

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ มาศึกษาเพื่อเป็นการกำหนดกรอบแนวคิด และตัวแปร โดยมุ่งที่จะทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทผลิตภัณฑ์กับประสิทธิภาพการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน ในอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม มีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารจัดการ

1. การบริหารการจัดการ
2. การบริหารการเงินและทุน
3. การบริหารการผลิต
4. การบริหารการตลาด

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ผลิต

1. ประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร
2. ประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าเครื่องแต่งกาย
3. ประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้และของประดับตกแต่ง
4. ประเภทผลิตภัณฑ์ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก
5. ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

แนวคิดเกี่ยวกับบริบทชุมชน

1. ข้อมูลทั่วไปจังหวัดมหาสารคาม
2. ประวัติและความเป็นมาของธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
3. ความหมายและบทบาทสำคัญของธุรกิจชุมชน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ
2. งานวิจัยต่างประเทศ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารจัดการ

1. การบริหารการจัดการ

คำว่า การบริหารนี้มีนักวิชาการได้กล่าวถึงความหมายในลักษณะต่าง ๆ พอแยกได้เป็น 3 ประเด็น ดังนี้ (วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. 2552 : 26-29)

ประเด็นที่หนึ่ง กล่าวว่า การบริหารเป็นศิลปะของการใช้บุคคลอื่นทำงานให้แก่องค์กร (Management is an art of getting thing done through others) จากความหมายนี้เมื่อพิจารณาแล้วเป็นการมองว่าสมาชิกในองค์กรเป็นสื่อกลางที่นำให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย เปรียบสมาชิกในองค์กรเป็นเช่น วัสดุสิ่งของที่จะต้องปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ตามที่ได้กำหนด แต่ในความเป็นจริง สมาชิกในองค์กรเป็นมนุษย์ที่มีความต้องการ มีความมุ่งหวังในความเจริญก้าวหน้า ในการปฏิบัติงาน ฉะนั้นจำเป็นที่องค์กรควรสนองตอบสิ่งเหล่านี้ ทั้งนี้เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด ฉะนั้นความหมายของคำว่า การบริหารในประเด็นหนึ่งควรมีการปรับปรุงใหม่ว่า การบริหารเป็นศิลปะของการใช้บุคคลอื่นทำงานให้แก่องค์กร โดยการตอบสนองความต้องการและจัด โอกาสให้เขาเหล่านั้นมีความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน (Management as an art of getting done through other people by satisfying their needs, expectations and providing them opportunity for growth and development) จากความหมายนี้จะมองเห็นได้ว่าเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน ทำให้สมาชิกในองค์กรร่วมแรงร่วมใจการช่วยเหลือกิจกรรมในองค์กรเป็นอย่างดี

ประเด็นที่สอง การบริหารเป็นกระบวนการ (Management as process) ที่กล่าวว่าการจัดการเป็นกระบวนการนี้มีความสัมพันธ์กับการกำหนดจุดมุ่งหมายขององค์กรและแปรเปลี่ยนจุดมุ่งหมายนั้นสู่การปฏิบัติจริงซึ่งความหมายนี้ผู้จัดการจะทำให้การดำเนินงาน กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้โดยผ่านกระบวนการที่เป็นระบบ (Systematic) มีการประสานงาน (Co-ordinate) และความร่วมมือร่วมใจจากทรัพยากรจากมนุษย์ (Co-operative human efforts) ขั้นตอนและกระบวนการต่าง ๆ ที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายจะมีชื่อต่าง ๆ กันและล้วนต่างมีความหมายแตกต่างกันไป เช่น กระบวนการบริหารตามแนวคิดของเฮนรี ฟาโยล (Henry Fayol) ประกอบด้วย 5 ประการ ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การบังคับการ (Commanding) การประสานงาน (Coordinating) และการควบคุมงาน (Controlling) หรือที่รวมเรียกกันว่า พอคคัล (POCCC) ขณะที่ลูเทอร์ กุลลิค และลินคอล์น เออร์วิค (Luther Gulick & Lyndall Urwick)

ได้กล่าวถึงกระบวนการบริหารไว้ 7 ประการ หรือที่รู้จักกันว่า โปสคอร็บ (POSDCoRB) โดยคำย่อนี้มาจากตัวอักษรตัวต้นของแต่ละขั้น คือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การจัดบุคคลเข้าทำงาน (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) และการเสนอรายงาน (Reporting) ตลอดจนการงบประมาณ (Budgeting)

สิ่งที่ต้องพิจารณาถึงความสำคัญของความหมายนี้ คือ การที่กล่าวว่า การบริหารเป็นกระบวนการอย่างหนึ่ง เพราะประกอบด้วย การดำเนินการเป็นขั้นตอนที่จะนำไปสู่เป้าหมายขององค์กรที่กำหนดไว้ และกระบวนการในขั้นตอนต่าง ๆ ไม่ได้เริ่มต้นและสิ้นสุดในแต่ละขั้นตอนของตัวเอง แต่เป็นการดำเนินการไปถึงขั้นสุดท้ายที่เรียกว่า การควบคุมจำเป็นที่ต้องเอาประสบการณ์เดิมและข้อสังเกตต่าง ๆ ที่ค้นพบเป็นข้อมูลในการวางแผนต่อไป ดังนั้นคำว่า กระบวนการนี้จึงมีลักษณะต่อเนื่องเป็นวัฏจักร (Cycle) ไม่มีการสิ้นสุด (Management is a never - ending process)

ประเด็นที่สาม การบริหาร คือ กลุ่มของผู้จัดการ (Management as a group of managers) ในความหมายนี้ องค์กรเป็นบุคคลที่ทำหน้าที่บริหาร คือ การจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กร เป็นผู้ดำเนินการตัดสินใจ กำหนดเป้าหมายขององค์กรและประสานงานให้สมาชิกในองค์กรดำเนินไปในทิศทางที่เป็นเป้าหมายร่วมกัน คำว่า กลุ่มผู้จัดการนั้นบ่งบอกว่า มีผู้จัดการหลายคนรวมกัน ทั้งนี้เพราะองค์กรต่าง ๆ จะมีระดับการบริหารหลายระดับ อาทิ การจัดการระดับสูง (Top management) การจัดการระดับกลาง (Middle management) ซึ่งในระดับกลางอาจจะประกอบด้วย Upper - middle, Middle - middle and Lower management และการจัดการระดับล่าง (Lower management) ซึ่งในแต่ละระดับที่กล่าวจะมีบุคคลสวมบทบาทเป็นผู้จัดการ จึงทำให้เป็นผู้บริหารที่ดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กรนั่นเอง

จากความหมายของการบริหารทั้ง 3 ประเด็น พอสรุปได้ว่า ทุกความหมายที่ทำให้เกิดความเข้าใจในเรื่องการบริหารทั้งสิ้น เพียงแต่มองแตกต่างกันไปคนละด้าน บางคนมองว่าเป็นศิลป์ บางคนมองว่าเป็นกระบวนการ และบางคนมองเป็นบุคคลที่ทำหน้าที่การบริหาร ถ้านำความหมายดังกล่าวมาบูรณาการ จะเกิดความสมบูรณ์มากขึ้น ดังนั้นการบริหาร จึงคือ กระบวนการที่ผู้บริหารใช้ศิลปะและกลยุทธ์ต่าง ๆ ดำเนินกิจการตามขั้นตอนต่าง ๆ โดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในองค์กร การตระหนักถึงความสามารถ ความถนัด และความมุ่งมั่นด้านความเจริญก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของสมาชิกในองค์กรควบคู่ไปด้วย องค์กรจึงจะสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

1.1 ความหมายและบทบาทสำคัญของการบริหาร

บทบาทสำคัญของผู้บริหาร คือ การนำพองค์กรให้ไปถึงเป้าหมาย องค์กรทุกแห่งจัดตั้งขึ้นเพื่อจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายบางอย่าง และผู้บริหารมีหน้ารวบรวมและใช้ทรัพยากรขององค์กร เพื่อให้องค์กรบรรลุถึงจุดมุ่งหมาย ในการที่จะบรรลุจุดหมายฝ่ายบริหารจัดการจำเป็นต้องมอบหมายงานให้กับสมาชิกองค์กรไปปฏิบัติ ถ้าวางแผนงานดีผลการทำงานของพนักงานแต่ละคนจะสนับสนุนองค์กรให้ถึงเป้าหมายได้ ฝ่ายบริหารจัดการควรให้การสนับสนุนแก่กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร และระงับกิจกรรมที่เป็นผลเสียต่อการบรรลุเป้าหมายเหล่านี้ ผู้บริหารทั้งหลายจึงต้องยึดถือเป้าหมายขององค์กรไว้ตลอดเวลา

นอกจากความเข้าใจความสำคัญของงานด้านบริหารที่มีต่อตนเองและสังคมและต่อประโยชน์ที่เกี่ยวข้องแล้ว ผู้บริหารในอนาคตยังต้องรู้ถึงงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารด้วย จากนี้ไปจะเป็นการแนะนำภาระหน้าที่ของการบริหารจัดการเบื้องต้น โดยพิจารณาถึงบทบาทและนิยามของการบริหาร แนวทางการบริหารให้บรรลุถึงจุดมุ่งหมายขององค์กร รวมทั้งความจำเป็นที่ต้องบริหารทรัพยากรขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ดังนี้
(วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. 2552 : 30-33)

1.1.1 ความหมายของการบริหาร

คำว่า “การบริหาร” นั้น นอกจากใช้คำในภาษาอังกฤษว่า “Administration” ยังมีอีกคำหนึ่งที่ใช้แทนกันได้ คือ คำว่า “Management” ซึ่งเป็นคำที่มีความหมายเหมือนกัน แต่ทางวิชาการจะเลือกใช้คำว่า “Administration” ด้วยเหตุผล 2 ประการ คือ เหตุผลประการแรก เมื่อไม่ต้องการใช้คำที่มีความหมายเน้นในทางการจัดการธุรกิจเอกชน และเหตุผลประการที่สอง เมื่อไม่ต้องการใช้คำที่จะทำให้เกิดความสับสน เพราะคำว่า “การจัดการ” ซึ่งมีความหมายแคบจำกัดลงไปว่า เป็นการบริหารขององค์กรแห่งใดแห่งหนึ่ง หรือหน่วยงานหนึ่งเท่านั้น เมื่อพูดถึงการบริหารงานต่างๆ ไป หรือการบริหารราชการ ซึ่งนิยมใช้คำว่า “Administration”

การบริหาร (Administration) โดยทั่วไปใช้ในความหมายกว้าง ๆ ที่รวมถึงการบริหารรัฐกิจและธุรกิจ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมาย ดังนี้

ปีเตอร์ เอฟ. ดรึคเกอร์ (Peter F. Drucker ; อ้างจากสมพงษ์ เกษมสิน 2546 : 37) กล่าวว่า การบริหาร คือ ศิลปะในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกับผู้อื่น การทำงานต่างๆ ให้ ลุล่วง ไปโดยอาศัยคนอื่นเป็นผู้ทำภายในสภาพองค์กรที่กล่าวนั้นทรัพยากร

ด้านบุคคลจะเป็นทรัพยากรหลักขององค์กรที่เข้ามาร่วมกันทำงานในองค์กร ซึ่งคนเหล่านี้จะเป็นผู้ใช้ทรัพยากรด้านวัตถุอื่นๆ เครื่องจักร อุปกรณ์ วัสดุคิบ เงินทุน รวมทั้งข้อมูลสารสนเทศต่างๆ เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการออกจำหน่ายและตอบสนองความพอใจให้กับสังคม

แฮร์โรลด์ คูนต์ซ์ (Harold Koontz ; อ้างจากสมคิด บางโม. 2547 : 23) ให้ความหมายของการบริหาร หมายถึง การดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยอาศัยปัจจัยทั้งหลาย ได้แก่ คน เงิน วัสดุสิ่งของ เป็นอุปกรณ์การจัดการนั้น

พยอม วงศ์สารศรี (2545 : 25) ได้นำความหมายของการบริหารจากนักวิชาการหลายท่านที่ได้กล่าวถึงความหมายของการบริหารในลักษณะต่างกันมาสรุปได้ ดังนี้ การบริหาร คือ กระบวนการที่ผู้จัดการใช้ศิลปะและกลยุทธ์ต่าง ๆ ดำเนินกิจกรรมตามขั้นตอนต่าง ๆ โดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกองค์กร การตระหนักถึงความสามารถ ความถนัด ความต้องการและความมุ่งหวังด้านความเจริญก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของสมาชิกในองค์กรควบคู่ไปด้วย องค์กรจึงจะสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545 : 11) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร โดยการวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organization) การชักนำ (Leading) และการควบคุม (Control) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน ทรัพยากรข้อมูลขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพ

สมคิด บางโม (2546 : 61) มีความเห็นว่าการจัดการ คือ ศิลปะในการใช้คน เงิน วัสดุ อุปกรณ์ ขององค์กรและนอกองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ จากความหมายดังกล่าว จะเห็นว่า การจัดการมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การจัดการเป็นศิลปะในการใช้คนทำงาน การจัดการต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐาน คือ คน เงิน และวัสดุ อุปกรณ์ การจัดการเป็นการดำเนินงานของกลุ่มบุคคล

ธงชัย สันติวงษ์ (2548 : 21-22) กล่าวถึงลักษณะของงานบริหารจัดการไว้ 3 ด้าน คือ ด้านที่เป็นผู้นำหรือหัวหน้างาน งานบริหารจัดการ หมายถึง ภาระหน้าที่ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่ปฏิบัติตนเป็นผู้นำในองค์กร ด้านภารกิจหรือสิ่งที่ต้องทำ งานบริหารจัดการ หมายถึงการจัดระเบียบทรัพยากรต่าง ๆ ในองค์กรและการประสานกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และด้านของความรับผิดชอบ งานบริหารจัดการ หมายถึง การต้องทำให้งานต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยการอาศัยบุคคลต่าง ๆ เข้าด้วยกัน

สรุปได้ว่า การบริหารจัดการ (Management Administration) การบริหารการพัฒนา (Development administration) สำหรับส่วนที่แตกต่างกัน คือ แต่ละคำมีจุดเน้นต่างกัน กล่าวคือ การบริหารจัดการเน้นเรื่องการนำแนวคิดการจัดการของภาคเอกชนเข้ามาใช้ในการบริหารราชการ เช่น การมุ่งหวังผลกำไร การแข่งขัน ความรวดเร็ว การตลาด การประชาสัมพันธ์ การจูงใจด้วยค่าตอบแทน การลดขั้นตอนและการลดพิธีการ เป็นต้น ในขณะที่การบริหารการพัฒนาให้ความสำคัญเรื่องการบริหารรวมทั้งการพัฒนานโยบาย แผน แผนงาน โครงการ (Policy, Plan, Program, Project) หรือกิจกรรมของหน่วยงานของรัฐ

1.1.2 บทบาทสำคัญของการบริหาร

ผู้บริหารในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในปัจจุบันควรมีคุณสมบัติ ดังนี้ ต้องเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ (Vision) สามารถที่จะกำหนดกลยุทธ์ในการบริหาร (Strategic Management) ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นผู้บริหารจะต้องมีทักษะที่สำคัญในการกำหนดเป้าหมายการทำงาน กำหนดนโยบายและวิธีการทำงานที่ชัดเจน โดยสามารถที่จะวิเคราะห์สถานการณ์ (Analysis Situations) เพื่อกำหนดแผนเชิงกลยุทธ์และแผนปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมายและนโยบายอย่างเหมาะสม มีความสามารถในการจัดระบบการสื่อสารให้ได้ผล (Effective Communication) เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ทั่วถึงทุกระดับ ผู้บริหารจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เป็นอย่างดี มีความสามารถในการบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) และมีคุณธรรมและจริยธรรมในการบริหาร สามารถที่จะเป็นแบบอย่างที่ดีในการประพฤติปฏิบัติ เพื่อให้ผู้ได้บังคับบัญชาใช้เป็นแบบอย่าง ไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่การงานแสวงหาผลประโยชน์ให้แก่ตนเอง ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม

การบริหารเป็นกระบวนการอย่างหนึ่ง ที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยจะต้องมีการประสานทรัพยากรต่างๆ ขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และดำเนินการเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้มีการแบ่งหลักการคิดเกี่ยวกับการบริหารออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (สมยศ นาวิการ และ ศุสดี รุมาคม. 2544 : 57)

1 แนวคิดแบบเก่า (Old Concept) ในสมัยก่อนการบังคับบัญชาถือเอาของหัวหน้างานเป็นหลัก การบริหารเป็นไปโดยปราศจากเหตุผล แต่ใช้หลักความรุนแรง ผู้ได้บังคับบัญชาต้องปฏิบัติตามคำสั่งของหัวหน้างานอย่างเคร่งครัด โดยไม่คำนึงถึงความคิดของตัวบุคคลจากการใช้หลักการของแนวความคิดแบบเก่านี้ จะเห็นได้ว่า ทุกอย่างขึ้นอยู่กับ

อำนาจการบังคับบัญชาจะมาจากเบื้องบนเสมอ โดยนายจ้างเป็นผู้ออกคำสั่งแต่เพียงผู้เดียว ไม่มีสิทธิแสดงความคิดเห็นใด ๆ การตัดสินใจอยู่ที่ส่วนกลาง ไม่มีการกระจายอำนาจ การบังคับบัญชาสมัยเก่ามักจะคิดว่าการจูงใจให้บุคคลทำงานนั้นขึ้นอยู่กับพื้นฐานเศรษฐกิจ คือ เงิน เพียงอย่างเดียว จึงไม่ได้ให้ความสนใจในเรื่องสวัสดิการ และความปลอดภัยในการทำงานเลย และยังคงกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งด้วย

2 แนวความคิดแบบใหม่ (Modern Concept) ทักษะของนายจ้างต่อลูกจ้างเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม นายจ้างมองลูกจ้างในแง่ดีให้ความสำคัญต่อลูกจ้างและมีความไว้วางใจ นอกจากนี้ยังนำทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจมาใช้ประโยชน์ในหลักการเกี่ยวกับแนวความคิดแบบใหม่ถือว่า บุคคลมีความรับผิดชอบ มีความคิดริเริ่มต้องการและเต็มใจทำงานร่วมกัน มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย เปิดโอกาสให้คนทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้ระบบควบคุมตนเองการจูงใจคนให้ทำงานไม่ได้ใช้เงินแต่เพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีการจูงใจที่ไม่ใช่ตัวเงินเกี่ยวข้องด้วย

จะเห็นได้ว่า หลักการคิดเกี่ยวกับการบริหารทั้ง 2 ประเภท แสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของการบริหาร ดังนี้ การบริหารเป็นสมองขององค์กร การที่องค์กรจะสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้นั้นจำเป็นต้องมีกระบวนการบริหารที่ดี เช่น มีการวางแผน และการตัดสินใจโดยการกลั่นกรองจากฝ่ายการจัดการที่ได้พิจารณาข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้ดุลยพินิจใช้สติปัญญาพิจารณาผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นต่อองค์กรนั้น การบริหารเป็นเทคนิควิธีการที่ทำให้สมาชิกในองค์กรเกิดจิตสำนึกร่วมกันในการปฏิบัติงาน มีความเต็มใจช่วยเหลือให้องค์กรประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ เพราะมีกระบวนการการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานนำทางให้องค์กรไปสู่ความสำเร็จ นอกจากนี้ยังเป็นการกำหนดขอบเขตในการทำงานของสมาชิกในองค์กรไม่ให้ซ้ำซ้อนกัน ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยราบรื่น รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า แนวคิดของการจัดการแบบเก่าและแบบใหม่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยทักษะของนายจ้างที่มีต่อลูกจ้างตามแนวคิดแบบใหม่จะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม นายจ้างมองลูกจ้างในแง่ดี และให้ความสำคัญต่อลูกจ้าง ตลอดจนมีความไว้วางใจ ในขณะที่อำนาจการบังคับบัญชาตามแนวคิดของการจัดการแบบเก่าจะมาจากเบื้องบนเสมอ โดยนายจ้างเป็นผู้ออกคำสั่งแต่เพียงผู้เดียว ผู้ใต้บังคับบัญชาต้องปฏิบัติตามคำสั่งของนายจ้างอย่างเคร่งครัดโดยไม่คำนึงถึงความคิดของตัวเอง การบริหารเป็นไปโดยปราศจากเหตุผล จะเห็นได้ว่า ธุรกิจที่ล้มเหลวในอดีตที่ผ่านมา ปัญหา มักจะเกิดจากการที่มีได้มีการวางแผนที่

รอบคอบก่อนการทำงาน สาเหตุก็อยู่ที่ขาดการวางแผนเช่นกัน ข้อบกพร่องอาจจะอยู่ตรงที่มิได้มองเห็นถึงความสำคัญของการวางแผนประการหนึ่ง หรืออีกประการหนึ่งอาจเกิดจากการไม่เข้าใจวิธีการหรือไม่มีเวลา ทั้งหมดนี้ถ้าหากผู้บริหารได้เข้าใจถึงความสำคัญและคุณประโยชน์ของการวางแผนแล้ว ดังนั้น การวางแผนจึงถือเป็นหน้าที่อย่างหนึ่งที่ผู้บริหารจะต้องทำและต้องทำให้ได้ดี ที่สำคัญจะต้องถูกต้อง

1.2 ปัจจัยพื้นฐานของการบริหาร

คำว่า “การจัดการ” หรือ “การบริหาร” นั้นตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Management ซึ่ง Webster ให้ความหมายว่า เหมือนกับคำ Administration ดังนั้นคำ 2 คำ จึงให้สลับเปลี่ยนแทนที่กันได้ เพราะต่างก็การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหมดเป็นปัจจัยพื้นฐานในการบริหาร อันได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุ (Materials) วิธีการจัดการ (Management) เครื่องมือ (Machine) และวิธีการทำงาน (Methodology and Information) หรือ 6 Ms ให้ประสิทธิภาพและได้ผลผลิตสูงสุด (วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ, 2552 : 45-48)

1.2.1 คน (Man)

คน หมายถึง ปัจจัยที่เป็นคน หรือการ จัดหากำลังคนให้เพียงพอในการประกอบธุรกิจ เพราะการผลิตจะเกิดขึ้นได้ก็ด้วยการใช้กำลังคน ฉะนั้นจึงเป็นความจำเป็นที่จะต้องมีการคัดเลือกบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจมาช่วยดำเนินงาน เพื่อให้ได้ผลงานที่ดี

1.2.2 เงิน (Money)

เงิน หมายถึง ปัจจัยที่เป็นเงินและแหล่งเครดิตหรือสินเชื่อ ซึ่งเป็นปัจจัยอันสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปได้โดยราบรื่น ธุรกิจทุกชนิดไม่สามารถจะดำเนินไปได้โดยไม่มีต้นทุนหรือเครดิต แหล่งเงินทุนและเครดิตจะหาได้จากสถาบันการเงินต่างๆ เช่น ธนาคารพาณิชย์หรือบริษัทเงินทุน เป็นต้น เครดิตเป็นการอาศัยสถาบันการเงินใช้ชั่วคราวระยะเวลาหนึ่งเพื่อก่อให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยน โดยมีธนาคารเป็นสื่อกลางทุนในทางธุรกิจ แยกตามวัตถุประสงค์ที่ใช้ได้ 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1.2.2.1 ทุนคงที่หรือทุนประจำ (Fixed Capital) คือ ทุนที่ธุรกิจนำมาใช้เพื่อซื้อทรัพย์สินที่มีอายุการใช้งานนาน ที่เรียกว่า “สินทรัพย์ถาวร” ซึ่งได้แก่ ที่ดิน อาคาร เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่างๆ ทุนคงที่มักจะเป็นจำนวนที่แน่นอนไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงมากนัก

1.2.2.2 ทุนหมุนเวียน (Working Capital) คือ เงินที่ถูกนำไปใช้หมุนเวียนภายในรอบการดำเนินงาน (Operating Cycle) เช่น ร้านค้าปลีก จ่ายเงินสดไปซื้อสินค้าเข้าร่วม

ต่อมาเมื่อขายสินค้านั้นไป ก็ได้รับชำระค่าสินค้าเป็นเงินสดกลับคืนมา และนำเงินสดนั้นไปซื้อสินค้าไว้ขายอีก หมุนเวียนเช่นนี้อีกตลอดไป นอกจากนี้ที่ทุนหมุนเวียนจะถูกใช้ไปเพื่อการชำระหนี้ค่าซื้อสินค้าเชื่อ จ่ายค่าแรง และค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการดำเนินงาน ดังนั้นจำนวนเงินทุนที่ใช้หมุนเวียนมักจะผันแปรไปตามวัฏจักรธุรกิจ

1.2.3 วัสดุ (Materials)

วัสดุ หมายถึง วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตวัตถุดิบต่างๆ นั้นได้มาจากพื้นดิน อากาศ และมหาสมุทร เช่น น้ำ แร่ธาตุต่างๆ และไม้ในป่า เป็นต้น นักธุรกิจต่างก็มีความวิตกในด้านความหายากของวัตถุดิบบางอย่าง ทั้งนี้เพราะจำนวนประชากรโลกเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่โลกมิได้ใหญ่ขึ้น ด้วยเหตุนี้ธุรกิจต่างๆ จึงพยายามที่จะค้นหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ ๆ เช่น โครงการเจาะน้ำมันให้ลึกกลงไปในพื้นดินยิ่งขึ้น การส่งจรวดไปดวงจันทร์ ดาวพระศุกร์ ดาวพระอังคาร ก็เพื่อที่จะได้ใช้เป็นแหล่งวัตถุดิบที่จะนำไปใช้ในการผลิตในอนาคต

1.2.4 การจัดการ (Management)

การจัดการ หมายถึง ปัจจัยการจัดการการเลือกสรรบุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจใดๆ จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญ ในการประกอบธุรกิจนั้นเป็นอย่างดี จะต้องรู้จักวางแผนนโยบายและมีความรับผิดชอบ ทั้งยังเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการนำที่ดิน แรงงาน และทุนซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดมารวมกันในวิธิต่างที่จะสามารถทำให้มีการใช้ทรัพยากรทั้ง 3 อย่างข้างต้น เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด เพราะผู้ประกอบการจะเรียนรู้การเสี่ยงภัยของธุรกิจไว้ด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจในฐานะเป็นหัวหน้า ผู้จัดการ ได้แก่ ผู้อำนวยการ ผู้จัดการ หัวหน้าฝ่ายขาย หัวหน้าฝ่ายสินเชื่อ หัวหน้าฝ่ายการบัญชีการเงิน และการงบประมาณ เป็นต้น

1.2.5 เครื่องมือ (Machine)

เครื่องมือ หมายถึง ด้านการจัดองค์กร ซึ่งหมายถึง การกำหนดรูปแบบและภารกิจขององค์กร การแบ่งส่วนขององค์กร การกำหนดกิจกรรมของแต่ละหน่วยงาน การกำหนดตำแหน่งงาน (Position) พร้อมหน้าที่ความรับผิดชอบและอำนาจ (Authority) ของแต่ละตำแหน่งแต่ละส่วนแต่ละระดับ (Level) และขององค์กรเป็นส่วนรวมและการกำหนดโครงสร้างและความสัมพันธ์ของงานส่วนต่างๆ ของแต่ละองค์กรและการสร้างระบบการควบคุมให้ทุกส่วนขององค์กรได้เป็นอย่างสืบเนื่องและมีเหตุผล (Unity)

1.2.6 วิธีการทำงาน (Methodology and Information)

วิธีการทำงาน หมายถึง องค์ความรู้และข้อมูลข่าวสารอันมีค่าที่นักบริหาร และต้องนำมาใช้ในงานวางแผนงานการเลือกใช้กลยุทธ์ (Strategy) และกิจกรรม (Activity) ที่ควรดำเนินการ การจัดหน่วยงานและวางระบบงาน การติดต่อสื่อสาร การอำนวยความสะดวก การตัดสินใจ การแก้ปัญหา การติดตามและควบคุมงาน การประสานงาน การทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ หรือภาคเอกชน ชุมชน ประชาชน และอาสาสมัครกลุ่มและรูปแบบต่างๆ ให้ถูกต้องเหมาะสม มีประสิทธิภาพและได้ผล และประเมินผลการปฏิบัติงานและผลงานการแก้ไขปรับปรุงงานและวิธีทำงานเพื่อให้งานของหน่วยงานเข้าเป้าหมาย และเป็นที่พึงพอใจแก่สังคม และประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และโดยทั่วไปในสังคม

จากการศึกษาดังกล่าวนั้น สามารถที่จะทำการสรุปเป็นแนวคิดได้ ดังนี้ การบริหาร คือ เทคนิควิธีการที่ผู้บริหารได้ทำการศึกษาและพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อใช้กับองค์กรในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้ประสบผลสำเร็จ ถือเป็นกระบวนการการบริหารอย่างหนึ่ง ที่จะทำให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยผู้บริหารจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในการผสมผสานทรัพยากรต่าง ๆ เช่น คน เงิน วัสดุ และการบริหารขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และดำเนินการเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการศึกษาประเด็นดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยพื้นฐาน ได้แก่ คน เงิน วัสดุ การจัดการ เครื่องมือ และวิธีการทำงาน ของการจัดการของธุรกิจชุมชน จังหวัดมหาสารคาม เพื่อใช้ในการสร้างข้อได้เปรียบปัจจัยพื้นฐานของการจัดการแบบยั่งยืน โดยนำมากำหนดขึ้นเป็นตัวแปรกลุ่มที่ 2

2. การบริหารการเงินและทุน

การบริหารการเงิน โดยทั่วไปการดำเนินงานของธุรกิจเริ่มต้นทางด้านการจัดหาเงิน ซึ่งนำไปสู่การลงทุนเพื่อการดำเนินงานของธุรกิจ องค์กรธุรกิจอาจดำเนินงานเพื่อหวังผลกำไรหรือไม่หวังผลกำไร โดยมีกิจกรรมพื้นฐานทางธุรกิจ 3 ประเภท คือ กิจกรรมจัดหาเงิน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมการดำเนินงาน และมีการบัญชีเป็นเครื่องมือที่สำคัญในทุกกิจกรรมเพื่อให้ได้ข้อมูลทางการบัญชีขององค์กรธุรกิจกิจกรรมทางธุรกิจ มีดังนี้ (เพชร ชุมทรัพย์. 2545 : 10)

2.1 กิจกรรมจัดหาเงิน (Financial Activities) คือ กิจกรรมในการจัดหาเงินทุนเริ่มต้นของธุรกิจ และการจัดหาเงินทุนเพื่อนำไปใช้ในการขยายการดำเนินงานในอนาคตด้วย การที่จะ

ทราบถึงฐานะการเงินของธุรกิจได้ต้องใช้การบัญชีจัดทำ เพื่อจะได้ทราบข้อมูลทางการเงินบัญชี และข้อมูลทางการเงินต่อไป

2.2 กิจกรรมการลงทุน (Investing Activities)

กิจกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งสินทรัพย์เพื่อใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจ และธุรกิจ จะต้องพิจารณาอัตราผลตอบแทนที่จะได้รับกลับคืนมาจากการลงทุน จำเป็นต้องพิจารณาจาก ข้อมูลทางการเงินบัญชี

2.3 กิจกรรมการดำเนินงาน (Operating Activities)

กิจกรรมที่ก่อให้เกิดการขายสินค้าและบริการในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวต้อง เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการจัดการด้านการเงินนั้น หมายความว่า จะต้องมีการใช้จ่าย การดำเนินงานเพียงพอที่จะหักกับค่าใช้จ่ายธุรกิจจะทราบข้อมูลดังกล่าวก็ต้องใช้เครื่องมือที่ สำคัญคือ การบัญชีการบัญชีมีความหมายที่สำคัญ 2 ประการ คือ (เพชร นุ่มทรัพย์. 2545 : 10)

2.3.1 การทำบัญชี (Bookkeeping) เป็นหน้าที่ของผู้ทำบัญชี ซึ่งมีขั้นตอนการ ปฏิบัติ ดังนี้

1) การรวบรวม (Collecting) หมายถึง การรวบรวมข้อมูลหรือรายการค้าที่เกิดขึ้นประจำวันและหลักฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น หลักฐานการซื้อเชื่อและ ขายเชื่อหลักฐานการรับเงินจ่ายเงิน เป็นต้น

2) การบันทึก (Recording) หมายถึง การจดบันทึกรายการค้าที่เกิดขึ้นแต่ละครั้งให้ถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป พร้อมกับบันทึกข้อมูลให้อยู่ในรูปของ หน่วยเงินตรา

3) การจำแนก (Classifying) หมายถึง การนำข้อมูลที่จดบันทึกไว้แล้วมา จำแนกให้เป็นหมวดหมู่ของประเภทบัญชีต่าง ๆ เช่น หมวดสินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนของเจ้าของ รายได้และค่าใช้จ่าย

4) การสรุปข้อมูล (Summarizing) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จำแนกให้เป็น หมวดหมู่ดังกล่าวมาแล้วมาสรุปเป็นรายงานทางการเงิน ซึ่งแสดงถึงผลการดำเนินงานและฐานะ การเงินของธุรกิจตลอดการได้มาและใช้ไปของเงินสดในรอบระยะเวลาบัญชีหนึ่ง

2.3.2 การให้ข้อมูลทางการเงิน เพื่อประโยชน์แก่บุคคลที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย เช่น ฝ่ายบริหาร ผู้ให้กู้ เจ้าหนี้ ตัวแทนรัฐบาล นักลงทุน เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถนำไปใช้ ประโยชน์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน การจัดทำงบประมาณ การปรับปรุงระบบบัญชี เป็นต้นการบริหารการเงิน การบริหารการเงินขององค์การจะแตกต่างกันตามจุดมุ่งหมายในการ

ดำเนินงาน ซึ่งมักจะแตกต่างกันในแต่ละองค์การ จุดมุ่งหมายของการบริหารงานการเงินในขั้นแรกมักจะเน้นที่กำไรสูงสุดหน้าทีของการบริหารการเงิน ได้แก่

1) การวางแผนทางการเงิน เป็นการกำหนดแนวทางการดำเนินงานระยะยาวของกิจการดังนั้นจึงต้องสามารถทราบถึงขอบเขตของการดำเนินงานอย่างกว้าง ๆ ของกิจการ เช่น การขยายโรงงาน การซื้อเครื่องจักร การประมาณการยอดขาย โดยจะต้องทราบด้วยว่าแผนงานอาจต้องล้มเหลวไปหรือไม่ เนื่องจากมีปัจจัยภายนอกซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ หรือควบคุมได้เพียงเล็กน้อย แต่จะต้องหาวิธีแก้ไขหรือหลีกเลี่ยงเท่าที่จะสามารถทำได้ เช่น จัดเตรียมแผนการทางการเงินให้มีความยืดหยุ่นที่เพียงพอที่จะได้เผชิญกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจไม่แน่นอน

2) การบริหารทรัพย์สิน จะต้องบริหารทรัพย์สินให้บริษัทมีสภาพคล่องอยู่ตลอดเวลาตามเท่าที่จำเป็น และต้องพยายามที่จะให้ได้ประโยชน์มากที่สุดเท่าที่จะมากได้จากเงินทุนซึ่งได้ลงทุนไปในสินทรัพย์ประเภทต่าง ๆ เงินทุนที่ได้ลงทุนในทรัพย์สินไม่ว่าจะเป็นทรัพย์สินถาวร หรือทรัพย์สินหมุนเวียนก็ตามมีทางเลือกในการใช้ต่างกัน ควรจะเป็นการลงทุนในทรัพย์สินที่มีสภาพคล่องเพื่อช่วยให้กิจการได้ประโยชน์ในด้านการมีสภาพคล่องที่พอเพียง

3) การจัดหาเงินทุนในกรณีที่เงินสดไหลออกมีมากกว่าเงินสดไหลเข้า และเงินสดคงเหลือไม่เพียงพอจะชดเชยจะต้องจัดหาเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงานภายในองค์กร ซึ่งสามารถหามาได้จากแหล่งต่าง ๆ โดยมีข้อตกลงและมีระยะเวลาต่างกัน เช่น เงินลงทุนระยะสั้น ระยะปานกลางระยะยาว โดยจะต้องจัดหาเงินทุนให้เหมาะสมที่สุดกับความต้องการที่คาดหมายไว้ล่วงหน้าในกิจการของตน

4) หน้าที่พิเศษอื่น ๆ คือ จะต้องทำหน้าที่เกี่ยวกับงานต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในกรณีพิเศษ โดยฝ่ายการเงินมีส่วนร่วมอยู่ด้วย เช่น งานในด้านการประเมินมูลค่าการประเมินทรัพย์สินหรือสิทธิเรียกร้องต่างๆ ที่มีต่อทรัพย์สินเหล่านี้ สิทธิเรียกร้อง โดยเจ้าหน้าที่ของกิจการ ฯลฯ ข้อเสนอพิเศษให้มีการรวมกิจการเข้าด้วยกัน การปรับปรุงกิจการใหม่ และการชำระบัญชีงานต่าง ๆ และยังมีปัญหาพิเศษเช่น ปัญหาทางกฎหมายว่าควรจะทำอย่างไร ปัญหาในทางเศรษฐกิจว่าควรจะทำได้หรือไม่ และปัญหาทางการเงิน เป็นต้น

จากการศึกษาดังกล่าวนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การบริหารการเงิน หมายถึง การบริหารการเงินขององค์การจะแตกต่างกันตามจุดมุ่งหมายในการดำเนินงาน ซึ่งมักจะแตกต่างกันในแต่ละองค์การ จุดมุ่งหมายของการบริหารงานการเงินในขั้นแรกมักจะเน้นที่กำไรสูงสุด

ซึ่งการศึกษาประเด็นดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษา การบริหารการเงิน ของธุรกิจชุมชน จังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดกำลังคน การสั่งการ การควบคุม ปัจจัยนำเข้า และกระบวนการแปลงสภาพ เพื่อสร้าง ข้อได้เปรียบของการบริหารการเงิน แบบยั่งยืน โดยนำมากำหนดขึ้นเป็นตัวแปรกลุ่มที่ 2

3. การบริหารการผลิต

การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์สินค้าและบริการ โดยการแปลงสภาพปัจจัยนำเข้าให้เป็นผลผลิตที่มีคุณภาพ ปริมาณและเวลาตามที่กำหนดโดยมีต้นทุนต่ำ ผู้บริหารการผลิตจึงต้องทำกิจกรรมหรือหน้าที่ ในการบริหารทั้ง 5 คือ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดกำลังคน การสั่งการ และการ ควบคุม (ปราณี ตันประยูร. 2546 : 7)

3.1 การวางแผน (Planning)

ผู้บริหารต้องคาดคะเนและกำหนดไว้ล่วงหน้าว่าจะทำอะไรที่ไหน เมื่อไร เหตุใด จึงต้องทำ ทำอย่างไรและทำกับใคร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย โดยการวางแผนจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เงินทุน แรงงาน เวลา สภาพ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การแข่งขัน เป็นต้น

3.2 การจัดองค์การ (Organizing)

ผู้บริหารจะต้องแบ่งงานต่าง ๆ ของแต่ละกลุ่มงานการผลิตให้ชัดเจนว่ามีภาระ หน้าที่และรับผิดชอบงานอะไรบ้าง พร้อมทั้งกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มงานนั้น ๆ ด้วย ทั้งนี้เพื่อให้การปฏิบัติงานของกลุ่มงานการผลิตต่าง ๆ เกิดประสิทธิภาพ โดยกำหนดเป็น โครงสร้างขององค์การ

3.3 การจัดกำลังคน (Staffing)

ผู้บริหารต้องจัดหาคนที่มีคุณสมบัติและความสามารถที่เหมาะสมกับงานตาม ตำแหน่งต่าง ๆ ในกลุ่มงานการผลิตตาม โครงสร้างขององค์การ นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึง จำนวนคนงาน การฝึกอบรมและพัฒนา การบำรุงขวัญกำลังใจในการทำงาน การประเมินการ ปฏิบัติงาน การกำหนดผลตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ ด้วย

3.4 การสั่งการ (Directing)

ผู้บริหารต้องกำหนดวิธี และหาแนวทางที่จะทำให้พนักงานทุกคนร่วมมือ และ เต็มใจที่จะทำงานต่าง ๆ ให้สำเร็จด้วยดี เพื่อให้การสั่งการประสบความสำเร็จผู้บริหารควรใช้

การจูงใจที่เหมาะสม จักระบบการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งภาวะผู้นำของผู้บริหารเองด้วย

3.5 การควบคุม (Controlling)

ผู้บริหารต้องติดตามและประเมินผลการดำเนินงานผลิตด้านต่าง ๆ เพื่อเปรียบเทียบกับแผนที่วางไว้ หากพบข้อผิดพลาดก็หาทางปรับปรุงแก้ไขจนกระทั่งได้ผลเป็นที่น่าพอใจการจัดระบบการบริหารการผลิต เนื่องจากธุรกิจอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สภาพการแข่งขัน และการขยายตัวทางการค้าระหว่างประเทศทำให้การบริหารการผลิตมีความยุ่งยากซับซ้อนขึ้น จึงได้มีการจัดระบบการบริหารการผลิตในลักษณะ ต่าง ๆ ดังนี้ (ปราณี ตันประยูร. 2546 : 9)

3.5.1 การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันหน่วยงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากขึ้น ทั้งนี้เพราะสภาพการแข่งขัน วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ระดับการศึกษาที่สูงขึ้นของผู้บริโภค ทำให้ผู้ผลิตสินค้าและให้บริการต้องพยายามผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ ออกมาเสมอ หรือปรับปรุงด้านเทคนิคการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิต ปรับปรุงคุณภาพ ปรับปรุงคุณลักษณะเฉพาะต่าง ๆ เช่น ลักษณะการใช้งาน ขนาด สี สันกลิ่น รส ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเพิ่มส่วนครองตลาดได้อันจะนำความเจริญก้าวหน้ามาสู่ธุรกิจ

3.5.2 การจัดระบบมาตรฐานการผลิต เป็นการกำหนดแบบแผนวิธีการทำงาน สำหรับงานผลิตทุกขั้นตอนเพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติการผลิตและให้บริการซึ่งจะต้องมีการควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามแบบที่กำหนดไว้ ผลผลิตที่ได้จากระบบการผลิตดังกล่าวจะมีคุณภาพ คุณลักษณะ ปริมาณตามที่ต้องการในเวลาที่กำหนดไว้

3.5.3 การจัดช่างผู้ชำนาญเฉพาะงาน ปัจจุบันโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่จะจัดระบบผลิตเป็นแบบผลิตจำนวนมาก ๆ คนงานในกระบวนการผลิตจะทำงานประจำเพียงหน้าที่เดียว การจัดหน้าที่การทำงานของคนงานเฉพาะอย่างจะช่วยเพิ่มความชำนาญงานให้คนงานและสามารถผลิตผลผลิตที่ได้มาตรฐานใกล้เคียงกันมากที่สุด

3.5.4 การผลิตด้วยเครื่องจักรอัตโนมัติ เป็นการนำเอาเครื่องจักรแบบอัตโนมัติมาใช้แทนแรงงาน การผลิตจะเป็นไปอย่างต่อเนื่องรวดเร็วสามารถผลิตได้ปริมาณมาก โดยคนงานมีหน้าที่คอยควบคุมดูแลความเรียบร้อยเท่านั้น ยิ่งเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมมีการพัฒนามากเท่าใดการใช้เครื่องจักรแบบอัตโนมัติก็ยิ่งมากขึ้น เพราะเครื่องจักรอัตโนมัติจะมีทั้งระบบแจ้งภัย ระบบป้องกันอุบัติเหตุรวมทั้งสามารถควบคุมความเรียบร้อยภายในส่วนที่อาจจะ

เป็นอันตรายต่อสุขภาพของพนักงาน ได้ด้วยหากพิจารณาการผลิตในรูปแบบของระบบแล้ว ระบบการผลิตจะประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้ากระบวนการแปลงสภาพ ผลผลิต ข้อมูลป้อนกลับ และการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง (ปราณี ต้นประยูร. 2546 : 2 – 3)

3.6 ปัจจัยนำเข้า (Input)

สิ่งต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการ เช่น วัตถุดิบหรือวัสดุต่าง ๆ เงินทุน แรงงาน ที่ดิน เครื่องจักร เทคโนโลยี ความรู้ประสบการณ์ และทักษะในการจัดการ

3.7 กระบวนการแปลงสภาพ (Conversion Process)

เป็นกระบวนการที่นำเอาปัจจัยนำเข้ามาใช้หรือมาแปลงสภาพเป็นผลผลิตอันได้แก่ สินค้าและบริการที่ต้องการ ในการแปลงสภาพของสิ่งของให้ได้สิ่งที่มีคุณค่าทำได้ 3 ลักษณะ ดังนี้

3.7.1 การแปลงสภาพโดยการแยกออก (Disintegration) เป็นการแปลงสภาพที่มีสิ่งของที่ป้อนเข้าเพียงอย่างเดียวเมื่อแปลงสภาพแล้วได้สิ่งของหลายสิ่ง โดยสิ่งที่ได้จะเปลี่ยนแปลงและรูปร่างไปจากเดิม เช่น การเลื่อยไม้ การสกัดน้ำมันพืช

3.7.2. การแปลงสภาพโดยการรวมตัว(Integration) เป็นการแปลงสภาพที่มีสิ่งป้อนเข้าหลาย ๆ สิ่ง เมื่อแปลงสภาพแล้วได้ของเพียงสิ่งเดียว เช่น การแปลงสภาพลำไย น้ำตาล น้ำเป็นลำไยกระป๋อง การแปลงสภาพปลาซาร์ดีน ซอสมะเขือเทศ น้ำมัน เครื่องปรุงรสต่าง ๆ เป็นปลากระป๋อง

3.7.3 การแปลงสภาพโดยการบริการ (Service) เป็นการแปลงสภาพที่อำนวยความสะดวกสบายให้ผู้ใช้บริการ การทำให้วัสดุสิ่งของมีคุณค่า การทำให้เกิดข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ เช่น บริการซักรีดเสื้อผ้า บริการขนส่ง บริการนำเที่ยว บริการตรวจสุขภาพ บริการให้คำแนะนำปรึกษา

สรุปได้ว่า การบริหารการผลิตเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการบริหารกระบวนการการแปลงสภาพปัจจัยการผลิตเพื่อให้ได้สินค้าและบริการตามคุณลักษณะที่ต้องการของผู้บริโภค การผลิต เป็นเป้าหมายสำคัญของการบริหารการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นการบริหารการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารจำเป็นต้องเข้าใจต้องใจลักษณะของกิจการแต่ละชนิด และต้องเข้าใจความแตกต่างของการผลิตแต่ละประเภท รวมถึงตลอดถึงทราบปัญหาที่จะเกิดจากการบริหารการผลิตทั้งในระยะสั้นและระยะยาวด้วย ทำให้ผู้วิจัยสามารถที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาการบริหารการผลิต ของธุรกิจชุมชน ได้แก่ มีการวางแผนการผลิตทุกขั้นตอน มีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง มีการสร้างความชำนาญและความมี

ฝีมือของสมาชิกอยู่เสมอ มีการคัดเลือกอุปกรณ์ เครื่องมือการผลิตให้เหมาะสมกับการทำงาน มีวัตถุดิบเพียงพอ และทันกับความต้องการอยู่เสมอ มีการจัดเก็บวัตถุดิบ อุปกรณ์ เครื่องมืออย่างเป็นระบบ มีการตรวจสอบขบวนการผลิตทุกขั้นตอน และมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าทุกชิ้นที่ออกจำหน่ายออกจำหน่าย เพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อใช้ในการพัฒนาการ สร้างข้อได้เปรียบของการบริหารการผลิต โดยผู้วิจัยจะได้นำมากำหนดขึ้นเป็นตัวแปรกลุ่มที่ 2

4. การบริหารการตลาด

การตลาด หมายถึง กระบวนการในการวางแผนและการบริหารแนวความคิดการตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย ความคิด สินค้าและบริการเพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยน โดยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ และสนองความพึงพอใจของบุคคล จากความหมายนี้จะเห็นว่าเน้นขั้นตอนในการบริหารการตลาด ซึ่งมีขั้นตอนเหมือนกับการบริหารโดยทั่วไป ประกอบด้วย การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การควบคุม แสดงให้เห็นถึง เครื่องมือการตลาดที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เครื่องมือทั้ง 4 ประการนี้ เรียกว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's การใช้เครื่องมือ 4P's ต้องมีการวางแผน เพื่อสนองความพึงพอใจของบุคคล และการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2545 : 75) ก่อนที่จะมีการวางแผน 4P's งานการตลาดจึงต้องเริ่มต้นจากการ กำหนดและวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย (Target Market) แล้วพัฒนาแผนการตลาดให้กับตลาดเป้าหมายเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การและสนองความต้องการของลูกค้า 4 ด้าน ซึ่ง เรียกว่า 4C's ซึ่งประกอบด้วย ความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า (Customer Needs and Wants) ต้นทุนของลูกค้า (Cost of the Customer) ความสะดวกของลูกค้า (Convenience) และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Communication) ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ปัจจัยหรือชุดของตัวแปรที่สามารถหมายถึง ปัจจัยหรือชุดของตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาดซึ่งปัจจุบันนำมาผสมกัน เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย (Kotler, 1997 : 83)

4.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

สิ่งที่เสนอขาย โดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์มีมูลค่าในสายตาของ

ลูกค้า จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

4.1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และหรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

4.1.2 พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

4.1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

4.1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

4.1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

4.2 ราคา (Price)

มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่าผลิตภัณฑ์เท่านั้น ถ้ามูลค่าสูงกว่าราคา เขาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

4.2.1 การยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาสินค้านั้น

4.2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

4.2.3 การแข่งขัน

4.2.4 ปัจจัยอื่น ๆ

4.3 การจัดจำหน่าย (Place or Distribution)

โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กร ไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

4.3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.3.2 การกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าจึงประกอบด้วยงานที่สำคัญดังต่อไปนี้

- 1) การขนส่ง (Transportation)
- 2) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)
- 3) การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

4.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือจากเครื่องต่อไปนี้

4.4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์บริการ หรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงิน โดยผู้อุปถัมภ์รายการกลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสร้างสรรคงาน โฆษณา และกลยุทธ์สื่อ

4.4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดตลาด โดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขายและการจัดหน่วยงานขาย

4.4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย การใช้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ

1) การส่งเสริมการขายมุ่งผู้บริโภค (Consumer Promotion) เช่น การแจกตัวอย่างสินค้า ให้คูปองส่วนลด การจัดแต่งที่วางสินค้า การให้ทดลองใช้ฟรี ข้อเสนอคืนเงินให้ลดราคา ของแถม รางวัลสำหรับผู้อุปถัมภ์รายที่ซื้อ รับประทาน เป็นต้น

2) การส่งเสริมการขายสู่คนกลาง (Trade Promotion) เช่น ลดราคาให้ร้านค้าปลีก ตกแต่งร้านค้าให้ ส่วนยอมให้ (Allowance) เป็นเงินเพื่อให้นักกลางทำการโฆษณาและตั้งแสดงสินค้า และสินค้าฟรี เป็นต้น

3) การส่งเสริมการขายสู่ธุรกิจและพนักงานขาย (Business and Sales Force Promotion) ได้แก่ การจัดงานแสดงสินค้า การแข่งขันการขายของพนักงาน และการโฆษณาเฉพาะกิจ เป็นต้น

4.5 การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) สาธารณชน (Public)

หมายถึง กลุ่มชนที่มีความสนใจหรือแรงกระตุ้นที่ชัดเจนต่อความบรรลุเป้าหมายของกิจการ การประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้คิดค้นขึ้นมาเพื่อสนับสนุนและ (หรือ) ปกป้องภาพพจน์ หรือผลิตภัณฑ์ทุกประเภทของกิจการ

4.5.1 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) ตามที่สมาคมการตลาดทางตรงได้ให้คำจำกัดความไว้ คือ ระบบการตลาดแบบมีปฏิสัมพันธ์ที่ใช้สื่อ โฆษณาตั้งแต่หนึ่งชนิดขึ้นไป เพื่อให้เกิดการตอบสนองและ (หรือ) การแลกเปลี่ยนที่สามารถวัดได้ ณ ที่ใดที่หนึ่ง โดยมีช่องทางหลักของการตลาดทางตรง ดังนี้

4.5.2 การขายแบบตัวต่อตัว (Face-to-face Selling) เป็นแบบเก่าแก่ที่สุดบริษัทต่าง ๆ นิยมใช้กองกำลังขายมืออาชีพเพื่อกำหนดผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้า พัฒนาให้เป็นลูกค้าและทำให้ธุรกิจเติบโตขึ้น หรือ ไม่ก็จ้างตัวแทนผู้ผลิตและเอเยนต์ให้ทำงานขายตรง

4.5.3 การตลาดจดหมายตรง (Direct-mail Marketing) เป็นการส่งข้อเสนอขายประกาศ ใบเตือนความจำ เป็นต้น ไปสู่บุคคลตามเลขบ้านของเขา คนนิยมจดหมายตรงเพราะเลือกตลาดเป้าหมายได้ดีมาก มีความเป็นส่วนตัว มีความอ่อนตัว วัดจำนวนได้แต่ต้นทุนสูงกว่าใช้สื่อมวลชนผู้รับเป็นผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าแน่ ๆ

4.5.4 ตลาดโดยการใช้แคตตาล็อก การตลาดแบบนี้เกิดขึ้นเมื่อบริษัทได้ส่งแคตตาล็อกสินค้าไปยังที่อยู่ทีเลือกไว้เพราะเป็นผู้มีแนวโน้มที่จะสั่งซื้อมักใช้กับธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มีแผนกส่งซื้อทางไปรษณีย์และก็มีมักจะใช้กับสินค้าเจาะจงซื้อ

4.5.5 ตลาดทางโทรศัพท์ มักจะเป็นระบบอัตโนมัติ เช่น หมุนโทรศัพท์ได้อัตโนมัติและมีเครื่องบันทึกข่าวสารที่มีเสียงข่าวสาร โฆษณา และรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าผ่านเครื่องที่ตอบรับได้หรือโอนไปให้โอเปอเรเตอร์ได้

4.5.6 การตลาดทีวีและผ่านสื่อที่ก่อบุทธิกริยาตอบโดยตรง ทีวีใช้ในการตลาดผลิตภัณฑ์โดยตรงกับลูกค้า ได้ 3 วิธีคือ

- 1) การโฆษณาต่อการตอบรับโดยตรง
- 2) ช่องทางการจ่ายของที่บ้าน
- 3) Videotext

4.5.7 การตลาดระบบคีย์บอร์ด บางบริษัทใช้เครื่องจักรสำหรับการสั่งซื้อของลูกค้าเรียกว่า (Kiosks)

4.5.8 ช่องทางตามสาย (Online Channel) บุคคลสามารถเข้าถึงบริษัทโดยใช้สำหรับการพาณิชย์ และระบบ Internet และซึ่งปัจจุบันนิยมใช้มาก เรียกว่า การตลาดตามสาย

จากการศึกษาการบริหารทางการตลาด สามารถสรุปได้ว่า กระบวนการในการวางแผนและการบริหารแนวความคิดการตั้ง ราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย ความคิด สินค้าและบริการ เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยน โดยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร และสนองความพึงพอใจของลูกค้า จึงทำให้ผู้วิจัยสามารถที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการกำหนดขึ้นเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยจะสร้างเป็นตัวแปรกลุ่มที่ 2 ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ซึงกับ ผลลัพธ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ทำให้การจัดการกลุ่มผู้ผลิต ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ดำเนินงานยั่งยืน

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ผลิต

เมื่อรัฐบาลจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าด้วยการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นสามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศได้นั้น จังหวัดมหาสารคาม ได้รับการคัดสรร หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีผู้ประกอบการที่ขอขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ มีจำนวน 47 กลุ่มแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรฯ ออกเป็น 5 ประเภท ประกอบด้วย (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดมหาสารคาม, 2552 : ไม่มีเลขหน้า)

1. ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูป ซึ่งได้รับมาตรฐาน ออย. มพข. มอก. ฮาลาล คิว(Qmark), GAP, GMP, HACCP มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และมีบรรจุกฎเกณฑ์เพื่อการจำหน่ายทั่วไป กลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จำนวน 8 กลุ่ม ดังนี้ (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดมหาสารคาม. 2552 : ไม่มีเลขหน้า)

1.1 กลุ่มเจ้าของรายเดียว ชื่อผลิตภัณฑ์ หมูทุบ และแหนมหมูโบราณ ประธานกลุ่ม นางแสงจันทร์ รัชยาภักดี 6 หมู่ 12 ถ.จุฬาราชมนตรี ต.ตลาด เบลูโทรศัพท์ 043-742190

1.2 กลุ่มเจ้าของรายเดียว ชื่อผลิตภัณฑ์ ปลาข้าวปุ้นสมุนไพร เห็ดเหว ประธานกลุ่ม นายภคพงษ์ นาคะพงษ์ 75/1 หมู่ 5 ถ. ถิ่นนนท์ ต.ตลาด เบลูโทรศัพท์ 043-722869

1.3 กลุ่มเจ้าของรายเดียว ชื่อผลิตภัณฑ์ กรอบเค็มสมุนไพร ขนมเปี๊ยะ ขนมโดนัท พายกรอบ และพายสับประรด ประธานกลุ่ม นางชนิษฐา สุขากิจวัฒน์ 1 หมู่ 25 ถ. นครสวรรค์ 39/1 ต.ตลาด เบลูโทรศัพท์ 081-97158296

1.4 กลุ่มอาชีพสตรีตำบลคอนหวาน ชื่อ ผลิตภัณฑ์ ขนมโดนัท ขนมแฮมโรล และขนมเปี๊ยะ ประธานกลุ่ม นางบุบผา อุทัยมา 47 คอนหวาน หมู่ที่ 4 ต.คอนหวาน เบลูโทรศัพท์ 087-1312281

1.5 กลุ่มเจ้าของรายเดียว ชื่อผลิตภัณฑ์ ขนมทองม้วน ประธานกลุ่ม นายศิลป์ สุขาคะกุล 36 หมู่ 12 ต.แวงนาง เบลูโทรศัพท์ 081-9743936

1.6 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านโนนสมบูรณ์ ชื่อผลิตภัณฑ์ ข้าวกล้อง และข้าวฮาง ประธานกลุ่ม นางเสาร์ วัจนอม 8 หมู่ 7 ต.หนองปลิง เบลูโทรศัพท์ 084-7886499

1.7 กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านกุศแคน ชื่อผลิตภัณฑ์ ข้าวซ้อมมือ ประธานกลุ่ม นางสาวลี มุลผง 9 หมู่ 2 ต.หนองโน เบลูโทรศัพท์ 087-2236997

1.8 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาคเขียน ชื่อผลิตภัณฑ์ ไข่กรอบอีสาน ประธานกลุ่ม นายเสน่ห์ คำสิงห์ 188 หมู่ 4 ต.หนองโน เบลูโทรศัพท์ 085-6466687

กล่าวโดยสรุปแล้วผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตร เช่น ข้าวกล้อง ข้าวซ้อมมือ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่พร้อมบริโภค หรืออาหารแปรรูปสำเร็จรูป รวมถึงอาหารแปรรูปที่ใช้เป็นวัตถุดิบ สำหรับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น น้ำพริก เป็นต้น จากการศึกษาประเด็นดังกล่าวนี้ทำให้ผู้วิจัยสามารถที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ โดยจะนำมาสร้างเป็นตัวแปร

กลุ่ม ที่ 1 ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหาร ว่ามีความสัมพันธ์กับ ประสิทธิภาพการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน อย่างไร และทำให้ กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหาร ให้มีชื่อเป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง

2. ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย

ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้น ใยสังเคราะห์ ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท เพื่อ ประโยชน์ใช้สอยและความงาม กลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มี ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 17 กลุ่ม ดังนี้ (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดมหาสารคาม, 2552 : ไม่มีเลขหน้า)

2.1 กลุ่มเจ้าของรายเดี่ยว ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ และชุดบุรุษ ประธานกลุ่ม นางกุหลาบ ขานอยู่ 21 หนองเขื่อนช้าง หมู่ 7 ต.ท่าสองคอน เบอร์โทรศัพท์ 081-974058

2.2 กลุ่มทอผ้าบ้านนาบ่อน้อย ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ ประธานกลุ่ม นายบัญญัติ ปรานี 11 หนองเขื่อนช้าง หมู่ 6 ต.ท่าสองคอน เบอร์โทรศัพท์ 081-974058

2.3 กลุ่มทอผ้าบ้านหนองคู ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าฝ้ายลายเกี๋ยกลั่น ประธานกลุ่ม นางจันทร์หอม ศรีโยวส์ 194 หนองคู หมู่ 3 ต.หนองปลิง เบอร์โทรศัพท์ 085-4532378

2.4 กลุ่มสตรีทอผ้าสหกรณ์บ้านเชียงเหียน ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าฝ้ายลายขีดพื้นฐาน และผ้า ไสบ ประธานกลุ่ม นางคำพันธ์ พลเสน 51 เชียงเหียน หมู่ 3 ถ.แจ้งสนิท ต.เขวา

2.5 กลุ่มสตรีสตรีแม่บ้านทอผ้าไหมบ้านหนองคู ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ ประธานกลุ่ม นางวิจิตร มาตรฐานคุณ 31 หนองคู หมู่ 8 ต.ท่าคูม เบอร์โทรศัพท์ 043-793072

2.6 กลุ่มทอผ้าบ้านหนองหิน ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้ายกดอกลายราชวัตร และผ้าขาวม้าลาย ประยุกต์ ประธานกลุ่ม นางพั้ว นนทะคำจันทร์ 4 หนองหินใต้ หมู่ 4 ต.โคกก่อ เบอร์โทรศัพท์ 043-784019

2.7 กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ ประธานกลุ่ม นายสำราญ แก้วหานาม 60 หนองเขื่อนช้าง หมู่ 13 ต.ท่าสองคอน เบอร์โทรศัพท์ 081-941545

2.8 กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ และผ้าคลุมไหล่ถัก ฝ้ายลายลูกแก้ว ประธานกลุ่ม นางบุญยม ขานนาม 171 หนองเขื่อนช้าง หมู่ 7 ต.ท่าสองคอน เบอร์โทรศัพท์ 081-9747667

2.9 กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านหมากหญ้า ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ ประธานกลุ่ม

นางดินดา คุณพรม 57 หมากหญ้า หมู่ 6 ต.ห้วยแอ่ง เบอร์โทรศัพท์ 089-0162065

2.10 กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าตำบลท่าตูม ชื่อผลิตภัณฑ์ ชุดสุภาพสตรี และกระเป๋า
ลดโลกร้อน ประธานกลุ่ม นางอุมาภรณ์ ประทุมไชย 161 ท่าตูม หมู่ 6 ต.ท่าตูม
เบอร์โทรศัพท์ 043-793037

2.11 กลุ่มทอผ้าไหมบ้านเหล่าหนาด ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าพันคอไหม ผ้าไหมมัดหมี่
และผ้าไหมพื้นเรียบ ประธานกลุ่ม นางลัดดา นนยะโส 72 เหล่าหนาด หมู่ 1 ต.ดอนหวาย
เบอร์โทรศัพท์ 089-2748163

2.12 กลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านท่าสำราญ ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าซิ่นมัดหมี่ และผ้าขาวม้า
ประธานกลุ่ม นางสัมฤทธิ์ สุรมณี 28 ท่างาม หมู่ 3 ต.ลาดพัฒนา เบอร์โทรศัพท์ 081-0507733

2.13 กลุ่มทอผ้าบ้านท่าสำราญ ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าขาวม้า และ ผ้าห่ม ประธานกลุ่ม
นางสุภาพ พรอมร 24 ท่าสำราญ หมู่ 7 ต.ห้วยแอ่ง เบอร์โทรศัพท์ 085-4555034

2.14 กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านคอนบม ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าห่มทอมือ และผ้าคลุมไหล่
ประธานกลุ่มนางทองยูน พรหมรินทร์ 48 คอนบม หมู่ 6 ต.แวงน่าง เบอร์โทรศัพท์ 085-6930201

2.15 กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านหินลาด ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าสะโหลง ผ้าขาวม้า
ผ้าไหมพื้นเรียบและผ้าไหมมัดหมี่ซ้อ ประธานกลุ่ม นางบุญทัน คำมัจฉา 41 หินลาด หมู่ 8
ต.ท่าสองคอน เบอร์โทรศัพท์ 084-9529477

2.16 กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านหินลาดพัฒนา ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าสะโหลง
และผ้าขาวม้า ประธานกลุ่ม นางทองริน ราชวงศ์ 24 หินลาด หมู่ 23 ต.ท่าสองคอน
เบอร์โทรศัพท์ 085-7436796

2.17 กลุ่มสตรีแปรรูปผลิตภัณฑ์ตำบลโคกก่อ ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าขาวม้า
ประธานกลุ่ม นางสาวพรรณพัชร ดติยรัตน์ 14 โลกก่อใต้ หมู่ 12 ต.โคกก่อ เบอร์โทรศัพท์
087-8652367

กล่าวโดยสรุปแล้วผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ในอำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติ หรือเส้นใยธรรมชาติ
และเส้นใยสังเคราะห์ เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าห่มทอมือ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าขาวม้า ผ้าแพรวา เป็นต้น
ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า เช่น ชุดสุภาพบุรุษ ชุดสุภาพสตรี เป็นต้น จากการศึกษาประเด็น
ดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการกำหนดชิ้นเป็นกรอบ
แนวคิดในการวิจัย โดยสร้างชิ้นเป็นตัวอย่างที่ 1 ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ชุมชน
ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย ว่ามีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต

ผลิตภัณฑ์ชุมชน อย่างไร และทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย สร้างความประทับใจให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง

3. ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง

ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเขียน เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องใช้สอยต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจักสาน ถักสาน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอย เช่น โตะ เก้าอี้ ดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น กลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง จำนวน 17 กลุ่ม ดังนี้ (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดมหาสารคาม, 2552 : ไม่มีเลขหน้า)

3.1 กลุ่มเจ้าของรายเดียว ชื่อผลิตภัณฑ์ หมอนเพื่อสุขภาพ ประธานกลุ่ม นางวณิชฐิพร บุญทานัง 275 หนองแวง หมู่ 8 ต.สารคามวาปี ต.แวงน่าง เบอร์โทรศัพท์ 081-3800731

3.2 กลุ่มเจ้าของรายเดียว ชื่อผลิตภัณฑ์ โซฟาถักเกวียน ชิงช้า โคมไฟ ประธานกลุ่ม นานหนูเรียม อินทเริก 67 เหล่าหนาด หมู่ 1 เหล่าหนาด ต.คอนหวาน เบอร์โทรศัพท์ 086-2376307

3.3 กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ชื่อผลิตภัณฑ์ หม้อ ประธานกลุ่ม นางบาง วงศ์ชาติ 41 หม้อ หมู่ 11 ต.เขวา เบอร์โทรศัพท์ 086-2227160

3.4 กลุ่มจักสานกระติบข้าวบ้านหนองโน ชื่อผลิตภัณฑ์ กระติบข้าว และกระจาดผลไม้ ประธานกลุ่ม นางสมเดช เสนานิคม 113 หนองโน หมู่ 8 ต.หนองโน เบอร์โทรศัพท์ 087-2180080

3.5 กลุ่มทอเสื่อกกบ้านน้ำจั้น ชื่อผลิตภัณฑ์ เสื่อกก และหมอนแปรรูป จากประธานกลุ่ม นางพิกุลทอง อินทวงศ์ 59 น้ำจั้น หมู่ 6 ต.บัวค้อ เบอร์โทรศัพท์ 087-1879979

3.6 กลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่บ้านดอนบม ชื่อผลิตภัณฑ์ แคร่ไม้ไผ่ ประธานกลุ่ม นายสมศรี มาอัน 12 ดอนบม หมู่ 6 ต.แวงน่าง เบอร์โทรศัพท์ 084-7908029

3.7 กลุ่มเครื่องเรือนและฝักตบชวา ชื่อผลิตภัณฑ์ ชุดรับแขก สตูลฝักตบชวา และประธานกลุ่ม นางพรม ลครมูล 94 วังไผ่ หมู่ 7 ต.ลาดพัฒนา เบอร์โทรศัพท์ 089-9437463

3.8 กลุ่มสตรีทอผ้าและดอกไม้ประดิษฐ์บ้านแก่น้อย ชื่อผลิตภัณฑ์ ผ้าห่ม

และกระเป่า ปรุชานกลุ่ม นางนารี ไหปะโท 54 เก้าน้อย หมู่ 3 ต.เวงน่าง เฮอร์โทศัพท์
081-6617539

3.9 กลุ่มดินเผาขึ้นหม้อ ชื่อผลิตภัณฑ์ หม้อดินเผา ปรุชานกลุ่ม
นายสังเวียน หวังทิวกลาง 14 หม้อ หมู่ 11 ต.เขวา อ.เมือง จ.มหาสารคาม

3.10 กลุ่มผลิตไม้กวาดบ้านแก้ง ชื่อผลิตภัณฑ์ ไม้กวาดดอกหญ้า ปรุชานกลุ่ม
นายสง่า แก้วมาก 23/1 เก้งเหนือ หมู่ 6 ต.แก้ง เฮอร์โทศัพท์ 043-795236

3.11 กลุ่มอาชีพเกษตรกรรมบ้านหินตั้ง ชื่อผลิตภัณฑ์ ครก ลูกกรง และแจกัน
ปรุชานกลุ่ม นางสาวสมบุญ มาตรการ 101 หินตั้ง หมู่ 7 ต.เวงน่าง เฮอร์โทศัพท์ 0817493387

3.12 กลุ่มหมอนรูปฟักทองบ้านท่าสำราญ ชื่อผลิตภัณฑ์ หมอนรูปฟักทองปรุชาน
กลุ่ม นางรัตน์ หอมดวง 30 ท่างาม หมู่ 3 ต.ลาดพัฒนา เฮอร์โทศัพท์ 087-8597301

3.13 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานบ้านหนองหิน ชื่อผลิตภัณฑ์ กล่องข้าวปรุชานกลุ่ม
นางพูน มวลมนตรี 47 หนองหินใต้ หมู่ 4 ต.โคกก่อ เฮอร์โทศัพท์ 084-798684

3.14 กลุ่มทอเสื่อกกบ้านคอนเรือ ชื่อผลิตภัณฑ์ เสื่อพับ ปรุชานกลุ่ม
นางลำควน คำจันท์ 27 คอนเรือ หมู่ 6 ต.ท่าตูม เฮอร์โทศัพท์ 043-793131

3.15 กลุ่มหัตถกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านวังไผ่ ชื่อผลิตภัณฑ์ หมอนฝักทอง
ปรุชานกลุ่มนางกรรณิการ์ ชำนาญ 13 วังไผ่ หมู่ 18 ต.ลาดพัฒนา เฮอร์โทศัพท์ 083-2903941

3.16 กลุ่มเจ้าของรายเดียว ชื่อผลิตภัณฑ์ ตะกร้าถ้าวัดย์ ปรุชานกลุ่ม
นางสุธี หาวีรส 35 เหล่าวิไล หมู่ 16 ต.เขวา เฮอร์โทศัพท์ 087-9540792

3.17 กลุ่มทอเสื่อกกบ้านท่าสองคอน ชื่อผลิตภัณฑ์ชุดจานรองแก้ว ที่รองนั่ง เสื่อกก
และหมอน ปรุชานกลุ่ม นางสาวประทุมวัน โสเพ็ง 27 ท่าสองคอน หมู่ 18 ต.ท่าสองคอน
เฮอร์โทศัพท์ 043-758186

กล่าวโดยสรุปแล้วผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้และของประดับตกแต่งเครื่องแต่งกาย
ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้หรือตกแต่งประดับในบ้าน/
สถานที่ต่างๆ รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
และสินค้านั้นต้องไม่ผลิตโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลักและใช้แรงงานคนเป็นส่วนเสริมหรือไม่
ใช้แรงงานคนประกอบไปด้วย ไม้ จักสาน ถักสาน โลหะ เซรามิก/เครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น
จากการศึกษาประเด็นดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับ
การศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง ว่ามีความสัมพันธ์กับ
ประสิทธิภาพการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน อย่างไร และทำให้

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง ต่อไป โดยผู้วิจัยได้นำมาสร้างชิ้นเป็นตัวแทนกลุ่มที่ 1

4. ผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก

ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ดอกไม้กระดาษจิว ดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น กลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของประดับตกแต่งและของที่ระลึก จำนวน 2 กลุ่ม ดังนี้ (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดมหาสารคาม. 2552 : ไม่มีเลขหน้า)

4.1 กลุ่มเจ้าของรายเดียว ชื่อผลิตภัณฑ์ ดอกไม้กระดาษจิว ประธานกลุ่ม นางสาวจิตาพร ขำขันมะณี 146 ศรีสวัสดิ์ ต.ตลาด เบลอร์โทรศัพท์ 081-5466565

4.2 กลุ่มเจ้าของรายเดียว ชื่อผลิตภัณฑ์ ดอกไม้ประดิษฐ์ ประธานกลุ่ม นางสิทธัฐิพร บุญทานัง 275 หนองแวง หมู่ 8 ต.สารคามวาปี ต.แวงน่าง เบลอร์โทรศัพท์ 081-3800731

กล่าวโดยสรุปแล้วผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์ ดอกไม้กระดาษจิว เป็นต้น จากการศึกษาประเด็นดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก ว่ามีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน อย่างไร และทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก ใช้ในการพัฒนาการสร้างข้อได้เปรียบของผลิตภัณฑ์แบบยั่งยืน โดยผู้วิจัยได้นำมาสร้างชิ้นเป็นตัวแทนกลุ่มที่ 1

5. ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรหรือมีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบอ้างใช้ประโยชน์ และอาจส่งผลต่อสุขภาพได้แก่ ยาจากสมุนไพรเครื่องสำอางสมุนไพร เป็นต้น กลุ่มชุมชนในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของประดับตกแต่งและของที่ระลึก จำนวน 1 กลุ่ม ดังนี้ (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดมหาสารคาม. 2552 : ไม่มีเลขหน้า)

กลุ่มเจ้าของรายเดี่ยว ชื่อผลิตภัณฑ์ ถุงหอมดับกลิ่น ประธานกลุ่ม
นางสิทธัฐิพร บุญทานัง 275 หนองแขวง หมู่ 8 ถ.สารคามวาปี ต.แวงน่าง เบอร์โทรศัพพ์
081-3800731

กล่าวโดยสรุปแล้วผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา ในอำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรหรือมีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบ อ่างใช้
ประโยชน์ และอาจส่งผลต่อสุขภาพ ได้แก่ ยาจากสมุนไพรเครื่องสำอางสมุนไพร วัตถุ
อันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น เช่น ถุงหอมดับกลิ่น เป็นต้น จากการศึกษาประเด็นดังกล่าวนี้
ทำให้ผู้วิจัยสามารถที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่
ไม่ใช่อาหารและยา ว่ามีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิต
ผลิตภัณฑ์ชุมชน และทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา
ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาทำนาคำหนดขึ้นเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ โดยสร้างขึ้นเป็น
ตัวแปรกลุ่มที่ 1

บริบทเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน

1. ข้อมูลทั่วไปจังหวัดมหาสารคาม

จังหวัดมหาสารคาม เป็นจังหวัดที่อยู่ใจกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ที่มีบรรยากาศเต็มไปด้วยความสงบ และเป็นศูนย์กลางทางการศึกษา ซึ่งมีข้อมูล ดังนี้
(สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม 2552 : 5)

1.1 ที่ตั้งและขนาด

จังหวัดมหาสารคาม ตั้งอยู่บริเวณตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนืออยู่
ระหว่างเส้นรุ้งที่ 15 องศา 25 ลิปดา และ 16 องศา 40 ลิปดาเหนือ เส้นแวงที่ 102 องศา 50 ลิปดา
และ 103 องศา 30 ลิปดาตะวันออก มีพื้นที่ 5,228.843 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,268,026.87 ไร่
ห่างจากกรุงเทพฯ โดยทางรถยนต์ 470 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดกาฬสินธุ์

ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดบุรีรัมย์

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ จังหวัดกาฬสินธุ์และจังหวัดร้อยเอ็ด

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดบุรีรัมย์

1.2 ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปของจังหวัดมหาสารคามเป็นพื้นที่ค่อนข้างราบเรียบ ถึงลูกคลื่นลอนลาด พื้นที่โดยทั่วไปมีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 130 – 230 เมตร ด้านทิศตะวันตกและทิศเหนือเป็นที่สูงในเขตอำเภอโกสุมพิสัย อำเภอเชียงยืน และอำเภอกันทรวิชัย ครอบคลุมพื้นที่ประมาณครึ่งหนึ่งของพื้นที่จังหวัด และค่อยๆ ลาดเทมาทางทิศตะวันออกและทิศใต้มีลำน้ำสำคัญหลายสายไหลผ่าน สภาพพื้นที่ที่สามารถแบ่งออกได้ 3 ลักษณะ คือ

1.2.1 พื้นที่ราบเรียบถึงค่อนข้างราบเรียบ ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มริมน้ำ เช่น ที่ราบลุ่มริมแม่น้ำชี ในบริเวณอำเภอเมืองมหาสารคาม อำเภอโกสุมพิสัย และทางตอนใต้ของจังหวัดแถบชายทุ่งกุลาร้องไห้

1.2.2 พื้นที่ค่อนข้างราบเรียบสลับกับลูกคลื่นลอนลาด พบทางบริเวณตอนเหนือของอำเภอพยัคฆภูมิพิสัย เป็นแนวยาวไปทางตะวันออกถึงอำเภอเมืองมหาสารคาม

1.2.3 พื้นที่ลูกคลื่นลอนลาด สลับกับพื้นที่ลูกคลื่นลอนชัน พบทางตอนเหนือและตะวันตกของจังหวัด บริเวณนี้มีเนื้อที่ประมาณครึ่งหนึ่งของเนื้อที่ของจังหวัด

1.3 ประวัติศาสตร์จังหวัดมหาสารคาม

เมืองมหาสารคามถือว่าเป็นแหล่งโบราณคดีที่สำคัญและยาวนานมาหลายร้อยปี เพราะได้พบหลักฐานทางโบราณคดีที่ได้รับอิทธิพลทางพุทธศาสนา ตั้งแต่สมัยคุปตะตอนปลายและปัลลวะของอินเดียผ่านเมืองพุกามมาในรูปแบบของศิลปะสมัยทวารวดี เช่น บริเวณเมืองกันทรวิชัย (โลกพระ) และเมืองนครจำปาศรี โดยพบหลักฐานเป็นพระยืนกันทรวิชัย พระพิมพ์ดินเผา ตลอดจนพระบรมสารีริกธาตุ นอกจากนั้นแล้วยังได้รับอิทธิพลของศาสนาพราหมณ์ผ่านทางชนชาติขอมในรูปแบบสมัยลพบุรี เช่น กู่สันตรัตน์ กู่บ้านแดง กู่บ้านเขวา และกู่อื่นๆ รวมไปถึงจนถึงเทวรูปและเครื่องปั้นดินเผาของขอมอยู่ตามผิวดินทั่วไป ในจังหวัดมหาสารคาม

มหาสารคามตั้งอยู่ตอนกลางของภาคอีสานมีชนหลายเผ่า เช่น ชาวไทยพื้นเมือง พุคภาษาอีสาน ชาวไทยย้อ และชาวภูไท ประชาชนส่วนใหญ่นับถือพระพุทธศาสนา ปฏิบัติตามขนบธรรมเนียมจารีตประเพณี “ฮีตสิบสอง” ประกอบอาชีพด้านกสิกรรมเป็นส่วนใหญ่ ใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายมีการไปมาหาสู่กัน ช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยกันตามแบบของชนอีสานทั่วไป

พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ยก “บ้านลาดกุดยางใหญ่” ขึ้นเป็น เมืองมหาสารคาม เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ. 2408 โดยแยกพื้นที่และพลเมืองราวสองพันคนมาจากเมืองร้อยเอ็ด และโปรดเกล้าฯ ให้ท้าวมหาชัย

(กวต ภาวภูตานนท์) เป็นพระเจริญราชเดช เจ้าเมือง มีท้าวบัวทองเป็นผู้ช่วยขึ้นกับเมืองร้อยเอ็ด ต่อมาโปรดเกล้าฯ ให้แยกเมืองมหาสารคามขึ้นตรงกับกรุงเทพมหานคร เมื่อ พ.ศ. 2412 และร้อยเอ็ด แบ่งพลเมือง ให้อีกเจ็ดพันคน พลเมืองเดิมอพยพมาจากเมืองจำปาศักดิ์ ท้าวมหาชัย และท้าวบัวทองนั้นเป็นหลาน โดยตรงของพระยาชัยวงศา (สีลัง) เจ้าเมืองคนที่ 2 ของเมืองร้อยเอ็ด เดิมกองบัญชาการของเมืองมหาสารคามตั้งอยู่ที่เนินสูงแห่งหนึ่งใกล้ กุดนางใย ได้สร้างศาลเจ้าพ่อหลักเมืองและศาลมเหศักดิ์ขึ้นเป็นที่สักการะของชาวเมือง ต่อมาสร้างวัดคอนเมืองแล้วเปลี่ยนชื่อเป็นวัดข้าวฮ้าว (วัดชัยภูวาวาส) และได้ย้ายกองบัญชาการ ไปอยู่ริมหนองกระทุ่มด้านเหนือของวัดโพธิ์ศรีปัจจุบัน ในปี พ.ศ. 2456 หม่อมเจ้านพมาศ นวรัตน์ เป็นปลัดมณฑลประจำจังหวัด โดยความเห็นชอบของพระมหาอำมาตย์ธิบดี (เส็งวิริยะศิริ) ได้ย้ายศาลากลางมาอยู่ ณ ที่ตั้งศาลากลางหลังเดิม (ที่ว่าการอำเภอเมืองมหาสารคามปัจจุบัน) และในปี พ.ศ. 2542 ได้ย้ายศาลากลางมาอยู่ ณ ที่ตั้งปัจจุบัน มีผู้ดำรงตำแหน่งเจ้าเมืองหรือผู้ว่าราชการจังหวัด 41 คน

1.4 การปกครองจังหวัดมหาสารคาม

จังหวัดมหาสารคาม มีเนื้อที่ประมาณ 5,292.28 ตร.กม. แบ่งการปกครองออกเป็น 11 อำเภอ และ 2 กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอกันทรวิชัย อำเภอโกสุมพิสัย อำเภอวาปีปทุม อำเภอบรบือ อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย อำเภอนาเชือก อำเภอเชียงยืน อำเภอนาคู อำเภอแกลง อำเภอยางสีสุราช กิ่งอำเภอกุฉินารายณ์และกิ่งอำเภอชื่นชม

1.5 ระยะทางจากอำเภอเมืองมหาสารคามไปยังอำเภอต่างๆ

อำเภอกันทรวิชัย 18 กิโลเมตร อำเภอบรบือ 26 กิโลเมตร อำเภอโกสุมพิสัย 28 กิโลเมตร อำเภอแกลง 28 กิโลเมตร อำเภอวาปีปทุม 40 กิโลเมตร อำเภอชื่นชม 55 กิโลเมตร อำเภอเชียงยืน 44 กิโลเมตร อำเภอนาเชือก 58 กิโลเมตร ดูน64 กิโลเมตร อำเภอยางสีสุราช 70 กิโลเมตร อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย 82 กิโลเมตร

1.6 สัญลักษณ์ประจำจังหวัดมหาสารคาม

ตราประจำจังหวัด : รูปต้นรังใหญ่ (มาจากคำว่า มหาสาละในชื่อจังหวัดมหาสารคาม) กับทุ่งนา ดอกไม้ประจำจังหวัด : ดอกลิ้นทมิฬ ต้นไม้ประจำจังหวัด : มะรุมาป่า

1.7 อาณาเขตจังหวัดมหาสารคาม

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดกาฬสินธุ์ ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดบุรีรัมย์ ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดร้อยเอ็ด ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดขอนแก่น

1.8 คำขวัญประจำจังหวัดมหาสารคาม

พุทธมณฑลอีสาน ถิ่นฐานอารยธรรม ผ้าไหมล้ำเลอค่า ตักสิลานคร

สรุปได้ว่า จังหวัดมหาสารคามเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ใจกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีบรรยากาศเต็มไปด้วย ความสงบ และเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงได้ชื่อว่าเป็น"ตักสิลาแห่งอีสาน" เนื่องจากมีสถาบันการศึกษาอยู่มากมายหลายแห่งอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ไปตามทางรถยนต์เป็นระยะทางประมาณ 470 กม.

2. ประวัติและความเป็นมาของธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

สภาพการดำเนินชีวิตของประชาชนไทยในปัจจุบันยังถือได้ว่าประชาชนในระดับรากหญ้ายังมีความเดือดร้อน อันเกิดจากมีรายได้น้อยไม่เพียงพอกับรายจ่าย ซึ่งเป็นผลมาจากการตกงาน ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ กำลังซื้อของคนในประเทศตกต่ำลง และการพัฒนาประเทศให้มีความยั่งยืนนั้นจำเป็นต้องพัฒนาในระดับรากหญ้าให้สามารถสร้างรายได้เลี้ยงตัวเองได้อย่างเข้มแข็ง และยั่งยืนคณะรัฐมนตรีซึ่งมีหน้าที่ในการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับประชาชน จึงได้กำหนดนโยบายการบริหารราชการแผ่นดิน โดยมุ่งมั่นจะสร้างเสถียรภาพและความมั่นคงในการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม และการเมืองของประเทศ เพื่อประโยชน์สุขของประชาชนชาวไทยทุกคน (ธนาคารออมสิน. 2544 : 24) ดังนั้น ประเทศไทยจึงต้องการการเปลี่ยนแปลงในแทบทุกด้าน ด้วยแนวคิดของนโยบายใหม่ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานแห่งข้อมูล ความรอบรู้ และสติปัญญาที่เข้าใจในรากเหง้าแห่งปัญหา และทันโลกทันเหตุการณ์รัฐบาลจึงตั้งเป้าหมายที่จะดำเนินนโยบาย เพื่อลดความยากจน โดยใช้กลไกทุกส่วนของภาครัฐในการสร้างโอกาสให้ประชาชนใช้ทุนทางปัญญา ศักยภาพส่วนตัว และสินทรัพย์ที่มีอยู่ทำงานอย่างเต็มที่ นำไปสู่การสร้างงาน สร้างรายได้ ลดค่าใช้จ่าย และทำให้ประชาชนได้ดำรงชีพแบบพอมีพอกิน เพิ่มโอกาสให้ประชาชนได้สร้างชีวิตใหม่ เมื่อประชาชนมีรายได้ก็จะทำให้ประเทศชาติมีรายได้ เป็นฐานภาษีใหม่ให้รัฐมีรายได้อีกมากขึ้น นำไปสู่การลดภาระหนี้สินของประเทศในโอกาสต่อไป ด้วยเหตุดังกล่าว รัฐบาลตระหนักดีว่าจำเป็น ต้องมีการปรับโครงสร้างนี้ทั้งภาคประชาชนและภาคเอกชน ซึ่งจะเป็นยุทธศาสตร์เบื้องต้นก่อนนำไปสู่การสร้างงานสร้างรายได้ ภารกิจเร่งด่วนและสิ่งสำคัญยิ่งของรัฐบาล คือ การเร่งแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตของระบบเศรษฐกิจ การบริหาร สังคมและการเมือง โดยดำเนินการไปพร้อมกันเพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาค้นการณ โดยแบ่งเป็น 2 ปัญหา คือ (นิรัชชรา มากมา. 2549 : 12)

1 หยุคการหดตัวทางเศรษฐกิจ ที่กำลังก่อปัญหาทางสังคมให้กับประเทศ
 2 การแก้ไขและปรับเปลี่ยน โครงสร้างใหม่ให้กับระบบเศรษฐกิจและ
 สังคม ไปสู่ความมีเสถียรภาพ และความมั่นคงอันยั่งยืนของประเทศการดำเนินการดังกล่าวจะ
 เป็นการกระจาย โอกาสให้กับชีวิตประชาชน ไม่ใช่เป็นเพียงการกระจายเงิน

นอกจากนี้ยังเป็นการใช้สินทรัพย์ที่สำคัญ คือ ภูมิปัญญา เพื่อก้าวสู่เศรษฐกิจใหม่เป็น
 เศรษฐกิจที่อาศัยความรู้เป็นฐานของการหารายได้ ด้วยความที่ประเทศไทยมีความหลากหลาย
 ทางชีวภาพ มีวัฒนธรรมอันเก่าแก่ นอกจากนั้น คนไทยยังมีทักษะ มีฝีมือ ความมานะ และความ
 ขยันหมั่นเพียรถ้าได้รับการส่งเสริมและให้โอกาสจะเกิดการ ใช้พลังในแผ่นดินซึ่งเป็นพลังทั้ง
 จากมันสมองของประชาชน และพลังจากการบริหารทรัพย์สินของแผ่นดินไทย จะสร้างให้
 ประเทศไทยกลับขึ้นมาแข็งแกร่งอีกครั้ง ให้คนไทยทุกคนกลับมาขึ้นบนลำแข้งตัวเองได้อย่างมี
 เกียรติมีศักดิ์ศรี และมีความภาคภูมิใจในความเป็นไทย ดังนั้น เพื่อให้การบริหารราชการ
 แผ่นดินบรรลุภารกิจ รัฐบาลจึงได้กำหนดนโยบายเร่งด่วนในการบริหารราชการแผ่นดินไว้ดังนี้

1 พักชำระหนี้ให้กับเกษตรกรรายย่อยเป็นเวลา 3 ปี เพื่อแก้ปัญหาหนี้สิน
 ของเกษตรกรอย่างเร่งด่วน โดยวางระบบการฟื้นฟูและให้ความช่วยเหลือปรับโครงสร้างการ
 ผลิตอย่างครบวงจร

2 จัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง แห่งละ 1 ล้านบาท เพื่อเป็น
 แหล่งเงินหมุนเวียนในการลงทุน สร้างอาชีพเสริมและสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน และ
 วิสาหกิจขนาดเล็กรวมทั้งรัฐจัดให้มีโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
 (OTOP) เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐพร้อมที่จะ
 ช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่
 ตลาดทั้งในและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต (นิรัญชรา มาภามา,
 2549 : 14)

จากนโยบายดังกล่าว รัฐบาลสมัยของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร จึงได้แถลงนโยบายต่อ
 รัฐสภาว่าจะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญา
 ท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยทางรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่
 และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศด้วยระบบ
 ร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้าง
 ชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร
 ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็น

ที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ และได้กำหนดระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ.2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 ขึ้น โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า กอ.นตค ซึ่งได้มอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ และให้คณะกรรมการ กอ.นตค มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลรวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บท อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2549 : เว็บบไซต์) โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

- 1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global)
- 2 พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity)
- 3 การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

กล่าวโดยสรุปผลิตภัณฑ์ไม่ได้ หมายถึง ตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภารกิจการภูมิปัญญาไทยการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมและประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

2.1 วัตถุประสงค์ของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

จากนโยบายของรัฐบาลที่แถลงต่อรัฐสภาและตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 กำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2549 : เว็บบไซต์)

- 2.1.1 สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชน
- 2.1.2 สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น

2.1.3 ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.1.4 ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

2.1.5 ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

โดยการดำเนินงานดังกล่าวให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่นสำหรับ
หลักเกณฑ์และขั้นตอนการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ปี 2552 มี
รายละเอียด ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2552 : เว็บไซต์)

2.2 คุณสมบัติของกลุ่มผู้ผลิต/ผลิตภัณฑ์

2.2.1 สมาชิกมีสัญชาติไทย

2.2.2 มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน และมีสถานที่ผลิตสินค้าอยู่ในเขตพื้นที่ที่จัด

ลงทะเบียน

2.2.3 ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการที่มีสิทธิ์ลงทะเบียนเข้าร่วมการคัดสรรสุดยอด OTOP

ได้แก่

1) ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการชุมชน “กลุ่มคนที่รวมกลุ่มกันทั้งที่จัด

ทะเบียนอย่างเป็นทางการ และไม่มีจดทะเบียน ได้แก่ กลุ่ม ชุมชน สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิ
โดยที่สมาชิกในกลุ่มมีการร่วมกันผลิต บริหารจัดการ และรับผลประโยชน์”

2) กลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งผลิตสินค้าที่แสดงถึง

ความเป็นไทย หรือภูมิปัญญาไทย และมีความเชื่อมโยงกับชุมชน ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วม
ในการผลิต หรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการหรือมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์

3) ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ จะต้องเข้าใจ และไม่มี

คุณลักษณะต้องห้ามดังต่อไปนี้

(1) สินค้าที่ผลิต ต้องมีความเป็นภูมิปัญญาไทย

(2) วัตถุประสงค์ที่นำมาผลิตต้องไม่เป็นของผิดกฎหมาย หรือเลื่องลือ

(3) เป็นสินค้าที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชน หรือ

สิ่งแวดล้อมรวมทั้งไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมอันดีของไทย

4) ความเชื่อมโยงกับชุมชน ต้องเข้าเกณฑ์ข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้

(1) แรงงานที่ใช้ในการผลิตเป็นแรงงานภายในจังหวัด

(2) ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ

(3) ชุมชนได้รับผลประโยชน์

(4) สถานที่ผลิต ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ต้องมีสถานที่ตั้งของการผลิต
สินค้าขั้นสุดท้ายอยู่ภายในจังหวัด

2.3 หลักเกณฑ์การลงทะเบียน

2.3.1 จดทะเบียนเป็นรายกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ โดยให้หัวหน้ากลุ่มผู้ผลิต/
ผู้ประกอบการหรือผู้แทนที่ได้รับมอบอำนาจเป็นผู้ยื่นจดทะเบียน

2.3.2 การลงทะเบียน ให้ยื่นขอรับการลงทะเบียน และลงทะเบียนได้ ณ ที่ว่าการ
อำเภอทุกอำเภอ/กิ่งอำเภอ หรือสำนักงานเขต (กทม.) ทุกเขตที่เป็นที่ตั้งของสถานที่ผลิตสินค้า
ขั้นสุดท้าย

2.3.3 การรับลงทะเบียนจะต้องดำเนินการภายในระยะเวลาที่ประกาศ หรือ
กำหนดเท่านั้น

2.4 เอกสารการจดทะเบียน

2.4.1 สำเนาบัตรประชาชน และสำเนาทะเบียนบ้านของผู้ยื่นจดทะเบียน

2.4.2 สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนสมาชิกกลุ่ม ชมรม สมาคม (กรณีที่เป็น
นิติบุคคล/หรือสำเนาทะเบียนพาณิชย์)

2.4.3 ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์หลัก ขนาด 4" x 6" จำนวน ผลิตภัณฑ์ละ 1 ภาพ

2.5 ขั้นตอนการลงทะเบียน

2.5.1 กลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ยื่นคำร้องตามแบบฟอร์มที่กำหนด ณ ที่ว่า
การอำเภอ/กิ่งอำเภอ สำนักงานเขต (กทม.) ที่เป็นที่ตั้งของสถานที่ผลิตสุดท้ายของผลิตภัณฑ์

2.5.2 อำเภอ/กิ่งอำเภอ/สำนักงานเขต (กทม.) รับคำร้องตรวจสอบความครบถ้วน
ของข้อมูล และเอกสารประกอบ

2.5.3 อำเภอ/กิ่งอำเภอ/สำนักงานเขต (กทม.) ตรวจสอบและกลั่นกรองคุณสมบัติ
ของผู้ยื่นคำร้อง และผลิตภัณฑ์ และเสนอความเห็นการตรวจสอบแก่ประธาน นตผ.อำเภอ/กิ่ง
อำเภอ/ผอ.เขต (กทม.)

2.5.4 ประธาน นตผ.อำเภอ/กิ่งอำเภอ/ผอ. เขต (กทม.) พิจารณาการรับลงทะเบียน
ของผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า OTOP และประกาศ รายชื่อผู้ได้รับการลงทะเบียน ณ ที่ว่าการ
อำเภอ/กิ่งอำเภอ/สำนักงานเขต (กทม.)

2.5.5 ผู้ยื่นคำร้องไม่ได้รับการลงทะเบียนสามารถอุทธรณ์ต่อผู้ว่าราชการจังหวัด/
ปลัดกรุงเทพมหานครภายใน 5 วันทำการ หลังจากที่ยื่นคำร้องอำเภอ/กิ่งอำเภอ/สำนักงานเขต (กทม.)
ประกาศรายชื่อผู้ได้รับการลงทะเบียน

สรุปได้ว่า ในห้วงเวลาที่ประเทศชาติ กำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจและประชาชนทุกระดับประสบปัญหาต่างๆ ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูกรุมเร้า คือ ปัญหาความยากจน การที่รัฐบาลได้ริเริ่มและสนับสนุนให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับประชาชนในระดับรากหญ้าได้เป็นอย่างดี

3. ความหมายและบทบาทสำคัญของธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนเริ่มมาตั้งแต่ปี 2544 โดยรัฐบาลได้นำแนวคิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจของชุมชนเมือง โออีดีของประเทศญี่ปุ่นมาประยุกต์ใช้ วัตถุประสงค์เพื่อให้ชาวชนบทไทยสามารถสร้างรายได้จากทรัพยากรธรรมชาติตามภูมิปัญญาในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยการนำกลุ่มสหกรณ์ที่ผลิตสินค้ามาฝึกอบรมและพัฒนารูปแบบสินค้า พัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ (Product and Packaging Designs) ให้มีความแปลกใหม่ทันสมัย เป็นไปตามความต้องการของตลาดและสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนพร้อมวัสดุอุปกรณ์ในการประกอบอาชีพเพิ่มขึ้น และประการสำคัญคือ จัดให้มีศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานเพื่อเผยแพร่สินค้าเกษตรและอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดโลก (สำนักงานมาตรฐานการศึกษาและพัฒนาการเรียนรู้. 2547 : 6-7)

3.1 ความหมายของ “ธุรกิจชุมชน”

คำว่า “ธุรกิจชุมชน” (Community Business) ประกอบด้วยคำที่มีความหมาย 2 คำ ได้แก่คำว่า “ธุรกิจ” (Business) และ “ชุมชน” (Community) ซึ่งนักวิชาการได้ให้ความหมายในแต่ละคำไว้โดยสรุปได้ดังนี้

อภิชัย พันธเสน (2545 : 10) ได้อธิบายว่าคำว่าธุรกิจชุมชนว่า หมายถึง ธุรกิจที่เป็นของชุมชน เพื่อชุมชนและบริหารจัดการ โดยชุมชน (Allen.1980 : 16 อ้างถึงใน ณรงค์ เพชรประเสริฐ. 2542 : 14) อธิบายว่าธุรกิจชุมชน (Community Enterprises) หรือธุรกิจชุมชน (Community Businesses) ในประเทศต่าง ๆ จัดตั้งขึ้นมาในหลายรูปแบบ ได้แก่ สหกรณ์ สมาคมชานา กลุ่มออมทรัพย์ ธนาคารหมู่บ้าน กองทุนพัฒนา และธุรกิจที่จัดตั้งและถือหุ้น โดยลูกจ้าง Allen ให้คำจำกัดความ “ธุรกิจชุมชน” ว่า หมายถึง องค์กรการผลิตการค้าที่จัดตั้งขึ้นโดยสมาชิกของชุมชน บริหารและควบคุมโดยสมาชิกชุมชน เขาสรุปว่า ธุรกิจชุมชนรูปแบบต่าง ๆ มี “ลักษณะร่วม” คือ

- 1 มีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างผลให้แก่ชุมชน เช่น รายได้และการจ้างงาน

2 สมาชิกชุมชนเป็นผู้ควบคุมและจัดการ ไม่ใช่นักลงทุนหรือนักธุรกิจ โดยทั่วไปการตัดสินใจในทางธุรกิจจะผ่านคณะกรรมการบริหารซึ่งเป็นตัวแทนของชุมชน

3 รายได้ของธุรกิจชุมชนมาจากการขายไม่ใช่มาจากเงินช่วยเหลือ ธุรกิจชุมชนจึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีการลงทุนเพื่อให้ได้กำไร

ร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2542 ได้ให้คำนิยาม คำว่า วิสาหกิจชุมชน หมายความว่า ชุมชนที่ร่วมกันผูกพันกันในการประกอบการทางด้าน เกษตรกรรม อุตสาหกรรม การบริการ และกิจการอื่นใด โดยอาศัยวัตถุประสงค์ บังคับการผลิต และการประดิษฐ์คิดค้น จากทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน เพื่อประโยชน์แห่งความสำเร็จในการพึ่งตนเอง พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และในการสร้างสรรค์เรียนรู้ร่วมกัน เพื่อความอยู่ดีกินดี อย่างพอเพียง โดยมุ่งประโยชน์ทางสังคมแก่ชุมชนมากกว่าการแสวงหากำไรสูงสุด (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และ พิทยา ว่องกุล. 2545 : 236)

กรรณก ทิพรส (2546 : 1) ให้ความหมายของธุรกิจว่า หมายถึง กิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวเนื่องกับการผลิต การจำหน่าย การให้บริการต่าง ๆ ของธุรกิจในอันที่จะได้มาซึ่งสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อุปโภคบริโภค

จินตนา สุนทรธรรม (2547 : 3) ได้แสดงแนวคิดเกี่ยวกับความหมายของธุรกิจ โดยสรุปว่า หมายถึง กระบวนการผลิตการจำหน่ายทั้งสินค้าและบริการตามความต้องการของผู้บริโภค

สรุปได้ว่า ธุรกิจชุมชน คือ การดำเนินธุรกิจร่วมกันของคนในชุมชน ที่มีได้มุ่งหวังกำไรเพียงอย่างเดียว แต่ธุรกิจชุมชนยังมีส่วนช่วยให้เกิดความสัมพันธ์อันดีภายในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนอยู่ดีกินดีและสามารถพึ่งตนเองได้ ถือได้ว่าธุรกิจชุมชนที่ดีและมีประสิทธิภาพเป็นรากฐานความเข้มแข็งของเศรษฐกิจในระดับฐานราก และมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในระดับประเทศ แต่ในกระบวนการธุรกิจชุมชน ทรัพยากรที่ใช้ในการจัดการเพื่อบรรลุเป้าหมายนั้นมีความหมายกว้างขวางและมากกว่าการจัดการธุรกิจ เพราะการจัดการธุรกิจชุมชนมิได้มองเพียงกำไร หรือเงินที่ได้จากการดำเนินธุรกิจเท่านั้น ความหมายครอบคลุมถึงการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนด้วย

3.2 ความสำคัญของธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนมีความสำคัญ และมีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศทั้งในด้าน เศรษฐกิจการเมือง และสังคมแต่บทบาทของธุรกิจชุมชนในการพัฒนาจะแตกต่างกันไปตาม

ประเภทของธุรกิจนั้นๆ ธุรกิจชุมชนมีความสำคัญหลายประการดังนี้ (มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม, 2545 : 10-11)

3.2.1 เปิดโอกาสให้มีการประกอบการ ธุรกิจชุมชนเป็นช่องทาง และ โอกาส
สำหรับ ผู้ที่ต้องการในการประกอบธุรกิจด้วยตนเอง ร่วมกับสมาชิกคนอื่น ถึงแม้จะมีฐานะ
ถูกจ้าง ก็มีส่วนในการเป็นเจ้าของประกอบการด้วยเช่นกัน สมาชิกในชุมชนที่มีความสามารถมี
ความคิดริเริ่ม มีแนวความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถหาประสบการณ์และพิสูจน์
ความสามารถโดยเข้าร่วมประกอบธุรกิจชุมชน ซึ่งใช้เงินทุนน้อย เน้นการสร้างงานในท้องถิ่น
เป็นสำคัญ และถ้ามีประสบการณ์ เพิ่มมากขึ้นในอนาคตธุรกิจชุมชนขนาดเล็กก็สามารถจะ
พัฒนาไปสู่การประกอบการธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ต่อไปได้

3.2.2 ก่อให้เกิดการจ้างงาน การพัฒนาธุรกิจชุมชน ทำให้เกิดการว่าจ้างแรงงาน
ในท้องถิ่นที่มีการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่องพร้อมกันไปด้วย แทนการถูกจ้างงาน ให้
เป็นแรงงานไร้ฝีมือ ทั้งนี้เพราะทุกคนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจการ จึงสามารถใช้กิจการที่จัดตั้งขึ้น
เป็นเครื่องมือในการพัฒนาฝีมือแรงงานของตนเองตามต้องการ ยกเว้นแต่จะมีความพอใจที่จะ
ทำงานในเฉพาะส่วนที่ตนเองมีความชำนาญเท่านั้น

3.2.3 ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่
บางประเภทจำเป็นต้องอาศัยวัตถุดิบ หรือชิ้นส่วนประกอบจากหลาย ๆ แหล่ง เพื่อนำมาผลิต
สินค้าในอุตสาหกรรมประเภทนั้น ธุรกิจชุมชนจึงเป็นแหล่งที่ช่วยในการผลิตชิ้นส่วนประกอบ
เหล่านี้ และนำส่งให้กับธุรกิจขนาดใหญ่อีกทีหนึ่ง เพื่อผลิตเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานต่อไป โดย
ในระยะแรกธุรกิจชุมชนได้รับประโยชน์จากการฝึกอบรม และทักษะที่จำเป็นสำหรับการผลิต
ส่วนธุรกิจขนาดใหญ่ที่มาจากจ้างให้รับช่วงผลิตต่อก็ลดต้นทุน อย่างไรก็ตาม ลักษณะเช่นนี้อาจ
มีประโยชน์เพียงในระยะเริ่มต้นเพราะในระยะยาวธุรกิจขนาดใหญ่อาจจะย้ายฐานการผลิตไป
แหล่งผลิตอื่น ประเทศที่ค่าแรงถูกกว่า

3.2.4 สร้างความแข็งแกร่งให้แก่ชุมชน ธุรกิจชุมชนยังมีจำนวนเพิ่มขึ้นเท่าไร
จะก่อให้เกิดการกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจไปสู่กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มคนเพิ่มมาก
ยิ่งขึ้นเท่านั้นเกิดการกระจายรายได้สู่ชนกลุ่มอื่นอย่างทั่วถึง ธุรกิจชุมชนยังช่วยลดปัญหาของ
สังคม อัตราการว่างงานลดน้อยลง เพราะมีการว่าจ้างงานในธุรกิจชุมชน ปัญหาคนที่ไม่มีงาน
ทำลดน้อยลง เนื่องจากประชาชนมีรายได้ ซึ่งส่งผลทำให้ปัญหาอาชญากรรมลดลงด้วย ความ
มั่นคงของประเทศจะเพิ่มขึ้น ประชาชนมีความเป็นอยู่สุขสบาย มีรายได้ดี และมีงานทำ

3.2.5 ลดปัญหาสังคมที่เป็นภัยคุกคามประเทศชาติ กล่าวคือ ถ้าหากธุรกิจชุมชน บรรลุเป้าหมาย สมาชิกในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ชุมชนมีความเข้มแข็ง ปัญหาสังคมต่างๆที่มีอยู่ขณะนี้ ไม่ว่าจะเป็นปัญหายาเสพติดในหมู่เยาวชน ปัญหาโรคเอดส์ ปัญหาโสเภณีเด็ก ปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร ปัญหาความรุนแรงในครอบครัว ปัญหาสังคมอันเกิดจากครอบครัวแตกแยก หรือล้มสลายจะได้รับการบรรเทาพร้อมกันไปด้วย ช่วยให้เกิดเป็นสังคมที่มีความร่มเย็นเป็นสุขลักษณะเด่นของธุรกิจ คือ เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหาร รายได้จากยอดขายไม่มากนัก ต้นทุนในการดำเนินกิจการไม่มากนักในระยะเริ่มต้น การติดต่อ และการให้บริการลูกค้าเป็นไปอย่างใกล้ชิด การเริ่มต้นธุรกิจทำได้ง่าย ประเภทของธุรกิจชุมชนแบ่งออกได้เป็นธุรกิจการผลิต ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจค้าส่งและธุรกิจบริการ

นอกจากนี้ธุรกิจชุมชนมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ กล่าวคือ เปิดโอกาสให้มีการประกอบการก่อให้เกิดการจ้างงาน ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม และการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนธุรกิจชุมชนจะสามารถดำรงอยู่ได้ก็ด้วยการจำหน่ายสินค้า และการบริการออกสู่ตลาดผู้บริโภค ดังนั้น ผู้บริโภคจึงเป็นกลุ่มสัมพันธ์กลุ่มแรกที่มีผลต่อความอยู่รอด และสะสมทุนภายในท้องถิ่น ธุรกิจชุมชนจะประสบความสำเร็จได้ต้องรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนหนึ่งก็เป็นสมาชิกของชุมชน มีหน้าที่จะต้องช่วยเหลือ และสนับสนุนธุรกิจชุมชนที่มุ่งจัดหาสวัสดิการให้แก่สมาชิกทุกคนในชุมชนด้วยเช่นกัน

3.3 ธุรกิจชุมชนมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ไม่ว่าจะอยู่ในส่วนใดของโลกมีความซับซ้อนและมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้นทุกที ดังนั้นการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ ธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรธุรกิจต้องมีต่อสังคม ดังนี้ (นิรัญชรา มากมา. 2549 : 35)

3.3.1 ผลิตสินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

3.3.2 จำหน่ายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเท่านั้น

3.3.3 จำหน่ายสินค้าและบริการที่มีมาตรฐานความปลอดภัยเพียงพอ และพร้อมที่จะรับผิดชอบต่อความเสียหายอันเกิดจากความบกพร่องของสินค้า หรือบริการนั้น

3.3.4 ให้ข้อมูลทั้งในจุดเด่น และข้อจำกัดของสินค้าและบริการนั้น อย่างครบถ้วนชัดเจนและตรงไปตรงมา มิฉะนั้นแล้วหากลูกค้าได้รับความเสียหายจากการใช้สินค้า

โดยไม่รู้ถึงอันตรายที่ระวางแล้ว จะปฏิเสธที่จะซื้อหาสินค้าและบริการเหล่านั้น และส่งผลกระทบต่อความล้มเหลวของธุรกิจได้ในภายหลัง

3.3.5 จำหน่ายสินค้าและบริการที่มีมาตรฐานความปลอดภัยเพียงพอ และพร้อมที่จะรับผิดชอบต่อความเสียหายอันเกิดจากความบกพร่องของสินค้า หรือบริการนั้น

3.3.6 ดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรม ไม่หลอกล่อ อำพราง น้อ โกงผู้บริโภค เพราะหากผู้ประกอบการผลิตสินค้า หรือบริการ ในนามของชุมชน โดยไม่มีคุณภาพก็จะกระทบถึงชื่อเสียงของชุมชนเสียหาย

3.3.7 ให้ผู้บริโภคมีอิสระในการตัดสินใจซื้อ ไม่รูดเร้า หรือรวบรัด ให้ธุรกิจได้ประโยชน์แต่เพียงฝ่ายเดียวแต่ควรดำเนินการเพื่อให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์

3.3.8 รับผิดชอบต่อสินค้าที่บกพร่องโดยทันที เพราะการกระทำเช่นนี้ คือการรักษามาตรฐานคุณภาพและประสิทธิภาพในการบริการ อันจะนำมาซึ่งความเชื่อถือในตราการค้าและธุรกิจชุมชนในอนาคต

3.3.9 ในการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการ ผู้จำหน่ายหรือผู้ให้บริการจะต้องไม่ยุ่งเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของผู้บริโภคนอกจากนี้แล้ว ผู้ประกอบธุรกิจในชุมชนจะต้องเอาใจใส่ต่อสังคมและทรัพยากรธรรมชาติที่ตนเข้าไปดำเนินงาน โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด วางแผนร่วมกับผู้ดำเนินธุรกิจอื่น ๆ ในชุมชน เพื่อป้องกันการขาดแคลน อันจะเป็นการทำลายสภาพแวดล้อมในอนาคต

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบธุรกิจในชุมชนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้บริโภค และ ทรัพยากรธรรมชาติที่ตนเข้าไปดำเนินงาน โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด วางแผนร่วมกับผู้ดำเนินธุรกิจอื่น ๆ ในชุมชน เพื่อป้องกันการขาดแคลน อันจะเป็นการทำลายสภาพแวดล้อมในอนาคต

3.4 บทบาทของธุรกิจชุมชนที่มีต่อท้องถิ่นที่ตั้งอยู่

บทบาทธุรกิจชุมชน คือ การรวมกันของประชาชนในท้องถิ่นเพื่อร่วมกันประกอบธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ประชาชนในชุมชน หรือการสร้าง ศักยภาพที่มีอยู่ภายในชุมชนให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยการจัดตั้งร้านค้าชุมชน ดังนี้

3.4.1 ร่วมพัฒนาสังคมของท้องถิ่นที่ตนเข้าไปดำเนินงานธุรกิจชุมชน จะอยู่ได้ก็โดยได้รับความร่วมมือของสังคมในท้องถิ่นที่ตนประกอบกิจการอยู่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความปลอดภัย การให้ความสะดวกในเรื่องการดำเนินงานและการจัดหาบุคลากร ซึ่งจำเป็นจะต้องได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากชุมชนทั้งหมดในวงกว้าง ด้วยเหตุนี้ การมีส่วนร่วมใน

การพัฒนาสังคมของท้องถิ่นจึงเป็นการช่วยให้ชุมชนมีความกินดีอยู่ดีมากขึ้น เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้เกิดมีชุมชนที่เข้มแข็ง

3.4.2 สร้างงานให้คนในชุมชน เพื่อให้เกิดรายได้ ลดค่าใช้จ่าย และมีคุณภาพชีวิตที่ดี เช่น ธุรกิจชุมชน ตลาดน้ำวัดคอนทวาย จังหวัดนครปฐม ได้สร้างงานให้แก่สมาชิกของชุมชนนั้น โดยเปิดโอกาสให้ชาวบ้านทั้งในท้องถิ่นและละแวกใกล้เคียงนำผลผลิตทางการเกษตร และผลผลิตที่ได้จากการแปรรูปมาจำหน่ายในตลาด

3.4.3 ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ในการดำเนินธุรกิจชุมชน จำเป็นที่ต้องพึ่งพาทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นหลัก หากสมาชิกในชุมชนขาดจิตสำนึกในการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นแล้ว ระยะเวลา และปริมาณทรัพยากรที่สมาชิกในชุมชนจะตัดดวงผลประโยชน์ท้องถิ่นก็จะลดน้อยลง ดังนั้นสมาชิกในชุมชนจะต้องมีจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อม ของท้องถิ่นเพื่อความอยู่รอดในระยะยาวของทั้งธุรกิจและชุมชน

3.4.4 ให้ความร่วมมือโดยไม่ประกอบธุรกิจที่จะทำให้สังคมเสื่อม ในที่นี้หมายถึง การที่สมาชิกในชุมชนร่วมกันเลิกประกอบกิจกรรมที่ทำลายความเข้มแข็งของชุมชน เช่น การค้าขายเสพติดการเล่นพนันไก่ชน การเปิดบ่อนในชุมชน การเล่นหวยใต้ดิน เป็นต้น แล้วหันมาร่วมมือกันประกอบอาชีพสุจริตที่ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของสังคม เช่น การรวมกลุ่มทอผ้าไหม การรวมกลุ่มพัฒนาตลาดในชุมชน การแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาของแต่ละคนในการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น

การสร้างจิตสำนึกการจัดการธุรกิจชุมชนทำได้โดยร่วม จึงเป็นการทำให้สังคมของท้องถิ่นมีการพัฒนาที่ยั่งยืนด้วยการเพิ่มขีดความสามารถให้คนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งขีดความสามารถทางปัญญา ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม และช่วยทำให้สังคมมีความสงบสุข รักใคร่กลมเกลียว ช่วยเหลือเกื้อกูลกันอันเป็นการเพิ่มทุนทางสังคม

การจัดการธุรกิจชุมชนที่มีความยั่งยืนจะต้องก่อให้เกิด “ผลประโยชน์” แก่ “ทุกฝ่าย” ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งคำว่า “ทุกฝ่าย” ในที่นี้ครอบคลุมถึงมิติทางสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ส่วนคำว่า “ผลประโยชน์” มิได้หมายถึงรายได้เพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงผลประโยชน์ในมิติอื่นๆ เช่น การเรียนรู้ร่วมกัน ความสามารถในการผลิต และการบริหารจัดการเพิ่มมากขึ้น ความก้าวหน้าในหน้าที่ ความยินดีในสิ่งที่ตนเองมี พื่อใจในสิ่งที่ตนเองได้ ความเอื้ออาทรความยั่งยืนของวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความหลากหลายทางชีวภาพ ทรัพยากร ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น กล่าวคือทุกฝ่ายควรจะได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน

ธุรกิจชุมชนจะประสบความสำเร็จ และเข้มแข็งในระยะยาวก็ต่อเมื่อธุรกิจมีผลผลิต และมีรายได้เข้ามาสม่ำเสมอ เนื่องจากสามารถจำหน่ายสินค้าได้ตลอดเวลา คนในชุมชนไม่ทิ้งบ้านเรือนไปทำงานต่างถิ่น มีการวางแผนการตลาดที่ได้มีการศึกษา และออกแบบไว้เป็นอย่างดี ในขณะที่เดียวกันก็ต้องมีการวางแผนด้านการเงินโดยเน้นการใช้เงินทุนที่สะสมได้จากสมาชิกในกลุ่มก่อนเป็นหลัก แต่ถ้าหากจำเป็นอาจจะขอพึ่งจากกองทุนหมู่บ้าน ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์ โครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เป็นต้น

สรุปได้ว่า ธุรกิจชุมชนที่ดี จะต้องมีการจัดทรัพยากรมนุษย์ควบคู่กันไป โดยมีกระบวนการผลิตสินค้าและขายบริการ ที่ไม่ทำร้ายทุนมนุษย์ คือ ไม่ทำให้ความเป็นมนุษย์ที่มีจิตใจเอื้ออาทรเสียหาย หรือทำให้มนุษย์กลายเป็นเพียงปัจจัยการผลิต ขณะเดียวกันจะต้องรักษาทุนกายภาพ ทุนทางสังคม และทุนทางสิ่งแวดล้อมเอาไว้ให้ด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการตรวจสอบเอกสาร พบว่า ผลงานวิจัยที่ใกล้เคียงกัน และสามารถนำมาใช้สนับสนุนแนวคิดในการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้มีดังต่อไปนี้คือ

1. งานวิจัยในประเทศ

ณรงค์ศักดิ์ จักรกรณ (2547 : 2) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตฯ ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2546 ผลการศึกษาพบว่า การที่กลุ่มเกิดความรู้อาจสามารถพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ในระดับที่น่าพอใจ เกิดจากการจัดกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งโครงการฯ ได้ค้นพบองค์ความรู้สำคัญที่เป็นปัจจัยเป็นวิธีการ (HOW TO) ก่อให้เกิดผลดังกล่าว สรุปได้ดังนี้คือ

1. การออกแบบที่วิจัยให้มีผสมผสานกันทั้งกลุ่มผู้ผลิต ข้าราชการส่วนภูมิภาคและข้าราชการส่วนกลาง และอาจารย์จากสถาบันการศึกษา ซึ่งการผสมผสานดังกล่าวก่อให้เกิดความหลากหลายทางความคิด และองค์ความรู้ ทำให้ทุกคนนำความรู้ที่มีอยู่มาถ่ายทอด แลกเปลี่ยนกัน มีบทบาทในทีมวิจัยแตกต่างกันไป ข้าราชการทำหน้าที่ในการประสานงานจัดกระบวนการประชุมกลุ่มเป็นทั้งผู้สนับสนุนข้อมูลของกลุ่มและปฏิบัติการตามแผนการพัฒนา กลุ่มที่ได้ร่วมกันกำหนดขึ้น ทีมข้าราชการส่วนกลางให้การสนับสนุนติดตามให้กำลังใจ เอื้ออำนวยความสะดวกเอื้อแผนที่วางไว้ อาจารย์ที่ปรึกษาทำหน้าที่ออกแบบกระบวนการ กระตุ้นให้กลุ่มทำงานเคลื่อนที่ไปข้างหน้า ช่วยจับความรู้สำคัญที่เกิดขึ้นและชี้ประเด็นให้

เห็นชัด ทำให้ดูในบางครั้งการออกแบบทีมที่มีความหลากหลายแบบทำให้กระบวนการเรียนรู้ของกลุ่มเป็นไปอย่างรวดเร็ว

2. การออกแบบโจทย์วิจัยและกระบวนการวิจัยที่เป็นระบบ และคำนึงถึงประโยชน์ที่กลุ่มจะได้รับเป็นที่ตั้ง ให้กลุ่มเป็นผู้แสดงหลักที่สำคัญ เป็นผู้กระทำ (Subject) ไม่ใช่ผู้รับการกระทำ (Object) ทำให้กลุ่มเห็นประโยชน์ของการเข้าร่วมประชุมและร่วมกิจกรรมของการวิจัย เพราะการทำวิจัยเป็นการวิจัยที่มุ่งพัฒนาให้กลุ่มดีขึ้น และกลุ่มเห็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นประโยชน์สำหรับเขาอย่างชัดเจน

3. การเตรียมคณะวิจัยที่เน้นการสร้างคณะให้คณะได้เรียนรู้ร่วมกัน เพื่อให้ได้ใจของทีมวิจัย กระบวนการเตรียมทีมวิจัย ที่โรงแรมอู่ทองอินน์ ถูกออกแบบอย่างละเอียดละไม ทุกกิจกรรมได้ออกแบบเพื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และสร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคณะวิจัย และเป็นจุดเริ่มต้น โครงการที่หลายคนประทับใจ กับความรู้ ความสุข ความสนุกสนานที่ได้รับ กลายเป็นความทรงจำที่ดี เป็นกำลังใจในเวลาทำงาน เมื่อเจอปัญหาอุปสรรคก็มีได้ยื้อต่อยอดร่วมกันฟันฝ่า จนผลการวิจัยของทีมวิจัยสนามแต่ละทีม ได้ผลเป็นที่น่าพอใจ

4. การออกแบบกระบวนการประชุมอย่างต่อเนื่อง ทั้งทีมวิจัยสนามแต่ละทีมและรวมทั้ง 10 ทีมพร้อมกันเป็นผลให้ทั้ง 10 ทีม ทำงานต่อเนื่อง มีการรายงานผลตลอดเวลา เวทีประชุมของทีมวิจัยทั้งในระดับจังหวัด ระดับภูมิภาคเป็นเวทีที่ให้ทีมวิจัยได้เรียนรู้ร่วมกัน เกิดความรู้ใหม่ขึ้นตลอดเวลา ทำให้ทีมวิจัยทุกคนรับรู้ได้ว่าเป็นการประชุมที่สนุกและได้ความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น ได้เพื่อนใหม่เพิ่มขึ้น จนเกิดเป็นเครือข่ายตามธรรมชาติโดยอัตโนมัติ

5. การออกแบบการประชุมที่เชื่อมร้อยกันทุกเวทีต่อเนื่อง และมีการพัฒนาองค์ความรู้ต่อเนื่อง อย่างเป็นระบบ มีการบ้านใหม่ ๆ ให้ที่ประชุมคิดและนำมาเสนอในเวทีต่อไป ทำให้ทุกคนต้องทำการบ้านมา เพราะถ้าไม่ทำการบ้านมาก็จะ ไม่มีเรื่องเล่า และจัดบรรยายกาให้ทุกคนมั่นใจ สิ่ง queทุกคนทำ สิ่ง queทุกคนคิดมีค่า น่าสนใจ โดยผู้นำการประชุมช่วยสรุปช่วยจับประเด็นร้องเรียงเป็นเนื้อหาความรู้ให้เห็นว่าจะนำความรู้นี้ไปใช้ประโยชน์ได้อย่างไร ทำให้ทีมเกิดความมั่นใจและภูมิใจในความเป็นนักวิจัยในทีมวิจัย จนกระทั่งทีมวิจัยปรารถนาจะได้ใบประกาศเกียรติคุณการเป็นนักวิจัย นั้นแสดงว่าเขาภูมิใจที่ได้เป็นนักวิจัยในโครงการ ความภาคภูมิใจนี้ ไม่ใช่มีไว้โอ้อวด แต่เป็นการสร้างพลังความเชื่อมั่น (Empowerment) ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ

บัวรัตน์ ศรีนวล และคณะ (2547 : 34) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับผ้าทอพื้นบ้านไทยให้ได้เปรียบในเชิงแข่งขัน พบว่าอุตสาหกรรมพื้นบ้านไทยต้องเร่งพัฒนาฝีมือการผลิตให้ได้มาตรฐาน ให้คงเอกลักษณ์ไทย ซึ่งสามารถแบ่งปัญหาที่ต้องแก้ไขออกเป็น ส่วน ๆ ได้ทั้งด้านการจัดการ การตลาด คุณภาพสินค้า วัตถุดิบ ส่วนปัญหาที่ต้องแก้ไขในระยะยาว คือการพัฒนารูปแบบสินค้าที่มีความทันสมัยและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานเดียวกัน สิ่งสำคัญคือการส่งเสริม ประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ โดยการทำแผนแม่บทการทำงานและต้องอาศัยและต้องอาศัยความร่วมมือของท้องถิ่นเป็นสำคัญ

ประดิษฐ์ สะเลรัมย์ย์ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประเมินประสิทธิภาพการบริหารจัดการโครงการกองทุนหมู่บ้าน : กรณี ศึกษาตำบลเมืองยาง กิ่งอำเภอเมืองยาง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า

1. ด้านบริบทของชุมชนหรือปัจจัยเบื้องต้นของชุมชน ได้แก่ สภาพที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคมและการรวมกลุ่ม องค์กรชุมชน พบว่า คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและสมาชิกกองทุนหมู่บ้านมีผลการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เกณฑ์การประเมินอยู่ที่ระดับดี กล่าวคือชุมชนที่มีความพร้อมและเหมาะสมในด้านที่ตั้งของชุมชน มีเศรษฐกิจ สังคม และการรวมกลุ่ม องค์กรชุมชนรวมถึงการมีประสพการณ์ตรงในการบริหารจัดการกลุ่ม องค์กรมาก่อน เช่น กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต หรือกลุ่มอาชีพ จะมีผลต่อการดำเนินงานโครงการกองทุนหมู่บ้าน และชุมชนเมืองให้มีประสิทธิภาพและบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

2. ด้านปัจจัยนำเข้า ได้แก่ นโยบาย วัตถุประสงค์ หลักการ วิธีการ และการติดตามประเมินผลโครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง พบว่า คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน และสมาชิกกองทุนหมู่บ้านมีผลการปฏิบัติระดับปานกลาง เกณฑ์การประเมินอยู่ที่ระดับพอยอมรับได้และผลการวิเคราะห์ ตัวชี้วัดด้านปัจจัยนำเข้า พบว่า โครงการกองทุนหมู่บ้าน และชุมชนเมืองมีอิทธิพลต่อ ประสิทธิภาพการบริหารจัดการโครงการ และเงินกู้ในเชิงบวกและเชิงลบ กล่าวคือ การดำเนินงานโครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ต้องดำเนินการตามนโยบาย หลักการ วิธีการ พร้อมทั้งมีการติดตามประเมินผลและสร้างความเข้าใจในวัตถุประสงค์หลักของโครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแก่คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและสมาชิก จึงจะมีผลทำให้การดำเนินงานมีความเหมาะสม ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ด้านกระบวนการ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การจัดตั้งคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน การจัดทำระเบียบกองทุน การอนุมัติจัดสรรเงินกู้ การติดตาม สนับสนุน และการมี

ส่วนร่วมในกิจกรรมของโครงการ พบว่า คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน และสมาชิกกองทุนหมู่บ้านมีผลการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เกณฑ์การประเมินอยู่ที่ระดับดี และผลการวิเคราะห์ตัวชี้วัดด้านกระบวนการ พบว่า กระบวนการบริหารจัดการ โครงการ และเงินกู้มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการ โครงการ และเงินกู้ในเชิงบวกและเชิงลบ กล่าวคือ กระบวนการดำเนินงาน โครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน และสมาชิกกองทุนหมู่บ้าน ต้องดำเนินการภายใต้กระบวนการดำเนินงาน โครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองจะละเลยส่วนหนึ่งส่วนใดไปไม่ได้ เพราะว่า กระบวนการดังกล่าวมีผลต่อความมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ โครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง

4. ด้านผลผลิต ได้แก่ ผลการบริหารจัดการ โครงการกองทุนหมู่บ้านและผลการบริหารจัดการเงินกู้ พบว่า คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและสมาชิกกองทุนหมู่บ้าน มีผลการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย เกณฑ์การประเมินอยู่ที่ระดับต้องปรับปรุง และผลการวิเคราะห์ตัวชี้วัดด้านผลผลิต พบว่า ผลการบริหารจัดการ โครงการกองทุนหมู่บ้านมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการ โครงการ และเงินกู้ในเชิงลบ กล่าวคือ การดำเนินงานตามโครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ต้องมีการปฏิบัติอย่างแท้จริงและเป็นระบบพร้อมทั้งมีความต่อเนื่อง ถ้าหากคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน และสมาชิกกองทุนหมู่บ้านละเลยหรือไม่ปฏิบัติตามแล้วสามารถส่งผลกระทบต่อความมีประสิทธิภาพของการบริหารจัดการ โครงการกองทุนหมู่บ้านได้

วัฒนาภรณ์ โมรินทร์ (2545 : 125-126) ได้ศึกษาเรื่องวิวัฒนาการ กระบวนการผลิต และการพัฒนาส่งเสริมการทอผ้าลายจิด: กรณีศึกษาบ้านคำพระ อำเภอห้วยตะพาน จังหวัดอำนาจเจริญ ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

1. ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการพัฒนาจากสภาพเศรษฐกิจ เนื่องจากสังคมของบ้านคำพระเป็นสังคมเกษตรกร รายได้ขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ ทำให้ประสบปัญหาแรงงานย้ายถิ่น คงเหลือแต่ผู้สูงอายุ และเด็ก ทำให้ไม่สามารถทอผ้า ได้เหมือนก่อน ด้วยพระมหากรุณาธิคุณในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถให้การสนับสนุน และฟื้นฟูสภาพชีวิต และหน่วยงานราชการได้ส่งเสริมให้เกิดการผลิตตามแบบพื้นบ้านของแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะทอผ้าลายจิด

2. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้มีการพัฒนาจากผ้าชิ้นใส่เองมาเป็นหมอน ผ้าคลุมไหล่ ผ้าโพกศีรษะ ลวดลายพื้นฐานทรงเรขาคณิต พัฒนาการใช้สีธรรมชาติที่ไม่ทนทานมาเป็นสีกันตก ทำให้ผ้าที่ได้ในปัจจุบันเป็นผ้ามีคุณภาพดี เป็นที่ต้องการของตลาด และส่งผล

ให้ได้รับ การสนับสนุนเรื่องทุนดำเนินการจากหลายองค์กร จนปัจจุบันเก็บหลายผ้าโดยใช้กราฟ เก็บเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์

3. การตลาด และการจำหน่าย มีจำหน่ายทั้งแบบสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูป มีการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้าน ให้สมาชิกมาร่วมกัน โดยการรับรองคุณภาพที่ผ่านการตรวจสอบของคณะกรรมการกลุ่ม และหากมีการสั่งซื้อจะมีการกระจายการผลิตไปยังสมาชิกอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ กลุ่มได้ดำเนินการตลาด โดยจะนำสินค้าไปจำหน่ายเองตามงานแสดงสินค้าที่ราชการ และเอกชนจัดขึ้น

วาสนา ปินตา (2549 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง: ศึกษาเฉพาะกรณีกองทุนหมู่บ้านในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านแต่ละแห่งมีประสิทธิภาพในการดำเนินการแตกต่างกันคือ ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่คณะกรรมการและสมาชิกกองทุนหมู่บ้าน ซึ่งต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกองทุนหมู่บ้าน บทบาทหน้าที่ของตนรวมถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของกองทุนหมู่บ้าน นอกจากนี้ปัจจัยด้านภาวะผู้นำของคณะกรรมการซึ่งต้องมีวิสัยทัศน์ในการวางแผนการทำงาน และมีการบริหารงานที่โปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ และการส่งเสริมสนับสนุนของรัฐบาลก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะขาดเสียไม่ได้ ซึ่งในปัจจุบันพบว่าหน่วยงานภาครัฐยังขาดการส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารจัดการกองทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านงบประมาณและการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ผลการศึกษานี้คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อบุคคลทั่วไปที่ทำให้เข้าใจถึงสภาพการณ์ของกองทุนหมู่บ้าน และอาจสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการศึกษาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

ภัทรารุช นาคคุณทรง (2547 : 88) ได้ศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มแปรรูปอาหารบ้านห้วยเสือเต้น อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น พบว่า

1. การจัดการการตลาด จัดทำแผนการตลาดโดยสำรวจสินค้าในตลาดปัจจุบัน รวมทั้งนำความต้องการของลูกค้ามาร่วมกำหนดแผนงาน กำหนดเป้าหมายการขายแต่ละช่วงเวลาและทบทวนผลการดำเนินงาน เพื่อหาทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวต่อไป

2. การจัดการการผลิต จัดทำแผนการผลิตของกลุ่มในแต่ละปี โดยประเมินผลการผลิตและพยากรณ์ความต้องการของตลาดซึ่งอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลการขายในอดีต ปรับปรุงให้

สอดคล้องกับเป้าหมายที่กลุ่มกำหนด โดยเน้นการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ ตรงตามมาตรฐานการผลิต

3. การจัดการการเงินและบัญชี จัดทำแผนงบประมาณรายรับและรายจ่ายการดำเนินงานในช่วงระยะเวลา 1 ปี ไว้ล่วงหน้า ได้แก่ แผนงบประมาณการขายและงบประมาณการผลิต ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการเพิ่มยอดขายสินค้าในแต่ละปี การตรวจสอบข้อมูลให้สามารถตรวจสอบได้ง่ายเพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มของผลการดำเนินงานว่าประสบผลสำเร็จเพียงใด

4. การจัดการทรัพยากรบุคคล ให้มีการพัฒนาฝีมือให้มีความชำนาญอยู่เสมอ กระตุ้นและส่งเสริมให้สมาชิกแสวงหาความรู้ โดยการส่งเข้ารับการฝึกอบรม ศึกษาดูงาน บำรุงขวัญและกำลังใจสมาชิก สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสมาชิก เพื่อให้การปฏิบัติงานของกลุ่มเป็นไป ด้วยความราบรื่น สร้างแรงจูงใจโดยการนำผลการประเมินการปฏิบัติงาน มาพิจารณา ค่าตอบแทนร่วมด้วย

ภาสกร นันทพานิช วรรณิการ์ บัวเกตุ และศาศกรินทร์ ดวงตะวัน (2549 : 12) ได้ทำการวิจัย เรื่องการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มที่เข้าร่วมโครงการทุกกลุ่มเกิดการเรียนรู้ และสามารถที่จะวิเคราะห์สถานการณ์ของกลุ่ม กำหนดเป้าหมาย และจัดทำแผนพัฒนาของกลุ่มของตนเองได้ โดยแผนพัฒนาของกลุ่มที่กลุ่มจัดทำขึ้นนั้นเป็นแผนที่อยู่บนพื้นฐานของความต้องการของกลุ่มซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการของกลุ่มอันจะนำไปสู่ความยั่งยืนของกลุ่มต่อไป

อังศิกา นพภาลี (2547 : 138) ได้ศึกษากลุ่มทอผ้าชุมชนที่ประสบความสำเร็จว่ามีการปฏิบัติด้านการบริหารการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มหรือผู้ผลิตเป็นผู้จำหน่ายเองโดยตรง การนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าหรือเทศกาลต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายทั้งรูปแบบ สี สัน และลวดลาย ราคา ผลิตภัณฑ์เป็นมาตรฐานเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เสมอ อาจเนื่องมาจากปัจจัยเหล่านี้มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ และปัจจุบันมีการแข่งขันรุนแรง จำเป็นที่ธุรกิจจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายและราคายุติธรรม จึงจะสามารถดึงดูดใจผู้บริโภคได้ และนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าและเทศกาลต่าง ๆ เอง ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่ง สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้ผลดีและแก้ปัญหาสินค้าค้างสต็อก เพราะการที่ผู้ผลิตนำไป

จำหน่ายเอง ทำให้สามารถที่จะให้ศึกษารายละเอียดและตอบคำถามต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจกับผู้บริโภคได้

2. งานวิจัยต่างประเทศ

งานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวกับการจัดการกิจกรรมชุมชนกับประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิต ไข่ ดังนี้

อเวลลา และคณะ (Avella et.al. 2001 : 139) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ความสำคัญของการเติบโตของกลยุทธ์การผลิตในด้านศักยภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของบริษัทอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศสเปน พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันในทางตรงระหว่างกลยุทธ์การผลิตและการดำเนินธุรกิจของบริษัท ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า มีการเน้นถึงศักยภาพการแข่งขันด้านการผลิตที่แท้จริงหรือการปฏิบัติงาน และความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันไม่สามารถทำให้แยกแยะผู้ปฏิบัติงานระหว่างการปฏิบัติงานได้ และไม่สามารถทำให้อธิบายระดับของการแข่งขันในบริษัททั่วไคราะห์ในงานนี้ได้ ดังนั้น บริษัทจึงควรให้ความสำคัญกับศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมในด้านการผลิต เพื่อสร้างข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งด้านการมีกลยุทธ์การผลิต และความสามารถทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

คาเซน (Kaxem. 2003 : 3851-A) ได้ศึกษา ความสามารถทางการแข่งขันของ SMEs : บทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs และกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานของบริษัท กรณีศึกษาของประเทศอียิปต์ พบว่า ในช่วงเศรษฐกิจขาลงผู้ประกอบการต้องเผชิญหน้ากับการแข่งขันที่รุนแรงเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจผู้ประกอบการต้องใช้กลยุทธ์ในการปฏิบัติ การทั้งระบบภายในบริษัท โดยเน้นที่กระบวนการตัดสินใจและการทำงานต้องเป็นทีม ระบบบัญชีต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ทางการตลาด ผู้ประกอบการต้องมีการสร้างสรรค์ธุรกิจเพื่อธุรกิจคงอยู่พร้อม ๆ กับการเจริญเติบโต นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และผู้ประกอบการต้องทุ่มเททั้งเวลาและเงินในการลงทุนทางธุรกิจ

แมคคินนอน จี และ ลูชาส์ (Mckinnon, Ge & Leuchars. 2003 : Abstract) ได้ศึกษาวิเคราะห์ประสิทธิภาพการขนส่ง ในธุรกิจอาหารแช่แข็งในประเทศอังกฤษ พบว่า สามารถแบ่งดัชนีชี้วัดการดำเนินงานของธุรกิจได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่งการใช้ประโยชน์ความจุของรถและน้ำหนักบรรทุก ได้แก่ ดัชนีวัดน้ำหนักบรรทุก จำนวนชั้นวางสินค้าเฉลี่ย ความสูงของชั้น กลุ่มที่สอง การขนส่งเที่ยวเปล่า ได้แก่ ดัชนีวัดการเดินรถเที่ยวเปล่า กลุ่มที่สามการใช้ประโยชน์จากเวลาขนส่งสินค้าขึ้น และลงสินค้า ระยะเวลาที่ล่าช้าหรือไม่เดินรถ

ระยะเวลาการบำรุงรักษาหรือซ่อมแซม การส่งเที่ยวเปล่าและการอยู่กับที่ กลุ่มที่สี่ การผันผวนของตารางเวลาการขนส่ง ได้แก่ คัดชนิด ปัญหาที่จุดขนสินค้าขึ้น ปัญหาที่การขนส่ง ปัญหาการทำงานของบริษัทเอง ปัญหาของการติดขัดของจราจร ปัญหาอุปกรณ์เสีย กลุ่มที่ห้า ประสิทธิภาพการใช้เชื้อเพลิง ได้แก่ คัดชนิด จำนวนลิตรต่อกิโลเมตร และเฉลี่ยระยะทางตลอดปี

ปิงลู, หวังชิน และ ชิ ฮัน (Pang-Lo-Liu, Wen-Chin-Tsai & Chi-Hung, 2004 : 971-977) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการบริหารจัดการความรู้ และความสามารถในการแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมของประเทศไต้หวัน พบว่า ความสามารถด้านการบริหารจัดการความรู้ นั้นมากกว่าการที่รับรู้ข้อมูลทั้งหมดทั้งหมด โดยเป็นเครื่องมือที่ดำรงรักษาข้อมูลไว้เพื่อช่วยให้เราทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การบริหารจัดการสาระความรู้ประกอบไปด้วย 4 หลักใหญ่ ๆ คือการได้มาซึ่งความรู้ การกลั่นกรองความรู้ การเก็บรักษาความรู้ และการแบ่งปันความรู้ ในงานวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบของความสามารถในการบริหารจัดการความรู้ จะมีผลกระทบอย่างมากมายในการแข่งขัน ได้ผลสรุปเมื่อกิจการมีความสามารถในการบริหารจัดการความรู้มากขึ้น กิจการจะยังมีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้นด้วย โดยได้รับการยืนยันทางการวิเคราะห์สถิติของ ตัวแปร 3 ด้านคือ ลักษณะเฉพาะของบริษัท การใช้ข้อดีของเทคโนโลยีและมาตรการวัดของบริษัท ซึ่งพิสูจน์แล้วว่า มีผลกระทบต่อความสามารถในการบริหารจัดการความรู้ ทั้งนี้เมื่อบริษัทตัดสินใจที่จะเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันนั้น จำเป็นต้องปรับปรุงความสามารถในการบริหารจัดการความรู้เป็นอันดับแรก ประโยชน์ของมันจะทำให้กิจการบรรลุเป้าหมาย การได้มาซึ่งการกลั่นกรองการเก็บ รักษาและการแบ่งปันความรู้ ทำให้กิจการสามารถสร้างความแข็งแกร่งต่อการบริหารจัดการความรู้ งานวิจัยนี้แนะนำให้อีกต่าง ๆ เพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการความรู้โดยพิจารณาจากต้นทุนราคา และค่อย ๆ ขยายไปที่ละชนิด ซึ่งมันไม่ง่ายที่กิจการจะสร้างมันในเวลาอันสั้น มันจะสำเร็จได้ด้วยการสะสมทุน วิทยาการ แรงงาน และประสบการณ์ เมื่อกิจการตั้งใจที่จะเพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการความรู้จะต้องใช้ความสามารถพิเศษ และคุณสมบัติ ประกอบกับความช่วยเหลือจากบุคคลภายนอก จุดมุ่งหมายของการบริหารความรู้ระดับนานาชาติทั่ว ๆ ไปซึ่งสามารถบรรลุความสำเร็จได้อย่างค่อยเป็นค่อยไป

เซนกัน คาวัสกิล และฮัลท์ (Sengun Cavusgil and Hult, 2005 : 119) ได้ศึกษาข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของตลาดทั่วโลกว่า โครงร่างเป็นอย่างไร และศึกษาบทบาทความสามารถของตลาดทั่วโลก พบว่ากระแสความเป็นโลกาภิวัตน์ทำให้เกิดบริษัทต่าง ๆ เกิด

ความกระตือรือร้นและการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นถึงแนวคิดใหม่ ๆ ในการพัฒนาการแข่งขันในโลก และทำให้มีความรู้ความสามารถได้ผู้มีความรู้ความสามารถที่จะไม่ทำรายงานผิดปกติก็น่าจะไปจะนำไป เปิดเผยในรายงานไปทั่วโลกการศึกษานี้ได้ถึงวรรณกรรมที่ยังเหลืออยู่เกี่ยวกับผลกระทบของความเป็นโลกาภิวัตน์ขององค์กรและการพัฒนาโครงสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันภายใต้ความสำคัญของการบริหารจัดการความรู้ความสามารถความได้เปรียบทางการแข่งขันในการสร้างสรรค์ความได้เปรียบในการแข่งขันขั้นของตลาดทั่วโลกซึ่งจะบริหารจัดการความรู้ความสามารถและสร้างสรรค์ผลประโยชน์ของตลาดทั่วโลกจะประกอบด้วย ลูกค้า ผู้แข่งขัน ผู้จำหน่าย และการพัฒนาความรู้ความสามารถ ความเสมอภาคในหน้าที่และความเสมอภาคทางคุณค่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความสามารถของการแข่งขันตลาดทั่วโลกกับความได้เปรียบในการแข่งขันของตลาดทั่วโลก เป็นการไม่ยุติธรรมและเป็นกลางต่อการตอบสนองกลับของบริษัท การแข่งขันของตลาดทั่วโลกได้ยอมรับว่าบริษัท กลยุทธ์ขององค์กรการเงิน และผลการดำเนินงานขององค์กรมีความสัมพันธ์กันโดยพิจารณาได้จากศักยภาพของความรู้ความสามารถ เป็นบริษัทระดับโลกและมีความรู้เรื่องการค้าระดับโลก เป็นผู้นำทั้งภายในและภายนอก มีความรู้เรื่องลูกค้าทั่วโลก มีความรู้เรื่องผู้แข่งขันทั่วโลก มีความรู้ความสามารถเรื่องผู้จำหน่ายทั่วโลก มีการประสานงานและช่วยเหลือ มีการให้ความช่วยเหลือแบบห่วงโซ่ มีการตอบสนองทั่วโลก มีผลประโยชน์ของตลาดทั่วโลก

จากการศึกษานานวิจัยและเอกสารตำราในประเทศและต่างประเทศ สามารถสรุปได้ว่า การจัดการกลุ่มผู้ผลิตมีปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้มีประสิทธิภาพคือ ปัจจัยเกี่ยวกับการเป็นผู้นำ และสมาชิกจะต้องช่วยพัฒนาคุณภาพของตนเองและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานมากขึ้นทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนทุกรูปแบบ ก็จะทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างยั่งยืน และด้านการบริหารจัดการพบว่าให้ความสำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลางสี่ด้านคือ ด้านการจัดการองค์กร การอำนวยความสะดวก การควบคุม การวางแผน สมาชิกมีระดับการดำเนินงานโดยรวมในระดับปานกลาง ด้านการตลาด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการผลิต มีการใช้กลยุทธ์การวางแผนกำหนดจำนวนการผลิตเท่ากับจำนวนความต้องการ

จากประเด็นต่างๆ ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

โดยนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยนำมาสร้างเป็นตัวแปรกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 เพื่อนำมาพัฒนากรุปผู้ผลิต ต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องประสิทธิภาพการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งผู้ศึกษาได้บูรณาการกรอบแนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) อาหาร 2) ผ้า เครื่องแต่งกาย 3) ของใช้และของประดับตกแต่ง 4) ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก 5) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

2. แนวคิดเรื่องประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ 1) การบริหารจัดการ 2) การบริหารการเงินและทุน 3) การบริหารการผลิต 4) การบริหารการตลาด โดยประยุกต์แนวคิดเรื่องประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจชุมชน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ดังนี้

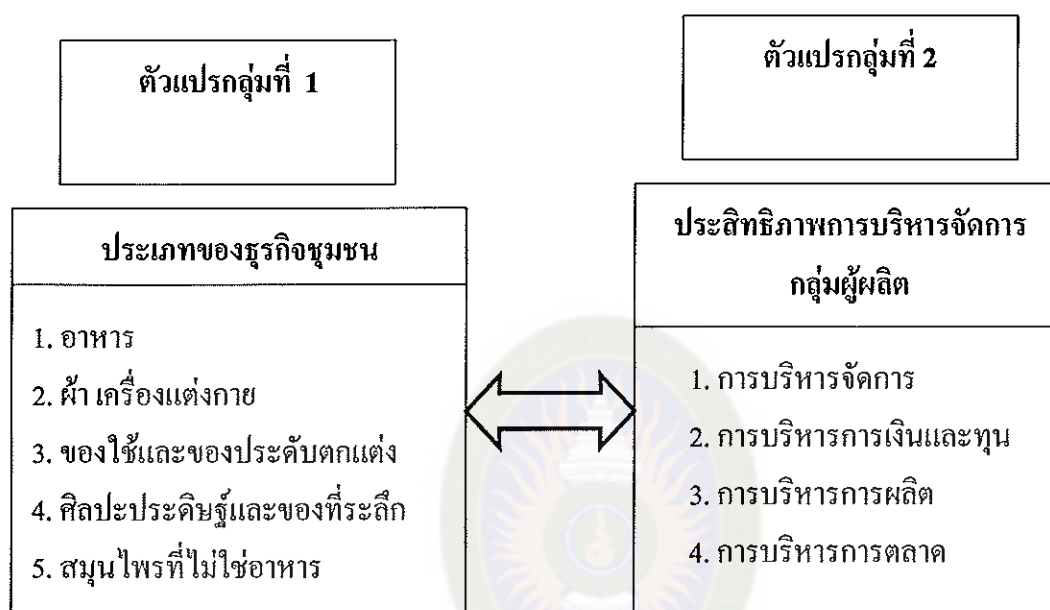
2.1 ด้านการบริหารจัดการ ศึกษาจาก 6 M'S มาจากวงษ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 45-48)

2.2 ด้านการบริหารการเงินและทุน ศึกษาจาก เพชรี ชุมทรัพย์ (2545 : 10)

2.3 ด้านการบริหารการผลิต ศึกษาจากปราณี ต้นประยูร (2546 : 7)

2.4 ด้านการบริหารการตลาด ศึกษาจากศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545 : 75)

เพื่อให้มองเห็นภาพของกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้อย่างชัดเจนมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการสรุปไว้ในรูปของภาพประกอบ



แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย