

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการพัฒนาความรู้ด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพทอผ้า บ้านม่วงหอม หมู่ 5 ตามลำดับดังนี้.-

1. เอกสารที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1 การพัฒนา
 - 1.2 การตลาด
 - 1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กร
 - 1.4 การจัดการ
 - 1.5 การทอผ้า
 - 1.6 ประวัติการจัดตั้งกลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอม
 - 1.7 แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. เอกสารที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนา

อมร รักษาสัตย์ (2515 : 2) ได้กล่าวถึงความหมายของการพัฒนาไว้ 2 ความหมาย คือ ความหมายอย่างแคบ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในตัวระบบกระทำการเท่านั้น การเปลี่ยนแปลงตามความหมายนี้เป็นการเปลี่ยนแปลงคุณภาพ ตัวอย่าง เช่น ระบบคมนาคมที่เปลี่ยนจากรถที่ใช้กำลังม้ามาเป็นการใช้กำลังเครื่องยนต์ เราเรียกว่า เป็นการพัฒนาในการขนส่งทางบก แต่การเปลี่ยนแปลงในลักษณะเช่นนี้จะไม่รวมถึงการเจริญเติบโต อันหมายถึงการเพิ่มในด้านระดับของการกระทำ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านปริมาณ เช่น ทางที่มีรถมากขึ้น การขนส่งก็เจริญเติบโตขึ้น และนอกจากนี้ยังไม่รวมถึงการเปลี่ยนแปลง ในสภาพแวดล้อม เช่น การที่รถยนต์มีจำนวนเท่าเดิม แต่การเปลี่ยนแปลงสภาพถนนให้ดีขึ้น มีจำนวนหลายสายขึ้น สามารถถึงไปจุดต่าง ๆ ได้มากขึ้น เพราะลักษณะเช่นนี้เป็นการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมของการขนส่งทางบก ไม่ใช่การพัฒนาในการขนส่งทางบก ส่วนความหมายอย่างกว้าง หมายถึง กระบวนการของการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นความหมายที่รวมเอาการเปลี่ยนแปลงในด้านคุณภาพ การเปลี่ยนแปลงในด้านปริมาณ และการเปลี่ยนแปลงในสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน ทั้งนี้เพราะในบางกรณี เช่น การเพิ่มขึ้นของรายได้ประชาชาติ นั้นจะถือว่าการเปลี่ยนแปลงในสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน ทั้งนี้เพราะในบางกรณี เช่นการเพิ่มขึ้นของรายได้ประชาชาตินั้นจะถือว่าการ

เปลี่ยนแปลงในด้านปริมาณอย่างเดียวกันอาจไม่ถูกต้องนัก เพราะสาเหตุที่ทำให้รายได้เพิ่มขึ้นนั้น อาจจะเป็นเพราะมีการเปลี่ยนแปลงในด้านคุณภาพ และการเปลี่ยนแปลงในสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นในสังคมนั้นก็ได้

การตลาด

1. ความหมายของการตลาด

อดุลย์ จาตุรงกุล (2543: 9) ได้ให้ความหมายของการตลาดไว้ว่า การตลาด คือ กระบวนการทางสังคมและการบริหารที่บุคคลและกลุ่มได้รับสิ่งที่เขาต้องการและถึงประสงค์ โดยผ่านการสร้างสรรค์ นำเสนอ และแลกเปลี่ยนสินค้าที่มีคุณค่ากับบุคคลอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ วรรณา วชิกาญจนะ (2547: 18) ได้ให้ความหมายของการตลาด ไว้คือ กระบวนการทางสังคม เศรษฐกิจ และการบริหารจากกลุ่มบุคคลเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้หลักการ ตั้งราคาการส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย เพื่อให้เกิดผลกำไร

2. ความสำคัญของการตลาด

การตลาดมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ การพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งได้มีผู้สรุปความสำคัญของการตลาดไว้ ดังนี้ (ตำรศักดิ์ ชัยสนิท 2537 : 5 - 7)

1. การตลาดช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของสังคมให้สูงขึ้น
2. เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน
3. การตลาดช่วยให้มีสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการอย่างพอเพียง
4. การตลาดช่วยสร้างงานและภาวะการจ้างงานให้กับประชาชน
5. การตลาดช่วยสนับสนุนการค้าหรือการตลาดระหว่างประเทศ
6. การตลาดช่วยให้มีการใช้ทรัพยากรการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ
7. ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกสินค้าตามความต้องการและความพอใจ
8. การตลาดให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค
9. นำหลักการตลาดไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้
10. ช่วยให้ธุรกิจศึกษาค้นคว้าสร้างสิ่งใหม่ ๆ
11. ช่วยวางแผนธุรกิจ
12. ช่วยลดต้นทุนรวมของสินค้า
13. สร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543 :15 -17) ได้อธิบายความหมาย ส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องไว้ ดังนี้

เปลี่ยนแปลงในด้านปริมาณอย่างเดียวกันอาจไม่ถูกต้องนัก เพราะสาเหตุที่ทำให้รายได้เพิ่มขึ้นนั้น อาจจะเป็นเพราะมีการเปลี่ยนแปลงในด้านคุณภาพ และการเปลี่ยนแปลงในสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นในสังคมนั้นก็ได้

การตลาด

1. ความหมายของการตลาด

อดุลย์ จาตุรงกุล (2543: 9) ได้ให้ความหมายของการตลาดไว้ว่า การตลาด คือ กระบวนการทางสังคมและทางการบริหารที่บุคคลและกลุ่มได้รับสิ่งที่เขาต้องการและถึงประสงค์ โดยผ่านการสร้างสรรค์ นำเสนอ และแลกเปลี่ยนสินค้าที่มีคุณค่ากับบุคคลอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ วรรณภา วชิกาญจนะ (2547: 18) ได้ให้ความหมายของการตลาด ไว้คือ กระบวนการทางสังคม เศรษฐกิจ และการบริหารจากกลุ่มบุคคลเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้หลักการ ตั้งราคาการส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย เพื่อให้เกิดผลกำไร

2. ความสำคัญของการตลาด

การตลาดมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ การพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งได้มีผู้สรุปความสำคัญของการตลาดไว้ ดังนี้ (ตำราศกคต ชัยสนิท 2537 : 5 - 7)

1. การตลาดช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของสังคมให้สูงขึ้น
2. เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน
3. การตลาดช่วยให้มีสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการอย่างพอเพียง
4. การตลาดช่วยสร้างงานและภาวะการจ้างงานให้กับประชาชน
5. การตลาดช่วยสนับสนุนการค้าหรือการตลาดระหว่างประเทศ
6. การตลาดช่วยให้มีการใช้ทรัพยากรการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ
7. ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกสินค้าตามความต้องการและความพอใจ
8. การตลาดให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค
9. นำหลักการตลาดไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้
10. ช่วยให้ธุรกิจศึกษาค้นคว้าสร้างสิ่งใหม่ ๆ
11. ช่วยวางแผนธุรกิจ
12. ช่วยลดต้นทุนรวมของสินค้า
13. สร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า
- 14.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543, อ้างถึงใน พิษณุ แก้วนัยจิตร :13-14) ได้อธิบายความหมาย ส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องไว้ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะเป็นสินค้ามีตัวตนหรือเป็นบริการซึ่งไม่มีตัวตนก็ได้ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ประโยชน์ คุณภาพ รูปร่าง ลักษณะบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้าและเป็นสินค้าลักษณะต่างๆ ที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ตลอดจนคุณสมบัติที่สามารถสนองความต้องการด้านสังคม ผลิตภัณฑ์ได้แก่ สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล เป็นต้น

นอกจากนี้เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้เกิดความสนใจและเพิ่มมูลค่าในตัวผลิตภัณฑ์ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องคำนึงถึง โดยบรรจุภัณฑ์มี 3 ระดับ ได้แก่ หีบห่อเบื้องต้น เพื่อห่อหุ้มสินค้าที่อยู่ชั้นในสุด หีบห่อชั้นที่สอง เป็นสิ่งที่ห่อหุ้มห่อชั้นแรกและหีบห่อสำหรับการขนส่ง เป็นหีบห่อเพื่อการขนส่งและการเก็บรักษาสินค้า

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน หรือเป็นสิ่งที่ต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งบางสิ่ง ทั้งนี้วิธีการพื้นฐานในการตั้งราคาที่นิยมใช้มี 3 วิธี ได้แก่ วิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน วิธีการตั้งราคาโดยมุ่งวัตถุประสงค์ และวิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่การแข่งขัน

อย่างไรก็ตามการตั้งราคาจะยึดวิธีหรือใช้หลักเกณฑ์ใดนั้นควรพิจารณาปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรประกอบการตัดสินใจด้วย

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถานที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด เป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมจะเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ ซึ่งอาจจะมีหลายขั้นตอน และต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายบริษัทในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตและสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดอย่างหนึ่ง ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างความเชื่อถือ ทัศนคติที่ดี เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่า จะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อถือ หรือพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย

เครื่องมือที่สำคัญคือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ทรัพยากรมนุษย์ ความสามารถในการวิจัย และการพัฒนาภาพพจน์ของบริษัท และระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กร

ความหมายขององค์กรที่เข้มแข็ง

นพ. ประเวศ วะสี (2536 : 22) ได้ให้ความหมายว่า องค์กรที่มีความเข้มแข็ง หมายถึง องค์กรที่มีความสามารถบริหารจัดการได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถพัฒนาศักยภาพของตน เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน และปัญหาอื่น ๆ รวมทั้งยังสามารถเผชิญกับสภาวะต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

กนกวรรณ มุลละ (2544: 12-14) ได้กล่าวว่า ประเด็นที่ควรพิจารณาในการสร้างความเข้มแข็งขององค์กร ได้แก่

1. เป้าหมายขององค์กร

การพัฒนาไปสู่ความเข้มแข็งขององค์กรจำเป็นต้องกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรให้ชัดเจนและเกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

2. การบริหารจัดการองค์กร

องค์กรที่จะดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จำเป็นต้องมีระบบการบริหารและจัดการที่เหมาะสม โดยผู้บริหารจำเป็นต้องมีคุณสมบัติที่สำคัญอย่างน้อย 2 ประการ คือ เป็นผู้มีความรู้ในเรื่องการบริหารและการจัดการ และต้องเป็นผู้ที่มีความตั้งใจจริง อีกประการหนึ่ง ในส่วนขององค์กรชาวบ้าน พบว่า จุดเด่นในด้านความตั้งใจจริงเท่านั้น จำเป็นต้องเรียนรู้ในด้านการบริหารจัดการอีกมาก

3. กิจกรรมขององค์กร

องค์กรจำเป็นต้องพัฒนาในกิจกรรมทุก ๆ ด้าน คือทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม วัฒนธรรมและด้านการเมือง ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมทั้ง 4 ด้านนี้จะมีความสัมพันธ์ หนุนเนื่องซึ่งกันและกัน จะขาดส่วนหนึ่งส่วนใดไม่ได้ กิจกรรมทางเศรษฐกิจขณะนี้จำเป็นต้องให้ความสำคัญที่ไม่น้อยกว่ากิจกรรมทางด้านสังคม วัฒนธรรม และทางการเมือง จึงสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกได้ดังนี้ องค์กรจะเข้มแข็งได้ก็ต่อเมื่อ สมาชิกต้องเห็นความสำคัญ มีความเชื่อมั่น และศรัทธาต่อองค์กรว่าเป็นสถาบันหลักที่น่าพามวลสมาชิกทุกคน ไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นกว่าอดีตและปัจจุบัน

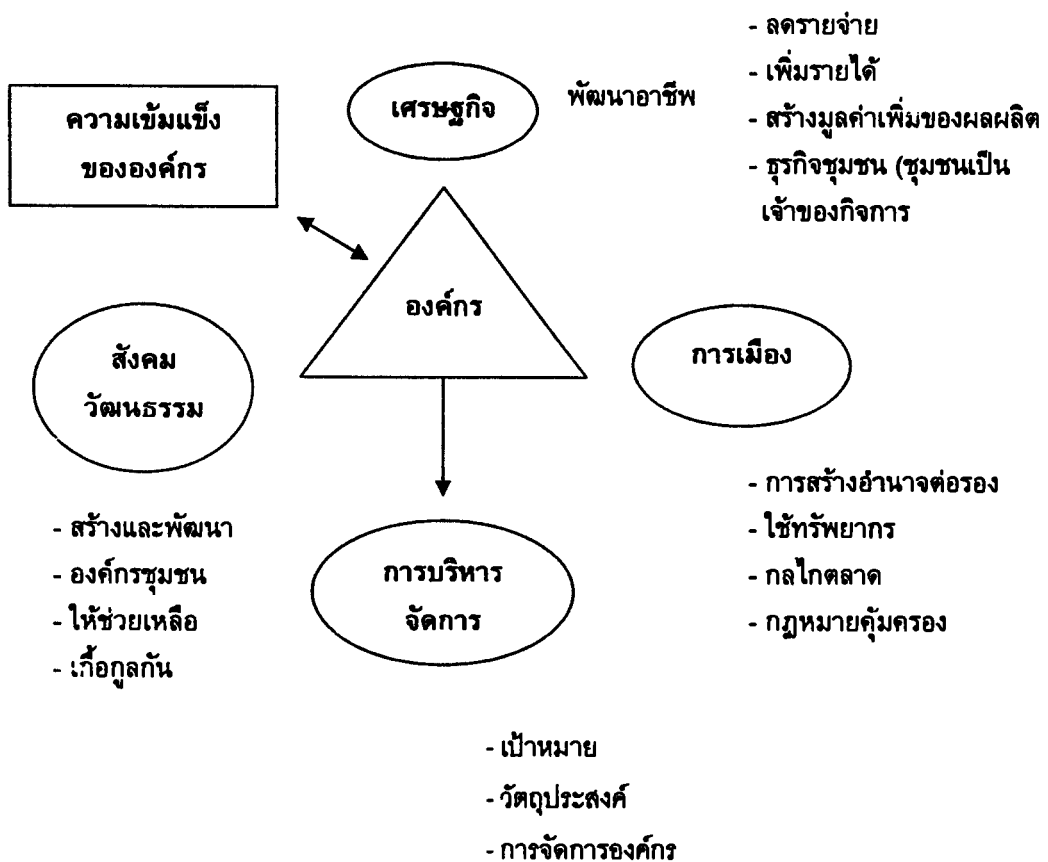
ดังนั้นในการพัฒนาความเข้มแข็ง คือต้องทำตามแนวคิดและกิจกรรมทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการบริหารจัดการให้ได้ควบคู่ไปทั้ง 4 ด้าน กล่าวคือ

ด้านการเมือง องค์กรชุมชนต้องสามารถสร้างอำนาจต่อรองในการใช้ทรัพยากรจากภาครัฐและภายนอกได้ ต้องศึกษาเรียนรู้กลไกตลาดและต่อรองกับภาคธุรกิจได้ รวมทั้งผลักดันให้มีกฎหมายคุ้มครองการรวมตัวกันเป็นองค์กรชุมชนแบบ ไม่ได้อยู่ภายใต้กฎระเบียบของรัฐบาล แต่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ ทรัพยากรบุคคล วิชาการ ข้อมูลและเทคโนโลยีต่าง ๆ

ด้านเศรษฐกิจ ต้องเสริมสร้างกิจกรรมที่ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ มีการแปรรูปผลผลิต เพื่อเพิ่มมูลค่า และการจัดทำกิจกรรมธุรกิจชุมชนที่ชุมชนมีอำนาจ เช่น การค้าขายผ้าพื้นเมือง บิมน้ำมัน ร้านค้า แปรรูปข้าว แปรรูปวัว-ควาย เป็นต้น

ด้านสังคมวัฒนธรรม ต้องสร้างการรวมกลุ่มที่นำเอาวัฒนธรรมประเพณีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันมาเกาะเกี่ยวการรวมตัวให้เหนียวแน่นขึ้น

ด้านการบริหารจัดการ ต้องมีการเรียนรู้และกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ การจัดการองค์กร การแบ่งบทบาทหน้าที่และการจัดทำแผนปฏิบัติงานร่วมกัน



แผนภูมิ 1 ความสัมพันธ์ของแนวคิด และกิจกรรมการพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน (วิเชียร แสงโชติ, 2540: 23)

การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรจะต้องประเมินและวิเคราะห์ให้ได้ว่า ณ ปัจจุบัน องค์กรประกอบต่าง ๆ นั้น ยังมีองค์กรใดที่ยังไม่ได้รับการพัฒนา หรือที่ผ่านมาขาดการให้ความสำคัญ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นเหตุผลใดก็ตาม เช่น เพราะความถนัด ความรู้ ความชำนาญ เฉพาะด้านของผู้ปฏิบัติงาน จึงเน้นการพัฒนาที่เรียกว่าแยกส่วน ไม่ได้พัฒนาทั้งระบบ ต่อไปนี้คงจะกระทำเช่นนั้นอีกต่อไปไม่ได้แล้ว องค์กรชาวบ้านต้องได้รับการพัฒนาแบบองค์รวมจึงจะสามารถสร้างความเข้มแข็งขึ้นมาได้และนำไปสู่ความยั่งยืน

ดิรก สาระวดี (2540 : 134) กล่าวว่า การพัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยความละเอียดอ่อน ความละมุนละม่อมในการประสานสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้น ทั้งระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มหรือองค์กรนั้น และการประสานให้เกิดการสนับสนุนซึ่งกันและกันของทุกภาคที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ ประเวศ วะสี (อ้างถึงใน กนกวรรณ มูลละ 2544 : 15) ยังได้กล่าวถึง ยุทธศาสตร์ชาติเพื่อความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ สังคม และศีลธรรม ไว้ว่า เศรษฐกิจพอเพียง และเศรษฐกิจชุมชน เป็นเรื่องเดียวกัน ไม่ใช่เป็นเรื่องเศรษฐกิจเท่านั้น แต่เป็นเรื่องสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม การศึกษา จิตใจ ศีลธรรม และสุขภาพ พร้อมกันไปในตัว ฉะนั้นทุกฝ่ายไม่ว่าสังกัดองค์กรใดควรจะต้องเข้ามาร่วมมือกันส่งเสริมเศรษฐกิจพื้นฐาน โดยส่งเสริมให้เกิดประชาคมตำบล ที่ร่วมกันทำกิจกรรมเศรษฐกิจพื้นฐาน เศรษฐกิจพอเพียง หรือเศรษฐกิจชุมชน นอกจากนั้นได้เสนอประเด็นการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจพื้นฐานเอาสังคมเป็นทุน สังคมคือการรวมกลุ่มกันผนึกกำลังร่วมกันเข้าไปช่วยเหลือกัน ดูแล จุดสำคัญของเรื่องนี้ คือ การส่งเสริมการรวมกลุ่ม อาจเป็นกลุ่มเล็ก ๆ หรือกลุ่มใหญ่เพื่อทำมาหากิน ทั้งหมู่บ้าน ทั้งตำบล ซึ่งมีความสำคัญที่ทำให้สังคมมีความเข้มแข็ง มีกองทุนของชุมชน มีการออมเงินของชาวบ้าน และเป็นทุนให้สมาชิกของชุมชนกู้ยืมเพื่อประกอบอาชีพในรูปแบบแตกต่างกันเหมือนมีธนาคารของเขาเอง

การจัดการ

ความหมายของการจัดการ

การจัดการเป็นการดำเนินธุรกิจขององค์กรในวัตถุประสงค์ เพื่อกำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพโดยมีกระบวนการทำงานอย่างมีขั้นตอนและอาศัยทรัพยากรอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ คน เงินทุน เครื่องจักร มาเป็นเครื่องมือในการดำเนินงาน และให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน โดยเน้นถึงความสำคัญของความก้าวหน้าและความพึงพอใจของสมาชิกในองค์กร (วชิรา เครือคำอ้าย 2543 : 7)

คุณลักษณะของการจัดการ

การจัดการเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการวางแผนในด้านทรัพยากรการบริหาร ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการซึ่ง นันทาภีวัฒน์ (อ้างถึงใน วชิรา เครือคำอ้าย 2543 : 7) ได้สรุปถึงคุณลักษณะของการจัดการไว้ดังนี้

1. การจัดการจะต้องมีจุดมุ่งหมาย
2. การจัดการเป็นมาตรการที่เห็นได้เด่นชัดสำหรับการปฏิบัติที่มีผลต่อการดำรงของมนุษย์
3. การจัดการมีจะเกี่ยวข้องกับความพยายามของหมู่คณะ
4. ประสิทธิภาพทางการจัดการต้องใช้ความรู้ ทักษะและภาคปฏิบัติบางประการ นอกจากนี้แล้วการจัดการในความหมายของ สัมพันธ์ ภูโพบูลย์ (อ้างถึงใน วชิรา เครือคำอ้าย 2543 : 7 - 8) ยังได้กล่าวถึงการจัดการไว้คือ

1. การจัดการเป็นศาสตร์อย่างหนึ่ง อยู่ในรูปของสังคมศาสตร์ เป็นเรื่องเกี่ยวกับมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์มีชีวิตจิตใจ และความต้องกาแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์ สถานการณ์และสิ่งแวดล้อม ตลอดเวลา ถึงแม้จะไม่มีหลักเกณฑ์ตายตัวเหมือนศาสตร์บริสุทธิ์ แต่การจัดการยังเป็นระบบวิชาความรู้ ประกอบด้วยหลักการ กระบวนการ วิธีการแนวความคิดและลักษณะสำคัญของการจัดการเป็นศิลปะอย่างหนึ่ง สามารถนำนักวิชาการจัดการไปใช้กับบุคคลอื่นให้เกิดประโยชน์ และสามารถประยุกต์ความรู้ด้านการจัดการให้เกิดพลังต่อองค์กรได้

2. วิชาการจัดการ สามารถศึกษา เรียนรู้ ถ่ายทอดวิชาอย่างเป็นระบบ และครอบคลุมไปถึงวิชาอื่นอย่างกว้างขวาง

3. การจัดการเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคลทั่วไป และกลุ่มวิชาชีพต่าง ๆ ความสำเร็จของการจัดการต้องอาศัยความร่วมมือของกลุ่มต่าง ๆ เหล่านั้น

4. งานในหน้าที่ด้านการจัดการมีลักษณะงานโดยทั่วไปคล้ายคลึงกัน มีอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบเหมือนกันทุกองค์กร อาจแตกต่างกันเชิงปริมาณตามขนาด และขอบเขตขององค์กร

ความสำคัญของการจัดการ

ซงชัย สันติวงษ์ (2531 : 4) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการจัดการว่าไม่มีกิจการใดที่จะสามารถประสบความสำเร็จอยู่ได้นาน ถ้าไม่ได้มีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดและการประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์เชิงการเมือง สังคมและเศรษฐกิจ อาศัยความสามารถของผู้จัดการอยู่มาก การจัดการถือได้ว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญยิ่งที่จะทำให้งานบรรลุผลสำเร็จได้ แม้ว่า ผู้ปฏิบัติงานในจุดต่าง ๆ จะทำงานในหน้าที่การงานที่เป็นงานด้านเทคนิคได้ดีก็ตาม ถ้าหากไม่ประสานหรือสอดคล้องกับงานที่ทำกับฝ่ายอื่น ๆ หรือไม่เหมาะสมกับสภาพภายนอก ก็ย่อมจะทำให้งานต่าง ๆ ล้มเหลว ไม่สามารถก่อให้เกิดผลสำเร็จได้ นอกจากนี้ ระวัง เนตรโพธิ์แก้ว (2537 : 27) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการจัดการว่า ธุรกิจต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการจัดการ ทั้งนี้เพื่อจะสามารถให้บริการแก่สังคมตามที่สังคมต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยทั่ว ๆ ไป แล้วการจัดการจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดดังนี้

1. ช่วยให้องค์การบรรลุเป้าหมาย นั่นคือ ผลกำไร โดยถือหลักประหยัดแต่ให้ได้ผลผลิตมากที่สุด
2. การจัดการช่วยให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานคือได้ประโยชน์สูงสุด และสำเร็จตามความคาดหวัง
3. ช่วยพยุงและส่งเสริมฐานะทางเศรษฐกิจของชาติ
4. เป็นเครื่องชี้ถึงความเสื่อมหรือความเจริญขององค์การและของสังคมในอนาคต
5. เนื่องจากมีการแข่งขันกันมากขึ้นจึงต้องอาศัยหลักการจัดการมาใช้ปรับปรุงงานให้มีประสิทธิภาพ

จากความสำคัญของการจัดการดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าการจัดการนั้นเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความรู้ ประสบการณ์และทักษะปฏิบัติเข้ามาพร้อมโดยมีการกำหนดจุดมุ่งหมาย เพื่อให้กิจการประสบผลสำเร็จตามที่ได้กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และยังทำให้กิจการหรือองค์การมีความเจริญก้าวหน้าและพัฒนา ยิ่งขึ้นด้วย และการจัดการจำเป็นต้องอาศัยความรู้ และประสบการณ์มาเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการขายของคนให้เหมาะสมและสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ สังคม ความต้องการของผู้บริโภคตลอดจนให้หลักวิชาการเข้ามาช่วยจัดการในด้านกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อแข่งขันทางธุรกิจที่มีมากขึ้นด้วย

ระบบการจัดการการขาย

การจัดการขายว่าเป็นปรัชญาแขนงหนึ่งของการจัดการ เป็นเสมือนส่วนหน้าในการที่จะนำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ ไม่เพียงแต่สนองความต้องการของลูกค้า แต่ยังชักนำไปสู่การขายที่มีผลกำไรด้วย ช่วยให้ธุรกิจดำเนินอยู่ได้ในลักษณะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง การนำเอากระบวนการจัดการขายที่ดีมาใช้จึงเป็นหัวใจของการจัดการ ระบบการจัดการขายที่ดีและได้ผลย่อมก่อให้เกิดการหมุนเวียนที่ดี โดยการนำเอาสินค้าและการบริการไปยังผู้บริโภค

ระบบการจัดการขาย ส่วนใหญ่ถือเป็นระบบการดำเนินงานประจำวัน โดยมีผู้จัดการขายเป็นหัวหน้า และกระจายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบตามสายการบังคับบัญชา ในรูปของค์การ อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้จัดการขายมี 2 ส่วน คือ

1. การจัดการขาย ประกอบด้วย กิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การรับใบสั่งจากพนักงานขาย การติดตามสินค้าให้ลูกค้า การส่งมอบสินค้า การติดตามเก็บเงิน การสรุปค่าใช้จ่าย แสดงผลกำไร และขาดทุนของแผนกขาย ตลอดจนการวางแผนการขาย การประสานกลยุทธ์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ผลสำเร็จตามเป้าหมาย

2. การบริหารพนักงานขาย ได้แก่ การรับสมัคร คัดเลือก ฝึกอบรม การสร้างกำลังใจ การจ่ายเงินทดแทนพนักงานขาย

การจัดการขายเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง ซึ่งจะนำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จโดยมีการจัดการขายและการบริหารพนักงานขายเพื่อประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจให้ดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ให้สำเร็จ ตลอดจนมีการจัดการทางด้านการตลาดซึ่งทำให้เกิดการกระจายสินค้าและบริการไปสู่ผู้บริโภคอย่างทั่วถึง (วีระ บุญญานุรักษ์, 2516 : ก)

ลักษณะที่ดีของผู้บริหารงานขายที่ประสบความสำเร็จ

คำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิท (2537 : 5 - 7) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลที่จะบริหารงานขายและประสบความสำเร็จต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. มีลักษณะเป็นผู้นำที่ดี มีบุคลิกดี มีความรับผิดชอบ ตัดสินใจเร็วถูกต้องแม่นยำ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี สามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้
2. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ใหม่ ๆ สามารถวางแผนการ และกำหนดกลยุทธ์วิธีการขายอย่างได้ผล
3. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเยี่ยม เพื่อประสานงานกับทุกฝ่าย เพื่อให้ได้มาซึ่งประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานทางด้านการตลาด
4. ศึกษาหาความรู้อย่างสม่ำเสมอ จากข่าวสารทุกด้าน เช่น จากลูกค้า คู่แข่ง หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ การฝึกอบรม
5. มีนิสัยในการสอนคน ใช้ภาษาที่คนทุกระดับเข้าใจง่าย
6. รักผู้ใต้บังคับบัญชา และให้การสนับสนุนผู้ใต้บังคับบัญชา

ในการดำเนินการใดก็ตาม หากมีผู้บริหารงานขายที่ดีแล้ว กิจการนั้นมักประสบความสำเร็จ ซึ่งนอกจากจะประสบความสำเร็จในด้านการปฏิบัติงานต่าง ๆ แล้ว ยังเป็นแบบอย่างที่ดีสำหรับผู้ร่วมปฏิบัติงานด้วย ซึ่งจะส่งผลให้กิจการมีความเจริญก้าวหน้าและพัฒนาต่อไป

การทอผ้า

หัตถกรรมไทยประเภทสิ่งทอ เป็นมรดกทางวัฒนธรรมจากอดีตเป็นงานศิลปะที่เกิดขึ้นง่าย ๆ แต่เต็มไปด้วยคุณค่าทั้งในด้านรูปแบบทั้งงดงาม และวิธีการทอที่ละเอียดประณีตซับซ้อน สะท้อนให้เห็นถึงทักษะทางขนบธรรมเนียมประเพณีที่สั่งสม สืบทอดกัน ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ผ้าทอแหล่งผลิต รวมถึงช่างฝีมือนับวันจะสูญหายไปตามความเจริญทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (กรรณา เตชาติวงศ์ ณ อยุธยา, อ้างถึงใน น้ำทิพย์ ทรัพย์จำนงค์)

การทอผ้าด้วยมือ เป็นรากฐานยิ่งใหญ่สำหรับการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐานของชาวชนบท นับเป็นอาชีพสำคัญรองจากการทำนา ทำไร่ ซึ่งเป็นอาชีพหลัก ผ้าทอพื้นเมืองของประเทศไทย ได้มีวิวัฒนาการมาช้านานแต่ยังคงรักษารูปแบบลวดลาย เทคนิคการทออันประณีตแบบโบราณไว้ได้ อย่างไรก็ตาม เอกลักษณะการทอผ้าในแต่ละพื้นที่ มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปอย่างรวดเร็ว ตามความต้องการของตลาด การทอผ้าเป็นกิจกรรมซึ่งทำอยู่กับบ้าน ไม่สร้างปัญหาให้กับผู้อื่น

และยังช่วยให้ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากรายได้ที่ได้จากการทำนา ทำไร่ จึงทำให้ การทอผ้าเป็นงานอาชีพเสริมภายในครอบครัว แต่เนื่องจากความไม่เข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการ ผลิตและบทบาททางการค้าผ้า ทำให้กิจกรรมการทอผ้าไม่ค่อยมีความสำคัญทางเศรษฐกิจ (แคทเธอริน เอ. โบวี, 2535 อ้างถึงใน อำนวยพร สุนทรสมัย, 2540)

ประวัติการจัดตั้งกลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอม

1. ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของบ้านม่วงหอม

บ้านม่วงหอม หมู่ 5 ตำบลแก่งโสภะ อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ตั้งอยู่ห่างจาก ตัวเมืองจังหวัดพิษณุโลกเป็นระยะทาง 54 กิโลเมตรตามทางหลวงหมายเลข 12 ถนนพิษณุโลก – หล่มสัก หลักกิโลเมตรที่ 49 เป็นทางแยกเข้าสู่ที่ตั้งบ้านม่วงหอม หมู่ที่ 5 ตำบลแก่งโสภะ ประมาณ 60 ปี ที่ผ่านมา ราษฎรบ้านม่วงหอมพื้นเพอพยพมาจากอำเภอนาแห้ว จังหวัดเลย จาก ราษฎรไม้ก็คร้วเรือน เพิ่มจำนวนครัวเรือนเป็นชุมชนขนาดใหญ่ เดิมบ้านม่วงหอมตั้งอยู่ท่ามกลาง ป่าเขาร่มรื่นไปด้วยต้นไม้ขนาดใหญ่และมีต้นมะม่วงป่า เมื่อสุกจะส่งกลิ่นหอมจึงเป็นที่มาของชื่อ “บ้านม่วงหอม”

ปัจจุบันมีราษฎรอาศัยอยู่ 273 ครัวเรือน ประชากรทั้งสิ้น 1,018 คน เป็นหญิง 498 คน พื้นที่ทั้งหมดของหมู่บ้าน 5,042 ไร่ พื้นที่อาศัย 245 ไร่ พื้นที่ทำไร่ 1,642 ไร่ สวน ผัก 120 ไร่ สวนผลไม้ 650 ไร่ พื้นที่อื่น ๆ 2,385 ไร่ ราษฎรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำไร่ ทำ สวน ปลูกผัก และทอผ้า รายได้เฉลี่ยของประชากรในหมู่บ้าน 12,690 บาท/คน/ปี นายบุญ เหลือ กองแจ ดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้านคนปัจจุบัน

2. ประวัติการจัดตั้งกลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอม

กลุ่มทอผ้ามัดหมี่บ้านม่วงหอม ดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 โดยมีเจ้าหน้าที่ พัฒนาชุมชนมาชี้แนะและเผยแพร่แนวคิดการจัดตั้งกลุ่ม โดยสมาชิกเริ่มจัดตั้ง 30 คน โดย สมาชิกกลุ่มมีพื้นฐานความรู้ด้านการทอผ้าแบบพื้นเมืองมาก่อน ต่อมา มีหน่วยงานหลาย หน่วยงานเข้าไปสนับสนุนฝึกอบรมอาชีพ เพิ่มทักษะด้านต่าง ๆ เช่น การฝึกอบรมอาชีพทอผ้า มัดหมี่ด้วยกี่กระตุก การย้อมสี รวมถึงการบริหารจัดการ การตลาด จนพัฒนามาเป็นกลุ่มทอผ้า มัดหมี่ด้วยกี่กระตุก

3. การดำเนินงานของกลุ่ม

กลุ่มทอผ้ามัดหมี่ใหม่ประดิษฐ์บ้านม่วงหอม ได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของสมาชิก สร้างชิ้นงานผ้าทอออกมาสู่ตลาด จนเป็นที่นิยมแพร่หลาย โดยทั่วไป ปัจจุบันมีสมาชิก 54 คน กี่ทอผ้า 44 หลัง และคณะกรรมการบริหารกลุ่ม 1 คณะ ดังนี้

- | | | |
|----------------|------------|-----------|
| 1. นางเทา | นันทะแพทย์ | ประธาน |
| 2. นางทุเรียน | พลโยธา | รองประธาน |
| 3. นายบุญรัตน์ | สีงวาด | เหรัญญิก |
| 4. นางสาววันดี | บุญเงิน | เลขานุการ |

5. น.ส. สุวรรณ	กามิล	ฝ่ายการตลาด
6. นางนงแก้ว	นออ่อน	ฝ่ายตรวจสอบ
7. นางเชย	สร้อยเพชร	กรรมการ
8. นางอุ๋นไร	สร้อยเพชร	กรรมการ
9. นางชั้น	คำป๊อก	กรรมการ
10. นางสาวทอง	ทองแถว	กรรมการ

ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนดังนี้

- พ.ศ. 2528 - สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอวังทอง สนับสนุนที่ทอผ้า 2 หลัง พร้อมวัสดุอุปกรณ์
- วิทยากรจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมให้ความรู้เรื่องการทอผ้าด้วยกี่กระตุก
- พ.ศ. 2529 - ฝึกอบรมทบทวนความรู้ในการทอผ้า 45 วัน 30 คน และสนับสนุนที่ทอผ้า 4 หลัง พร้อมวัสดุอุปกรณ์
- พ.ศ. 2531 - อุตสาหกรรมจังหวัดฝึกอบรมการทอผ้าด้วยกี่กระตุก
- พ.ศ. 2533, 2542, 2545 - ศพช.เขต 6 สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน 20,000 บาท 30,000 บาท และ 30,000 บาท (ใช้คืนภายใน 1 ปี โดยไม่มีดอกเบี้ย)
- พ.ศ. 2535 - สมาคมส่งเสริมวัฒนธรรมหญิงสนับสนุนเงินกองทุนกลุ่มทอผ้า 5,360 บาท
- พ.ศ. 2536 - สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชนและสำนักงานอุตสาหกรรม ฝึกอบรมหลักสูตรผู้ประกอบการขนาดเล็กเกี่ยวกับเทคนิคการทอผ้า การบัญชี การตลาด
- พ.ศ. 2538 - กรรมการปกครอง สนับสนุนสร้างโรงเรียนทอผ้า 1 หลัง เป็นเงิน 219,000 บาท
- พ.ศ. 2539 - กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ฝึกอบรมการทอผ้ามัดหมี่ ฝ่าย-ใหม่ 1 ครั้ง
- พ.ศ. 2540 - ฝึกอบรมการทอผ้ามัดหมี่ ใหม่
- พ.ศ. 2541 - ฝึกอบรมพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์
- ฝึกอบรมย้อมสีธรรมชาติ
 - ให้คำปรึกษา แนะนำด้านการจัดการ การบัญชี การตลาด และการผลิต โดย ศภ.2 กสอ.
- พ.ศ. 2542 - สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน ฝึกอบรมเพิ่มพูนทักษะการทอผ้าด้วยกี่กระตุก 60 วัน
- พ.ศ. 2543 - สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอวังทองสนับสนุนงบประมาณ (มพร.) 170,000 บาท
- ประชาสงเคราะห์จังหวัด สนับสนุนงบประมาณ 24,000 บาท
 - ศภ.2 กสอ. ฝึกอบรมพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การตัดเย็บเสื้อผ้าชั้นเพิ่มทักษะ
 - สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม ฝึกอบรมการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์จากผ้า

- พ.ศ. 2544 - สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน 50,000 บาท
- ศภ.2 กสอ. ฝึกอบรมการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์การตัดเย็บเสื้อผ้า วิทยากร จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาพิษณุโลก
- พ.ศ. 2545 - กรมส่งเสริมการเกษตร สนับสนุนงบประมาณต่อเติมอาคารโรงกึ่ง และเงินทุนหมุนเวียน รวม 100,000 บาท
- ได้รับการสนับสนุนสินเชื่อจาก ธ.ก.ส. 500,000 บาท

การดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอม สมาชิกกลุ่มได้ปฏิบัติตามระเบียบ สมาชิกกลุ่มได้ปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของกลุ่มที่กำหนดไว้ ร่วมกันมาโดยตลอด สมาชิกให้ความไว้วางใจและพึงพอใจในการบริหารจัดการของคณะกรรมการ ไม่เกิดปัญหาขัดแย้งภายในกลุ่ม และได้ร่วมกันพัฒนางานผ้าของกลุ่มให้มีลวดลายมากกว่า 150 ลาย มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนออกจำหน่ายและยังพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าที่ทำจากผ้า เช่น หมอน ของโทรศัพท์ กระเป๋าและชุดสำเร็จ

4. ความสำเร็จของกลุ่ม

กลุ่มทอผ้ามัดหมี่ไหมประดิษฐ์บ้านม่วงหอม เป็นกลุ่มที่มีความเป็นปึกแผ่น มั่นคง การร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไขปัญหา ของสมาชิกในกลุ่ม เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้กลุ่มพัฒนาเจริญก้าวหน้า ตามลำดับ และประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ทำให้ส่วนราชการ ทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนประชาชน และกลุ่มอาชีพ องค์กรต่างๆ สนใจ และเดินทางเข้ามาศึกษาดูงานการดำเนินงานของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนได้รับการคัดเลือกหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพิษณุโลก

ประธาน และสมาชิกมีความสามารถและได้รับเชิญเป็นวิทยากรสอนการทอผ้าอื่น ๆ และได้เผยแพร่ทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์

5. รางวัลที่ได้รับ

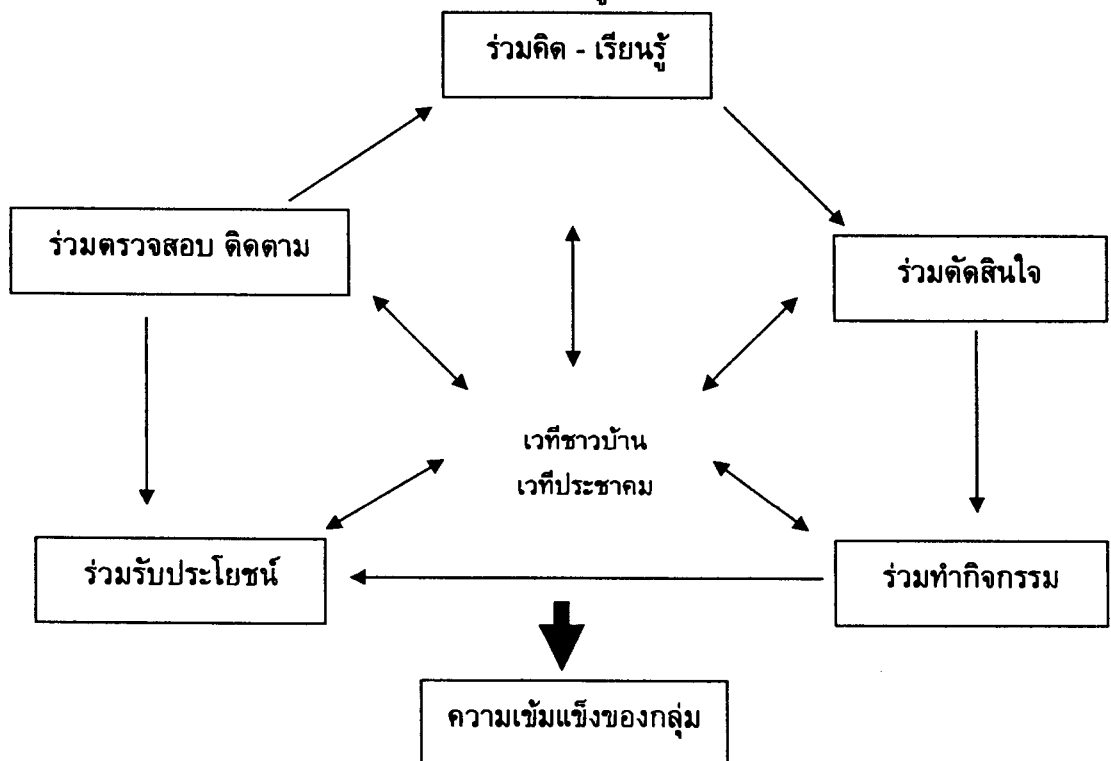
- ชนะเลิศการประกวดลายผ้าปีบสัญลักษณ์จังหวัดพิษณุโลก
- รางวัลที่ 2 ประกวดผ้ามัดหมี่ไหมประดิษฐ์
- หมู่บ้านอุตสาหกรรมดีเด่นระดับภาค

แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา หมายถึง กระบวนการที่รัฐบาลทำการส่งเสริม ชักนำ สนับสนุน และสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชนทั้งในรูปส่วนบุคคล กลุ่มคน ชมรม สมาคม มูลนิธิ และองค์กรอาสาสมัครต่าง ๆ ให้เข้ามาร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหลายเรื่องร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และนโยบายการพัฒนาที่กำหนด โดยการมีส่วนร่วมในลักษณะ ดังนี้

1. ร่วมศึกษาค้นคว้าปัญหา สาเหตุและความต้องการที่เกิดขึ้นในชุมชน
 2. ร่วมคิด และสร้างรูปแบบวิธีการพัฒนา เพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชน
 3. ร่วมวางแผนนโยบาย แผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม เพื่อแก้ปัญหา และสนองความต้องการของชุมชน
 4. ร่วมตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่จำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
 5. ร่วมจัด หรือปรับปรุง ระบบการบริหารงานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ
 6. ร่วมการลงทุนในกิจกรรมโครงการชุมชน ตามขีดความสามารถของตนเอง และของหน่วยงานที่วางไว้
 7. ร่วมปฏิบัติตามนโยบาย แผนงาน โครงการ และกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมาย
 8. ร่วมควบคุม ติดตาม ประเมิน และซ่อมบำรุงโครงการ
- การจัดเวทีประชาคม**

กิ่งแก้ว อินหว่านและคณะ (2542 : 2) กล่าวถึงกระบวนการมีส่วนร่วม ด้วยการ จัดเวทีประชาคม ไว้ว่า การจัดเวทีประชาคมเป็นวิธีการรวมตัวกันของกลุ่มคนเพื่อการทำงาน ร่วมกัน ตั้งแต่การร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจ ร่วมทำกิจกรรม ร่วมรับประโยชน์ ร่วมติดตาม ตรวจสอบ เพื่อให้บรรลุตามที่ประชาคมได้ตั้งเป้าหมายไว้ เพื่อผนึกกำลังของทุกฝ่ายอย่าง หลากหลาย มาร่วมกัน สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ด้วยการรวมตัวกัน คิดวิเคราะห์ปัญหา สร้างเป้าหมายกำหนดทิศทางและวางแผนพัฒนาหมู่บ้าน ตำบล ตามแนวทางดังนี้



ภาพ 2 แนวคิดการจัดเวทีประชาคม

ที่มา : กิ่งแก้ว อินหว่าน และคณะ, 2542 : 2

เทคนิคการมีส่วนร่วมแบบ A.I.C

ไพศาล รั้งชัยและคณะ (2544 : 35 -39) กล่าวว่า เทคนิค A.I.C เป็นกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม โดยใช้เทคนิควิธีการเพื่อเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการพัฒนา การค้นหาการมองเห็น ศักยภาพของตนเอง การพึ่งพาตนเองเพื่อนำไปสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน ซึ่งเทคนิคการมีส่วนร่วมแบบ A.I.C มีขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการแสวงหาความรู้ คือขั้นตอนการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ขั้นตอนนี้เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมทุกคนแสดงข้อคิดเห็นรับฟัง และหาข้อสรุปร่วมกัน อย่างเป็นประชาธิปไตย โดยใช้การวาดรูปเป็นสื่อการแสดงข้อคิดเห็น แบ่งเป็น 2 ช่วง คือ

1.1 การวิเคราะห์สถานการณ์ของหมู่บ้านในปัจจุบัน

1.2 การกำหนดอนาคตของหมู่บ้านว่าต้องการพัฒนาในทิศทางใด

ข้อสังเกต ก่อนที่จะมีการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน อาจให้ผู้เข้าร่วมประชุมเล่าถึงภาพในอดีตก่อนก็ได้

2. ขั้นตอนการสร้างแนวทางพัฒนา คือ ขั้นตอนการหาวิธีการที่จะทำให้สามารถพัฒนาหมู่บ้านได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เป็นช่วงการหาวิธีการในการพัฒนา และการค้นหาเหตุผลเพื่อจัดลำดับความสำคัญตามความคิดเห็นของกลุ่มเข้าร่วมประชุม แบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ

2.1 การคิดโครงการที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์

2.2 การจัดลำดับความสำคัญของโครงการ โดยแยกออกเป็น 3 ประเภท

2.2.1 กิจกรรมหรือโครงการที่ชาวบ้านทำเอง

2.2.2 กิจกรรมหรือโครงการที่ชาวบ้านทำเองบางส่วนและขอความช่วยเหลือจากแหล่งทุนภายนอก

2.2.3 กิจกรรมหรือโครงการที่สามารถขอจากภาครัฐ

3. ขั้นตอนการสร้างแนวปฏิบัติ คือการนำเอาโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ มาสู่การจัดกลุ่มผู้รับผิดชอบ ดำเนินงานแต่ละโครงการหรือกิจกรรมแบ่งเป็น 2 ช่วง

3.1 การแบ่งกลุ่มรับผิดชอบ

3.2 การตกลงรายละเอียดในการดำเนินงาน

จากแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม จะเห็นได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการพัฒนาชุมชนนี้จะต้องมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน โดยเริ่มตั้งแต่การศึกษาข้อมูล เพื่อหาปัญหาสาเหตุ และหาแนวทางแก้ไข โดยการจัดทำเป็นแผนดำเนินการ ดำเนินการตามแผน และมีการติดตามประเมินผล เพื่อประโยชน์ของประชาชนเอง หรือสามารถสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมก็คือ "การร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมทำ และร่วมรับผลประโยชน์"

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรพล กาญจนะจิตรา และประภาส ศิลปรัตน์ (2529 : 87- 91) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนทำให้กลุ่มอาชีพประสบความสำเร็จหลายประการ อาทิ การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของทางราชการในด้านต่าง ๆ การได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน การได้รับข่าวสาร ความสามารถที่สนองตอบความต้องการให้แก่สมาชิกและการได้รับการติดตามตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่

พีรพงษ์ นิลพันธ์ (2532 : 135) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาชนบท โดยให้ข้อคิดว่าเป็นเรื่องยากที่ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะมีปัญหาทางการประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชน อีกทั้งยังมีปัญหาในเรื่องความไม่ชัดเจนในแนวทางการดำเนินงานและวิธีการปฏิบัติของหน่วยงานของรัฐ เนื่องจากแต่ละกรมแต่ละกองมีวิธีปฏิบัติไม่เหมือนกัน และยังมีปัญหาการทำหน้าที่ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐกับหน่วยงานภาคเอกชน เช่น มูลนิธิ บริษัทและสมาคมต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกัน นอกจากนี้ยังมีปัญหาการมีส่วนร่วมในเชิงวิเคราะห์ปัญหาและวินิจฉัยปัญหา และพิจารณาให้ความสำคัญต่อประเด็นของการมีส่วนร่วมของประชาชน และภาคเอกชน ให้มีบทบาทในการพัฒนามากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องการดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มรายได้และการฝึกอบรมให้ชาวบ้านมีประสบการณ์ในการทำงานร่วมกันภายในกลุ่มของตนเอง

สถิลรัตน์ อุปแก้ว (2534 : 146) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง กลุ่มสตรีกับการพัฒนาชนบทศึกษกรณที่บ้านหนองไผ่ ตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มสตรีประสบความสำเร็จได้แก่ คณะกรรมการกลุ่มปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ รวมทั้งสมาชิกในกลุ่มได้ให้ความสนใจร่วมกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ กิจกรรมตอบสนองความต้องการของสมาชิก และสมาชิกได้รับผลประโยชน์จากการรวมกลุ่ม มีตลาดจำหน่ายผลผลิต การได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากผู้นำชุมชน และการได้รับความช่วยเหลือแนะนำ และติดตามผลจาก เจ้าหน้าที่ของทางราชการที่เกี่ยวข้อง

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานกลุ่ม พบว่ามีปัจจัยหลายประการดังนี้

1. ความรู้ ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของสมาชิก
2. การได้รับการสนับสนุนจากทางราชการ และผู้นำชุมชน
3. การได้รับข่าวสารการพัฒนาจากภายนอก
4. สมาชิกได้รับผลประโยชน์จากกลุ่ม
5. การได้รับการฝึกอบรม ประชุมชี้แจง
6. ความสามารถของคณะกรรมการบริหารกลุ่ม
7. กลุ่มมีกิจกรรมต่อเนื่อง
8. การได้รับการสนับสนุนด้านวัสดุ อุปกรณ์ และเงินทุนหมุนเวียน

9. ความร่วมมือของสมาชิกกลุ่ม

10. ด้านการตลาดในการจำหน่ายผลผลิต

11. กิจกรรมสามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิก

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในข้างต้น ซึ่งได้แก่ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการพัฒนาด้านการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การพัฒนาในด้านของผลิตภัณฑ์ ด้านการตั้งราคา การจำหน่าย ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อการพัฒนาทั้งสิ้น การพัฒนาตลาด เป็นสิ่งสำคัญที่จะสามารถพัฒนากลุ่มอาชีพทอผ้าให้ประสบความสำเร็จได้ โดยในการจะพัฒนาด้านการตลาดได้นั้นจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจในหลาย ๆ ด้านประกอบกัน ซึ่งได้แก่ การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรและชุมชน การจัดการเกี่ยวกับตัวบุคคล องค์กร สถานการณ์ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนระยะเวลาและการจัดการกับระบบการขาย และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทอผ้า ประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการของการทอผ้า ตลอดจนการศึกษาสภาพทั่วไปและลักษณะความเป็นอยู่ของกลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านม่วงหอม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาดของผู้วิจัย ต่อไป

สุกัญญา สิงห์ชม (2536 : 71) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกองค์กรสตรีในการพัฒนาชนบท ศึกษากรณี กพสม. ในเขตพื้นที่จังหวัดพิษณุโลก สุรินทร์ ระยอง และชุมพร พบว่า มีปัจจัย 2 ประการคือ ประการแรก ได้แก่ การได้รับการฝึกอบรมชี้แจงจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ ประการที่สอง ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ แนวทางการดำเนินงานขององค์กรสตรี โดยที่ปัจจัยทั้งสองประการเป็นสิ่งต่อเนื่องกัน กล่าวคือ การที่สมาชิกสตรีได้รับการฝึกอบรม อบรมชี้แจงบ่อยครั้งก็จะก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และก่อให้เกิดความสำนึกถึงบทบาทของตนที่ควรมีต่อท้องถิ่น

เจริญยศ ดวงอินทร์ (2541: 215) ได้ศึกษาโครงการกระจายอุตสาหกรรมสู่ชนบท ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3 จังหวัดพิจิตร จากการศึกษาพบว่า

1. การดำเนินโครงการภายใต้แผนงานโครงการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมชนบท ต้องอาศัยระยะเวลาในการดำเนินงานฝึกอบรมทางด้านทักษะฝีมือแรงงาน เนื่องจากโครงการดังกล่าวยังเพิ่งดำเนินการมาในช่วงระยะสั้น (เริ่มโครงการ พ.ศ. 2539) จะให้เกิดผลสำเร็จเต็มที่คงยาก จึงต้องใช้เวลาต่อไปอีกหลายปี

2. ราษฎรที่เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่ เป็นคนด้อยโอกาส ขาดความรู้ และเงินทุนที่จะมาทำกิจการร่วม การกู้เงินเพื่อการลงทุนยาก เพราะขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน ขาดคนค้ำประกัน ราษฎรส่วนมากมีหน้าที่รับจ้างขายแรงงานวันต่อวัน เพราะฉะนั้นจึงขาดทุนทรัพย์ที่จะมาจุนเจือเพื่อแสวงหาความรู้และพัฒนาตนเอง ไม่มีโอกาสเป็นเจ้าของธุรกิจนั้น เพราะมีพื้นฐานของด้านสังคมและเศรษฐกิจไม่ดีเท่าที่ควร

3. การพัฒนาชนบทได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องร่วมมือประสานกันระหว่างหน่วยงานของรัฐ หน่วยงานของเอกชนและตัวของราษฎรเอง จะต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหาและวินิจฉัยปัญหาในการพัฒนาชนบท โดยเสริมสร้างองค์กรประชาชนให้มีความเข้มแข็งในรูปของการดำเนินธุรกิจแบบสหกรณ์ องค์กรเอกชนจะต้องมีบทบาทในการพัฒนาชนบท โดยเฉพาะการทำธุรกิจของชุมชนเพื่อเพิ่มรายได้และฝึกอบรมให้ชาวบ้านมีประสบการณ์ในการทำงานร่วมกันภายในกลุ่มตนเอง องค์กรรัฐบาลควรให้การสนับสนุนงบประมาณเกี่ยวกับการฝึกอบรม วัสดุฝึกอบรม และอื่น ๆ ส่วนธุรกิจเอกชนมีหน้าที่เป็นผู้ฝึกความชำนาญให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการและการจำหน่ายสินค้าหรือหาช่องทางการจำหน่ายสินค้า ราษฎรมีหน้าที่ในการร่วมลงทุนเพื่อเป็นเจ้าของกิจการในอนาคตต่อไป และบางส่วนที่ร่วมโครงการใช้แรงงาน ซึ่งอาจมีปัญหาในเบื้องต้นของโครงการของราษฎรที่เข้าร่วมโครงการ เพราะมีความด้อยโอกาส ขาดความรู้ และขาดเงินทุนที่จะทำกิจการร่วมลงทุน จึงต้องใช้เวล่อีกหลายปีจึงจะสามารถดำเนินการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

สุนิมิต ชุ่มพงษ์ (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยและแนวทางการดำเนินงานของหมู่บ้าน กข.คจ. ดีเด่น ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์โครงการแก้ไขปัญหาความยากจนเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลสัมฤทธิ์การดำเนินโครงการแก้ไขปัญหาความยากจน (กข.คจ.) คือ ปัจจัยการเสนอโครงการและการอนุมัติเงินยืม ปัจจัยประสิทธิภาพการดำเนินงานของคณะกรรมการกองทุน กข.คจ. ประจำหมู่บ้าน ปัจจัยการจัดทำข้อมูลทะเบียนบัญชีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยการยกระดับคุณภาพชีวิตของหมู่บ้านตามเกณฑ์ จปฐ. และปัจจัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการและหมู่บ้าน

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลสัมฤทธิ์ต่อการดำเนินงานโครงการแก้ไขปัญหาความยากจน (กข.คจ.) ที่กลุ่มเป้าหมายต้องได้รับการพัฒนา คือ ปัจจัยประสิทธิภาพของครัวเรือนในการใช้เงินยืมเพื่อการ ประกอบอาชีพและการใช้คืนเงินยืม ปัจจัยการหมุนเวียนรอบเงินยืมและการให้โอกาสครัวเรือน เป้าหมายได้ยืมเงินอย่างทั่วถึง ปัจจัยการติดตาม สนับสนุน กำกับดูแล ครัวเรือนยืมเงินและการรายงานผลการดำเนินงานของคณะกรรมการกองทุน ปัจจัยการมีรายได้เพิ่มของครัวเรือนตามเกณฑ์ จปฐ. ปัจจัยการสนับสนุนส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อหมู่บ้าน/ ชุมชนที่สามารถขยายผลเป็นตัวอย่างให้กับหมู่บ้านต่าง ๆ ของผู้ที่จะได้ยืมในรอบถัดไป การเป็นเครือข่ายหมู่บ้าน กข.คจ. ระดับตำบล/ อำเภอ และการติดตามเจ้าหน้าที่ของรัฐอย่างใกล้ชิด สำหรับครัวเรือนยากจนยังไม่เข้าใจในการเลือกประกอบอาชีพ เสริมและการทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นตามเกณฑ์ จปฐ. ที่กำหนด รูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนาการดำเนินโครงการแก้ไขปัญหาความยากจน คือรูปแบบที่ทำให้หมู่บ้านโครงการแก้ไข ปัญหาความยากจน มีการเตรียมความพร้อมแก่คณะกรรมการกองทุน กข.คจ. และประชาชนให้เข้าใจถึงความเป็นมาของโครงการ วัตถุประสงค์โครงการ เจือ้นไขหลักเกณฑ์ และวิธีดำเนินโครงการที่ ชัดเจน มีการพัฒนาศักยภาพและสร้างกระบวนการเรียนรู้กันและกัน การใช้ ข้อมูล

สารสนเทศ เทคโนโลยีที่เหมาะสม ภูมิปัญญา เทคนิควิชาการใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการ กองทุนที่มีประสิทธิภาพ และประชาชนทั่วไปสามารถบริหารจัดการทรัพยากร การประยุกต์ใช้ วัฒนธรรมประเพณีในการเลือกประกอบอาชีพที่เหมาะสม สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วย ตนเองและเป็นตัวอย่างแก่หมู่บ้านอื่นได้

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาการพัฒนาการตลาดของกลุ่มอาชีพทอผ้า บ้านม่วงหอม หมู่ที่ 5 ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก โดยมีแนวคิดดังนี้

