็น เพื่อช่วยกันแก้ปัญหา และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น

2.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ภายใต้แนวคิดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการจัดสถานอบรม การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและการสร้างเครือข่ายองค์กรพัฒนาต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจ (motivation) โดยมีเนื้อแท้ (vitality) ของความเป็นตัวตนของตนเองอย่างเป็นอิสระ

2.3 การพึ่งพิงระบบการเงินและกิจกรรมต่าง ๆ หนึ่งตำบลมีได้หลายผลิตภัณฑ์แต่อย่างน้อยมีหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นเด่นเป็นผลิตภัณฑ์หลัก หนึ่งผลิตภัณฑ์เด่นอาจผลิตโดยเครือข่ายของหลายหมู่บ้านขึ้นอยู่ทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่นและขบวนการท้องถิ่นที่สร้างขึ้น

2.4 การจัดการด้านการตลาด เช่น ตลาดผสมผสาน บริษัทหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การจัดการแสดงสินค้า การจัดการมหรหรรม/เทศกาล ร้านค้าในเรื่องตนเอง ร้านค้าทดสอบตลาด ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการเชื่อมชุมชน/สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ผ่านเครือข่ายสารสนเทศเพื่อทำการค้า

2.5 การพึ่งตนเอง ความเป็นอิสระของภูมิปัญญาท้องถิ่นและประชาชนโดยใช้สถานฝึกอบรม การสร้างความมั่นคงในท้องถิ่น การจัดการประชุมและนำเสนอและแลกเปลี่ยนแนวคิด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การให้รางวัลคุณภาพ เป็นต้น

ขั้นตอนการเปิดตัวของแนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” คู่มือปฏิบัติ

แม้ว่าการคิดค้นประสบความสำเร็จว่าควรจะมีผลิตภัณฑ์อะไรจึงเหมาะสมก็ไม่ได้หมายความว่าประสบความสำเร็จ ถ้าปราศจากการกระจายสินค้าเหล่านี้ออกสู่ตลาด ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นตอนของการพัฒนาต้องมีใจที่จะทำให้ได้ เพื่อการนี้อาจจำเป็นต้องอาศัย สื่อมวลชนช่วยสร้างกระแสท่าทีที่จะเป็นไปได้ โดยสร้างกระแสว่า “ทำไมหมู่บ้านข้าง ๆ เขาถึงพัฒนาได้ หมู่บ้านเราจะแพ้ไม่ได้ ต้องทำให้ได้ด้วยหัวใจของการอยากทำ อยากสู้” ซึ่งจะนำไปสู่การฝึกอบรมและการสะสมประสบการณ์

ขั้นที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เริ่มจากการพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของท้องถิ่นมีอะไรบ้างหลังจากนั้นก็ควรพิจารณาว่า ตลาดมีความต้องการหรือไม่โดยทำการสำรวจตลาด ทำการวิจัยเพื่อหาเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม การพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีอะไรบ้างอาจดูได้จากท้องถิ่นที่ก้าวหน้าทั้งภายในประเทศตลอดจนจากต่างประเทศ โดยทำการเลียนแบบดูบ้างในขั้นนี้ ควรจัดตั้ง “ศูนย์แนะนำและจำหน่ายผลิตภัณฑ์” เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมผลการวิจัยด้านเทคนิค การผลิต การฝึกอบรม การแนะนำ ตลอดจนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

ขั้นที่ 3 การกระจายสินค้า ในกรณีหน่วยงานในระดับต่าง ๆ ได้ช่วยโฆษณาสินค้า ช่วยสืบเสาะหาตลาด และทำวิจัยตลาด รวมทั้งทำการขายด้วย

พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการทัศน์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

พลังขับเคลื่อนสำคัญของกระบวนการทัศน์นี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั่นเอง ประชาชนเป็นผู้นำปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ 1) ระบบราชการบริหารส่วนท้องถิ่น 2) บริษัท 3) ความมีอยู่ของผู้นำ 4) การรวบรวมกลุ่มประชาชนเป็นกลุ่มพลังต่าง ๆ มาสร้างพลังร่วม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ระบบราชการเนื่องจากกระบวนการทัศน์เพื่อการพัฒนา “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นการสร้างการพัฒนาจากภายใน ดังนั้นแทนที่จะเป็นการชี้นำโดยภาครัฐกระบวนการนี้เป็นการคิดและการทำจากล่างสู่บน (bottom up) โดยประชาชนมีส่วนร่วม ราชการเป็นเพียงผู้คอยติดตาม

การขับเคลื่อนเพื่อสรุปเป็นรายงานแต่ละจังหวัด เมือง อำเภอ หมู่บ้าน ต่างก็มีวิธีการแตกต่างกันไป ในแต่ละขั้นตอนของการพัฒนาระบบราชการ คือ ตัวจังหวัดเองเป็นฐานของระบบการปกครองไม่ได้มีการสร้างระบบช่วยเหลือต่าง ๆ ไว้รองรับโดยตรง อาจมีเพียงหน่วยงานเล็ก ๆ คอยรับเรื่องราวต่าง ๆ ตลอดจนการติดตามฟื้นฟูท้องถิ่นว่ามีความก้าวหน้าไปเพียงใดสำนักงานเล็ก ๆ ของจังหวัดนี้จะทำการออกสำรวจเพื่อประเมินผล รวบรวมข่าวสารเท่านั้น

อย่างไรก็ดี ในระดับตำบล และหมู่บ้าน ตลอดจนการบริหารส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ จะมีการรวมกลุ่มของประชาชน โดยมีเจ้าหน้าที่ระดับล่างเหล่านี้ของจังหวัดเป็นเพียงที่เดียวเพื่อช่วยผลักดันและสนับสนุนการพัฒนาให้ผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการที่ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ภายใต้กระบวนการพัฒนาขั้นต่าง ๆ นี้ ศูนย์ที่คอยช่วยเหลือเพื่อสอนเทคนิคการผลิต การแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นี้จะใช้งบประมาณของหน่วยราชการซึ่งในระดับล่างหรือตำบล หมู่บ้าน จะมีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเป็นผู้คอยให้ความช่วยเหลือ

2. บริษัททางจังหวัดต้องการการมีส่วนร่วมของบริษัทในท้องถิ่นก่อน ถ้าบริษัทเหล่านี้ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเพราะจังหวัดเชื่อว่าบริษัทในท้องถิ่นเหล่านี้จะรับผิดชอบและแก้ปัญหาพร้อมกับประชาชนในพื้นที่โดยตรง

3. ผู้นำเป็นสิ่งที่คุณไม่ได้สำหรับขบวนการพัฒนาเช่นนี้พอ ๆ กับการจัดตั้งองค์กรที่เข้มแข็ง อย่างไรก็ตามผู้นำในที่นี้ไม่ได้ หมายถึง เฉพาะกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ที่เป็นผู้นำในการปกครองเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผู้นำธรรมชาติที่มีจากภาคประชาชนอื่น เช่น ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มจากสหกรณ์ ชาวบ้าน ผู้บริหารโรงงาน ผู้บริหารสถานที่บริการอื่น ๆ ผู้นำเหล่านี้จะทราบถึงความต้องการ และผู้นำเหล่านี้เป็นผู้นำตามธรรมชาติของท้องถิ่นที่สามารถเป็นตัวแทนของความต้องการเหล่านั้นได้ องค์กรประชาชน ได้แก่ สหกรณ์กลุ่มเกษตรกรต่าง ๆ หอการค้ากลุ่มผู้บริโภค ฯลฯ กลุ่มเหล่านี้เป็นตัวแทนของผลประโยชน์ประชาชนต่าง ๆ วางรูปแบบและบรรทัดฐานที่แต่ละฝ่ายเสนอมา รวมทั้งการเลือกผลิตภัณฑ์ใด ๆ เพื่อการผลิต การวางแผน กลยุทธ์ต่าง ๆ ด้านการตลาด เป็นต้น

หลักเกณฑ์ทั่วไปในการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP

champion)

ซึ่งหลักเกณฑ์ทั่วไปในการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (กรมการพัฒนาชุมชน, 2546 ก, หน้า 3-5) ในส่วนที่สอดคล้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มดอกไม้ไผ่บัวตำบลห้วยกะปิ มีดังต่อไปนี้

## 1. ด้านการผลิต ประกอบด้วยปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.1 แหล่งที่มาของวัตถุดิบ หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตที่ได้มาจากพื้นที่ในจังหวัดนั้น ต่อปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

1.2 การจัดการด้านแรงงาน/กำลังการผลิต หมายถึง จำนวนแรงงานหรือเครื่องจักรอุปกรณ์หรือผลผลิตที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี

1.3 ช่วงระยะเวลาในการผลิต หมายถึง ช่วงระยะเวลาที่ผู้ผลิตทำการผลิตสินค้าขึ้น ๆ ในแต่ละปี

1.4 กำลังการผลิต หมายถึง เมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้ามีความสามารถผลิตสินค้าได้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการหรือไม่

1.5 การรักษาสีเงาผิวในกระบวนการผลิต หมายถึง กระบวนการผลิตสินค้ามีผลกระทบต่อสีเงาผิวเพียงใด และมีระบบในการแก้ไขผลกระทบของสีเงาผิวหรือไม่

1.6 ศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่าย หมายถึง เมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากและหลายครั้ง สามารถผลิตสินค้าได้คุณภาพเหมือนเดิมหรือไม่ เพียงใด

## 2. ด้านการตลาด ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

2.1 แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า หมายถึง แหล่งจำหน่ายที่นำสินค้าไปขาย

2.2 จำนวนแหล่งจำหน่ายสินค้า หมายถึง จำนวนร้านค้า แหล่งจำหน่าย ผู้รับซื้อที่นำสินค้าไปจำหน่าย

2.3 รายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้าเทียบกับปีที่ผ่านมา หมายถึง ปริมาณรายได้จากการจำหน่ายสินค้าในรอบ 12 เดือนนี้ เทียบกับปริมาณการจำหน่ายในรอบ 12 เดือนที่แล้ว

2.4 ความต่อเนื่องของตลาด หมายถึง การมีลูกค้าเก่าหรือลูกค้าใหม่อย่างเดียวหรือทั้งสองอย่างและการสั่งซื้อเป็นอย่างไร

2.5 รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะหรือรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุสินค้า เพื่อความสวยงามไม่ให้สินค้าเสียหาย

2.6 เครื่องหมายและฉลาก หมายถึง ข้อความหรือเครื่องหมายที่แจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ผลิตใช้ติดกับสินค้านั้น เพื่อให้ผู้บริโภค หรือผู้ซื้อทราบ

2.7 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง วิธีการที่ผู้ผลิตจำหน่ายสินค้า เช่น จำหน่ายเองผ่านคนกลาง ผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2.8 การสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึงวิธีการใด ๆ ที่ผู้ผลิตใช้เพื่อให้ลูกค้าสนใจและซื้อสินค้า

### 3. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

- 3.1 ที่มาของรูปแบบ สีต้นของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะและที่มาของรูปแบบและสีต้นของผลิตภัณฑ์ได้มาโดยวิธีการใด
- 3.2 การพัฒนารูปแบบ สีต้นของผลิตภัณฑ์ หมายถึง การปรับเปลี่ยนรูปแบบ สีต้นของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 3.3 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในรอบ 1 ปี หมายถึง รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้มีการพัฒนาอย่างไร จากใคร
- 3.4 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบบรรจุภัณฑ์
- 3.5 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะ ด้านวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการรับรองมาตรฐานที่สนองความต้องการ และความพึงพอใจของผู้บริโภค

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นักวิจัยระดับปฏิบัติการรุ่นที่ 4 (2544, หน้า บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษจากใบสับปะรด สำหรับตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้สอดคล้องนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ได้พบว่าตั้งแต่ พ.ศ. 2540 ถึงปัจจุบันประเทศไทยประสบปัญหาการวิกฤตเศรษฐกิจอย่างรุนแรง รัฐบาลปัจจุบันได้กำหนดนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อขจัดความยากจนของชุมชน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีชื่อเสียงเรื่องการปลูกสับปะรดที่เป็นวัตถุดิบเหลือทิ้งสิ้นปีละประมาณ 8 ล้านตัน ซึ่งนำวัตถุดิบเหลือทิ้งนี้มาผลิตเป็นกระดาษ และผลิตภัณฑ์แปรรูป ชุมชนน่าจะมียาได้จากการขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวประมาณปีละ 2 แสนล้านบาท ที่ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน เป็นชุมชนที่เพิ่งเริ่มมีการรวมกันเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจพัฒนา ภายใต้การสนับสนุนขององค์การบริหารส่วนตำบล ให้มีการนำใบสับปะรดที่เหลือทิ้งมาแปรรูป ทำเป็นกระดาษและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัย เพื่อให้มีรูปแบบการผลิตที่เหมาะสม มีคุณภาพสูง มีการตลาดที่ดี อันนำไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัด และเป็นที่ยอมรับไปทั้งในและต่างประเทศ

วิธีการดำเนินการวิจัย ใช้วิธีวิจัยและพัฒนา เพื่อค้นหากระบวนการผลิต และกระบวนการพัฒนารูปแบบการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ในด้านการส่งเสริมการตลาด ควรปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย เน้นในเรื่องประโยชน์การใช้สอย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเน้นที่รูปแบบและความเป็นภูมิปัญญาไทยที่มีลักษณะชาติ และควรมีการวางจำหน่ายให้ทั่วถึงเพื่อสะดวกในการซื้อของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย สภาวิจัยแห่งชาติควรจะเป็นหน่วยงานกลางเพื่อที่จะให้ผลงานจากนักวิจัยนี้ไปสู่ผู้ใช้งานวิจัยโดยตรง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เกษตรจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด และพาณิชย์จังหวัด เพื่อให้ผู้ผลิตกระดาษและผลิตภัณฑ์จากกระดาษใบสับปะรด ได้พัฒนากระบวนการผลิตและรูปแบบการผลิตให้เหมาะสม และควรมีการศึกษาวิจัยติดตามผลในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป รวมทั้งควรมีการศึกษาเปรียบเทียบคุณสมบัติทางกายภาพของกระดาษจากใบสับปะรดและกระดาษสา เพื่อพัฒนาคุณภาพของกระดาษจากใบสับปะรดให้ทัดเทียมหรือดีกว่ากระดาษสา เพื่อผลประโยชน์ทางการตลาดต่อไป

บวรรัตน์ สุกระกาญจน์ (2544, หน้า 1) ได้ศึกษาเรื่อง “การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตาม โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษาดำบล โลกสะอาด อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์” ผลการศึกษาพบว่า

1. องค์กรธุรกิจชุมชนของตำบล โลกสะอาด ประกอบด้วยกลุ่มเครือข่ายแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เช่น สมุนไพรว่านหางจระเข้ ดอกอัญชัน มะกรูด ขมิ้น เป็นต้น
2. กลุ่มแปรรูปอาหารปลอดสารพิษ เช่น น้ำพริกเผากุ้งเสวย น้ำพริกหมูรสเค็ม น้ำพริกตาแดง น้ำพริกนรก น้ำพริกตาแดงผสมแมงดา น้ำพริกนรกผสมแมงดา และน้ำพริกปลาทู เป็นต้น มีผลการดำเนินงานโดยรวมในระดับสูงคิดเป็นร้อยละ 99.1 การบริหารจัดการของกลุ่ม โดยเฉพาะความสามารถในการหาตลาด การจัดการระบบบัญชีตรวจสอบได้ และการมีส่วนร่วมของสมาชิกอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับบทบาทของสมาชิก และผู้นำ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และการจัดสรรผลประโยชน์ให้สมาชิกอยู่ในระดับสูง

ปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการดำเนินงานของกลุ่มองค์กรธุรกิจชุมชน คือ ขาดการแนะนำและสนับสนุนให้บุคลากร มีความรู้และทักษะในการดำเนินและแก้ปัญหาด้านการจัดการธุรกิจชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐมีบทบาทอยู่ในระดับปานกลางในการเข้าไปร่วมกิจกรรมของกลุ่ม เช่น การประชุม การติดตามผลงาน การให้คำแนะนำ และการรายงานผลความก้าวหน้าให้ผู้บังคับบัญชาทราบ และให้การสนับสนุนด้านทุน และการศึกษาดูงานในระดับต่ำ สำหรับระดับปัญหาอุปสรรคมีมาก และสะท้อนออกมาให้เห็นคือ ค่าใช้จ่ายในการไปราชการมีน้อย ไม่มียานพาหนะ แนวทางปฏิบัติงานไม่ชัดเจน

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา คือ กำหนดแนวทางการดำเนินงานแก่ส่วนราชการต่าง ๆ ให้ชัดเจน มีการเน้นย้ำเจ้าหน้าที่ให้ร่วมปฏิบัติงานในโครงการอย่างใกล้ชิด จริงจังและต่อเนื่อง และจัดสรรงบประมาณให้เจ้าหน้าที่เพื่อเป็นกำลังใจในการปฏิบัติงานด้วย และกลุ่มมีการเพิ่มพูนความรู้ทักษะด้านการผลิต การตลาดและการบริหารจัดการอยู่ตลอดเวลา รู้จักใช้ประโยชน์ของข้อมูลทาง



การตลาด และการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ต้องการของตลาด รวมทั้งมีการสร้างเครือข่ายกับกลุ่มต่าง ๆ เพื่อขยายฐานการผลิต และจำหน่ายให้มากขึ้น

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University