

บทที่ 2

แนวคิดและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการวิจัย การจัดการความรู้ การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชน กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ต.สง่าบ้าน อ.ดอยสะเก็ด จ.เชียงใหม่ โดยมีการศึกษาและรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียด ดังนี้สภาพพื้นที่วิจัย

1. สภาพพื้นที่วิจัย
2. แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง
3. แนวคิดการจัดการความรู้
4. แนวคิดธุรกิจชุมชน
5. แนวคิดการบริหารจัดการ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สภาพพื้นที่วิจัย

บ้านดอกแดง ตั้งอยู่ในเขตตำบลป่าป้อ ตามเส้นทางสายดอยสะเก็ด-บ้านบ่อสร้าง มีสภาพสังคมชนบททั้งเมือง เป็นหมู่บ้านเก่าแก่แห่งหนึ่งของอำเภอดอยสะเก็ด มีศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดมาแต่บรรพบุรุษ สันนิษฐานได้จากบันทึกของคณะมิชชันนารีหมู่บ้านดอกแดงมีอายุไม่ต่ำกว่า 300 ปี แต่เดิมเรียกว่าบ้านดอกแดงสันลำพูน โดยเชื่อว่าแต่เดิมเป็นชาวเชียงแสนที่กวาดต้อนมายังเชียงใหม่ยุค “เก็บผักใส่ซ้า เก็บข้าใส่เมือง” สมัยเจ้ากาวิละ จากการที่ผู้คนส่วนหนึ่งได้อพยพกลับไปสร้างเมืองเชียงแสนขึ้นใหม่ ในปี พ.ศ. 2422 แต่อย่างไรก็ดีผู้เฒ่าผู้แก่ในหมู่บ้านกล่าวถึงชื่อเดิมของหมู่บ้านนี้ว่า “แม่ดอกแดงสันลำพูน” เนื่องจากหลังจากการอพยพกลับเชียงแสนแล้ว มีชาวลำพูนอพยพหนีความแห้งแล้งเข้ามาทำนากในผืนดินอันอุดมสมบูรณ์แห่งนี้ ต่อมาเรียกกันว่าบ้านแม่ดอกแดง ซึ่งเรียกตามสีของแม่น้ำลายที่มีสีแดงฉานในฤดูน้ำหลาก แต่เนื่องจากชื่อเรียกคล้ายกับบ้านดอกแดงผาต้าย ซึ่งอยู่ริมถนนสายเชียงใหม่ – เชียงราย ทำให้เกิดความสับสนของทางราชการ

ผู้นำทางปัญญาของหมู่บ้านจึงเกิดแนวความคิดว่าคำว่า “แม่” เป็นสรรพนามสำหรับผู้หญิง สื่อถึงความอ่อนแอจึงตัดคำว่า “แม่” ออกจากชื่อหมู่บ้าน และได้เปลี่ยนชื่อมาเป็นชื่อ “บ้านดอกแดง” ประมาณปี พ.ศ. 2413 และได้มีการตั้ง วิสัยทัศน์หมู่บ้าน คือ **“ดอกแดงน่าอยู่ เข้มแข็ง พัฒนา น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียง เคียงคู่ประเพณี”**

1. ข้อมูลทั่วไป

บ้านดอกแดง ตั้งอยู่อยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ไปทางทิศเหนือประมาณ 20 กิโลเมตร และห่างจากที่ว่าการอำเภอฝางประมาณ 5 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 750 ไร่ เป็นที่อยู่อาศัย 200 ไร่ เป็นพื้นที่ทำการเกษตร 550 ไร่ ลักษณะพื้นที่โดยทั่วไปเป็นพื้นที่ราบลุ่มเหมาะแก่การทำการเกษตร ดินส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทรายเป็นพื้นที่ในเขตชลประทานเขื่อนแม่กวงอุดมธารา ทำให้เหมาะสมต่อการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ราษฎรส่วนใหญ่จึงมีอาชีพหลักในการทำนา (ถือเอกสารสิทธิ์เป็นโฉนด) และจะทำอาชีพเสริมหลังฤดูการเก็บเกี่ยว ได้แก่ การเพาะเห็ด ปลูกกล้วยและปลูกผักต่าง ๆ มีรายได้เฉลี่ยครัวเรือนละ 60,091 บาทต่อคนต่อปี (ข้อมูลจาก จปฐ. ปี 2551) บ้านดอกแดงเป็นหมู่บ้านขนาดกลาง ลักษณะชนบทกึ่งเมือง มีจำนวนครัวเรือน 127 ครัวเรือน ประชากร 397 คน เป็น ชาย 172 คน หญิง 225 คน (ข้อมูลจาก จปฐ. ปี 2551) ราษฎรร้อยละ 70 นับถือศาสนาพุทธ อีกร้อยละ 30 นับถือศาสนาคริสต์ มีประเพณีที่สำคัญของหมู่บ้าน ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ในช่วงเดือน มีนาคม ประเพณีทานสลากภัตต์ ในช่วงเดือน ตุลาคม ประเพณีแห่ลูกแก้ว ในช่วงเดือน เมษายน ประเพณีเลี้ยงหอยเจ้าบ้าน ประเพณีรดน้ำดำหัวผู้สูงอายุวันสงกรานต์ และประเพณียี่เป็ง

นอกนี้บ้านดอกแดงยังมีสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญ คือ วัดดอกแดงเป็นสถานที่รวมจิตใจของหมู่บ้าน พระประธานก่ออิฐถือปูนฝีมือช่างท้องถิ่น อายุกว่า 200 ปี ธรรมมาสทลวงโบราณ ศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาล้านนา หอสมุดโบราณ และแหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง บนเนื้อที่ประมาณ 4 ไร่ ที่ให้การเรียนรู้ดูงานในเรื่องโรงปุ๋ยชุมชน โรงสีข้าวชุมชน โรงเพาะเห็ด และการทำข้าวซ้อมมือ เป็นต้น ปัจจุบันบ้านดอกแดง มีผู้ใหญ่บ้านคือ นายอุดม พานวนทิศ อายุ 48 ปี อยู่บ้านเลขที่ 16 ดำรงตำแหน่งเมื่อ วันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2547

2. อาชีพเดิม

การประกอบอาชีพของประชากรบ้านดอกแดง ส่วนใหญ่มีอาชีพหลัก คือ การทำนา หลังจากฤดูการเก็บเกี่ยวจะทำอาชีพเสริม เช่น เพาะเห็ด ปลูกกล้วยและปลูกผักต่าง ๆ ในปัจจุบันนิยมทำนาปรังกรณีที่มีน้ำอุดมสมบูรณ์ อย่างไรก็ตามเนื่องจากชาวบ้านดอกแดงส่วนใหญ่ประสบปัญหาจากต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ระบบนายทุนเข้ามาบีบคั้นเกิดการตกเขียวผลผลิตทางการเกษตร ทำให้เกษตรกรที่มีฐานะยากจนไม่สามารถยกระดับฐานะและช่วยเหลือตนเองได้ ในปี พ.ศ. 2535 คณะกรรมการหมู่บ้านได้ริเริ่มหาแนวทางดำเนินการแก้ไขปัญหาจากระบบนายทุน เพื่อลดช่องว่างระหว่างคนจนและคนรวยและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนใน หมู่บ้านให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี และอยู่ดีมีสุขทั่วหน้า จึงได้เริ่มการรวมกลุ่มทางการเกษตรขึ้น เช่น กลุ่มเกษตรกรทำนา กลุ่มเมล็ดพันธุ์ข้าวชุมชน และกลุ่มเกษตรกรเพาะเห็ด เป็นต้น ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากเกษตรกรและผู้มีฐานดีในหมู่บ้าน ในการระดมทุนเพื่อจัดตั้งเป็นกองทุนในการช่วยเหลือ ในปัจจุบันสามารถแก้ไข

ปัญหาได้ในระดับที่เป็นที่น่าพอใจ สามารถแก้ไขปัญหาคาตรกเค็วให้หมดไปได้อีกทั้งมีการรวมกลุ่มต่าง ๆ เพิ่มขึ้นมาพัฒนาหมู่บ้านครอบคลุมหลายด้าน ๆ

3. สถานที่ท่องเที่ยว

3.1 วัดดอกแดงเป็นสถานที่เคารพนับถือและศูนย์รวมจิตใจของหมู่บ้าน พระประธานก่ออิฐถือปูนฝีมือช่างท้องถิ่น อายุกว่า 200 ปี ธิมมาสหลวงโบราณ ศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาล้านนา

3.2 หอสมุดโบราณเริ่มก่อตั้งมานานมากแล้ว แต่ได้เริ่มบูรณะเมื่อ ปี 2543 โดย พระอธิการกำพล คุณวโร เจ้าอาวาสวัดดอกแดงเป็นผู้ริเริ่ม ใช้เป็นที่เก็บโบราณ

3.3 ศูนย์เศรษฐกิจพอเพียง มีเนื้อที่ประมาณ 4 ไร่ ให้ความรู้ทางการเกษตร การประกอบอาชีพและปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน

4. การรวมกลุ่มของชุมชน

ชุมชนบ้านดอกแดง ตำบลสง่าบ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มหันกลับมาที่จะดำรงวิถีชีวิต การทำมาหากินตามระบบการผลิตวิถีดั้งเดิม พึ่งพาตัวเอง ลดต้นทุนการผลิต ที่สำคัญใช้แนวทางตามพระราชดำรัสมาเป็นฐานในการเริ่มคิด เริ่มทำ หนุนให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกันจากหนึ่งครอบครัว ขยายเป็นสิบครอบครัว ตั้งแต่การรวมกลุ่ม การปรับปรุงดิน การพัฒนาคุณภาพดินในพื้นที่เกษตรแต่ละครอบครัว ปลุกฝักสวนครัวหลังบ้านไว้บริโภคเหลือไว้ขาย ชุมชนมีการรวมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ได้ทั้งหมด 12 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเพาะเห็ดบ้านดอกแดง กลุ่มเกษตรกรทำนา กลุ่มผลิตปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพ กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้า กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มแม่บ้านดอกแดง โรงสีข้าวชุมชนบ้านดอกแดง กลุ่มรถเก็บเกี่ยวข้าว และกลุ่มข้าวซ้อมมือ เพื่อกลุ่มต่าง ๆ เป็นกลไกในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยมีพื้นที่ที่เป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน คือ "ศูนย์การเรียนรู้บ้านดอกแดง ชุมชนเข้มแข็งตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง"

แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็นที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลาง ความไม่ประมาทที่คำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ตลอดจนการใช้ความรู้และคุณธรรมประกอบในการวางแผน การตัดสินใจ และการกระทำหรือการดำเนินการต่าง ๆ สิ่งสำคัญต้องรู้จักพึ่งพาตนเองและทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ ก่อนจะไปพึ่งพาคนอื่นหรือปัจจัยภายนอก หรือหมายถึงการที่อุ้มชูตนเองได้ ให้ความพอเพียงกับตัวเอง ครอบครัว และชุมชน

คำว่า "เศรษฐกิจ" แปลความมาจากคำว่า economy ที่แปลว่าประหยัด แต่ในทางวิชาการ เศรษฐศาสตร์ คำว่าเศรษฐกิจ มีความหมายโดยนัยที่ครอบคลุมถึง การผลิตสินค้า (Production) การ

กระจายสินค้าหรือการขาย (Distribution) การบริโภคสินค้า (Consumption) การกระจายรายได้หรือการจัดสรรค่าตอบแทน เช่น ค่าจ้าง กำไร และค่าเช่า เรียกว่า การวิภาคกรรม (Income distribution) และการค้าขายระหว่างประเทศที่ต้องผ่านระบบการแลกเปลี่ยนเงินตรา หรือการปริวรรตเงินตรา (Foreign exchange) (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ 2542, 88)

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 ทรงมีพระราชดำรัสตั้งแต่ ปี พ.ศ.2517 ความว่า แนวทางการพัฒนาที่เน้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเป็นหลักแต่เพียงอย่างเดียว อาจเกิดปัญหาได้ จึงทรงเน้นการพหุมีพื่อใช้ของประชาชนส่วนใหญ่ในเบื้องต้นก่อน เมื่อมีพื้นฐานความมั่นคงพร้อมพอสมควร จึงค่อยสร้างความสำเร็จและฐานะทางเศรษฐกิจให้สูงขึ้น ดังนั้นเมื่อเกิดปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจใน พ.ศ. 2540 แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่พระองค์ทรงมีพระราชดำรัสเมื่อ พ.ศ. 2537 และวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2540 จึงได้นำมาปรับให้เป็นรูปธรรม ในนามแนวคิดทฤษฎีใหม่ ซึ่งเป็นแบบแผนการพัฒนาที่เสนอใช้ในการแก้ไขปัญหาการดำรงชีพของเกษตรกรรายย่อย ดังคำกล่าวที่ว่า “ให้เรามีเศรษฐกิจแบบพอมีพอกิน” ซึ่งหมายความว่า “อุ้มชูตัวเองได้ให้พอกับตัวเอง”

ดังนั้นการพัฒนาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาท โดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ตลอดจนใช้ความรู้ความรอบคอบ และคุณธรรม ประกอบการวางแผน การตัดสินใจและการกระทำ



ภาพที่ 2.1 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

แนวคิดการจัดการความรู้

เป็นกระบวนการที่เน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์กร โดยให้สมาชิกได้มีโอกาสในการแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ความรู้ตามแนวคิดของการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท กล่าวคือ ความรู้เด่นชัด (Explicit Knowledge) ซึ่งเป็นความรู้ในรูปแบบของเอกสาร ตำรา หรือสื่อ IT ต่างๆ ที่รวบรวมจัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งจะถูกนำมาปรับใช้ได้ทันที และความรู้ซ่อนเร้น (Tacit Knowledge) ซึ่งเป็นความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล โดยการจัดการความรู้เด่นชัด จะเน้นเครื่องมือและเทคโนโลยี “2T” (Tool & Technology) ในขณะที่ความรู้ซ่อนเร้น เน้นคนและกระบวนการ “2P” (Process & People) ทั้งนี้ความรู้ซ่อนเร้นมีมากกว่า ในขณะที่ความรู้เด่นชัด สามารถจัดการได้ง่ายกว่า (น้ำทิพย์ วิภาวิน, 2547, 15-23)

แนวคิด KM ก็คือการจัดการความรู้ที่ซ่อนอยู่ในคน โดยอาจเริ่มต้นที่ให้คนนั้นทำงาน สร้างเวทีให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กัน ใช้กระบวนการทางสังคมไม่ใช่เทคโนโลยีมากนัก แต่ใช้ “ใจ” เป็นสำคัญ มีการให้และรับอย่างสมดุล โดยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม สร้างและยกระดับความรู้เพื่อนำไปปรับใช้เรียนรู้ และยกระดับเป็นความรู้เด่นชัด รวบรวมจัดเก็บอย่างเป็นระบบ สามารถเข้าถึงเข้าใจได้ และนำไปปรับใช้ได้ ซึ่งเป็นวัฏจักรที่หมุนเวียนอย่างไม่สิ้นสุด ดังนั้นการทำ KM จะต้องทำทั้ง 2 มิติ และขับเคลื่อนให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กันทั้ง 2 มิติ ต้องสร้างสมดุลระหว่าง 2T และ 2P



ภาพที่ 2.2 แนวคิดการจัดการความรู้

สิ่งสำคัญที่นำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันคือนวัตกรรม (Innovation) การสร้างนวัตกรรมในองค์กรจำเป็นต้องมีการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ เพื่อให้คนในองค์กรสามารถนำความรู้ไปใช้และพัฒนาสิ่งใหม่เพื่อประสิทธิภาพในการผลิต และการบริการ ทุกองค์กรจึงต้องเรียนรู้ ที่จะทำงานอย่างฉลาดมากขึ้นบนพื้นฐานของทุนปัญญาและความรู้ (Intellectual & knowledge capital) สารสนเทศในองค์กรจะกลายเป็นสินทรัพย์ (Asset) ได้ก็ต่อเมื่อบุคคลในองค์กรสามารถนำความรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์

ความรู้ (Knowledge) เป็นผลที่ได้จากการเรียนรู้ เกิดจากความเข้าใจในสิ่งที่เรียนรู้เป็นความสามารถในการระลึกนึกออกในสิ่งที่ได้เรียนรู้มาแล้ว ความรู้ที่แต่ละบุคคลมีคือความรู้รอบตัวและความรู้ทางวิชาการในแต่ละสาขาวิชาชีพ ความรู้ที่องค์กรต้องการใช้ในการพัฒนาองค์กรให้ดียิ่งขึ้นคือความรู้ใหม่ การพัฒนาคนในองค์กรจึงจำเป็นต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการเรียนรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ ในการเรียนการสอนหากการเรียนรู้เน้นการสอนทักษะในบางวิชาชีพ มีอายุการใช้งาน การเรียนการสอนนอกจากต้องเน้นการให้ความรู้แล้ว ยังจำเป็นต้องเน้นให้ผู้เรียนรู้วิธีการแสวงหาความรู้ ด้วยตนเองอันเป็นเป้าหมายสำคัญของการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสวงหาความรู้โดยการอ่านและการคิด ดังคำกล่าวของขงจื้อที่ว่า “อ่านหนังสือโดยไม่คิดค้น การอ่านจะไม่ได้อะไร คิดโดยไม่อ่านหนังสือ การคิดก็เปล่าประโยชน์”

องค์ประกอบของการจัดการเรียนความรู้

ความสำเร็จของการจัดการความรู้เกิดจากการผสมผสานการทำงานของคน กระบวนการทางธุรกิจและเทคโนโลยี ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. **ด้านคน** กลยุทธ์หลักที่ธุรกิจใช้เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในทศวรรษนี้มุ่งที่ความสามารถของคนในองค์กร ที่จะสร้างนวัตกรรมและมีความคล่องตัวที่จะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามสถานการณ์ การพัฒนาคนในองค์กรจึงมีความสำคัญเป็นอันดับแรก การจัดการความรู้เป็นกลยุทธ์กระบวนการ และเทคโนโลยีที่ใช้ในองค์กร เพื่อแสวงหา สร้าง จัดการ แลกเปลี่ยน และทำให้ความรู้ที่ต้องการ ได้รับผลสำเร็จตามวิสัยทัศน์ที่องค์กรต้องการ เป็นการผสมผสานความรู้จากหลายศาสตร์ การจัดการความรู้เป็นกลยุทธ์การบริหารจัดการในยุคปัจจุบันที่องค์กรนำมาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพ เพื่อสนับสนุนและพัฒนาองค์กรในสถานะที่มีการแข่งขันสูง

2. **ด้านกระบวนการ** กระบวนการของการจัดการความรู้ ประกอบด้วยแนวทางและขั้นตอนของการจัดการความรู้โดยต้องระบุประเภทของสารสนเทศที่ต้องการ ทั้งจากแหล่งข้อมูลภายในและภายนอกเป็นการแยกแยะว่า ความรู้ชนิดใดที่ควรนำมาใช้ในองค์กร แล้วนำความรู้นั้นมากำหนดโครงสร้างรูปแบบและตรวจสอบ ความถูกต้อง ก่อนที่จะนำมาผลิตและเผยแพร่ โดยการบริหารกระบวนการนั้นจะต้องเข้าใจวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน ขององค์กรว่าต้องการให้บรรลุเป้าหมายอะไร

ขั้นตอนการจัดการความรู้

การจัดการความรู้ (Managing Knowledge) มี 3 ขั้นตอน ได้แก่

1. **การจัดหาความรู้จากแหล่งความรู้ต่าง ๆ (Knowledge acquisition)** การจัดหาความรู้เป็นขั้นตอนของการพัฒนาและการสร้างความรู้ใหม่ เช่น การวิจัยและพัฒนา มีการจัดหมวดหมู่ความรู้อย่างเป็นระบบ (Classifying knowledge) เช่น ห้องสมุดทำหน้าที่ในการจัดหมวดหมู่ความรู้โดยการแบ่งกลุ่มความรู้ออกเป็นหมวดหมู่ เพื่อความสะดวกในการจัดเก็บและการค้นหาเพื่อนำมาใช้

2. **การแบ่งปันความรู้ (Knowledge sharing)** เป็นการใช้ความรู้ร่วมกันในองค์กรมี 4 ระดับ ได้แก่ Know what (เป็นความรู้เชิงข้อเท็จจริง) Know how (เป็นความรู้ที่เชื่อมโยงกับโลกของความเป็นจริง) Know why (เป็นความรู้เชิงเหตุผลระหว่างเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ผลของประสบการณ์แก้ปัญหานำมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้อื่น) Care why (เป็นความรู้ในเชิงความคิดสร้างสรรค์ริเริ่ม ที่ต้องการแก้ปัญหาและทำให้ดีขึ้น) การแบ่งปันความรู้เป็นการสร้างวัฒนธรรมใหม่ในองค์กร

3. **การใช้หรือเผยแพร่ความรู้ (Knowledge utilization)** การเผยแพร่สารสนเทศให้คนในองค์กร สามารถเข้าถึงความรู้ในองค์กรได้เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจและการดำเนินงานที่ไม่ผิดพลาดซ้ำซ้อน โดยมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของความรู้ในองค์กรให้เป็นความรู้ที่เกิดประโยชน์ต่อบุคคลนั้น ในเวลาและรูปแบบที่บุคคลนั้น ต้องการ เรียกว่าระบบบริหารความรู้

จากทั้ง 3 เรื่องดังกล่าวสามารถนำแนวคิดของการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กร ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อให้เกิดจากการมีผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือมีการบริการที่ดีเยี่ยม มีการดำเนินงานที่ลดขั้นตอนและมีประสิทธิภาพและที่สำคัญมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าที่จงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งก็คือส่วนหนึ่งของการนำระบบคุณภาพมาใช้ในองค์กรคือการยอมรับให้มีการทบทวนและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ กระบวนการและบริการอย่างต่อเนื่องทุกปี องค์กรที่ทันสมัยและผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ จึงให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพเป็นอันดับแรกในการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร การมีคุณภาพคือการมีมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับและสามารถแสดงให้เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม มาตรฐานเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำของการยอมรับในคุณภาพตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ประโยชน์ที่ได้รับจากการนำความรู้ในองค์กรมาใช้มากที่สุด คือ การตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและการสร้างความรู้ใหม่หรือนวัตกรรม การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในองค์กรมาจากหลายองค์ประกอบ เช่น ความรู้ความสามารถของบุคลากรและทีมงานที่ทำให้การทำงานบรรลุเป้าหมาย กระบวนการทำงานที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม และวัฒนธรรมองค์กรในการสร้างความไว้วางใจในการแบ่งปันความรู้

แนวคิดธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน หมายถึง "การสร้างงาน สร้างอาชีพและเพิ่มรายได้ การส่งเสริมให้กลุ่ม องค์กร ประชาชนและเอกชนในชุมชนดำเนินกิจกรรมด้านอาชีพ ฝึกทักษะด้านอาชีพ และหมายรวมถึงการให้ความรู้ทางด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด การผลิต ทุน และการจัดการขั้นต้น โดยที่ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมกันดำเนินการและมีขอบเขตของวัตถุประสงค์ที่กว้างกว่าการเพิ่มรายได้ (ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ, 2540, 96-98) เพื่อสร้างพื้นฐานและสมรรถนะขององค์กรชุมชนเพื่อพัฒนาอาชีพ โดยร่วมกันเป็นเจ้าของและร่วมดำเนินการ เน้นการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ เพื่อให้ทักษะในเชิงธุรกิจจากการรวมตัวด้วยความสมัครใจของประชาชนจำนวนหนึ่ง เกิดเป็นองค์กรที่ทำธุรกิจชุมชน (กรมการพัฒนาชุมชน, กระทรวงมหาดไทย) แสดงถึงความพยายามของชาวบ้านในอันที่จะเพิ่มศักยภาพทางการผลิตและทางการตลาด (เศรษฐสยาม, 2540, 51) โดยมีวัตถุประสงค์และอุดมคติร่วมกันและดำเนินการโดยชุมชน ทั้งนี้จะมีการจดทะเบียนหรือไม่ก็ตาม (ดิเรก สารวดี, 2540, 15) ตลอดจนร่วมรับผลประโยชน์จากการดำเนินงานนั้น

ความสำคัญของธุรกิจชุมชน

สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ (2545, ข: 14) กล่าวถึงความสำคัญของธุรกิจชุมชน ดังนี้

1. เปิดโอกาสให้มีการประกอบการ ธุรกิจชุมชนเป็นช่องทางและโอกาสสำหรับผู้ที่มีความต้องการในการประกอบธุรกิจด้วยตัวเองร่วมกับสมาชิกคนอื่น ถึงแม้จะมีฐานะเป็นลูกจ้าง ก็มีส่วนในการเป็นเจ้าของประกอบการด้วยเช่นกัน สมาชิกในชุมชนที่มีความสามารถ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถหาประสบการณ์ และพิสูจน์ความสามารถโดยเข้าร่วมประกอบธุรกิจชุมชนซึ่งใช้เงินทุนน้อย เน้นการสร้างงานในท้องถิ่นเป็นสำคัญ และถ้ามีประสบการณ์เพิ่มมากขึ้นในอนาคตธุรกิจชุมชนขนาดเล็กก็สามารถจะพัฒนาไปสู่การประกอบการธุรกิจชุมชนที่มีขนาดใหญ่ต่อไปได้

2. ก่อให้เกิดการว่าจ้างงาน การพัฒนาธุรกิจชุมชนก่อให้เกิดการว่าจ้างงานในท้องถิ่นมีการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่องพร้อมกันไปด้วย แทนการที่ถูกว่าจ้างให้เป็นแรงงานไร้ฝีมือ ทั้งนี้เพราะทุกคนมีส่วนเป็นเจ้าของกิจการ จึงสามารถใช้กิจการที่มีเป็นเครื่องมือในการพัฒนาฝีมือแรงงานของตนเองตามต้องการ ยกเว้นแต่จะมีความพึงพอใจที่จะทำงานในเฉพาะส่วนที่ตนมีความชำนาญเท่านั้น

3. ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่บางประเภทจำเป็นต้องอาศัยวัตถุดิบ หรือชิ้นส่วนประกอบจากหลายๆ แหล่ง เพื่อนำมาผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมประเภทนั้น ธุรกิจชุมชนจึงเป็นแหล่งที่ช่วยในการผลิตชิ้นส่วนประกอบเหล่านี้ และนำเสนอให้กับธุรกิจขนาดใหญ่อีกทีหนึ่ง เพื่อผลิตเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานต่อไป โดยในระยะแรกธุรกิจชุมชน ได้รับประโยชน์จากการฝึกอบรม และทักษะที่จำเป็นสำหรับการผลิต ส่วนธุรกิจขนาดใหญ่ที่มาว่าจ้างให้รับช่วงผลิตต่อก็คือลดต้นทุน

4. สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ธุรกิจชุมชนมีจำนวนมากขึ้นเท่าไร จะก่อให้เกิดการกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจไปสู่กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มคนเพิ่มมากยิ่งขึ้นเท่านั้น เกิดการกระจายรายได้สู่ชนกลุ่มอื่นอย่างทั่วถึง ธุรกิจชุมชนยังช่วยลดปัญหาของสังคม อัตราการว่างงานลดลง เพราะมีการว่าจ้างงานในธุรกิจชุมชน ปัญหาคนไม่มีงานทำน้อยลง เนื่องจากประชาชนมีรายได้ ซึ่งส่งผลทำให้ปัญหาอาชญากรรมลดลงด้วย ความมั่นคงของประเทศจะมีเพิ่มมากขึ้นประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีสบาย มีรายได้ดี และมีงานทำ

5. ลดปัญหาสังคมที่เป็นภัยคุกคามประเทศชาติ กล่าวคือ ถ้าหากธุรกิจชุมชนบรรลุเป้าหมาย สมาชิกในชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ชุมชนมีความเข้มแข็ง ปัญหาสังคมต่างๆ ที่มีอยู่ในขณะนี้ไม่ว่าปัญหายาเสพติดในหมู่เยาวชน ปัญหาโรคเอดส์ ปัญหาโสเภณีเด็ก ปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันสมควร ปัญหาความรุนแรงในครอบครัว ปัญหาสังคมอันเกิดจากครอบครัวแตกแยก หรือล่มสลาย จะได้รับการบรรเทาพร้อมกันไปด้วย ช่วยให้เกิดเป็นสังคมที่มีความร่มเย็นเป็นสุขต่อไป

หน้าที่ของธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนจะสามารถดำรงอยู่ได้ก็ด้วยการจำหน่ายสินค้า และบริการออกสู่ตลาดผู้บริโภค ดังนั้นผู้บริโภคจึงเป็นกลุ่มสัมพันธ์กลุ่มแรกที่มีผลต่อความอยู่รอด และสะสมทุนภายในท้องถิ่น ธุรกิจชุมชนจะประสบความสำเร็จได้ต้องรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ในขณะที่สมาชิกส่วนหนึ่งก็เป็นสมาชิกของชุมชน และมีหน้าที่ที่จะต้องช่วยเหลือและสนับสนุนธุรกิจชุมชนที่มุ่งจัดหาสวัสดิการให้แก่สมาชิกทุกคนในชุมชนด้วยเช่นกัน (กระทรวงศึกษาธิการ, สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ, สำนักงานมาตรฐานการศึกษา 2545, ข:13-14) ธุรกิจชุมชนมีหน้าที่รับผิดชอบต่อผู้บริโภค ดังนี้

1. ผลิตสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง
2. จำหน่ายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเท่านั้น
3. จำหน่ายสินค้าและบริการที่มีมาตรฐานความปลอดภัยเพียงพอ และพร้อมจะรับผิดชอบต่อความเสียหายอันเกิดจากความบกพร่องของสินค้าหรือบริการนั้น
4. ให้ข้อมูลทั้งจุดเด่นและข้อจำกัดของสินค้า รวมถึงการให้บริการอย่างครบถ้วนชัดเจน และตรงไปตรงมา
5. จำหน่ายสินค้าและบริการในราคาที่เหมาะสม สมเหตุสมผลกับคุณภาพและโอกาส
6. ดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรม ไม่หลอกล่อ อำพราง ฉ้อโกงผู้บริโภค
7. ให้ผู้บริโภคมีอิสระในการตัดสินใจซื้อ ไม่รู้กร้าว หรือรวบรัด ให้ธุรกิจได้ประโยชน์แต่เพียงฝ่ายเดียว แต่ควรดำเนินการให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์ด้วย
8. รับผิดชอบต่อสินค้าที่บกพร่องโดยทันที
9. ในการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการ ผู้จำหน่ายหรือผู้ให้บริการจะต้องไม่ละลาบละล้วงหรือยุ่งเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของผู้บริโภค

ลักษณะของธุรกิจชุมชน

จากที่กล่าวมาธุรกิจชุมชน คือ การรวมตัวของคนในชุมชนเพื่อดำเนินธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน โดยมีกลุ่มหรือองค์กรชุมชน เป็นเจ้าของและร่วมดำเนินกิจการตลอดจนร่วมผลประโยชน์จากการดำเนินงาน โดยมีลักษณะเด่นของธุรกิจ คือ เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหาร ผู้บริหารหรือตัวแทนกลุ่มสามารถตัดสินใจในธุรกิจได้ทันทีและรวดเร็ว (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ กระทรวงศึกษาธิการ, 2545, ข-13) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การบริหารงานที่ไม่ซับซ้อน สามารถตัดสินใจปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และตลาด ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากสมาชิกของกลุ่มได้อย่างรวดเร็ว
2. ธุรกิจชุมชนจะมีรายได้จากยอดขายไม่มากนัก ธุรกิจชุมชนจะทำการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ หรือผลิตสินค้าในปริมาณที่สามารถคุ้มทุน และได้กำไร เพื่อแบ่งให้แก่สมาชิกตามปกติ โดยคำนึงถึงขนาดของตลาดที่มีอยู่เป็นสำคัญ จึงทำให้รายได้จากยอดขายไม่มากนัก แต่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินกิจการอยู่ได้อย่างราบรื่น และมีผลในการสร้างงานให้แก่สมาชิกเพื่อช่วยเสริมการดำรงชีพให้อยู่ได้ในบรรดาสมาชิก
3. ต้นทุนในการดำเนินกิจการต่ำในระยะเริ่มต้น โดยเน้นให้คนมีงานทำในสภาพการทำงานที่เป็นมิตร และมีความสุข จึงไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าจ้างมาก ในขณะเดียวกันต้นทุนในการจัดหาอุปกรณ์และเครื่องใช้เป็นไปตามความจำเป็นในการประกอบธุรกิจ ซึ่งเน้นการประหยัดไม่ฟุ่มเฟือย
4. การติดต่อและการให้บริการลูกค้าจะเป็นไปอย่างใกล้ชิดส่วนใหญ่ดำเนินการโดยสมาชิกในชุมชน ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นไปในลักษณะเป็นกันเอง ทั้งนี้การเป็นเพื่อนบ้านช่วยให้ทราบความต้องการของลูกค้าโดยตรง สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้ทันที
5. การเริ่มต้นธุรกิจทำได้ง่าย โดยคณะบุคคลที่ไม่ใช่เครือญาติ มีวัตถุประสงค์ที่จะทำธุรกิจร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มและชุมชน การที่มีบุคคลจำนวนหนึ่งสนใจทำธุรกิจร่วมกัน มีผลทำให้ปัญหาเงินทุนไม่เป็นอุปสรรคเพราะใช้เงินลงทุนไม่มาก ทุกคนเป็นสมาชิก ไม่มีเจ้าของผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว แต่อาจจะมีตัวแทนของกลุ่มที่ได้รับเลือกทำหน้าที่บริหารจัดการ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิก โดยประเภทของธุรกิจชุมชนสามารถแบ่งออกได้เป็น ธุรกิจการผลิต ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจค้าส่ง และธุรกิจบริการ

นอกจากนี้ธุรกิจชุมชนมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ กล่าวคือ เปิดโอกาสให้มีการประกอบการ ก่อให้เกิดการว่าจ้างงาน ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน การสร้างจิตสำนึกการจัดการธุรกิจชุมชน ทำได้โดยร่วมทำให้สังคมของท้องถิ่นมีการพัฒนาที่ยั่งยืนด้วยการเพิ่มขีดความสามารถให้คนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งขีดความสามารถทางปัญญา ไม่

ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม และช่วยให้สังคมมีความสงบสุขรักใคร่กลมเกลียวช่วยเหลือเกื้อกูลกันอันเป็นการเพิ่มทุนทางสังคม

ปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน

ปัจจัยที่สำคัญ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจชุมชน อาจแบ่งออกได้ออกเป็นหลายปัจจัย ได้แก่

1. การให้ความสำคัญกับ "การร่วมลงทุน (Partnership)" โดยในการประกอบธุรกิจชุมชนต้องให้ชาวบ้านร่วมในการดำเนินกิจกรรมในธุรกิจ ตลอดจนการร่วมกับธุรกิจเอกชน โดยมีภาครัฐเป็นผู้สนับสนุน ในลักษณะของการจัดเวที ปัจจัยด้านระบบภาษี การคลังท้องถิ่น การนำรายได้กลับสู่ท้องถิ่น เพื่อให้ท้องถิ่นแข็งแรง รวมทั้งการสร้างระบบจูงใจให้ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมที่กระจายไปสู่ภูมิภาคมีความสัมพันธ์กับธุรกิจชุมชน ทั้งนี้จะต้องมีการศึกษาถึงอุตสาหกรรมต่าง ๆ เมื่อไปลงทุนและตั้งในชุมชนแล้ว อุตสาหกรรมนั้นจะสามารถพัฒนาชุมชน โดยเสริมสร้างความเข้มแข็งของการประกอบธุรกิจของชุมชนให้เจริญควบคู่กันไป โดยมีมาตรการจูงใจและเกื้อกูลให้ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจชุมชน

2. การบริหารจัดการ การประกอบธุรกิจต่าง ๆ โดยทั่วไปจะต้องใช้ปัจจัยพื้นฐานอย่างน้อย 4 ประการ คือ คน เงิน วัตถุดิบ และการจัดการ ทั้งนี้ในการประกอบธุรกิจชุมชนก็มีลักษณะเช่นเดียวกัน ซึ่งจะต้องประกอบด้วยปัจจัยอย่างน้อย 6 อย่าง ได้แก่ การตลาด การจัดการ ทุน ข้อมูล แรงงาน และวัตถุดิบ ซึ่งจะพบว่าชุมชน หรือกลุ่มชาวบ้านในชนบท ส่วนใหญ่ไม่มีปัจจัยพื้นฐานที่กล่าวมามากนัก นอกจากปัจจัยแรงงาน หากแต่มีอยู่บ้างก็อยู่ในลักษณะที่ไม่สมบูรณ์ ดังนั้นจึงต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชน หรือกลุ่มองค์กรชาวบ้านสามารถประกอบธุรกิจชุมชนได้ โดยเสริมช่วยเรื่องการตลาด การจัดการ และทุน โดยการเริ่มต้นให้ชุมชนลงมือดำเนินการเป็นเจ้าของเองตั้งแต่ขั้นตอน การคิด การทำ การบริหารจัดการ และการแบ่งปันผลประโยชน์ ซึ่งจะนำไปสู่การศึกษาการเรียนรู้ระบบตามธรรมชาติต่อไป

แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนแม้ว่าจะเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่ในงานพัฒนา แต่กำลังได้รับความสนใจจากหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ด้วยตระหนักดีว่าภายใต้สภาวะการณ์เศรษฐกิจสังคมในปัจจุบัน การส่งเสริมให้ชุมชนทำธุรกิจที่สอดคล้องกับเงื่อนไขของตนเอง เป็นแนวทางการพัฒนาที่จำเป็นและสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 และฉบับที่ 9 ได้มีการระบุแนวทางการทำงานพัฒนาว่าเป็นแบบบูรณาการ กล่าวคือ การพยายามประสานการพัฒนาทุกด้านเข้าด้วยกัน โดยมีเป้าหมายสำคัญคือการพัฒนาคนหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา เพื่อให้นโยบายดังกล่าวบังเกิดผลเป็นรูปธรรม จึงจำเป็นต้องมีโครงการปฏิบัติรองรับการพัฒนาด้าน

เศรษฐกิจ เป็นแนวทางหนึ่งที่มีเป้าหมายที่จะพัฒนาคน และคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น หมายถึงการพัฒนา และเสริมสร้างความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัวและชุมชน เน้นให้ชุมชนเข้ามามีบทบาท และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน พร้อมกับการพัฒนาด้านสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเมืองการปกครอง โดยกล่าวได้ว่า “ธุรกิจชุมชน” คือ กุญแจสำคัญอีกอันหนึ่ง ที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน แต่การที่จะบรรลุเป้าหมายได้นั้นต้องอาศัยการผนึกกำลังของทุกฝ่ายทุกระดับ ทั้งภาครัฐ องค์กรเอกชน ภาคธุรกิจ นักวิชาการ องค์กรประชาชน และสื่อมวลชน เป็นต้น โดยสนับสนุนให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคี ดังกล่าว ให้เกิดการร่วมมือ ร่วมปฏิบัติงานด้วยกัน ตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมเรียนรู้ และร่วมกันทำงานภายใต้ความรัก ความเมตตา ความเอื้ออาทร ไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อกัน

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) เป็นนโยบายเร่งด่วนด้านหนึ่งเกิดขึ้นอย่างจริงจัง ในรัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี เพื่อแก้ปัญหาความยากจนของประชาชน โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และสามารถแข่งขันกับสินค้าในตลาดใหญ่ได้มากขึ้น หากจะกล่าวไปแล้ว โครงการศิลปาชีพซึ่งสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถเมื่อ พ.ศ. 2513 ในกิจกรรมโครงการทอผ้าไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและได้พัฒนาเป็นมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพพิเศษ น่าจะเป็นจุดแรกเริ่มแนวคิดนี้ แต่โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่รัฐบาลไทยเคยเกิดขึ้นในระยะหนึ่ง แต่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐเท่าที่ควร ไม่มีการจัดรูปแบบอย่างเป็นระบบ ไม่ได้รับความร่วมมือจากประชาชนจึงไม่ประสบความสำเร็จ ขณะที่ประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นแม่แบบโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี โครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Village One Product) โดยการริเริ่มของผู้ว่าราชการจังหวัด นายโมริฮิโกะ ฮิรามัทสึ (Mr.Morihiro Hiramatsu) จังหวัดโออิตะ (Oita) เมื่อ พ.ศ.2522 ท่านพบว่าท้องถิ่นกำลังขาดแคลนประชากรวัยหนุ่มสาว และปัญหาสาธารณสุขไม่เพียงพอและไม่ได้รับการช่วยเหลือจากรัฐบาลกลาง เพื่อป้องกันหนุ่มสาวละทิ้งถิ่นฐานไปทำงานที่อื่น จึงเกิดโครงการดังกล่าว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้คนรักถิ่น จัดทำแผนชักจูงอุตสาหกรรมที่ใช้ความรู้และเทคโนโลยีระดับสูงเข้ามาช่วยปรับปรุง เปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด หมู่บ้านแต่ละแห่งผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่ภาคภูมิใจ และเหมาะสมกับสภาวะภูมิประเทศ ภูมิอากาศของท้องถิ่นอย่างน้อย 1 ผลิตภัณฑ์ ไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้า อาจนำวัฒนธรรม ท้องถิ่น เช่น การละเล่นพื้นบ้าน ประเพณีวันสำคัญ มาประยุกต์เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม รวมทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีอยู่ มีการตั้งเป้าหมายให้กิจกรรมต้องพัฒนาจนเป็นที่ยอมรับในระดับชาติและระดับนานาชาติ โดยข้าราชการท้องถิ่นต้องร่วมมืออำนวยความสะดวก ประสานงาน ประชาสัมพันธ์ ช่วยเหลือข้อมูลให้ความรู้ และทำการศึกษาวิจัยเพื่อสนับสนุนการประกอบการของ

ประชาชนในท้องถิ่น ใช้งบประมาณภาษีที่ส่วนกลางแบ่งกลับคืนมา หมู่บ้านใดมีศักยภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์มากกว่า 1 ผลิตภัณฑ์ก็สามารถทำได้ โครงการนี้ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาคน เพราะถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อผลสำเร็จของโครงการ มีการจัดตั้งโรงเรียนฝึกอบรมให้คนสามารถพัฒนาตนเอง นำความเจริญมาสู่ท้องถิ่นและใช้ชีวิตผูกพันกับท้องถิ่น เน้นภาคปฏิบัติ นักศึกษามีโอกาสร่วมจัดการชุมชนเพื่อแก้ปัญหาท้องถิ่นมากขึ้น ความสำเร็จของโครงการมาจากระบบการจัดการที่ดี ความสามารถของรัฐในการระดมพลังทุกคนในท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการผลิตผลิตภัณฑ์ หรือพัฒนาท้องถิ่นให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวผนวกกับการทำงานอย่างจริงจัง ต่อเนื่องของผู้คนในท้องถิ่น นำมาซึ่งรายได้และความภาคภูมิใจในผลงานและแผ่นดินเกิด อันเป็นแรงจูงใจให้มุ่งมั่นทำงานต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด

สำหรับประเทศไทย มีผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่มีศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าหลายชนิดมีหน่วยงานหลายหน่วยเข้ามาช่วยส่งเสริมพัฒนา ในระยะเวลา 2 ปี นโยบายนี้ได้สร้างมูลค่าผลผลิตให้กับประชาชนร่วม 20,000 บาทต่อปีและมีแนวโน้มสูงขึ้น เมื่อชนบทเป็นแหล่งที่สามารถประกอบอาชีพได้เป็นอย่างดี คนหนุ่มสาวก็จะไม่ทิ้งถิ่นไปทำมาหากินที่อื่น ทำให้คนในครอบครัวอยู่รวมกันอย่างอบอุ่น ขณะเดียวกันเป็นกำลังในการพัฒนาชุมชนของตนเอง นโยบายนี้จึงได้รับการถ่ายทอดให้ขยายผลต่อไป (บุญนาถ ตีวกุล, 2546, 55-59) เช่น การจัดตั้งศูนย์ออกแบบวิเคราะห์ เทคโนโลยีการผลิต ช่องทางการตลาดทั้งในและนอกประเทศ สร้างที่แสดงสินค้าไทยในเมืองใหญ่ๆ เป็นต้น

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

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความเข้มแข็งชุมชน

ปัจจัยที่ก่อเกิดความเข้มแข็งของชุมชน สามารถแบ่งปัจจัยออกเป็นปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การดำเนินกิจกรรมผ่านองค์กรและองค์กรเครือข่าย และองค์กรมีการดำเนินกิจกรรมหรือธุรกิจแบบครบวงจร (เทียบ เหล่าสุวรรณ (2541, 9-10) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมนับเป็นหัวใจสำคัญขององค์กรชุมชนและเป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่ง ที่นำไปสู่ความสำเร็จของกลุ่มองค์กร เพื่อช่วยเหลือตนเองของชาวบ้าน เพราะการมีส่วนร่วมจะเป็นหลักประกันได้ว่า ความต้องการที่แท้จริงของคนจะได้รับการตอบสนองและที่สำคัญ สามารถมั่นใจได้ว่า ผู้เข้าร่วมทุกคนจะได้รับผลประโยชน์จากกลุ่มอย่างยุติธรรมและเสมอภาคกัน การมีส่วนร่วม หมายถึง การเข้าร่วมในกิจกรรมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วม

วางแผน ร่วมปฏิบัติการ และร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น ซึ่งในกระบวนการดังกล่าวจะก่อให้เกิดการเรียนรู้ในการแก้ปัญหาร่วมกัน

2. มีการดำเนินเป็นกิจกรรมผ่านองค์กรและองค์กรเครือข่าย คำว่า กิจกรรม หมายถึง กิจกรรมที่เป็นธุรกิจและกิจกรรมที่ไม่ใช่ธุรกิจ ในกรณีองค์กรชุมชนที่ดำเนินธุรกิจผ่านองค์กรและองค์กรเครือข่าย แทนการดำเนินธุรกิจเป็นรายบุคคล ย่อมเป็นหลักประกันการพึ่งตนเองได้ประการหนึ่ง เพราะองค์กร คือ ที่มาของอำนาจ เช่น อำนาจทางความรู้ ซึ่งเกิดจากการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ร่วมกันในทุกๆ ด้าน อำนาจทางเศรษฐกิจและการเงิน เกิดจากการที่องค์กรสนับสนุนให้มีการระดมทุนภายใน ให้มีการรวมกันซื้อรวมกันขาย ย่อมมีอำนาจต่อรองกับภายนอกมากขึ้น เมื่อองค์กรได้มีการร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ ในรูปเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายผู้นำ เครือข่ายกิจกรรมหรือเครือข่ายการเรียนรู้ ก็จะทำให้องค์กรมีอำนาจต่อรองเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การพึ่งตนเองได้ในที่สุด

3. องค์กรมีการดำเนินกิจกรรมหรือธุรกิจแบบครบวงจร องค์กรชุมชนหลายองค์กรที่ประกอบธุรกิจไม่สามารถพึ่งตนเองได้ เพราะดำเนินธุรกิจไม่ครบวงจร เช่น ขาดแคลนเงินทุนต้องอาศัยเงินทุนภายนอก นอกจากจะมีความยุ่งยากในการกู้ยืม ยังมีดอกเบี้ยสูง การผลิตก็เช่นเดียวกัน แต่ไม่มีตลาดจำหน่าย ผลผลิตบางอย่างต้องนำมาจากแหล่งอื่นที่ห่างไกลทำให้เสียหาย หรือผลิตผลได้แต่ไม่มีวัสดุอุปกรณ์ในการแปรรูป จะเห็นได้ว่า การประกอบกิจกรรมหรือธุรกิจไม่ครบวงจรไม่สามารถพึ่งตนเองได้

การสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี กล่าวถึงสาระสำคัญของแนวคิดที่สามารถช่วยสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน (เฉลิม บวรวิภาณี, 2545, 74-78) ดังนี้

1. ประเด็นที่ว่าเป็นที่ตัว “คน” จะก่อให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน เพราะเมื่อคนมีความเจริญทางปัญญาจะสามารถสร้างความเจริญได้เอง นับได้ว่าเป็นความเข้มแข็งของทั้งคนและของท้องถิ่น จึงต้องมีการพัฒนาคนในท้องถิ่นให้เข้มแข็ง

2. หลักการพัฒนา 10 ประการ คือ

2.1 หลักช่วยเหลือตนเอง พึ่งตนเอง เป็นการพัฒนา “คน” เพื่อให้ใช้ศักยภาพที่มีอยู่ในตัวคนมากที่สุด จนก่อให้เกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนในตนเอง ดังนั้นคนที่ช่วยตนเองและพึ่งตนเองได้ จะทำให้ท้องถิ่นมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

2.2 หลักการเริ่มจากสภาพที่เป็นอยู่ เป็นการพัฒนาจากสิ่งที่มีอยู่แล้ว จึงใส่ปัจจัยนำเข้าไป เพื่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป ทำให้ชาวบ้านสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ จนเกิดการพัฒนาคนและท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2.3 การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเพราะเป็นสิ่งใกล้ตัว การใช้ทรัพยากรจากบริเวณที่ใกล้ ทำให้ชาวบ้านเกิดการพึ่งตนเองมากที่สุดแล้วสามารถที่จะวางแผนการใช้ทรัพยากรที่พอดีทำให้ผลผลิตที่

เกิดขึ้นไม่มากหรือน้อยไป การอาศัยทรัพยากรที่ใกล้ตัว เป็นการใช้จ่ายเงินมากและอาจเกินความจำเป็นของท้องถิ่น

2.4 การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องอาศัยความร่วมมือจากชาวบ้านในท้องถิ่น เพื่อให้ชาวบ้านเกิดการเรียนรู้ร่วมกันจนเกิดปัญญา สามารถที่จะพัฒนาท้องถิ่นของตนเองให้ยั่งยืนได้

2.5 วัฒนธรรมและผู้นำท้องถิ่น การพัฒนาท้องถิ่นให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน จะต้องดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมของไทยที่ดีงาม และผู้นำท้องถิ่นจะต้องเป็นต้นแบบของการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยให้ดำรงอยู่สืบไป เป็นการแก้ปัญหาท้องถิ่นล่มสลาย ทำให้เข้มแข็งและยั่งยืน

2.6 ความมีประสิทธิภาพในการพัฒนาให้ได้ผล ต้องจัดทำในรูปของหนึ่งโครงการมีลักษณะเป็นหนึ่งหน่วยระบบ มีผลผลิตที่คาดหวัง มีปัจจัยนำเข้า และมีกระบวนการทำงานที่จัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระบบ เมื่อโครงการดำเนินไปแล้ว สามารถประเมินผลและประสิทธิภาพได้

2.7 การประสานงาน เป็นหน่วยงานของราชการและเอกชน จะต้องมีการประสานงานความร่วมมือในการทำงาน ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของกระบวนการพัฒนา ถ้าทุกหน่วยงานของราชการและเอกชน สามารถประสานงานให้ความร่วมมือกันได้ดี จะก่อให้เกิดการพัฒนาที่เข้มแข็งอย่างยั่งยืน

2.8 การทำงานเชิงรุก เป็นการแก้ปัญหาหรือพัฒนาหมู่บ้านอย่างตรงประเด็น ในการทำงานเชิงรุกนั้น ชาวบ้านในท้องถิ่นจะเข้าร่วมทำให้เกิดการพัฒนาการเรียนรู้ในการทำงานระหว่างชาวบ้านและเจ้าหน้าที่ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาคนในท้องถิ่นและพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2.9 ความมีคุณธรรมและศิลปะ การพัฒนาคนหากมุ่งแต่ความรู้ ความสามารถทางด้านเศรษฐกิจอย่างเดียว จะทำให้ความเป็นไทยขาดหายไปจากท้องถิ่น สิ่งสำคัญคือคุณธรรมและศิลปะที่แสดงความเป็นท้องถิ่นไทย ดังนั้นการพัฒนาคนจะต้องทำควบคู่กับคุณธรรมและศิลปะ

2.10 การเชื่อมประสานด้านเวลา เป็นการพัฒนาโดยเชื่อมสภาพของท้องถิ่นในปัจจุบันของไทยเข้ากับเทคโนโลยีที่ทันสมัย ที่เหมาะสมกับการพัฒนาท้องถิ่น เทคโนโลยีที่นำเข้ามาจะต้องไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสภาพความเป็นท้องถิ่นไทย เทคโนโลยีที่ดีจะต้องเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยให้เกิดการพัฒนาคนแล้วช่วยส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

3. วิธีการพัฒนา เป็นการลงมือปฏิบัติไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาที่เขาสู่ตัว “คน” เป็นสำคัญ กระบวนการที่นำมาใช้ในการพัฒนาคนได้แก่ วิธีการให้การศึกษาผสม วิธีการทำงานกับกลุ่มคน วิธีการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (PAR) กล่าวคือ นักพัฒนาและผู้ถูกพัฒนาจะต้องร่วมกัน ตั้งแต่วางแผนและปฏิบัติงานกันอย่างใกล้ชิด เพื่อให้กระบวนการทำงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด และวิธีการทำงานกับหน่วยงานเป็นการส่งเสริมให้หน่วยงานเข้ามาช่วยท้องถิ่นในส่วนขาด เพื่อให้ท้องถิ่นเกิดความเข้มแข็ง

แนวคิดทางการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการ เป็นงานสำคัญที่ผู้บริหารทุกคนต้องทำให้ได้ตามเป้าหมายอย่างชาญฉลาด เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันกันทางธุรกิจมากขึ้น ทำให้ธุรกิจต้องดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและมีทิศทางที่ชัดเจน การจัดการ จึงเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาและสร้างความก้าวหน้าแก่ธุรกิจ โดยที่ประสิทธิภาพ หมายถึง การทำงานให้ได้ผลลัพธ์ (Outputs) โดยการใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยนำเข้า (Input) ให้คุ้มค่าที่สุด ซึ่งจะให้ความสำคัญกับวิธีการหรือกระบวนการในการทำงาน โดยเฉพาะความสำคัญระหว่างผลลัพธ์และปัจจัยนำเข้า ที่ได้จากการแปรรูปที่ได้ส่วนสูงที่สุด ขณะที่ประสิทธิผล หมายถึง การทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งจะให้ความสนใจกับการทำงานให้สำเร็จเพียงอย่างเดียว โดยไม่คำนึงถึงความคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากร คำว่า “การจัดการ” ซึ่งแปลมาจากภาษาอังกฤษว่า "Management" หมายถึง การใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีคำที่เรามักได้ยินอีกคำหนึ่งคือ "การบริหาร" ซึ่งแปลมาจากภาษาอังกฤษว่า "Administration" หมายถึง การกำหนดแนวทางหรือนโยบาย การสั่งงาน การอำนวยความสะดวก การสนับสนุน และการตรวจสอบให้ปฏิบัติสามารถดำเนินงานให้ได้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งมักจะสงสัยว่าทั้งสองคำจะมีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ในทางปฏิบัติเราสามารถนำทั้งสองคำมาใช้ทดแทนในหลายด้าน เช่น การบริหาร หรือการจัดการธุรกิจ (Business Administration หรือ Management) เป็นต้น แต่ทั้งสองคำก็มีความแตกต่างในการใช้งานในระดับกว้าง โดยเฉพาะการดำเนินงานของราชการ หรือสาธารณะ ตลอดจนการบริการงานส่วนกลางและธุรกิจ ขณะที่การจัดการ จะให้ความสนใจกับการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย และใช้งานในระดับทั่วไปขององค์กร เช่น การจัดการผลิต การจัดการตลาด และการจัดการทางการเงิน เป็นต้น นักวิชาการหลายคนกล่าวว่า การจัดการ (Management) และการบริหาร (Administration) 2 คำนี้ใช้แทนกันได้ แต่สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้คำว่า “การบริหารจัดการ” ลักษณะสำคัญของการบริหารจัดการ เป็นทั้งศิลป์และศาสตร์ ที่ว่าการจัดการมีลักษณะเป็นศิลป์ (Management is an Art) หมายความว่า การที่จะประสบความสำเร็จนั้นต้องนำความรู้ที่ผู้เชี่ยวชาญ หรือนักวิชาการศึกษาไว้ไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการบริหารจัดการต้องใช้เทคนิค และนำความสามารถพิเศษของสมาชิกในองค์กรมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่องค์กร ดังนั้น ผู้จัดการจึงเป็นผู้นำความรู้ จากศาสตร์ของการบริหารจัดการมาใช้ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และทรัพยากรวัตถุ เพื่อให้เอื้อต่อองค์กรมากที่สุด การจัดการในลักษณะเป็นศาสตร์ (Management is a Science) เพราะมีองค์ความรู้ (Body of Knowledge) มีลักษณะเป็นระบบและหลักการ มีความก้าวหน้า คิดค้นพัฒนาไปเรื่อยๆ ผู้บริหารที่ฉลาด เก่ง และได้รับความสำเร็จต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการทำงาน

ความหมายของการบริหารจัดการ

นักวิชาการและนักทฤษฎีการจัดการจำนวนมากต่างก็ได้พยายามนิยามความหมายของคำว่า การจัดการไว้ ซึ่งมีทั้งคล้ายคลึงกัน และที่แตกต่างกันไปบ้างในบางประเด็น ได้แก่ 1) การจัดการ เป็นกระบวนการใช้ทรัพยากรขององค์การเพื่อบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดด้วยการทำหน้าที่ ด้านการวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม 2) การจัดการ เป็นกระบวนการกำหนด วัตถุประสงค์และประสานความพยายามของบุคลากรเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์นั้น 3) การจัดการ เป็นกระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลดำเนินการเพื่อประสานกิจกรรมของบุคคลอื่นให้บรรลุผลสำเร็จใน สิ่งที่บุคคลคนเดียวไม่สามารถกระทำได้โดยลำพัง

เดลล์ (อ้างถึงใน กรรณก ทิพรส, 2543, 32) ได้ให้ความหมายว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการจัดองค์การและการใช้ทรัพยากรต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นไว้ล่วงหน้า

ดัมบริน และ เอเรอแลน์ (อ้างถึงใน กรรณก ทิพรส, 2543, 32) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยอาศัยทรัพยากรต่างๆ ผ่านหน้าที่ทางการ บริหารต่างๆ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การนำและการควบคุม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของ องค์การ

บาร์ทอล และ มาร์ติน (Bartol and Martin 1993, อ้างถึงใน สิทธิชัย อุตระกุล, 2540) กล่าวว่า การจัดการ เป็นกระบวนการที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์การ โดยผ่านการวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) ทั้งในเรื่อง ของทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางกายภาพอื่นๆ ทรัพยากรทางการเงิน และทรัพยากรทางข่าวสาร ข้อมูล สารสนเทศขององค์การโดยให้เกิดทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สิทธิชัย อุตระกุล (2542, 32) การจัดการ เป็นศิลปะของการใช้บุคคลอื่นทำงานให้แก่ องค์การ โดยการตอบสนองความต้องการ ความคาดหวัง และจัดโอกาสให้เขาเหล่านั้นมีความ เจริญก้าวหน้าในการทำงาน

ธนชัย ยมจินดา (2540, 60) ให้คำจำกัดความของการจัดการคือ กระบวนการซึ่งประกอบไปด้วยหน้าที่พื้นฐาน ได้แก่ การวางแผน การจัดการ การจัดคนเข้าทำงาน การอำนวยการและการควบคุม

ศิริพร พงษ์ศรีโรจน์ (2540, 13) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การจัดการ หรือการบริหาร คือ ศิลปะในการดำเนินงานร่วมกันของคณะบุคคล ซึ่งเป็นผู้บริหารขององค์การในส่วนที่เกี่ยวกับการ วางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ และการควบคุมกิจการ ให้ดำเนินไปตาม นโยบายจนบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การที่วางไว้อย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพที่สุด

ปราณี กองทิพย์ และมังกร ปุ่มกิ่ง (2542) การจัดการ หมายถึง กระบวนการที่ผู้นำ (ผู้บริหาร) ใช้ศิลปะและวิธีการต่างๆ ประสานงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ โดยการใช้ ทรัพยากรการบริหารให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

จากคำนิยามดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การบริหารจัดการ คือ ศิลปะการวางแผน สิ่ง การ การนำ และการควบคุม ให้บุคคลในองค์กรการทำงานให้สำเร็จบรรลุตามเป้าหมายขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงการสร้างให้บุคคลภูมิใจในองค์กร

ความสำคัญของการบริหารจัดการ

ปัจจุบันนี้ทุกฝ่ายต่างยอมรับว่าการบริหารจัดการเป็นสิ่งสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับองค์กร ซึ่งการบริหารจัดการที่ดีนั้น มีความสำคัญต่อองค์กร ดังนี้

1. กระบวนการบริหารจัดการที่ดี จะเป็นสมองขององค์กรในการนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ เช่น การวางแผนของฝ่ายจัดการที่ได้ตัดสินใจล่วงหน้ากรองข้อมูลต่างๆ อย่างใช้ดุลยพินิจพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อองค์กรในอนาคต
2. การบริหารจัดการ เป็นแนวทางที่ทำให้สมาชิกในองค์กรเกิดความตั้งใจ เต็มใจร่วมมือกัน เพื่อให้องค์กรประสบผลสำเร็จ เพราะมีกระบวนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ
3. การบริหารจัดการลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน เพราะได้กำหนดขอบเขตการทำงานของสมาชิกแต่ละบุคคลไว้อย่างละเอียดชัดเจน
4. การบริหารจัดการ เป็นวิธีการบริหารที่พยายามแสวงหาวิธีการที่ดีที่สุด และเหมาะสมที่สุดกับสภาพของแต่ละองค์กร เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ

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

ทวีศักดิ์ นพเกษร (2541, 6) นำเสนอว่า ธนาคารโลกได้กำหนดตัวชี้วัดความมั่งคั่งร่ำรวยของประเทศจากรายได้ประชากรต่อคนต่อปี หรือ GDP per capita มาเป็นตัวชี้วัด Estimated Wealth per capita ซึ่งคิดจากปัจจัย 3 ลักษณะ คือ ทรัพยากรมนุษย์ สินทรัพย์จากการผลิต และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ปัจจัยทั้ง 3 ประการเป็นสิ่งที่มิอยู่ในชุมชน และผลการวิจัยพบว่ากว่า 2 ใน 3 ของประเทศที่มั่งคั่งมาจากปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์กิจกรรมที่สมาชิกของชุมชนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมประเมินจากทางเลือกหลายๆ ทาง และร่วมวางแผนดำเนินงานตามประเภทของกิจกรรม โดยมีพื้นฐานความคิดว่ากลุ่มมีกิจกรรมที่หลากหลายประเภท หรือกลุ่มทำกิจกรรมเดี่ยวแต่ครอบคลุมได้หลายมิติ ซึ่งแก้ไขปัญหาของชุมชนหรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ชุมชนต้องการผู้วิจัยมีความเห็นว่าการจัดการมี

ความเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับระบบของคนและระบบงาน การผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับวิธีการจัดการทรัพยากรของชุมชนให้เน้นระบบการจัดการที่ดี และผู้วิจัยกำหนดความเป็นกระบวนการด้านการจัดการเป็นตัวชี้วัดลักษณะที่สำคัญของความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนสรุปได้ว่า ระบบการจัดการที่ดีควรประกอบด้วย

1. ความเป็นกระบวนการ คือผู้นำหรือคณะกรรมการมีการจัดการกิจกรรมให้เกิดขึ้นไปตามลำดับจนถึงขั้นตอนสุดท้าย เป็นเช่นนี้เรื่อยไปเป็นวัฏจักร เพราะการจัดการเริ่มตั้งแต่การวางแผนงานเพื่อแก้ไขปัญหา การดำเนินงานตามแผน การติดตามประเมินผล และถ้ายังไม่สามารถแก้ไขได้หรือมีปัญหาใหม่เกิดขึ้นอีก การแก้ไขปัญหาจะเป็นไปตามขั้นตอน คือ มีแผนงานดำเนินการ และติดตามประเมินผลเป็นเช่นนี้ตลอดไปจนกว่าจะแก้ไขปัญหาได้

2. การมีส่วนร่วม ของสมาชิกในชุมชนตั้งแต่การเริ่มคิด ตัดสินใจ วางแผน ดำเนินการ และควบคุมติดตามประเมินผล ตลอดถึงการร่วมรับผลประโยชน์

3. กระบวนการชุมชน เป็นการเรียนรู้ชุมชน เพื่อร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์ การวางแผนดำเนินงาน การติดตามและประเมินผล สมาชิกจะเกิดการเรียนรู้ในการจัดการกับชุมชนของตนเอง โดยผ่านการลงมือปฏิบัติ

4. การผสมผสาน (integration) ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้านใช้กระบวนการชุมชนร่วมกับหลักการทางวิชาการโดยผ่านพลังของคนในชุมชนหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น (local wisdom) เพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชน

5. ผลสำเร็จของกิจกรรม บรรลุวัตถุประสงค์หรือแก้ไขปัญหาได้ โดยกำหนดตัวชี้วัดเป็นเป้าหมายแสดงถึงความสำเร็จในการจัดการ เช่น สมาชิกเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน จากการมีส่วนร่วมดำเนินกิจกรรม โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของกรรมการกลุ่ม สอดคล้องกับความรู้ความสามารถของแต่ละคน มีการระดมทุนภายใน การจัดการด้านการเงินเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและตรวจสอบได้ ใช้เทคนิควิธีการติดต่อสื่อสาร ประสานงานควบคุมประเมินผล และนำไปสู่การสร้างเครือข่ายกิจกรรม

การบริหารจัดการอย่างมีหลักเกณฑ์

เฟเดอริก ดับเบิลยู เทเลอร์ (Frederick W. Taylor 1978, อ้างถึงใน ธงชัย สันติวงศ์, 2540, 23) ซึ่งเป็นผู้นำและบิดาแห่งการจัดการที่มีหลักเกณฑ์ ได้ทำการศึกษาวิธีการปฏิบัติทางการผลิตในระดับโรงงานขึ้นเป็นครั้งแรก โดยใช้หลักต่างๆ ในการปฏิบัติงาน Taylor เชื่อว่าเป็นไปได้ที่จะกำหนดปริมาณงานที่แต่ละคนทำได้ในระยะเวลาที่กำหนด โดยไม่เป็นการบีบบังคับต่อตัวผู้ทำงานนั้น และการศึกษาเกี่ยวกับเวลาดังกล่าวจะเป็นไปโดยถูกต้องและมีหลักเกณฑ์มากที่สุด ซึ่งจะป้องกันข้อโต้แย้งต่างๆ ได้ โดยทั้งสองฝ่ายจะบริหารก็จะได้รับประโยชน์จากการได้รับผลผลิตเพิ่มขึ้นถ้ามีการ

1. จัดการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็นออกไปจากกระบวนการทำงาน
2. ฝึกให้คนงานได้เรียนรู้วิธีการทำงานใหม่ ๆ

3. มีการกำหนดมาตรฐานของงานที่สูงขึ้นกว่าปกติ

4. จัดระบบค่าตอบแทนให้อยู่บนพื้นฐานของความสามารถและผลผลิตที่สูงขึ้น ซึ่งจะมีวิธีการเพื่อกำหนดวิธีการทำงาน หรือที่เรียกว่า การวิเคราะห์เวลา และการเคลื่อนไหว (time and motion study) โดยมีสาระสำคัญคือ “การเปลี่ยนจากความไม่มีประสิทธิภาพที่สืบเนื่องมาจากวิธีปฏิบัติแบบไม่มีหลักเกณฑ์มาเป็นความมีประสิทธิภาพ โดยวิธีการจัดการที่มีหลักเกณฑ์ที่กำหนดขึ้น โดยตัวผู้บริหารตามความรับผิดชอบที่ควรจะต้องมีมากกว่าเดิม”

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

1. ต้องมีการคิดค้นและกำหนด “วิธีที่ดีที่สุด” สำหรับงานที่จะทำแต่ละอย่าง กล่าวคือ จะต้องมีการกำหนดวิธีการทำงานที่ดีที่สุด ที่จะช่วยให้สามารถทำงานเสร็จลุล่วงไปด้วยดีตามวัตถุประสงค์ มาตรฐานของงานจะต้องมีการจัดวางเอาไว้โดยมีหลักเกณฑ์ที่ได้พิสูจน์มาแล้วว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุดจริง และในเวลาเดียวกันการจ่ายผลตอบแทนแบบจูงใจต่างๆ ก็จะต้องจ่ายให้ตามผลผลิตทั้งหมดสำหรับส่วนที่เกินกว่ามาตรฐาน

2. ต้องมีการคัดเลือกและพัฒนาคนงาน จัดงานให้เหมาะสมสอดคล้องกับคนงาน Taylor เน้นความจำเป็นที่จะต้องมีการอบรมคนงานให้รู้จักวิธีการทำงานที่ถูกวิธีในการคัดเลือกคนงานจะต้องมีการพิจารณาเป็นพิเศษที่จะให้ได้คนที่มีคุณสมบัติที่ดีที่สุดตรงตามงานที่จะให้ทำ

3. ด้วยวิธีการพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับวิธีทำงาน ควบคู่กับการพิจารณาคนงานนี้ Taylor เชื่อว่า คนงานจะไม่คัดค้านต่อวิธีทำงานใหม่ที่ได้กำหนดขึ้น เพราะโดยหลักเหตุผลคนงานทุกคนจะเห็นจริงถึงโอกาสที่เขาจะได้รับรายได้สูงขึ้นจากการทำงานถูกวิธี

4. การประสานร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้บริหารและคนงาน Taylor เชื่อว่าฝ่ายบริหารควรจะได้ประสานงานอย่างใกล้ชิดเป็นประจำกับคนงานที่เป็นผู้ปฏิบัติงาน แต่จะต้องไม่ใช่ด้วยการไปลงมือปฏิบัติงานที่ควรเป็นงานของคนงานเท่านั้น

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

1. เกี่ยวกับหน้าที่การจัดการ (Management functions) กระบวนการจัดการงานประกอบด้วยหน้าที่ต่างๆ 5 ประการคือ

1.1 การวางแผน (Planning) หมายถึง การคาดการณ์ล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจ และกำหนดขึ้นเป็นแผนการปฏิบัติงาน หรือวิถีทางที่จะปฏิบัติขึ้นไว้เป็นแนวทางการทำงานในอนาคต

1.2 การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง การจัดให้มีโครงสร้างของงานต่างๆ และอำนาจหน้าที่ให้อยู่ในส่วนประกอบที่เหมาะสมที่จะช่วยให้งานขององค์การบรรลุผลสำเร็จได้

1.3 การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) หมายถึง การสั่งการงานต่างๆ แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งผู้บริหารจะต้องกระทำตนเป็นตัวอย่างที่ดี และต้องเข้าใจผู้ปฏิบัติงานด้วย ตลอดจนเข้าถึงข้อตกลงในการทำงานของพนักงานและองค์การที่มีอยู่

1.4 การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง การเชื่อมโยงงานของทุกคนให้เข้ากันได้และไปสู่เป้าหมายเดียวกันในที่สุด

1.5 การควบคุม (Controlling) หมายถึง การที่จะต้องกำกับให้สามารถประกันได้ว่ากิจกรรมต่างๆ ที่ทำไปนั้นสามารถเข้ากันได้กับแผนที่วางไว้

2. ลักษณะของผู้บริหาร ผู้บริหารระดับสูงจะต้องมีคุณลักษณะพร้อมด้วยความสามารถทางร่างกาย จิตใจ ไหวพริบ การศึกษาหาความรู้ เทคนิคในการทำงานและประสบการณ์ต่างๆ ซึ่งรวมเรียกว่า ความสามารถทางด้านการจัดการ ซึ่งต่างจากพนักงานระดับปฏิบัติที่จะเน้นหนักที่เทคนิควิธีการทำงานเป็นสำคัญ

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

3.1 หลักที่เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ Fayol เชื่อว่า อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ และอำนาจหน้าที่ที่ควรจะมีเท่ากับความรับผิดชอบนั้น คือ เมื่อผู้ใดได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบต่องานใดงานหนึ่ง ผู้นั้นก็ควรจะได้รับมอบหมายอำนาจหน้าที่เพียงพอที่จะใช้ปฏิบัติงานนั้นให้สำเร็จลุล่วงไปได้เป็นอย่างดี

3.2 หลักของการมีผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว การกระทำใดๆ คนงานควรได้รับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียวเท่านั้น เพื่อป้องกันมิให้เกิดความสับสนในคำสั่งที่เกิดขึ้นนั้น 3.3 หลักของการมีจุดมุ่งหมายร่วมกัน ทั้งนี้เพราะกิจกรรมของกลุ่มที่มีเป้าหมายอันเดียวกัน ควรจะต้องดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน และเป็นไปตามแผนงานเพียงอันเดียวร่วมกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมายขององค์การในที่สุด

3.4 หลักของการดำรงไว้ซึ่งสายงาน ซึ่งก็คือสายการบังคับบัญชาจากระดับสูงมายังระดับต่ำสุดในองค์การ ที่จะเอื้ออำนวยให้การบังคับบัญชาเป็นไปตามหลักของการมีผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว และช่วยให้เกิดระเบียบในการติดต่อสื่อสารในองค์การอีกด้วย

3.5 หลักของการแบ่งงานกันทำ คือการแบ่งงานกันตามความถนัด เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ของบุคลากรในองค์การอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดตามหลักเศรษฐศาสตร์

3.6 หลักเกี่ยวกับระเบียบวินัย ระเบียบวินัยในการทำงานนั้นเกิดจากการปฏิบัติตามข้อตกลงในการทำงาน โดยมุ่งที่จะก่อให้เกิดความเคารพเชื่อถือและทำงานตามหน้าที่ด้วยความตั้งใจ ทั้งนี้ผู้บังคับบัญชาจะต้องมีความยุติธรรมและเป็นตัวอย่างที่ดีแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาด้วย

3.7 หลักของการถือประโยชน์ส่วนบุคคลเป็นรองจากประโยชน์ส่วนรวม ระบุไว้ว่า เป้าหมายและผลประโยชน์ ส่วนได้ส่วนเสียของส่วนรวมของกลุ่ม จะต้องมีความสำคัญเหนือกว่า

เป้าหมายของส่วนบุค3588 .คลหรือของส่วนย่อยต่างๆ เพื่อที่จะให้สำเร็จผลตามเป้าหมายของกลุ่ม (องค์กร) นั้นอย่างมีประสิทธิภาพ

3.8 หลักของการให้ผลประโยชน์ตอบแทน ต้องมีความยุติธรรมและให้เกิดความพอใจ และประโยชน์มากที่สุดแก่ทั้ง 2 ฝ่าย คือทั้งลูกจ้างและนายจ้าง ให้สามารถดำรงอยู่ได้ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน

3.9 หลักของการรวมอำนาจไว้ส่วนกลาง การจัดการควรจะต้องมีการรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลางเพื่อที่จะควบคุมส่วนต่างๆ ขององค์กรไว้ได้เสมอ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์รวมสูงสุดเท่าที่จะทำได้

3.10 หลักของความมีระเบียบเรียบร้อย การจัดระเบียบสำหรับการทำงานของคนงานในองค์กรนั้น ผู้บริหารจะต้องกำหนดลักษณะและขอบเขตของงานให้ถูกต้อง ชัดเจนพร้อมทั้งระบุถึงความสัมพันธ์ต่องานอื่น เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย

3.11 หลักของความเสมอภาค ผู้บริหารต้องยึดถือเรื่องของความเอื้ออารี และความยุติธรรมเป็นหลัก เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความจงรักภักดี และอุทิศตนในการทำงานให้กับองค์กร

3.12 หลักของความมีเสถียรภาพของการว่าจ้างทำงาน การที่คนเข้าออกมากย่อมเป็นสาเหตุของการสั่นเปลี่ยง และทำให้การจัดการงานไม่เกิดประสิทธิภาพ ดังนั้นทั้งผู้บริหารและคนงานจะต้องใช้เวลาระยะหนึ่งเพื่อเรียนรู้งานจนทำได้ดีเสียก่อน

3.13 หลักของความคิดริเริ่ม การช่วยคิดริเริ่มของคนงานทุกคนภายในขอบเขตที่คนนั้นพึงมี จะเป็นพลังอันสำคัญที่จะทำให้องค์กรเข้มแข็งขึ้น ตลอดจนแผนงานและเป้าหมายต่างๆ ก็จะถูกทำให้สำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดด้วย

3.14 หลักของความสามัคคีคือ การเน้นถึงความจำเป็นที่ทุกคนในองค์กรจะต้องทำงานเป็นกลุ่มที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อจะให้เกิดการบรรลุเป้าหมายขององค์กรเป็นอย่างดีภายในทิศทางเดียวกัน

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นเครื่องมือในการแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งในแง่มุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจมีเหตุผลในการสนับสนุนหลายประการ สามารถสรุปเหตุผลที่ต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้วยการวิจัยและพัฒนา (อาร์ แอนด์ ดี เอ็นจิเนียร์, 2549, 12-15) ดังนี้

1. สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การที่ลูกค้าตัดสินใจที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการจากธุรกิจนั้น เป็นเพราะลูกค้ามีความคาดหวังในคุณภาพของสินค้าหรือบริการเป็นประเด็นหลัก ดังนั้นการแสดงความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการที่จะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความพอใจให้กับลูกค้าของตน นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

2. สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ หากสินค้าหรือบริการมีคุณภาพที่ดีและราคาเท่ากับคู่แข่งกัน ลูกค้าจะเลือกซื้อสินค้าที่รู้สึกว่ามีคุณภาพดีกว่าแน่นอน แต่ถ้าสินค้ามีคุณภาพดีและราคาสูงกว่าคู่แข่งกัน จะมีลูกค้าส่วนหนึ่ง ซึ่งบางครั้งเรียกว่า ตลาดบน จะซื้อสินค้าที่แพงกว่าโดยไม่รู้สึกรู้ว่ามีความแพงแต่อย่างใด แต่กลับรู้สึกถึงความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องเสียไป เช่น ร้านทำผมที่มีช่างฝีมือดี หรือรถยนต์ยี่ห้อดัง ที่แม้จะตั้งราคาสูงแต่ก็มีคนจำนวนมากนิยมซื้อหรือใช้บริการ เนื่องจากคนส่วนใหญ่เห็นว่าคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป เป็นต้น

3. ผู้ประกอบการเกิดความภูมิใจต่อผลิตภัณฑ์ของตนเอง ความภูมิใจและมั่นใจต่อผลิตภัณฑ์ของตนเป็นผลกระทบเชิงจิตวิทยาที่เกิดขึ้นกับตัวผู้ให้บริการเอง และผลกระทบนี้ จะเป็นผลในเชิงบวกกับผู้คนในองค์กรเป็นอย่างมาก ทำให้พนักงานในองค์กรเกิดความภาคภูมิใจ ตั้งใจทำงาน ซื่อสัตย์ต่อองค์กร และช่วยกันคิดช่วยกันทำ เพื่อให้องค์กรเจริญก้าวหน้าและขยายกิจการต่อไปได้ จนอาจสามารถนำองค์กรไปสู่องค์กรที่มีคุณภาพหรือองค์กรที่เป็นเลิศในอนาคต

4. เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับธุรกิจอื่น ๆ ได้เรียนรู้ เมื่อองค์กรธุรกิจมุ่งเน้นด้านการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยใช้การวิจัยและพัฒนาเป็นเครื่องมือ จะส่งผลเป็นแบบอย่างให้กับองค์กรธุรกิจอื่นได้เรียนรู้และนำไปปรับใช้ ซึ่งก็จะทำให้องค์กรเหล่านั้นมีคุณภาพตามไปด้วย และจะเกิดเหตุการณ์แบบนี้ต่อเนื่องกันเป็นลูกโซ่ ส่งผลให้ระบบธุรกิจทั้งหมดมีแต่องค์กรที่มีคุณภาพเป็นส่วนใหญ่

ประเภทของคุณภาพ

คุณภาพ (Quality) หมายถึง “สิ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจและสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้” (จำลักษณ์ ขุนพลแก้ว และคณะ, 2548, 50) ซึ่งต้องใช้ตัวลูกค้าเป็นบรรทัดฐานในการตัดสิน เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องคำนึงว่า “คุณภาพต้องมาก่อน” ลูกค้าจึงจะเต็มใจซื้อและภาคภูมิใจในสินค้าหรือบริการนั้น ทั้งนี้คุณภาพอาจแบ่งออกได้ 5 ประเภท (อาร์ แอนด์ ดี เอ็นจิเนียร์, 2549, 20-25) คือ

1. คุณภาพด้านเทคนิค หมายถึง คุณสมบัติทางกายภาพต่าง ๆ ที่มีผลต่อความสามารถในการใช้งานของสินค้าหรือบริการ เช่น ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ ความสะดวกในการหยิบจับ หรือถ้าเป็นด้านบริการก็คือความตั้งใจในการให้บริการ เป็นต้น

2. คุณภาพด้านเวลา หมายถึง ความทันทานและอายุการใช้งานของสินค้า เช่น ราคาต่ำเมื่อเวลาผ่านไป ความรวดเร็วในการให้บริการ ความยากง่ายในการบำรุงดูแลรักษา เป็นต้น

3. คุณภาพด้านจิตวิทยา หมายถึง คุณลักษณะที่มีผลต่อจิตใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ เช่น การออกแบบที่ทันสมัย ความเป็นที่รู้จักหรือยี่ห้อของสินค้า การโฆษณาเพื่อให้สินค้าดูดี สีสัน และความสวยงาม เป็นต้น

4. คุณภาพภายหลังการขาย หมายถึง ระบบการรับประกันสินค้า การบริการหลังการขาย การบริการข้อมูล วิธีการใช้และการดูแลรักษา เป็นต้น

5. คุณภาพด้านคุณธรรมและจริยธรรม หมายถึง ความถูกต้องตรงตามมาตรฐานการผลิต ความซื่อสัตย์ และความจริงใจในการบริการด้านข้อมูลที่ต้อง เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ หรือสินค้า มีความถูกต้องตามที่ระบุลักษณะไว้ที่ด้านหน้าบรรจุภัณฑ์

การทบทวนวรรณกรรม สารสนเทศ ที่เกี่ยวข้อง

จุลศักดิ์ ขาญณรงค์ (2546, 15-16) กล่าวถึงปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จหรือ ล้มเหลวของการประกอบการธุรกิจขององค์กรชุมชน มีดังนี้

1. ด้านการผลิต มักจะประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ สินค้าขาดคุณภาพไม่ตรงตาม มาตรฐาน
2. ด้านการตลาด เกิดความไม่สมดุลระหว่างปริมาณสินค้าที่ผลิตได้ กับปริมาณความ ต้องการตลาด ไม่มีตลาดรองรับที่แน่นอน แหล่งที่ตั้งของตลาด หรือการกระจายสินค้ายังจำกัดในพื้นที่
3. ด้านการเงิน เงินทุนและสินเชื่อมีจำกัด ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันตามวงเงินที่สถาบัน การเงินกำหนด
4. ระบบบัญชีและการตรวจสอบควบคุมยังไม่ได้มาตรฐาน ขาดความน่าเชื่อถือในระบบ การเงินและบัญชีขององค์กร
5. ขาดแคลนแรงงาน ระดับฝีมือแรงงานค่อนข้างต่ำ
6. ด้านการบริหารจัดการ ผู้นำและทีมบริหารองค์กรธุรกิจชุมชนขาดความสามารถและ ทักษะในการบริหารจัดการ ทั้งในด้านการผลิต การตลาด การเงินและบัญชี การบริหารงานบุคคล
7. ด้านการทำงานเป็นกลุ่ม เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมโดยทั่วไปเป็นการประกอบการโดย บุคคลหรือเอกชนผู้เป็นเจ้าของ ในขณะที่ธุรกิจชุมชนเป็นการดำเนินงานโดยกลุ่มหรือองค์กรชุมชน ซึ่ง ต้องอาศัยการทำงานเป็นกลุ่มเป็นทีม จึงต้องมีการพัฒนาทักษะการทำงานกลุ่ม
8. ขาดการประสานความร่วมมืออย่างแท้จริง จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการสนับสนุนให้ คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้และเกิดความเข้มแข็งในการบริหารจัดการ
9. ขาดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการร่วมเป็นเจ้าของและดำเนินกิจกรรมในขั้นตอน ต่าง ๆ
10. นโยบายของรัฐยังไม่เอื้ออำนวย ทั้งในด้านภาษี สินเชื่อ ตลอดจนระบบโครงสร้าง ราชการ

ไจมานัส พลอยดี (2540) ได้ศึกษาวิจัย ซึ่งณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ กล่าวว่า เป็นงานวิจัยชิ้น แรกที่นำเสนอแนวคิดและการวิเคราะห์ ทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค ได้พยายามจะชี้ให้เห็นว่า ปัจจัย ทางเศรษฐกิจและสังคมอะไรบ้างเป็นตัวแปร ซึ่งได้แก่ ความสามารถในการระดมทุน ความสามารถในการ

การขยายกิจกรรม (สายการผลิตและการค้า) รายได้ของผู้ร่วมธุรกิจชุมชน ผลประโยชน์ที่สมาชิกได้รับ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ การพึ่งพาภายนอกและการพึ่งตนเอง

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2542, 124 -138, 177-181) ได้กล่าวถึง ปัจจัยแห่งความสำเร็จและล้มเหลวของธุรกิจชุมชน จากกรณีศึกษา บริษัทธุรกิจชุมชนหัวไทร หรือ "หัวไทร โมเดล" ว่า ประกอบด้วย 9 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่

1. ปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุน กล่าวคือ หากธุรกิจชุมชนสามารถระดมเงินจากชุมชนได้เอง หรือมีเงินช่วยเหลือดอกเบี้ยต่ำ จะทำให้โอกาสที่ธุรกิจจะจัดตั้งและดำเนินการได้ดี ประสบผลสำเร็จมีความเป็นไปได้สูง
2. ปัจจัยด้านการผลิต กล่าวคือ จะต้องรู้ว่า จะผลิตอะไร อย่างไร หากธุรกิจชุมชนมีความได้เปรียบเชิงทรัพยากรและ/ หรือในเชิงทักษะซึ่งมีอยู่ในท้องถิ่น ปัจจัยด้านการผลิตจะเป็นความได้เปรียบและสนับสนุนให้ธุรกิจมีโอกาสประสบผลสำเร็จ
3. ปัจจัยด้านการตลาด กล่าวคือ การรู้ความต้องการของตลาด และรู้ว่าจะนำสินค้าไปขายที่ไหน อย่างไร
4. ปัจจัยด้านการบริหารและการจัดการ ได้แก่ ความสามารถเรื่องระบบงาน เงินบุคลากร และระบบตลาด
5. ปัจจัยด้านผู้นำ ทั้งนี้เนื่องจากสังคมไทยมีลักษณะเชื่อคนมากกว่าระบบ ดังนั้นหากผู้นำเป็นที่ไว้วางใจของสมาชิก มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถในการนำ มีความเสียสละ เป็นต้น ธุรกิจชุมชนก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จได้
6. ปัจจัยแรงงาน การมีแรงงานในท้องถิ่นเพียงพอและมีทักษะการผลิตเป็นปัจจัยทำให้ธุรกิจชุมชนประสบผลสำเร็จ
7. ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ทำให้เกิดธุรกิจชุมชนอย่างแท้จริง
8. ปัจจัยด้านระบบข้อบังคับ กล่าวคือ หากระเบียบข้อบังคับไม่อยู่บนพื้นฐานหรือความเห็นชอบจากสมาชิก การประกอบกิจการก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จได้ต่ำ
9. ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์กับภายนอก กล่าวคือ ธุรกิจชุมชนที่จะประสบผลสำเร็จได้จะต้องมีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวก และหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์เชิงลบกับภายนอก อนึ่งในปัจจัยนี้หมายถึงการมีความคล่องตัว รู้ว่าเมื่อใดควรร่วมมือหรือปฏิเสธภายนอก

ปาริชาติ วลัยเสถียร, จิตติ มงคลชัยอรัญญา และโกวิท พวงงาม (2540) ร่วมกันศึกษาและพบว่าหน่วยงานภาครัฐมีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจชุมชน โดยนโยบายและมาตรการต่างๆ 7 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการส่งเสริมความสามารถของบุคคล กลุ่ม และองค์กร เพื่อให้เกิดการเรียนรู้เพิ่มความรู้และพัฒนาทักษะฝีมือต่างๆ ในหลายรูปแบบ อาทิ การให้การศึกษา การฝึกอบรมการให้ข่าวสาร ข้อมูล การใช้สื่อ เป็นต้น

2. ด้านแรงงาน โดยมีนโยบายและมาตรการที่จะส่งเสริมธุรกิจชุมชนด้านแรงงาน ทั้งในระดับบุคคลและระดับกลุ่ม อาทิ เพิ่มและขยายโอกาสการมีงานทำ ลดการเคลื่อนย้ายแรงงานสู่เมืองใหญ่ พัฒนาสติปัญญา การพัฒนาแรงงานที่ผ่านการฝึกอบรมในวิชาชีพและมีประสบการณ์ทำงานมาแล้ว จัดตั้งตลาดแรงงาน เพิ่มคุณภาพชีวิตผู้ใช้แรงงานทั้งในและนอกภาคอุตสาหกรรม เป็นต้น

3. ด้านทุนและสินเชื่อ กล่าวคือ ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 รัฐบาลประกาศให้มโนนโยบายการเงินและการคลังเพื่อสังคม เพื่อเสริมสร้างการกระจายรายได้ การกระจายสินเชื่อ และการบริหารทางการเงินการตลาดไปสู่ส่วนภูมิภาคและผู้ด้อยโอกาส นำไปสู่การสนับสนุนธุรกิจชุมชนในลักษณะต่างๆ อาทิ เพิ่มทุนให้ ธกส. และสถาบันการเงินเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดย่อม (SMEs) สนับสนุนการจัดสินเชื่อระยะปานกลางและระยะยาวแก่ภาคเกษตรและผู้ประกอบการรายย่อย การสร้างสิ่งจูงใจในทางการเงินและการคลังให้ธุรกิจเอกชนเข้ามาช่วยในการพัฒนาฝีมือแรงงาน การผลิตการจำหน่าย และการจัดการตลาดแก่ชุมชน สนับสนุนแหล่งเงินทุนสำหรับการพัฒนาชุมชน กระจายบริการทางการเงินกลับเข้าสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น จัดระบบประกันหรือกองทุนประกันความเสียหายที่เกิดขึ้นในการรับช่วงการผลิตของอุตสาหกรรมชุมชน และอุตสาหกรรมชนบท อนึ่ง มาตรการรูปธรรมในการสนับสนุนด้านทุนและสินเชื่อแก่ธุรกิจชุมชน ซึ่งสามารถจำแนกได้ 6 รูปแบบ ได้แก่ การใช้วิธีระดมทุนจากสมาชิก การสนับสนุนงบประมาณดำเนินโครงการธุรกิจชุมชน การสนับสนุนงบประมาณและ/หรือเงินนอกงบประมาณในรูปแบบเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ การให้งบประมาณจัดตั้งกองทุนหมุนเวียนทั้งในระดับหน่วยงานและระดับกลุ่ม ตลอดจนการประสานงานกับแหล่งเงินทุนอื่น การร่วมลงทุนกับกลุ่ม เป็นต้น

4. ด้านวัตถุดิบ โดยนโยบายและมาตรการที่ส่งเสริมธุรกิจชุมชนด้านวัตถุดิบสามารถจำแนกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ (1) ดำเนินการผลิตวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพเหมาะสม (2) สนับสนุนปัจจัยการผลิตโดยไม่คิดมูลค่า และ/หรือ จำหน่ายในราคาที่เป็นธรรม ซึ่งมีทั้งการสนับสนุนผ่านกลุ่มและรายบุคคล

5. ด้านการตลาด ซึ่งการสนับสนุนธุรกิจชุมชนด้านนี้ สามารถจำแนกได้เป็น (1) การสร้างตลาด อาทิ ส่งเสริมให้สามารถเปิดช่องจำหน่ายสินค้าของชุมชน จัดงานจำหน่ายสินค้าในร้านค้าเอกชนตามห้างสรรพสินค้า สถานีเติมน้ำมัน และเปิดให้ชุมชนนำสินค้ามาร่วมขายดำเนินการรับซื้อผลผลิตจากกลุ่ม เพื่อทำการแปรรูปและจัดจำหน่าย เป็นต้น (2) การประสานการจัดการตลาด อาทิ การประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อจัดการด้านการตลาดของท้องถิ่นและภูมิภาค การสนับสนุนให้ธุรกิจชุมชนเข้าร่วมทุนดำเนินการธุรกิจชุมชน ส่งเสริมในราษฎรผลิตสินค้าขายหรือรวมกลุ่มเพื่อรับช่วงผลผลิตสินค้า (3) การสร้างข้อมูลทางการตลาด อาทิ สนับสนุนโดยการจัดทำฐานข้อมูลธุรกิจชุมชน ทำข้อมูลสารสนเทศเพื่อการตลาดและการส่งออกสินค้า (4) การควบคุมคุณภาพ ปริมาณและราคาสินค้า

อาทิ สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพสินค้า กำหนดเขตการผลิตและคุณภาพสินค้า จัดตั้งหน่วยงานกลาง เพื่อกำหนดมาตรฐานคุณภาพสินค้าและตรวจสอบคุณภาพ การสนับสนุนเงินชดเชยเพื่อประกันรายได้ สินค้า สนับสนุนงบประมาณตั้งกองทุนหมุนเวียนเพื่อการตลาด เป็นต้น

6. ด้านเทคโนโลยี ในการศึกษาพบว่าไม่มีนโยบายและมาตรการด้านนี้โดยตรงแต่มีในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคการผลิต การแปรรูป และนโยบายเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เป็นประติรูปกรรม อาทิ ด้านส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี ด้านส่งเสริมการผลิตด้านการพัฒนาชนบท และการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นต้น

7. ด้านกฎหมายและสิทธิประโยชน์ โดยนโยบายและมาตรการส่งเสริมธุรกิจชุมชนด้านนี้ได้แก่ (1) มาตรการทางภาษีเพื่อจูงใจและสนับสนุนธุรกิจชุมชน อาทิ การผ่อนปรนภาษีอากร เป็นต้น (2) มาตรการทางกฎหมาย อาทิ แก้ไขลดหย่อนหรือเพิ่มเติมระเบียบของรัฐ เพื่อเอื้อประโยชน์ให้การปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้เป็นสากลมากขึ้น เพื่อความเป็นธรรมทางการค้า ป้องกันการผูกขาดและส่งเสริมการแข่งขันในกรอบของกฎหมาย (3) กฎหมายลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

อำนาจ ภูวนา (2540) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง กระบวนการบริหารการผลิตหัตถกรรมทอผ้า: ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านหนองเขื่อนช้าง ตำบลท่าสองคอน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า คณะกรรมการกลุ่มทอผ้ามีกระบวนการบริหารการผลิตหัตถกรรมทอผ้าตามขั้นตอนต่าง ๆ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ และการควบคุมตามลำดับ โดยเน้นให้ทุกคนมีส่วนร่วมและความเป็นกันเอง แต่ถึงอย่างไรก็ตาม คณะกรรมการก็ยังมีประสบการณ์ ไม่เพียงพอในด้าน การใช้ระบบข้อมูลเพื่อการบริหารและการผลิต เช่น การไม่มีเกณฑ์มาตรฐานที่แน่นอนในการกำหนดคุณภาพของผลผลิต การจัดคนเข้าทำงานคณะกรรมการไม่มีการวางแผนไว้อย่างชัดเจน และไม่กำหนดกฎเกณฑ์และการทดสอบไว้ประการใด โดยอาศัยความสมัครใจของผู้ปฏิบัติงานตามกลุ่มงานต่าง ๆ แต่ได้มีการจัดองค์การบริหารงาน และกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจน

อภิชัย พันธเสนและปัทมาวดี โพชนุกูล ชูชุกิ (2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การประเมิน ปัญหาและความต้องการของธุรกิจชุมชน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจปัญหา ความต้องการ และการพัฒนาธุรกิจชุมชน ที่เชื่อมโยงการร่วมทุน ร่วมผลิต และร่วมรับผลประโยชน์ ภายใต้กรอบ เศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งจากการวิจัยพบว่าปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการก่อตั้ง กลุ่ม คือ การมีทุนทางสังคม ความอยู่รอดของธุรกิจขึ้นอยู่กับความสามารถในการเลือกสินค้าที่ผลิต การวางแผนการผลิต ความสามารถในการบริหารจัดการสมาชิก ส่วนการพัฒนาชุมชนขึ้นอยู่กับ การมีเครือข่ายสนับสนุนด้านวัตถุดิบ ตลาดและการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยเอื้อที่สำคัญ ยิ่งต่อความอยู่รอดและการพัฒนาธุรกิจชุมชน ด้านการจัดการสวัสดิการชุมชนจะมีมากน้อยเพียงใดได้

ขึ้นอยู่กับรายได้ของธุรกิจชุมชนแต่ขึ้นอยู่กับความผูกพันของธุรกิจที่มีต่อชุมชน นอกจากนี้การอยู่รอดของธุรกิจชุมชนและการพัฒนาธุรกิจชุมชนในภาพรวมยังต้องเกิดขึ้นภายใต้กรอบเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นหลักการที่รวมแนวคิดเรื่องจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและประสิทธิภาพการผลิตในทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งจะเป็นภูมิคุ้มกันให้แก่ธุรกิจชุมชนเอง และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

พิสมัย หล่ออริยวัฒน์ (2551) ได้ทำการศึกษา เรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพในการจัดการผลิตผลจากถั่วเหลืองด้วยภูมิปัญญาชาวจีนยูนนานบ้านสันติชล ตำบลเวียงใต้ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากถั่วเหลือง(เต้าหู้ดอง และฟองเต้าหู้) ให้สามารถนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนและเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมตลาดของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วเหลืองทั้งสองชนิดให้เกิดเป็นรายได้เสริมของคนในชุมชน โดยดำเนินการจัดเวทีประชาคมหมู่บ้าน การสร้างความเข้าใจกับชุมชน การแสวงหาและพัฒนาแบบแผนการแปรรูปผลผลิตถั่วเหลืองและการพัฒนาส่งเสริมด้านการตลาดที่สอดคล้องกับศักยภาพชุมชน และเอื้อต่อการท่องเที่ยว เก็บข้อมูลโดยการจัดเวทีระดมความคิดเห็น และการสำรวจข้อมูล รวมถึงการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รู้ในชุมชน

ผลการดำเนินงานวิจัยเกี่ยวกับบริบทชุมชน ศักยภาพของชุมชนทางด้านการแปรรูปอาหารจากถั่วเหลืองเป็นอาหารประเภทเต้าหู้สด ฟองเต้าหู้ เต้าหู้ยี้ เต้าเจี้ยวถั่วแผ่นจีนและผู้รู้ในเรื่องการแปรรูปถั่วเหลือง พบว่า การแปรรูปถั่วเหลืองด้วยภูมิปัญญาชาวจีนยูนนานเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญกับการดำรงชีวิตของคนจีนแห่งบ้านสันติชล แต่ความนิยมในการบริโภคยังอยู่ในกลุ่มเฉพาะเช่นกลุ่มของชนเผ่าลีซู และกลุ่มของคนจีนเท่านั้น การแปรรูปผลผลิตจากถั่วเหลืองไม่สามารถทำตลาดในวงกว้างได้เนื่องจากความนิยมของตลาดมีน้อย อีกทั้งสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในชุมชน เป็นสิ่งที่บ่งบอกได้ว่าการแปรรูปถั่วเหลืองไม่ใช่กิจกรรมในการนำมาประกอบอาชีพหลัก เพราะชุมชนค้นพบอาชีพหลักที่สร้างรายได้ให้กับครอบครัวมากกว่า เช่นการขายอาหารจีนยูนนานการเย็บรองเท้าจีน หรือแม้กระทั่งการบริการในรูปแบบต่างๆ

ทำให้ชุมชนค้นพบทิศทางและวิธีการในการพัฒนาศักยภาพด้านอื่น ๆ ทดแทน เพื่อสอดคล้องกับสถานการณ์และกิจกรรมใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน ชุมชนได้ทำการรวบรวมองค์ความรู้ เพื่อจัดเป็นแหล่งค้นคว้าสำหรับผู้สนใจเชื่อมโยงเข้าสู่ศูนย์เรียนรู้ทางวัฒนธรรมของจีนยูนนานนำมาใช้ในการสืบค้นข้อมูล