

## บทที่ 2

### เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้ศึกษาจากเอกสาร วารสาร หนังสือ สิ่งพิมพ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 5 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล
2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน
3. แนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
4. แนวความคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล

##### 1. ความเป็นมาขององค์การบริหารส่วนตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลถือเป็นหน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์กรหนึ่งที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนในท้องถิ่น โดยตรง จึงเป็นอย่างยิ่งที่ผู้เกี่ยวข้องทุกระดับจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล ดังที่ อธิปศักดิ์กรมการปกครอง ชูวงศ์ ฉายะบุตร (2539 : 70-71) ได้กล่าวถึงประวัติขององค์การบริหารส่วนตำบลโดยย่อว่า ในสมัยที่จอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรีของประเทศไทย ได้เดินทางไปราชการ ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศต่างๆ ในยุโรป เมื่อปี พ.ศ. 2488 หลังจากกลับมาแล้วได้พิจารณาเห็นว่าการบริหารงานท้องถิ่นของประเทศต่างๆ ราษฎรมีส่วนในการบริหารงานท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งเป็นแนวคิดที่สำคัญในการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย จึงได้มีการตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการส่วนตำบล พ.ศ.2499 จัดตั้งหน่วยการปกครองท้องถิ่นขึ้นเรียกว่า "องค์การบริหารส่วนตำบล" แต่ประสบปัญหาหลายประการจึงถูกยกเลิกแล้วจัดระเบียบบริหารงานเสียใหม่จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2515 คณะปฏิวัติได้ออกประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 326 ลงวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2515 จัดระเบียบการบริหารงานในตำบลให้เหลือเพียงรูปแบบเดียวเรียกว่า "สภาตำบล" องค์การบริหารส่วนตำบลตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการส่วนตำบล พ.ศ. 2499 ก็ถูกยกเลิกไปแล้ว

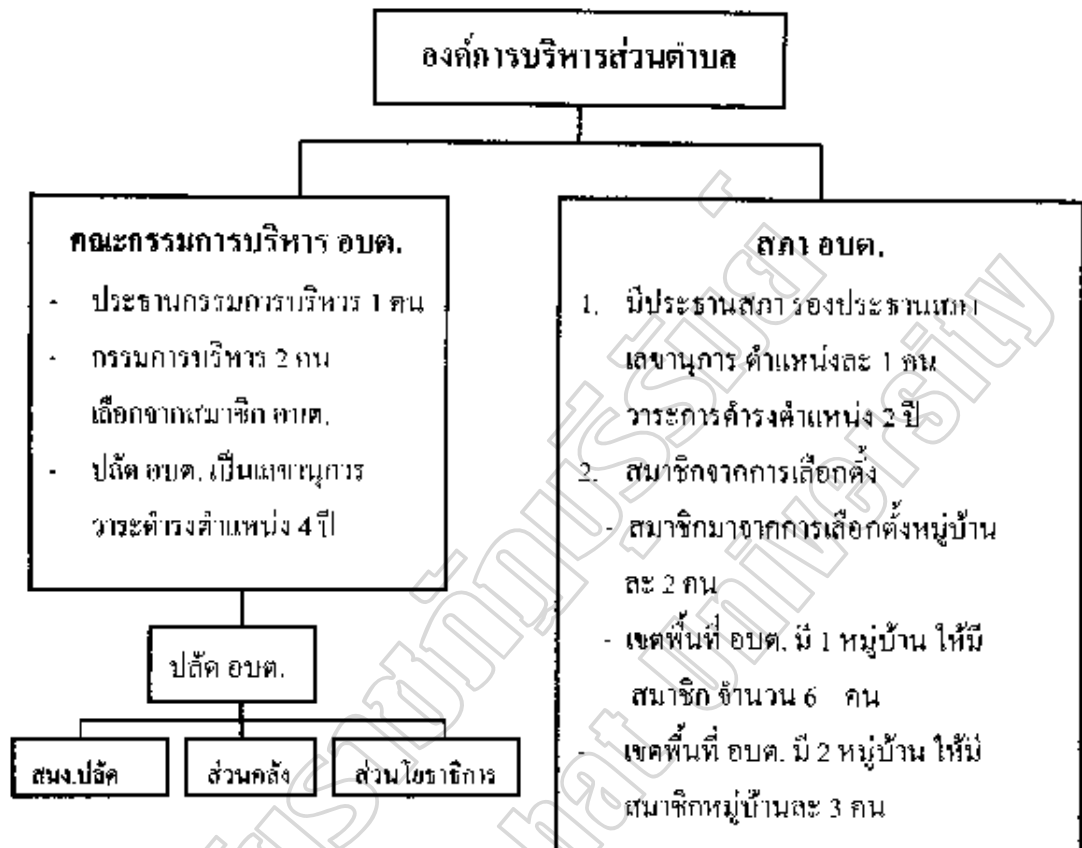
ในปี พ.ศ. 2537 นายชวน หลีกภัย เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีกระแสเรียกร้องจากประชาชน โดยต้องการที่จะมีอำนาจในการบริหาร ภายใต้นำบดของตนเองมากขึ้น

เนื่องจากกรณีที่สภาตำบลไม่มีฐานะเป็นนิติบุคคล ทำให้การบริหารงานไม่สามารถดำเนินไปได้  
 อย่างมีประสิทธิภาพ ขาดความคล่องตัวในการบริหารและรัฐบาลก็เล็งเห็นถึงความสำคัญของการ  
 กระจายอำนาจการปกครองสู่ท้องถิ่นเช่นเดียวกัน ดังนั้น เพื่อให้สามารถรองรับการกระจายอำนาจ  
 ไปสู่ประชาชนให้มากยิ่งขึ้น จึงได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหาร  
 ส่วนตำบล พ.ศ. 2537 มาตรา 6 ของ พ.ร.บ ฉบับนี้ได้ยกฐานะสภาตำบล ซึ่งมีรายได้ตามกฎหมายที่  
 กฎหมายกำหนดขึ้นเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล มีฐานะเป็นนิติบุคคลและเป็นราชการบริหาร  
 ส่วนท้องถิ่น ตามมาตรา 43 ประกอบด้วยสภาองค์การบริหารส่วนตำบล และคณะกรรมการบริหาร  
 ส่วนตำบล กฎหมายที่กำหนดให้สภาตำบลเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นไปตามพระราชบัญญัติ  
 สภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 มาตรา 40 สภาตำบลที่มีรายได้ไม่รวมเงิน  
 จุดหมุนในงบประมาณที่ส่งมาติดต่อกันสามปี เลื่อยไม่ต่ำกว่าปีละหนึ่งแสนห้าหมื่นบาท ให้  
 จัดตั้งเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล ได้ และให้อินบรคางงบประมาณ ทรัพย์สิน สิทธิเรียกร้องหนี้  
 และเจ้าหน้าที่ของสภาตำบล ไปเป็นขององค์การบริหารส่วนตำบล ตามมาตรา 4 และ มาตรา 95  
 วรรคสี่ (กรมการปกครอง. 2542 ก : 10)

กระทรวงมหาดไทยได้ประกาศจัดตั้งสภาตำบลเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล ตามนัย  
 มาตรา 40 และมาตรา 95 แห่งพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537  
 เมื่อสิ้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2539 จำนวนทั้งสิ้น 2,760 แห่ง (กรมการปกครอง. 2539 ก : 4) ในปี  
 พ.ศ. 2543 มีสภาตำบลยกฐานะเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล 6,746 แห่ง และ พ.ศ. 2544 มีการ  
 จัดตั้งเพิ่มขึ้นอีก จำนวน 3,636 แห่ง (หนังสือสั่งการ กรมการปกครอง ที่ มท0304/ว893 ลงวันที่  
 23 เมษายน พ.ศ. 2544)

ต่อมาได้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 รัฐธรรมนูญ  
 ดังกล่าว ได้บัญญัติเกี่ยวกับการปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีสาระเพิ่มเติมเปลี่ยนแปลงจาก  
 พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบลหลายประการ ดังนั้น กรมการปกครอง  
 กระทรวงมหาดไทย จึงได้มีการเสนอแก้ไขกฎหมายสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบลต่อ  
 สภาผู้แทนราษฎรเพื่อให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญและสภาผู้แทนราษฎร และ วุฒิสภาได้เห็นชอบ  
 ร่างพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 ซึ่งได้ใช้บังคับ  
 เป็นกฎหมาย ตั้งแต่วันที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ. 2542 เป็นต้นไป

โครงสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลตาม พ.ร.บ. สภาตำบลและองค์การบริหาร  
 ส่วนตำบล แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 ได้แสดงไว้ในภาพประกอบ 1 (กรมการปกครอง.  
 2542 ก : 14-15)



ภาพประกอบ 1 แสดง โครงสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบล ตาม พ.ร.บ.สภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 (และที่แก้ไขเพิ่มเติมจนถึงฉบับที่ 3 พ.ศ. 2542)

จากภาพประกอบข้างต้น องค์การบริหารส่วนตำบลแยกเป็น 2 ส่วน มีรูปแบบคล้ายกับสภาผู้แทนราษฎรของประเทศ ประกอบด้วยสภาองค์การบริหารส่วนตำบล และคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีพนักงานส่วนตำบลเป็นบุคลากรหลักในฐานะข้าราชการประจำขององค์การบริหารส่วนตำบล

## 2. อำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล

มีอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาตำบล ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และมีบทบาทบัญญัติไว้ในกฎหมาย โดยบัญญัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 ไว้ดังนี้

1. จัดให้มีและบำรุงรักษาทางน้ำและทางบก
2. รักษาความสะอาดของถนน ทางน้ำ ทางเดิน และที่สาธารณะ รวมทั้งกำจัด

### ขยะมูลฝอย และสิ่งปฏิกูล

3. ป้องกันโรคและระงับโรคติดต่อ
4. ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
5. ส่งเสริมการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม
6. ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุและผู้พิการ
7. ส่งเสริมสุขภาพและบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
8. บำรุงรักษาสิ่งปะ จารัตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมอันดีของ

### ท้องถิ่น

9. ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ทางราชการมอบหมาย  
นอกจากนี้ กฎหมายยังกำหนดให้ องค์การบริหารส่วนตำบล ที่มีกรมสามารถ มี  
ศักยภาพเพียงพอ อาจจัดทำกิจการในเขต อบต. อีกจำนวน 13 ข้อ ดังนี้

1. ให้มีน้ำเพื่อการอุปโภค บริโภค และการเกษตร
2. ให้มีและบำรุงการไฟฟ้าหรือแสงสว่าง โดยวิธีอื่น
3. ให้มีและบำรุงทางระบายน้ำ
4. ให้มีและบำรุงสถานที่ประชุม การกีฬา การพักผ่อนหย่อนใจและ

### ส่วนสาธารณะ

5. ให้มีและส่งเสริมกลุ่มเกษตรและกิจการสหกรณ์
6. ส่งเสริมให้มีอุตสาหกรรมในครอบครัว
7. บำรุงและส่งเสริมการประกอบอาชีพของราษฎร
8. การคุ้มครองดูแลรักษาทรัพย์สินอันเป็นสาธารณสมบัติของแผ่นดิน
9. หาผลประโยชน์จากทรัพย์สินขององค์การบริหารส่วนตำบล
10. ให้มีตลาด ท่าเทียบเรือ และท่าข้าม
11. กิจการเกี่ยวกับการพาณิชย์
12. การท่องเที่ยว
13. การผังเมือง

อำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลที่กล่าวมานั้น ไม่เป็นการตัดอำนาจหน้าที่  
ของ กระทรวง ทบวง กรม หรือ องค์การ หรือหน่วยงานของรัฐ ในอันที่จะดำเนินกิจการใดเพื่อ  
ประโยชน์ของประชาชนในตำบล แต่ต้องแจ้งให้ องค์การบริหารส่วนตำบลทราบล่วงหน้าตาม  
สมควร ในกรณีนี้หากองค์การบริหารส่วนตำบลมีความเห็นเกี่ยวกับการดำเนินกิจการดังกล่าว ให้

กระทรวง ทบวง กรม หรือองค์การ หรือหน่วยงานของรัฐนำความเห็นของ อบต. ไปประกอบการพิจารณาดำเนินการนั้นด้วย

### 3. การแบ่งชั้นขององค์การบริหารส่วนตำบล และการกำหนดอัตราค่าจ้าง

เนื่องจากองค์การบริหารส่วนตำบลแต่ละแห่งมีศักยภาพแตกต่างกัน โดยเฉพาะในเรื่องของรายได้ และปริมาณงานขององค์การบริหารส่วนตำบลต่าง ๆ สำนักงานกระทรวงมหาดไทย จึงได้ดำเนินการจัดแบ่งชั้นองค์การบริหารส่วนตำบล ออกเป็น 5 ลำดับชั้น โดยนำเรื่องของรายได้ พื้นที่และประชากรขององค์การบริหารส่วนตำบลต่าง ๆ เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ซึ่งแสดงไว้ตามตาราง 1 ดังนี้ (กรมการปกครอง, 2539 ข : 82)

**ตาราง 1** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ การจัดลำดับชั้น และจำนวนพนักงานส่วนตำบลขององค์การบริหารส่วนตำบล

ลำดับชั้น อบต.	เกณฑ์รายได้	จำนวนพนักงานส่วนตำบล
1	20 ล้านขึ้นไป	21
2	12 - 20 ล้านบาท	12
3	6 - 12 ล้านบาท	6
4	3 - 6 ล้านบาท	4
5	ไม่เกิน 3 ล้านบาท	3

### 4. รายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบล มีรายได้ตามกฎหมายบัญญัติไว้ตาม พ.ร.บ. เทศบาล และ องค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2542 ดังต่อไปนี้

ภาษีอากรและค่าธรรมเนียม

1. ภาษีบำรุงท้องที่
2. ภาษีโรงเรือนและที่ดิน
3. ภาษีป้าย
4. อากรการฆ่าสัตว์ และผลประโยชน์อื่นอันเกิดจากการฆ่าสัตว์
5. ภาษีและค่าธรรมเนียมรถยนต์และล้อเลื่อน

6. ภาษีธุรกิจเฉพาะ
7. ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตในการขายสุรา
8. ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตในการเล่นพนัน
9. อกร้างนกอินทรี
10. ค่าธรรมเนียมตามกฎหมายว่าด้วยน้ำบาดาล
11. อกรประทานไร่โดยใบอนุญาตและอาชญาบัตรตามกฎหมาย ว่าด้วยทหาร
- ประมง
12. ค่าภาคหลวงและค่าธรรมเนียมตามกฎหมายว่าด้วยป่าไม้
13. ค่าธรรมเนียมและจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมตามประมวลกฎหมาย
- ที่ดิน
14. ค่าภาคหลวงปิโตรเลียมตามกฎหมายว่าด้วยปิโตรเลียม
15. ค่าภาคหลวงแร่ตามกฎหมายว่าด้วยแร่
16. เงินที่เก็บตามกฎหมายว่าอุทยานแห่งชาติ
17. ภาษีมูลค่าเพิ่ม
18. ค่าธรรมเนียมค่าใบอนุญาตและค่าปรับ ตามที่กฎหมายกำหนด
- นอกจากนี้ยังมีรายได้จากทรัพย์สินและรายได้อื่น ๆ
1. รายได้จากทรัพย์สินขององค์การบริหารส่วนตำบล
  2. รายได้จากสาธารณูปโภค
  3. รายได้จากกิจการเกี่ยวกับพาณิชย์ขององค์การบริหารส่วนตำบล
  4. เงินและทรัพย์สินอื่นที่มีผู้อุทิศให้
  5. รายได้อื่นตามที่รัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐจัดสรรให้
  6. รายได้อื่นตามที่จะมีกฎหมายให้เป็นองค์การบริหารส่วนตำบล
- จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 (และที่แก้ไขเพิ่มเติมจนถึงฉบับที่ 3 พ.ศ. 2542) เกี่ยวกับความเป็นมาขององค์การบริหาร ส่วนตำบล เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจในภาพรวม เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญขององค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งเป็นองค์กรหนึ่งที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล และเป็นราชการบริหารราชการ ส่วนท้องถิ่น เป็นองค์กรหนึ่งที่มีจำนวนมากและกระจายอยู่ตามตำบลต่าง ๆ เกือบทุกแห่ง ซึ่งมีผล ต่อการพัฒนาท้องถิ่น ในปัจจุบันนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากมีความใกล้ชิดกับประชาชน ทำให้สามารถ แก้ไขปัญหาประชาชนได้ทันท่วงทีได้อย่างทั่วถึง และตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง

## ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน

### 1. ความหมายธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน (The Community Business) เกิดจากรูปแบบการประกอบอาชีพที่เปลี่ยนจากการผลิตเพียงยังชีพไปเป็นการผลิตเพื่อการค้า การจัดตั้งในรูปแบบสหกรณ์หาทุน ต่อมามีการขยายไปสู่ธุรกิจชุมชนรูปแบบอื่น ๆ เช่น ธุรกิจชุมชนด้านการผลิต ด้านการเงิน และด้านสินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น แนวคิดธุรกิจชุมชนจึงเกิดขึ้น 2 กระแส คือ ธุรกิจชุมชนกระแสหลัก เน้นการส่งเสริมอาชีพในชุมชน การพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจในลักษณะกิจการ โดยมีการลงทุนสนับสนุนให้ประชาชนมีรายได้ ภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลและธุรกิจเอกชน เรียกว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และธุรกิจชุมชนกระแสรอง เน้นการพัฒนาศักยภาพของคนให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และพึ่งตนเอง มีการจัดทุนของตนเอง ทั้งทุนที่เป็นเงินตรา และทุนทางสังคม เพื่อให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน ภายใต้การสนับสนุนขององค์กรพัฒนาเอกชน (อัญชัน แกมเชย, 2543 : 3-5) ธุรกิจชุมชนจึงเป็นเรื่องของการร่วมกันคิด ร่วมกันทำ เพื่อความอยู่รอดของคนในการดำรงชีวิตที่ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน โดยมีนักวิชาการและผู้รู้หลายท่านได้ให้ความหมายธุรกิจชุมชนไว้ดังนี้

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2542 ก : 89) ได้ให้ความหมายธุรกิจชุมชนในแง่เศรษฐศาสตร์และการค้าว่า ธุรกิจชุมชนหมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของคนชุมชน โดยมีเป้าหมายอยู่ที่กำไร โดยสมาชิกชุมชนสามารถครอบครอง และควบคุมธุรกิจนั้นได้ และในอีกมุมมองหนึ่งของ อัญชัน แกมเชย (2545 : 5) ได้ให้ความหมายธุรกิจชุมชนในแง่วัฒนธรรมการพึ่งตนเองว่า เป็นธุรกิจที่ถูกโยงถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ การพึ่งตนเองได้ เป็นพลังที่เกิดจากสำนึกร่วมกันของคนในชุมชน กลายเป็นตัวตนที่ถึงใหญ่ ผลักดันงานสาธารณะของชุมชนฐานล่าง จนกลายเป็นวัดชี้้นในการชั่งกันวิกฤตที่เกิดขึ้นแก่สังคมในภาคต่อไปได้อย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ ประเวศ วะสี (2541 : 43-44) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจชุมชน (The Community Economy) โดยยกพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่พระราชทานเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2540 ว่า เป็นเศรษฐกิจพอเพียงที่คำนึงถึงการทะนุบำรุงพื้นฐานให้เข้มแข็งทั้งทางสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ พื้นฐานของสังคมคือชุมชน ในทำนองเดียวกันกับ มงคล ด้านธานินทร์ (2541 : 91-94) และปาริชาติ วลัยเสถียร (2540 : 98) ได้สรุปความหมายของเศรษฐกิจชุมชนหรือธุรกิจชุมชนว่าเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจของชาติ โดยจะต้องมีความสัมพันธ์กับการเมือง การปกครอง การศึกษา วัฒนธรรมของคนทั้งประเทศ และการทำงานเพื่อดำรงชีพนั้น จะต้องมิจิจกรรมเพื่อการอยู่ร่วมกันกับเพื่อนมนุษย์ โดยมีการรวมกลุ่มกันอย่างไม่เป็นทางการหรือใช้กลุ่มที่เป็นนิตยบุคคล เช่น กลุ่ม

สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร มูลนิธิหรือสมาคม โดยทำการผลิต การแปรรูป แลกเปลี่ยนสินค้า ค้าขาย หรือบริการต่าง ๆ เพื่อให้พอยู่พอกินและมีความสุข ส่งผลให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งตามไปด้วย นอกจากนี้ โสภณ ชานะมูล (2539 : 55) เห็นว่าธุรกิจชุมชนเป็นองค์ประกอบหนึ่งของ เศรษฐกิจชุมชน โดยให้ธุรกิจชุมชนเป็นเครื่องมือที่จะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของชุมชน ชาวบ้านจะต้องเรียนรู้เรื่องการจัดการและเรื่องทุนก่อน ได้แก่ วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรบุคคล และเงินตราทั้งจากภายนอก เช่นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน และทุนที่ระดมใน ชุมชนเอง เช่น กิจกรรมออมทรัพย์ หรือการทำธุรกิจชุมชน การรวมกลุ่มกันทำกรค้าขายพิเศษ ทางการเกษตรและปัจจัยทางการเกษตร

สรุปได้ว่า เศรษฐกิจชุมชนและธุรกิจชุมชน มีความเกี่ยวข้องกันและมีความหมาย คล้ายคลึงกันในเรื่องของการดำเนินกิจการร่วมกันของคนในชุมชน โดยทราวมสมีตรใจและมีอุดมคติ ร่วมกัน มีการจัดการอย่างครบวงจร ทั้งการผลิต การแปรรูป การตลาด และทรัพยากรธรรมชาติ โดยคำนึงถึงสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ทำให้เศรษฐกิจในภาพรวมดีขึ้น ชุมชนเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และพัฒนา ไปสู่ความเจริญอย่างยั่งยืน

## 2. รูปแบบและประเภทของธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนเป็นทางเลือกหนึ่ง ในการประกอบอาชีพของคนในชุมชน อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้คนในชุมชน ได้มีโอกาสปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เกิดความเหมาะสม สอดคล้องการพัฒนาความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน มีรูปแบบและประเภทของธุรกิจชุมชนหลากหลาย ดังนี้นักวิชาการและนักพัฒนา หลายท่านกล่าวไว้ ดังนี้

ปาริชาติ วลัยเสถียร (2540 : 13-30) ได้อภิปรายถึงรูปแบบและประเภทของลักษณะการ ประกอบการธุรกิจชุมชน โดยแยกเป็นประเด็น สรุปได้ดังนี้

1. ประเภทการประกอบการ ส่วนใหญ่จะมีความสอดคล้องกับลักษณะการดำเนินธุรกิจ ทั้งในด้านการผลิต การค้า และการบริการ แต่หากจะพิจารณาถึงประเภทของธุรกิจขนาดย่อม ในชนบท จะเห็นว่าส่วนใหญ่จะอยู่ในประเภทธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และการแปรรูปสินค้า ขึ้นปฐม ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะการประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในชนบท เน้นการใช้วัตถุดิบ ในการผลิตหรือจัดหาได้ในท้องถิ่นเป็นหลักและใช้เทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อน

2. เงินทุนในการประกอบการ ในธุรกิจชุมชนจำเป็นต้องอาศัยเงินจากการเข้าร่วมหุ้น ขององค์กรหรือบุคคลภายนอก รวมถึงเงินจากการกู้ยืมจากหน่วยงาน ทั้งนี้เนื่องจากคนในชุมชน ส่วนใหญ่มีฐานะยากจน ดังนั้น การประกอบกิจการธุรกิจโดยอาศัยเพียงเงินทุนของคนในชุมชน เป็นไปได้อย่าง โดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินกิจการ ซึ่งเป็นช่วงที่ชาวบ้านส่วนใหญ่



ซึ่งไม่มีควมมั่นใจในการลงทุน จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยการเข้าร่วมหุ้นและเงินสนับสนุนจากภายนอก ต่อมาเมื่อธุรกิจเติบโตชาวบ้านเกิดความมั่นใจในการประกอบการมากขึ้น การเข้าร่วมในการลงทุนหรือความเป็นเจ้าของกิจการก็จะมีมากขึ้นด้วย

3. แหล่งวัตถุดิบในการประกอบการ วัตถุดิบในการประกอบการมีที่มาจาก 2 แหล่งคือ

3.1 วัตถุดิบที่ได้จากการจัดซื้อทั้งภายในและภายนอกท้องถิ่น

3.2 วัตถุดิบที่ได้จากการผลิตเอง หรือหามาได้โดยไม่ต้องซื้อ หรือเป็นวัสดุธรรมชาติที่หาได้ในชุมชน วัตถุดิบนับเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นปฐมภูมิของการเกษตร

4. ด้านแรงงาน แรงงานในการประกอบการส่วนใหญ่ มีการใช้แรงงานของคนที่อยู่ในครอบครัวเดียวกัน ส่วนแรงงานรับจ้างจากภายนอกยังคงมีอยู่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทสินค้าที่ผลิตและขนาดสินค้าด้วย

5. การตลาด กิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจชุมชน ได้แก่ การพยากรณ์การขาย จะต้องมีการพยากรณ์ปริมาณสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการ เพื่อที่จะผลิตสินค้าหรือบริการของตนให้สนองความต้องการของผู้บริโภค การรวบรวมผลิตภัณฑ์จากสมาชิก การจัดหาแหล่งจำหน่าย การควบคุมราคา การจัดหาปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นมาบริการแก่ผู้บริโภคในราคายุติธรรม การควบคุมคุณภาพสินค้าให้ตรงตามมาตรฐานทั้งปริมาณและคุณภาพ การเชื่อมโยงตลาดมีการเชื่อมโยงตลาดระหว่างชุมชน การรวมกลุ่มซื้อสินค้าและจำหน่ายให้กับสมาชิก และการหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ

6. เทคโนโลยี เทคโนโลยีที่ใช้ในการประกอบการธุรกิจแบ่งออกเป็นองค์ความรู้ดั้งเดิมของชุมชน และความรู้ใหม่ที่ได้จากการประยุกต์เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

7. การบริหารการจัดการ ลักษณะธุรกิจชุมชนจะเรียบง่ายไม่ซับซ้อน เป็นการบริหารโดยคนในชุมชนที่คัดเลือกจากสมาชิกของกลุ่ม หรือองค์กรนั้น อาจจะมีเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานพัฒนาหรือบุคคลภายนอกเข้าร่วมเป็นกรรมการ หรือเป็นที่ปรึกษาขององค์กรนั้น

8. ผลตอบแทนและการแบ่งปันผลประโยชน์ จากการดำเนินงานธุรกิจชุมชน นอกจากจะจัดสรรเป็นค่าตอบแทนค่าหุ้นแก่ผู้ถือหุ้นแล้ว ยังมีการจัดสรรเงินทุนสำหรับการบริหารจัดการกลุ่ม และขยายกิจการ ตลอดจนจัดสรรเงินกำไรบางส่วนสำหรับทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนด้วย

ในเรื่องรูปแบบที่เหมาะสมของธุรกิจชุมชนที่มีอยู่ขณะนี้ ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2542 ข : 112-113) แล่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มไม่เป็นทางการ ไม่จดทะเบียน ไม่อยู่ในกรอบของกฎหมายใดกฎหมายหนึ่งโดยเฉพาะ แต่เป็นการดำเนินงานที่ไม่ผิดศีลธรรม ไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยของบ้านเมืองและสังคม เช่น กลุ่มสังฆะออมทรัพย์ต่าง ๆ และ

ซึ่งกลุ่มหนึ่งเป็นกลุ่มที่ดำเนินงานภายใต้กรอบของกฎหมายโลกกฎหมายหนึ่ง เช่น กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์ ซึ่งจัดตั้งขึ้นมาตามพระราชบัญญัติสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ได้แก่ สหกรณ์ การเกษตร สหกรณ์ออมทรัพย์ สหกรณ์เครดิตยูเนียน และกลุ่มเกษตรกรที่เป็นลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) กลุ่มจดทะเบียนดำเนินงานภายใต้กรอบกฎหมายในปัจจุบัน นอกจากนี้แล้วยังมีบริษัทที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ ดำเนินงานในรูปแบบของ บริษัทธุรกิจชุมชน คือ ผู้ถือหุ้นส่วนใหญ่เป็นชาวบ้าน ดำเนินงานในรูปแบบคล้าย ๆ บริษัทมหาชน ตัวอย่างเช่น บริษัทอุทยานศก๊งที่จังหวัดยโสธร บริษัทชุมชนหัวไทรที่จังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วน รัฐสรรค์ ปิติปัญญาและคณะ (2542 : 5) ได้แบ่งธุรกิจชุมชนออกเป็น 4 ประเภท คือ ด้านการผลิตและแปรรูปผลผลิตการเกษตร ด้านการผลิตอุตสาหกรรม (รวมหัตถกรรมด้วย) ด้านการเงิน (การสะสมทุน) และด้านการจัดหาสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งแตกต่างจาก สมพันธ์ ตระอริก (2541 : 83-84) ที่แบ่งรูปแบบและประเภทของธุรกิจชุมชนภาคอีสาน เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ธุรกิจชุมชนที่เกิดจากการรวมกลุ่มอาชีพ เช่น เครือข่ายหัตถกรรมและพัฒนาอีสาน เครือข่ายเกษตรกรรมทางเถือก และเครือข่ายปศุสัตว์ เป็นต้น
2. ธุรกิจชุมชนที่เกิดขึ้นเพื่อรักษาผลประโยชน์ของชุมชน เช่น สหกรณ์ร้านค้า รูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น
3. ธุรกิจชุมชนที่เกิดจากการสนับสนุนของธุรกิจเอกชน เช่น สถานบริการน้ำมันของกลุ่มพรรคไม้ การผลิตสื่อสำเร็จรูปเกษตรวิสัย เป็นต้น

นอกจากนั้น พิทยา ว่องกุล (2541 : 186-187) ได้กล่าวถึงผลสรุปจากโครงการศึกษาวิจัยเรื่องมิติใหม่ของธุรกิจชุมชนในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจสังคม โดยจำแนกธุรกิจชุมชนในสังคมไทยออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. ธุรกิจชุมชนแบบป็นผลนิคม เป็นแนวความคิดที่ส่งเสริมสนับสนุนการรวมตัวของชาวบ้านในชุมชนขึ้นเป็นองค์กรธุรกิจชุมชน ที่ตั้งอยู่บนทฤษฎีเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก ซึ่งการประกอบการจะมีเป้าหมายที่ดอกผลหรือดอกเบี้ยเป็นกำไร เพื่อนำมาปันผลเป็นเงินให้แก่สมาชิก แนวความคิดนี้ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงสาธารณสุข รวมถึงการจัดตั้งกลุ่มองค์กรชุมชนที่องค์กรพัฒนาเอกชนบางส่วนเข้าไปดำเนินงาน
2. ธุรกิจชุมชนแบบชุมชนนิยม เป็นแนวคิตรัฐกิจชุมชนที่ตั้งอยู่บนหลักความช่วยเหลือ

ที่พึ่งพิงกันของสมาชิกในชุมชน ยึดถือการมีส่วนร่วมและสร้างสัมพันธภาพในการพัฒนาตนเองของชุมชน เอาชุมชนเป็นเป้าหมายที่จะกระจายรายได้ สร้างสวัสดิการชุมชนเป็นสาธารณะมากกว่าการแบ่งปันผลกำไรจากกำไรประกอบการธุรกิจร่วมกัน

3. เครือข่ายธุรกิจชุมชน เกิดจากการรวมตัวของผู้นำชุมชนที่ประสานองค์กรธุรกิจชุมชนต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยมีเป้าหมายหลักที่จะช่วยเหลือเกื้อกันและกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารลงทุนร่วมกัน หรือสร้างพลังในการพัฒนาและต่อยอดร่วมกัน

เครือข่ายธุรกิจชุมชนมี 3 รูปแบบ ได้แก่

1.1 เครือข่ายธุรกิจชุมชนที่มีกิจการต่างประเภท รวมตัวกันในระดับจังหวัด เช่น สมาคมพื้นฟูชนบท จังหวัดสงขลา หรือระดับภาค เช่น ยมนา เป็นเครือข่ายองค์กรชุมชนเกี่ยวกับอาหาร ไม้ผล และนาข้าวในภาคใต้

1.2 เครือข่ายธุรกิจชุมชนที่มีภารกิจกิจการหรือกิจกรรม หรือเป้าหมายทางสังคมเดียวกัน เช่น ชุมชนสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งประเทศไทย

1.3 เครือข่ายธุรกิจชุมชนที่เกิดจากองค์กรชุมชนร่วมลงทุนในธุรกิจเดียวกัน บริษัทหรือธุรกิจนั้นจะมีเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนอยู่ด้วย โดยปริยาย เช่น โรงผลิตแป้งขนมจีนที่นครศรีธรรมราช เกิดจากการร่วมทุนของชาวนาในท้องถิ่น กลุ่มออมทรัพย์ โรงงานยาพาราของชุมชน เป็นต้น

จะเห็นได้ว่ารูปแบบและประเภทของธุรกิจชุมชน มีหลายรูปแบบและหลายประเภท โดยจะมีลักษณะการประกอบการที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกัน ไปบ้าง แต่จะมีวัตถุประสงค์เดียวกันในเรื่องของการร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ร่วมตัดสินใจ และร่วมรับผลประโยชน์

### 3. การตลาดและการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

ในสถานะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง และสภาพการแข่งขันที่รุนแรง การบริหารจัดการที่ดีมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากฝ่ายการตลาดเป็นตัวกลางระหว่างลูกค้ากับองค์กร ฝ่ายการตลาดมีหน้าที่ต้องศึกษา ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าขององค์กร เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์การให้บริการและการบริหารกิจกรรมการตลาดให้เหมาะสม รวมถึงนำรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่ออธิบายแก่ลูกค้า และจูงใจให้เกิดการซื้อและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของการตลาดว่าหมายถึง กระบวนการในการวางแผน (Planning) และการบริหารแนวความคิด (Concept) การตั้งราคา (Pricing) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการจัดจำหน่าย (Distribution) สินค้า บริการ และความคิด (Goods , Services and Ideas) ซึ่งในที่นี้จะกล่าวรวมถึงผลิตภัณฑ์ (Product) เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร และตอบสนองความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ใช้

(Buyers and Users) (ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคนอื่น ๆ. 2544 : 9) ซึ่งสอดคล้องกับ แมคเคที (McCarthy) นักการตลาดที่มีชื่อเสียงได้ให้ความหมายการตลาดว่าหมายถึง ผลงานที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกับการพยากรณ์ ให้องค์การบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้โดยวิธีการคาดหมายถึงความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้าและรวมถึงการกำกับให้สินค้าและบริการ ผ่านจากผู้ผลิตไปยังลูกค้า เพื่อตอบสนองความพอใจต่าง ๆ ให้ลูกค้า (ธงชัย สันติวงษ์. 2534 : 8) แต่ เทรี พงศ์พิศ (2545 : 195) ได้กล่าวถึงตลาดอีกมุมมองหนึ่งว่า ตลาดของชุมชนก็คือหมู่บ้านและ ผู้บริโภคภายในชุมชนนั่นเอง เป็นตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงและเคลื่อนไหว เนื่องจากมีสินค้าจาก โรงงานภายนอกเข้ามา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการบริโภค ดังนั้น การแก้ไขปัญหา จึงควรสร้างค่านิยมใหม่ไปพร้อมกับการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ขยาย โดยการขยายความรู้ให้ผู้คน เกิดความสำนึก เห็นคุณค่า และหันกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตภายในชุมชน นอกจากนั้นการสร้าง ค่านิยมบริโภคผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตเองภายในชุมชนจะช่วยให้เงินไหลเวียนอยู่ภายใน เกิดวงจร เศรษฐกิจชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้

ดังนั้น การประกอบธุรกิจชุมชน จึงควรสำรวจศักยภาพของการผลิตและการตลาดว่ามีความชำนาญมากน้อยเพียงใด ต้นทุนค่าหรือไม่มีตลาดรองรับมากน้อยเพียงใด ธุรกิจตลาดภายใน และภายนอกชุมชนเป็นอย่างไร เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาตัดสินใจในการผลิต มีการร่วมกันคิด ร่วมกันทำ และรับผิดชอบร่วมกัน ทั้งนี้จะต้องขอยุทธศาสตร์ความร่วมมือจากฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจาก สถาบันวิชาการ สถาบันธุรกิจ และสหพันธ์เกษตรกร (เศรษฐสยาม ธนบรรณ. 2540 : 54-59)

กระบวนการตลาดซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าแล้ว จะต้องใช้วิธีการเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคอีกด้วย การตลาดจึงต้องมุ่งเน้น การสื่อสารการตลาดเพิ่มเข้ามา ด้วย โดยมุ่งเน้นลักษณะ โดดเด่นของสินค้าและบริการ ที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว การวางระบบการตลาดที่ดีตั้งอยู่ที่การมองให้กว้างและรอบด้าน ไม่ยึดติดอยู่กับระบบเก่า วิธีการเดิม คิดและลงมือทำหาทางแก้ไขและปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา (วรรณิ ศรีเพ็ญ. 2545 : 36)

จะเห็นได้ว่ากระบวนการตลาดให้ความสำคัญกับผู้บริโภคมากที่สุด เพราะการผลิต ผลิตภัณฑ์ใด ๆ ก็ตาม จะต้องคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นหลักสำคัญ การทราบรายละเอียดข้อมูลของผู้บริโภคเป็นหนทางหนึ่ง ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งเป็นแนวคิด ทางด้านการตลาดสมัยใหม่หรือที่เรียกว่า สัมพันธภาพทางการตลาด (Relationship Marketing) และ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นส่วนประสมทางการตลาดตัวหนึ่งที่สำคัญ ซึ่งหมายถึง สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าอุตสาหกรรม และการบริการ ในด้านการออกแบบ รูปร่าง สี สัน หีบห่อ การใช้ฉลาก การบริการ และสัญลักษณ์ เป็นต้น

2. ราคา (Price) เป็นส่วนประสมทางการตลาดชนิดเดียวที่ปรากฏขึ้นกับผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ต้องกำหนดราคาให้เหมาะสมกับส่วนประสมตัวอื่น ๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วยคนกลางที่ธุรกิจใช้ในกิจการนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้ซื้อขั้นสุดท้าย หรือการจัดจำหน่ายโดยตรงไปยังลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่มีบทบาทสำคัญอย่างมาก และเป็นเครื่องมือของการติดต่อสื่อสารทางการตลาด ประกอบด้วยกิจกรรม 5 อย่าง คือ

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสาร โดยไม่ใช้บุคคล แต่ผ่านสื่อโฆษณา ต้องมีการเสียค่าตอบแทน ในการโฆษณาระบุตัวผู้โฆษณา และเป็นการมุ่งใจผู้บริโภค

4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่ใช้กระตุ้นหรือมุ่งใจผู้บริโภคในระยะสั้น ๆ เพื่อสนับสนุนการขายหรือการขยายของสินค้าหรือบริการ

4.3 การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) เป็นการติดต่อกับลูกค้าแบบใกล้ชิดตัวต่อตัว โดยที่พนักงานจะใช้คำพูดหรือเทคนิคการขายในการเสนอขายสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการนั้น และการบริหารงานขายในองค์กร (Sales Management)

4.4 การประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าว (Public Relations and Publicity) เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และผลิตภัณฑ์ต่อสังคม ช่วยสร้างทัศนคติที่ดีต่อกลุ่มชนและลูกค้าของบริษัทหรือองค์กร (นพรัตน์ ภูมิวิเศษาร. 2543 : 2-3)

นอกจากนี้การตลาดใน โลกยุคปัจจุบันยังมีการนำคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อและอินเทอร์เน็ต (Online and Internet Marketing) มาใช้เป็นการสื่อสารการตลาด คอมพิวเตอร์เชื่อมต่อเป็นการสื่อสารการตลาด โดยการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตหรือคอมพิวเตอร์เข้ากับเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นผ่านทางสายเคเบิลหรือด้วยวิธีใด ๆ ก็ตามเพื่อให้มีการทำงานร่วมกัน ส่วนอินเทอร์เน็ตหมายถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์นานาชาติที่มีสายตรงต่อไปยังสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้ทั่วโลกผ่านโมเด็ม ผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสื่อสารถึงกันได้ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) สามารถสืบค้นข้อมูลและสารสนเทศ รวมทั้งคัดลอกเพิ่มข้อมูล และ โปรแกรมบางโปรแกรมมาใช้ได้ ทั้งคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อและอินเทอร์เน็ต จึงถือได้ว่าเป็นการตลาดทางตรงที่มุ่งสู่ผู้บริโภคได้อย่างเฉพาะเจาะจง และมีคุณสมบัติเด่น ดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา. 2543 : 230)

1. สะดวก เพราะสามารถสั่งซื้อได้ 24 ชั่วโมง
2. การใช้ข้อมูล ผู้บริโภคสามารถหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบทางด้านราคา คุณภาพและคุณสมบัติต่าง ๆ ของผู้ผลิตหลายรายได้
3. สามารถปรับปรุงให้เหมาะสมกับตลาดอย่างรวดเร็ว

4. มีต้นทุนต่ำ
5. มีการสร้างสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้าทั่วโลก
6. เข้าถึงผู้รับข่าวสารได้เฉพาะเจาะจง

ในสถานการณ์ของสังคมปัจจุบันซึ่งอยู่ในยุคข่าวสาร ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคต่างก็มีการรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ผลประ โยชน์จากการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยดังกล่าว จึงถูกนำมาใช้ในการธุรกิจหรือที่เรียกกันว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นแนวความคิดใหม่ในการบริหารข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อขายและบริการทางธุรกิจทุกรูปแบบ โดยมีขบวนการและขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่การนำเสนอขาย ไปจนถึงการเกิดการขายและต่อมั้งไป สิ่งจรรยาบรรณหลังการขายนับอีกด้วย โดยกระทำผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการแบบเดิมมาสู่การใช้เทคโนโลยีขั้นสูง โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเต็มรูปแบบเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต จึงถือได้ว่าการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มศักยภาพทางการค้ามากขึ้น

#### การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์

นอกจากการตลาดจะมีความสำคัญในการสร้างความสนใจให้ผู้บริโภคหันมาสนใจซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว การสร้างสรรคความคืดเพื่อให้เกิดกิจกรรมที่หลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภคก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน เนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องมีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อให้ทันต่อกับผลิตภัณฑ์อื่นในตลาด โดยจะต้องศึกษาถึงนโยบายการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เพื่อวิเคราะห์และวิจัย และนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่จะทำประ โยชน์ให้แก่มกษีน โดยการปรับปรุงคุณภาพเพื่อเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์อยู่เป็นประจำ การปรับปรุงประสิทธิภาพให้สะดวกและปลอดภัยขึ้น รวมถึงการปรับปรุงแบบให้ทันสมัยอยู่เสมอ เป็นต้น การปรับปรุงรูปร่างและรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจจะรวมถึง กล้อง ฉลาก การพิมพ์ ส่วนใหญ่หาของถาวรปรับปรุงแบบและเปลี่ยนแปลงแบบผลิตภัณฑ์ คือการลดการกระทำผิดกรรมของผู้บริโภคที่จะยอมแบบไหน อาจต้องเปลี่ยนระบบการผลิตทั้งหมด และอาจเผชิญกับลูกค้าที่ยังนิยมแบบเดิม ดังนั้น ก่อนปรับปรุงควรใคร่ครองให้ละเอียด และพิจารณาองค์ประกอบอื่น ๆ ด้วย จะช่วยให้การปรับปรุงผลิตภัณฑ์มีความเที่ยงน้อย (พิชญ จงสภิตย์วัฒนา, 2542 : 108)

การสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดึงดูดใจผู้บริโภคจึงมีความสำคัญเพียงพาคู่เล่นและประ โยชน์สูงสุด ในการ โน้มน้าวให้ผู้บริโภค หันมาสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยทวามพึงพอใจนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะต้องพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ดังนี้ (เกร์ วจณ์มณฑนา, 2542 : 57-58)

1. แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ (Product Concept) เป็นคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่สามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้ จึงจะต้องมีความชัดเจนในเรื่องของคุณสมบัติ

2. คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product Attribute) จะต้องทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นผลิตมาจากอะไร มีคุณสมบัติอย่างไร

3. ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ (Product Feature) คือ การนำผลิตภัณฑ์ของตนเองไปเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งกันว่ามีความแตกต่างอย่างไรบ้างที่แตกต่างกัน และจะต้องรู้ว่าอะไรบ้างที่เป็นลักษณะเด่นพิเศษกว่าผลิตภัณฑ์อื่น

4. ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (Product Benefit) เมื่อพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่นอย่างไรแล้ว ต้องพิจารณาอีกว่าผลิตภัณฑ์มีประโยชน์อะไรให้กับผู้บริโภคบ้าง

จากกลยุทธ์การตลาดข้างต้นจะประสมผลสำเร็จได้นั้น จะต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นหลักสำคัญด้วย เพราะหัวใจสำคัญของการตลาดก็คือผู้บริโภคนั่นเอง แม้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ แต่ก็ทำให้รู้อย่างกว้าง ๆ ได้ ทั้งนี้จะต้องอาศัยวิชาแขนงอื่นมาประกอบการพิจารณา เช่น สังคมวิทยา จิตวิทยา และมนุษยวิทยา เป็นต้น

นอกจากราคา ผลิตภัณฑ์ สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการขายแล้ว กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจอีกประการหนึ่งก็คือ บรรจุกฎหมาย เนื่องจากเป็นสื่อโฆษณาสินค้าขายปลีก ไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง แสดงถึงชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต คราสินค้า คุณสมบัติ สรรพคุณและวิธีการใช้ของสินค้า และยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้สินค้าและองค์กรได้ เช่น การพัฒนาบรรจุกฎหมายใหม่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาแก่สิ่งแวดล้อม เป็นต้น รวมถึงบรรจุกฎหมายที่สวยงามสะดุดตาที่สามารถสร้างความประทับใจในตัวสินค้า และเพิ่มแรงกระตุ้นการซื้อขายของผู้บริโภคได้อีกด้วย ดังนั้น การเรียนรู้เทคนิคการสร้างหรือออกแบบบรรจุกฎหมาย นับเป็นวิธีการหนึ่งที่คุณขายสามารถใช้เป็นเครื่องมือผลิตสินค้าของตนให้มีจุดขายแตกต่างจากสินค้าอื่น ๆ และเพิ่มมูลค่าให้สินค้า อีกทั้งช่วยขยายหรือรักษาส่วนแบ่งตลาดได้อีกทางหนึ่ง (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2544 : 145-148)

บรรจุกฎหมายจึงเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะต้องมีป้ายฉลาก (Label) ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือผู้ขาย มีความกะทัดรัด ชัดเจน เข้าใจง่าย ให้อ่านละเอียดครบถ้วน เป็นข้อเท็จจริงที่สามารถพิสูจน์ได้ และหากมีเครื่องหมายประกันคุณภาพจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะทำให้สร้างความเชื่อถือได้มากยิ่งขึ้น (ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคนอื่น ๆ, 2544 : 102-104)

กล่าวโดยสรุป จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เห็นถึงความสำคัญของการตลาดและจำเป็นต้องมีข้อมูลที่ผู้ผลิตจะต้องมีความรู้หลายแขนง เพื่อนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ให้เกิดความสำเร็จรวมถึงการพัฒนาคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น มีความคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ และที่สำคัญคือการสร้างส่วนนิยมของตนในชุมชนในอาราบริโภคผลิตภัณฑ์



วท  
๕๕๘.๕  
๕๕๕๕๕  
๕๕

ที่ผลิตเองภายในชุมชน จะช่วยให้เงินไหลเวียนอยู่ภายใน เกิดวงจรเศรษฐกิจชุมชน และจะขยายเป็นเครือข่าย ซึ่งจะ ส่งผลให้ชุมชนเข้มแข็งต่อไป

**4. ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานธุรกิจชุมชน**

ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของธุรกิจที่สำคัญได้แก่ ขาดกระบวนการวางแผนและการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสะดวก สบาย เหมาะสมกับผู้บริโภค รวมถึงการจัดจำหน่ายและขนส่งจะต้องไม่เสียค่าใช้จ่ายมากเกินไป สามารถใช้สอยง่าย มีความงามเด่นเฉพาะตัว เพื่อให้ผู้ให้เกิดความประทับใจ มั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบันเมื่อประชากรเพิ่มขึ้น เศรษฐกิจดีขึ้น ผู้บริโภคมีค่านิยมเปลี่ยนไป ความต้องการทางเลือกของคนมากขึ้น ความหลากหลายของแต่ละบุคคลก็เพิ่มขึ้นด้วย มีความต้องการหลากหลาย รูปแบบผลิตภัณฑ์ขนาดเล็กจึงมีความเหมาะสมกับจำนวนครอบครัวขนาดเล็ก กะทัดรัด สะดวก ใช้ง่าย ไม่ใหญ่โตจนเกินไป เพราะอาจจะทำให้เกิดความจำเจ เบื่อง่าย ซึ่งต่างจากสมัยก่อนที่การผลิตเน้นการผลิตปริมาณมาก ๆ ต้นทุนต่ำ ทำให้ธุรกิจขนาดย่อมมีความได้เปรียบ จึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการขายตลอดเวลาเพื่อสามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางการตลาดได้ เช่น การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการแปรรูป เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ การนำศิลปะวิทยาการที่น่าสนใจมาประยุกต์กับผลิตภัณฑ์ให้เกิดความงาม สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จึงเป็นสาเหตุสำคัญในการทำให้เกิดการพัฒนาปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539 : 107)

ดังนั้น การที่จะดำเนินงานธุรกิจชุมชน ได้อย่างต่อเนื่องและมั่นคง จะต้องมีการจัดตั้งคณะกรรมการ ฯลฯ ด้าน เช่น ระบาดตลาด ทุน แรงงาน ทักษะฝีมือ และการติดต่อประสานงาน เป็นต้น โดยเฉพาะด้านความสามารถในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการเอง โดยการกระตุ้นให้มีจิตสำนึกของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการตัดสินใจ การวิเคราะห์ และการประเมินสถานการณ์ การปรับสภาพแข่งขันในเชิงธุรกิจ รวมทั้งผู้ประกอบการก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จได้เช่นเดียวกัน จึงควรมีลักษณะดังนี้ (วรพันธ์ บุญภาค. 2539 : 26)

1. ต้องเข้าใจผู้ประกอบการและความเข้าใจลักษณะงานของตนเองเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะดำเนินงานที่ทำอยู่แล้ว และหากไปเสริมหรือริเริ่มสร้างสรรคงานใหม่
2. เข้าใจปัญหาสภาพแวดล้อมในเชิงธุรกิจ และ โอกาสความเป็นไปได้ ในเชิงธุรกิจของอาชีพนั้น ๆ
3. มีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ โดยมีการแปรรูป และหาช่องทางทางการเข้าสู่ตลาด ตลอดจนมองหาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่จะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ซ้ำมาทำกัน ให้ดีขึ้นเพื่อพัฒนา โอกาสทางการตลาด



4. การมองหาลตลาด เทคนิคการติดต่อประสานงาน การนำพาผู้ประกอบการ คณะกรรมการติดต่อประสานงาน กลวิธีการติดต่อตลาด การตั้งราคา การนำเสนอผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ วิชญ์ สิมะ โชคดี (2543 : 2-5) ที่เห็นถึงปัญหาคุณภาพของบุคลากร เป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคมีความรู้สูงและรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ ได้ง่าย พื้นฐานเพื่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อจึงมีมากขึ้น ผู้ผลิตจึงต้องมีความรู้ ความสามารถ มีวินัยและความรับผิดชอบในการทำงาน นอกจากนี้จะต้องให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น

ส่วนปัญหาด้านการบริหารจัดการ เศรษฐสยาม ธนบรรณ (2540 : 60-65) ได้กล่าวไว้ ดังนี้

1. ปัญหาการตลาด เป็นความต้องการของลูกค้าหรือสภาพทางการยอมรับผลิตภัณฑ์ของชุมชน

2. ปัญหานักจัดการที่มีคุณภาพ เพราะผู้ที่มีความรู้ มีทักษะ มีประสบการณ์โดยมากจะไม่ทำงานให้ชุมชนเพราะ ไม่สามารถสร้างความมั่นคงให้ตนเองได้ อีกทั้งค่าตอบแทนไม่พอใจ ดังนั้นชุมชนจึงไม่สามารถหานักจัดการมืออาชีพมาบริหารธุรกิจชุมชนได้ ส่วนในรูปแบบสหกรณ์หรือร้านค้า ปัจจุบันมักจะอาศัยกรรมการสหกรณ์ หรือกรรมการเร่เงินค้าค้ำเนินกัน ไป แม้ว่าจะมีการฝึกอบรมความรู้และทักษะ แต่ทั้งหานักจัดการที่มีความสามารถได้ยาก เพราะ นักจัดการธุรกิจต้องมีวิสัยทัศน์และความสามารถในการบริหารคน เงิน และระบบงาน ทั้งนี้จะต้องรู้จักวิเคราะห์ตลาดและเข้าใจระบบตลาด เพื่อลดต้นทุนและทำให้ธุรกิจชุมชนมีกำไรที่เหมาะสมทั้งตนเองได้

3. ปัญหาแรงจูงใจ เนื่องจากธุรกิจชุมชนบางแห่งมีนักจัดการที่มีความสามารถและเสียสละ แต่มักจะช่วยเหลือกลุ่มได้ไม่นาน เพราะต้องการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง จึงทำให้นักจัดการธุรกิจชุมชนบางประเภท เช่น ผู้จัดการสหกรณ์ ผู้จัดการร้านค้า ที่มีความสามารถมักจะลาออก ดังนั้น การบริหารธุรกิจชุมชนต้องคำนึงถึงแรงจูงใจหรือค่าตอบแทนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ที่จะทุ่มเทกำลังปัญญาและความสามารถในการทำงาน โดยเฉพาะปัญหามูลค่าและทักษะ ในการทำธุรกิจชุมชนจึงเป็นต้องใ้บุคลากรเฉพาะด้าน ผู้จัดการและฝ่ายการเงินมีความสำคัญมาก ฝ่ายการเงินจะต้องสามารถรู้ระบบบัญชีสมัยใหม่ สามารถบันทึกรายการ และแสดงรายการบัญชีให้เห็นการเคลื่อนไหวทางการเงินแต่ละช่วงตอนอย่างละเอียด เพื่อจะได้ประเมินสถานการณ์ทางการเงินของธุรกิจชุมชนได้ รวมถึงสามารถวิเคราะห์และแจกแจงรายละเอียดของต้นทุนการผลิตและราคาขายที่จะสร้างกำไรเพื่อประกอบการวิเคราะห์ที่จะควบคุมต้นทุน นอกจากนี้ยังมีบุคลากรที่สำคัญอีกหลายฝ่ายก็คือ บุคลากรด้านการขาย การตลาด และบุคลากรด้านการติดต่อประสานงาน

4. ปัญหาความเข้าใจของสมาชิกชุมชนผู้มีส่วนร่วมธุรกิจชุมชน ในรูปแบบบริษัทธุรกิจ แยกต่างจากสหกรณ์ คือ ประการแรก มีอิสระจากระบบราชการ เน้นการต่อสู้เพื่อพึ่งพาตนเอง ประการที่สอง มีการบริหารและจัดการเชิงธุรกิจ กล่าวคือ ผู้ที่ทำมากรับผิดชอบมาก ย่อมได้รับค่าตอบแทนมาก ผู้ลงทุนน้อยจะมีความเสี่ยงน้อย ขณะที่ด้วยกันผู้ที่ลงทุนมวักย่อมต้องเสี่ยงมาก เช่น ขาดทุนมากกว่า หรือรับภาระหนี้สินมากกว่า เป็นต้น

นอกจากนี้ปัญหาเทคโนโลยีก็เป็นอีกปัญหาหนึ่ง ซึ่งมีความจำเป็นและควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังที่ภูษณ ปริยมา โนช (2543 : 98) ได้กล่าวถึงความสำคัญของข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ เกี่ยวกับการเพาะปลูก และป้องกันมิให้สินค้าต้นตลาดว่า การที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต ขั้วมูลเกี่ยวกับแหล่งรับซื้อผลผลิตและราคาผลผลิตตามแหล่งต่าง ๆ สามารถทำได้โดยการให้ดาวเทียม และทำการเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางสถานีวิทยุหรือสื่อประเภทต่าง ๆ รวมทั้งการสร้างระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยการติดตั้งตามสถานที่สำคัญ เช่น ที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบล ร้านค้าปลีก และสถานีจำหน่ายน้ำมันทั่วประเทศ ส่วนปัญหาที่สำคัญของสินค้าเกษตรก็คือน้ำภัย รักษาไว้ได้ไม่นาน ดังนั้นเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองทางด้านตลาด จึงจำเป็นต้องส่งเสริมให้เกิดกระบวนการแปรรูป ซึ่งเกษตรกรจะต้องมีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี การผลิต และเงินทุน นอกจากนี้ มูลนิธิ สถาบัน หรือองค์กรเอกชนต่าง ๆ ควรส่งเสริมให้เข้ามามีบทบาทในฐานะศูนย์กลางในการรวบรวมผลผลิตรายย่อยเข้าสู่โรงงานแปรรูป ตัดต่อหัตถาตรีวีซีดี จัดหาเทคโนโลยีและเป็นแหล่งเงินกู้ยืมอีกด้วย

นอกจากปัญหาที่กล่าวมาแล้ว พิทยา ว่องกุล (2541 : 185-186) ได้กล่าวถึงปัญหาและอุปสรรคของเศรษฐกิจชุมชน หรือธุรกิจชุมชนว่า เป็นเรื่องสำคัญที่ภาครัฐ องค์กรพัฒนาภาคเอกชน และวงวิชาการให้ความสนใจ ถึงกับเสนอเป็นทางออกหรือทางรอดจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ หากหน่วยงานหรือนักการเมือง นำเอาธุรกิจชุมชนไปใช้เพื่อแสวงหาประโยชน์ส่วนตนโดยนำมาตรการและแนวทางไปแก้ไขที่อยุธยาเฉพาะหน้า จะทำให้คุณค่าของธุรกิจชุมชนไม่เป็นไปตามเจตนางของกระบวนการพัฒนา

กล่าวโดยสรุป ธุรกิจชุมชนเป็นการรวมกลุ่มของคนในชุมชนที่มีจิตสำนึก และอุดมคติร่วมกัน โดยเริ่มแรกเกิดจากยุคสหกรณ์ในศตวรรษที่ 20 ที่มีการผลิตเพื่อบริโภคและใช้สอยของภายในครัวเรือน เมื่อเหลือจึงนำไปแลกเปลี่ยนซื้อขาย สามารถเป็นอาชีพเสริมหลังฤดูการทำนา ลดปัญหาการว่างงาน และเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว ต่อมาจึงกลายเป็นอาชีพหลัก และได้รับการพัฒนาเป็นธุรกิจชุมชน ปัญหาและอุปสรรคของการประกอบอาชีพธุรกิจชุมชน เกิดจากความเคยชินในการทำการเกษตรมาแต่ดั้งเดิม จึงทำให้ยากต่อการปรับเปลี่ยนไปสู่การผลิตเชิงธุรกิจ ซึ่งมีหลายขั้นตอนและยุ่งยาก เช่น รูปแบบการผลิต การจำหน่าย การซื้อปัจจัยอื่น ๆ เพื่อการลงทุน และการจำหน่าย

เพื่อสร้างกำไร เป็นต้น แต่ปัญหาที่สำคัญได้แก่ ปัญหาด้านกฎ ระเบียบ ราชการ รัฐกิจ ซึ่งจะตั้งมีการวางแผนการตลาด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล นอกจากนี้การนำวัตถุดิบที่อยู่ภายในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ยังเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ช่วยลดต้นทุนในการผลิต ส่วนการแปรรูปจะใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม โดยนำมาผสมผสานกับภูมิปัญญาชาวบ้าน มีการจัดการอย่างครบวงจร รวมทั้งคนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมและการพึ่งพาตนเอง ชุมชนสามารถเลือกทำการผลิต โดยอาศัยความรู้ที่ได้เปรียบ เช่น วัตถุดิบ แรงงาน จะทำให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจอื่นได้ ทั้งนี้จะต้องขอความช่วยเหลือจากสถาบันภายนอก ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้ธุรกิจชุมชนได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

### แนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมนับเป็นหัวใจสำคัญของการรวมตัวกัน ในการประกอบกิจการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพราะหากสมาชิก ไม่มีโอกาสตัดสินใจ ไม่มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมทั้งในเรื่องของการกำหนดแผนงาน โครงการ หรือกิจการใด ๆ จะทำให้ขาดความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานร่วมกัน กิจการนั้น ๆ ก็จะ ไม่ประสบความสำเร็จ ขาดความตระหนัก และขาดการประคับประคอง โดยปล่อยให้ผู้นำเป็นฝ่ายนำพาไป ดังนั้น การทำกิจการที่มีความสำคัญจึงต้องให้สมาชิกในกลุ่ม ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ดังที่ปรากฏไว้ในทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม ซึ่งมีผู้และนักวิชาการกล่าวไว้หลายท่าน ดังนี้

ไวท์ (White, 1982 : 18) ได้อธิบายถึงมิติของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมประกอบด้วย 3 มิติ คือ

มิติที่ 1 การมีส่วนร่วมตัดสินใจว่าจะไรควรทำและ ทำอย่างไร

มิติที่ 2 การมีส่วนร่วมเสียสละ ในการลงมือปฏิบัติการตามที่ได้ตัดสินใจ

มิติที่ 3 การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดจากการดำเนินงาน

โคเฮิน และ ยูฮอฟฟ์ (Cohen & Uphoff, 1980 : 219-222) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมว่า โดยทั่วไปแล้ว หมายถึง การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า เป็นการตัดสินใจเพียงอย่างเดียว ยังใช้การตัดสินใจควบคู่กับการดำเนินงานด้วยเช่น ในการจัดองค์การ การกำหนดกิจกรรม และการพัฒนา เป็นต้น นอกจากนี้การตัดสินใจยังมีความเกี่ยวข้องกับประชาชนในเรื่องของผลประโยชน์ (Benefits) และการประเมินผล (Evaluation) ในกิจกรรมการพัฒนาด้วย

กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นจึงเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการ และนำไปสู่การเสริมพลังอำนาจแก่ประชาชนในการต่อรอง ซึ่งจะช่วยให้ประชาชน

รวมทั้งความสามารถของตนในการบริหารจัดการและควบคุมทรัพยากร เพื่อตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อประชาชน โดยมีวิธีการในการเสริมสร้างอำนาจให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น ดังนี้

1. การศึกษาแบบเจาะลึกความเข้าใจใหม่ ด้วยความเป็นไปได้โดยให้ผู้มีส่วนร่วมได้ค้นพบในการอธิบายโลกสังคมของตน
2. ให้ผู้มีส่วนร่วมได้เรียนรู้สิ่งที่จะเรียนรู้
3. ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research, PAR) เป็นตัวปลดปล่อยโดยให้ผู้ที่มีส่วนร่วมได้เรียนรู้ที่จะสร้างโอกาสและความเป็นไปได้ในกิจกรรมใหม่ๆ สำหรับตนเอง (นำชัย หนูผล, 2545 : 48 ; อ้างถึงใน Sumayac, 2542 : 13)

นอกจากนี้การมีส่วนร่วมทางเริ่มต้นการพัฒนาจากข้างล่าง แทนวิธีการพัฒนาจากนโยบายเบื้องบน จุดเริ่มต้นก็คือ มีการกระจายอำนาจการวางแผนจากส่วนกลางไปเป็นการวางแผนจากส่วนภูมิภาค (อภิชัย พันธเสน, 2539 : 151-162) ซึ่งจะทำให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับ ไพรด์ม์ เคระรินทร์ (2527 : 6-9) ที่ว่าการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการของรัฐบาลที่ทำการส่งเสริมชักนำ สนับสนุน และสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชนทั้งในรูปส่วนบุคคล กลุ่มชน ชมรม สมาคม มูลนิธิ และ อาสาสมัครรูปแบบต่าง ๆ ที่เข้ามามีส่วนร่วม ในการดำเนินการเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหลายเรื่องรวมกัน และมีลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา ดังนี้

1. ร่วมทำการศึกษา ค้นคว้าปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนตลอดจนความต้องการของชุมชน
2. ร่วมคิดหาและสร้างรูปแบบวิธีการที่พัฒนาเพื่อแก้ไขและแก้ปัญหาของชุมชน หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน หรือสนองความต้องการของชุมชน
3. ร่วมวางแผน นโยบาย หรือแผนงาน หรือโครงการ หรือกิจกรรม เพื่อจัดและแก้ไขปัญหา สอนองความต้องการของชุมชน
4. ร่วม ในการตัดสินใจ การใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
5. ร่วมจัดหรือจัดอำนวยการบริหารงานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล
6. ร่วมการลงทุนในกิจกรรม โครงการของชุมชนตามขีดความสามารถของตนเอง
7. ร่วมปฏิบัติติดตาม เฝ้าระวังแผนงาน โครงการและกิจการให้บรรลุเป้าหมาย
8. ร่วมควบคุม ติดตาม ประเมินผล และร่วมทำรุงรักษาโครงการ และกิจกรรมที่ทำให้โดยเอกชนและรัฐบาลให้ใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

จากการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชน อีระวัชร จันทรประเสริฐ (2540 : 10) ได้จำแนกการเข้ามามีส่วนร่วมออกเป็น 3 ประการดังนี้

1. การที่ประชาชนมีส่วนร่วม โดยตรง ( Direct Participation ) โดยผ่านองค์กรจัดตั้งของประชาชน ( Inclusive Organization )

2. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมทางอ้อม (Indirect Participation) ผ่านองค์กรผู้แทนประชาชน (Representative Organization) เช่น กรรมการของกลุ่ม

3. การที่ประชาชนมีส่วนร่วม โดยเปิด โอกาส (Open Participation) ผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนของประชาชน (Non-Representative) เช่น สถาบันหรือหน่วยงานที่เชิญชวนหรือเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ได้ตลอดเวลา

ซึ่งสอดคล้องกับ วิชา เปียมพงษ์สานต์ (2543 : 204-205 ) ที่ได้กล่าวถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจว่า เป็นสิทธิมนุษยชน และเป็นมาตรการสำคัญ เช่นเดียวกับสิทธิเสรีภาพในด้านต่าง ๆ เช่น การแสดงความคิดเห็น การรวมกลุ่ม ฯลฯ ในขณะที่ขบวนการมีส่วนร่วมก็เป็นสิทธิที่จะนำไปสู่สิทธิอื่น ๆ ทางด้านเศรษฐกิจสังคม และถ้าประชาชนมีสิทธิของการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงาน การตัดสินใจ โครงการพัฒนา และการประเมินผล ก็จะทำให้การพัฒนาสนองความต้องการพื้นฐานของประชาชนได้ นอกขบวนการนั้นยังก่อให้เกิดผลอีก 4 ประการ ดังนี้

1. มีบทบาทสำคัญในการกำหนดความต้องการพื้นฐานของสังคม
2. กระตุ้นให้มีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อสนองตามต้องการดังกล่าว
3. ปรับปรุงการกระจายสินค้าและบริการ ไปสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง
4. สร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชนที่ต้องการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่มี

ความหมายต่อชุมชน

การมีส่วนร่วมจึงมีความสำคัญและนำไปสู่การบริหารจัดการที่ดี ดังที่ ปาริชาติ เทพวารินทร์ ประสพสุข ทรงผาศุก และ โชติมา จุฑากรณ์ (2545 : 75) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า หมายถึง การให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ และกระบวนการดำเนินการของโครงการ ร่วมรับผลประโยชน์จากโครงการ และร่วมติดตามประเมินผล ตลอดจนถึงตัดสินใจยกเลิกหรือลดถอน โครงการไว้

กล่าวได้ว่า การมีส่วนร่วมนอกจากช่วยลดแรงต่อต้านได้ ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลงด้วย เนื่องจาก โดยปกติบุคคลจะไม่ต่อต้านในสิ่งที่ตนได้มีส่วนร่วมด้วย เพราะฉะนั้นควรให้คนที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้มีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้น (จินตนา บุญทางการ, 2544 : 196) ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนดีเขต

ต่อประชาชนในท้องถิ่นเป็นไปอย่างราบรื่น สามารถแก้ปัญหาและสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง

นอกจากการมีส่วนร่วมของประชาชนจะหมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามา มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การพิจารณาตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติ และการร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบมาถึงตัวประชาชนเองแล้ว การพัฒนาแบบมีส่วนร่วมยังเป็นวิธีการพัฒนาที่มุ่งเน้น “คน” เป็นสำคัญ และกระบวนการที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาคนได้แก่ วิธีการให้การศึกษายุขยวม วิธีการทำงานกับคน วิธีการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (PAR) ซึ่งหมายถึงนักพัฒนาและผู้ถูกพัฒนาจะต้องร่วมกันตั้งแต่วางแผน และปฏิบัติงานกันอย่างใกล้ชิดเพื่อให้กระบวนการทำงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด และเป็นการส่งเสริมให้หน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือท้องถิ่นในส่วนที่ขาด เพื่อให้ท้องถิ่นเกิดความเข้มแข็ง (อนันต์ ถิษิตประเสริฐ, 2543 : 5-6) จะเห็นได้ว่ากระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนานั้น ประชาชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงาน โดยมีนักพัฒนาหรือนักวิชาการจากภายนอกเป็นผู้ส่งเสริมและสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี ฯลฯ (วิโรจชาติ วลัยเสถียร และคนอื่น ๆ, 2543 : 139)

นอกจากนี้ หัตถิน รพีพัฒน์ (2531 : 49) ได้กล่าวถึงกระบวนการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการพัฒนา ซึ่งมี 5 ระดับ คือ

1. ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา การพิจารณา และจัดลำดับความสำคัญของปัญหา
2. ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการค้นหาสาเหตุแห่งปัญหา
3. ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการค้นหา และพิจารณาแนวทางวิธีการในการแก้ปัญหา
4. ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการระดมเงินกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหา
5. ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการประเมินผลของกิจกรรมการพัฒนา

กล่าวโดยสรุป การมีส่วนร่วมเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นและความต้องการที่แท้จริง ในกำหนดนโยบาย เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขปัญหาคมความต้องการที่แท้จริง การที่ชาวบ้านหรือสมาชิกในกลุ่มอาชีพ ได้มีส่วนร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมลงมือปฏิบัติ และร่วมรับผิดชอบ ประโยชน์ จะทำให้เกิดความสัมพันธอันดี ความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจ ในการปฏิบัติงาน และทำกิจกรรมร่วมกัน จะทำให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และช่วยต่อการพัฒนา ดังนั้น การที่สมาชิกขององค์การบริหารส่วนตำบลจะมีแนวทางที่เหมาะสมในการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจชุมชนด้วยจิตวิญญาณนั้น จะต้องมีความเข้าใจถึงปัญหาของประชาชนในท้องถิ่น เพื่อสร้างความร่วมมือ ร่วมใจพัฒนา ทำให้ธุรกิจชุมชนสามารถพัฒนา เศรษฐกิจและคนในท้องถิ่นให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นต่อไปในอนาคต

## แนวความคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง

เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง มีอยู่ในสังคมไทยมานานแล้ว แม้ว่าในช่วง 30-40 ปีที่ผ่านมา จะไม่ได้รับความสนใจและการสนับสนุนจากรัฐบาล แต่ก็พบว่ามีการรวมทางเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเองของชาวบ้าน ที่ดำเนินการเองและเป็นอิสระจากรัฐนับแต่ต้น ๆ ราช ทั่วทุกภาคของประเทศ (ตั้งศักดิ์ พิริยะวังสรรด, 2541 : 49-55) และจากผลการพัฒนาประเทศในช่วง 40 ปีที่ผ่านมาทำให้เกิดปัญหาของชุมชนในชนบท ประการแรกที่ได้รับผลกระทบคือทำให้เกิดความสูญเสียความสัมพันธไมตรีในการพึ่งพาอาศัยกัน เนื่องมาจากมีการพัฒนาแบบสั่งการ การให้ และการใช้เงินเป็นตัววัด ประการที่สองการพัฒนาระบบแรงงานกันที่ตามความสามารถ ทำให้เกษตรกรได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนให้ทำการผลิตระดับไร่นา ส่วนการแปรรูปและธุรกิจเป็นบทบาทของเอกชน และประการที่สามคือทำให้ชุมชนสูญเสียระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเอง เนื่องมาจากการส่งเสริมพืชเศรษฐกิจ ดังนั้นการแก้ปัญหาดังกล่าว จำเป็นต้องส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้ของชุมชนให้รู้จักตนเองและโลกภายนอก เพื่อประมวลผลการเรียนรู้ มีการวางระบบเก็บข้อมูล และสำรวจทรัพยากร ผลผลิต และภูมิปัญญาชุมชนเพื่อนำไปกำหนดทิศทางของชุมชนในเรื่องของประเภทและการจัดการธุรกิจชุมชนได้ นอกจากรายงานการสำรวจวิจัยของชุมชนจะช่วยให้ชุมชนหันมาส่งเสริมตลาดภายใน ไม่ใช่แสวงหากาจากตลาดภายนอก ช่วยให้อำนาจเงินไหลเวียนอยู่ในชุมชน วงจรเศรษฐกิจชุมชนก็จะเกิดขึ้น ช่วยให้ชุมชนเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ (จำนง เรกพิณี, 2545 : 133-136)

ปัญหาวิกฤตของสังคมไทยนั้นเป็นปัญหา โครงสร้าง การแก้ปัญหาที่แท้จริงควรเน้นที่โครงสร้างชุมชนสังคม และพบว่าชุมชนที่มีโครงสร้างเข้มแข็งของตนเองสามารถยืนหยัดอยู่ได้ ผ่านกลางวิกฤตเศรษฐกิจสังคมที่เสื่อมโทรม การพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นยุทธศาสตร์และยุทธวิธีที่สำคัญ ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จ ดังนั้นการพัฒนาใหม่ จำเป็นต้องอาศัยแนวคิดเป็นหลักและสัมพันธ์กับชุมชน โดยมีชุมชนเป็นรากฐาน (พิทยา ว่องกุล, 2542 : 128)

นอกจากนั้นควรปรับปรุงโครงสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ และการเมืองระหว่างประเทศด้อยพัฒนากับประเทศพัฒนา เพื่อไม่ให้ถูกเอารัดเอาเปรียบ โดยจะต้องอาศัยการพัฒนาแบบพึ่งพาตนเอง และลักษณะของความเป็นชาตินิยมขึ้นมาเป็นองค์ประกอบสำคัญ นั่นคือการปรับปรุงหรือปฏิรูปโครงสร้างภายในควบคู่กันไป (ปริชา เปี่ยมพงศ์สานต์, 2543 : 205)

จากการที่ ภูษณ ปรีย์มาโนช (2543 : 92-96) ได้ศึกษาแนวทางของทฤษฎีใหม่อย่างละเอียด พบว่าทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นทฤษฎีที่ทรงทฤษฎานภาพยิ่งในการนำมาผสมผสานกับระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งพาการส่งออก เป็นแนวทางในการปฏิบัติให้แก่เกษตรกร ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

สามารถพึ่งพาตนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเบื้องต้นของการเข้าร่วม โครงการเกษตร  
 ทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริ ของกษัตริย์นิคมสร้างตนเองและสถาบันนโยบายสังคมและเศรษฐกิจ  
 ซึ่งทำให้ได้รับประโยชน์จากทฤษฎีใหม่คือเกษตรกร องค์กรเอกชน และประชาชาติ มีดังนี้

1. ทฤษฎีใหม่เป็นทางเลือกหนึ่ง ที่จะช่วยบรรเทาผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจ  
 ในประเทศ และการเปลี่ยนแปลงของโลกของเศรษฐกิจโลก

2. ทฤษฎีใหม่เป็นทฤษฎีการพัฒนาแบบใหม่ ที่จะแก้ปัญหาของประชาชนระดับล่าง  
 ในเขตชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลดเกษตรกรวยย่อยผู้ยากไร้ทั้งหลาย

3. ทฤษฎีใหม่คือ วิธีหนึ่งที่จะนำประชาชนและสังคมไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน  
 ในงานของเดียวกัน สัจญา สัจญาวิวัฒน์ (2539 :18) ได้กล่าวถึงเศรษฐกิจชุมชน

ที่ตนเองว่าการประกาศเอาชีพของชาวบ้านที่เน้นการร่วมมือกันในรูปกลุ่มกิจกรรมการเกษตร  
 ต่อเนื่องการเกษตร แลชนบทภาคการเกษตรในระดับครัวเรือน จะต้องผลิตเพื่อพอกินพอใช้ จากนั้น  
 กิจกรรมลักษณะกลุ่มอาจขยายตัวสู่ระดับชุมชนและภูมิภาคในอนาคต โดยมีจุดหมายเพื่อให้คนมี  
 ความสุขและชุมชนมีความเข้มแข็ง ซึ่งเมื่อพิจารณาภาพรวมของประเทศ การที่จะช่วยให้สังคม  
 อบอุ่นปลอดภัยพร้อมที่จะเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงไปในอนาคตได้นั้น จะต้องคำนึงถึงกรรม  
 เศรษฐกิจชุมชน ดังนี้

1. จัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต โดยส่งเสริมสนับสนุนการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์  
 เพื่อการผลิตและกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน ในลักษณะทุนหมุนเวียนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

2. จัดร้านค้าชุมชน โดยสนับสนุนให้มีการจัดร้านค้าชุมชน เพื่อเป็นที่จำหน่ายสินค้า  
 ที่ผลิตในชุมชน ในราคายุติธรรม และจัดให้มีการประชุม เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์  
 ซึ่งกันและกันระหว่างเครือข่าย

3. พัฒนากลุ่มอาชีพ โดยส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพเพื่อ  
 แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ระหว่างสมาชิกและระหว่างกลุ่ม ส่งเสริมพัฒนาคุณภาพของ  
 กลุ่มอาชีพให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีการจดทะเบียนลิขสิทธิ์ผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันการ  
 ถูกละเมิดสิทธิ์ของกลุ่มในอนาคต และยกระดับมาตรฐานสินค้า (อย.) เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้า  
 ของกลุ่ม

4. จัดสถานคำชุมชนหรือตลาดนัดชุมชน โดยส่งเสริมให้องค์กรชุมชนที่ได้ดำเนินการ  
 อยู่ก่อนแล้ว มุ่งเน้นให้เป็นตลาดที่ให้ชาวบ้านได้นำผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในชุมชนมา  
 ซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน ประสานกับภาครัฐกิจให้มาเลือกชมสินค้า เพื่อนำไปสู่การติดต่อซื้อขาย  
 กันต่อไป และจัดเวลาการเรียนรู้ของชาวบ้าน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์



แลกเปลี่ยนแนวทางการผลิต การพัฒนาในรูปแบบและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนให้ความรู้แก่ประชาชน

การผลิตที่เกิดจากการผลิตเพื่อกินเพื่อใช้นั้น เป็นฐานนำไปสู่ระบบการผลิตที่ขยายไปสู่กว้างในระดับประเทศ ทั้งนี้เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ ตลอดจนถึงพัฒนาคุณภาพของคนในชุมชนให้รู้จักการพึ่งตนเองเป็นหลักสำคัญ รวมถึงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำงาน เป็นหนทางหนึ่งที่จะนำไปสู่ความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้เช่นกัน ดังที่ อภิชาติ พันชเสน (2539 : 364-367) ได้กล่าวถึงความเข้มแข็งและการพึ่งพาตนเองในกระบวนการผลิตของชุมชนว่า เกิดจากปัจจัยเกี่ยหุบที่เหมาะสม มีความรู้ในการบริหารจัดการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของกรเรียนรู้ด้วยตนเองหรือเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อมในชุมชน ที่มีใช้การเขียนหนังสือในสถาบัน โดยที่ภาษาได้จกฐานการเรียนรู้ที่เป็นแหล่งความรู้ทั้งครอบครัว ได้แก่ ในชุมชน ต่างชุมชน ในวัด ในเมือง และในธรรมชาติ ทำให้มีการสั่งสมความรู้ ทักษะ ค่านิยม วัฒนธรรม ประเพณี จนสามารถดำรงชีวิตและเลี้ยงตนเองได้ ช่วยเหลือผู้อื่นได้ สามารถถ่ายทอดสิ่งที่ตนเองเรียนไปสู่บุคคลอื่น กระบวนการเรียนรู้จึงเป็นการถ่ายทอดค่านิยมแบบแผนชีวิต ไปสู่คนรุ่นต่อไป รวมทั้งพัฒนาศักยภาพการดำรงชีวิต การผลิต และการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

นอกจากนี้ ความเข้มแข็งของชุมชนจะต้องเกิดจากกลุ่มผู้นำตามธรรมชาติที่มีความรอบรู้ มีความเสียสละ อดทน ซื่อสัตย์ เมตตา กรุณา และมีคุณธรรมสูง มีระบบความสัมพันธ์เชิงสังคมที่แน่นแฟ้น มีการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกในชุมชนกันต้งเนียงตลอดเวลาเพื่อถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และปรึกษาหารือกัน กระบวนการเรียนรู้จึงเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน สร้างความเป็นปึกแผ่นและจิตวิญญาณของชุมชนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

จะเห็นได้ว่าการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองนี้ มิใช่เป็นเพียงเครื่องมือในการแก้ปัญหาแต่เป็นกระบวนการพัฒนาความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมในการดำรงชีวิตของชาวบ้านในชนบท ที่เริ่มจากการปรับเปลี่ยนความคิดที่พึ่งตนเองก่อน เปลี่ยนจากระบบการผลิตเพื่อขายมาเป็นการผลิตเพื่อยังชีพ เมื่อเหลือกินจึงขาย การขายผลผลิตที่ดีของสร้างมูลค่าเพิ่มให้มากขึ้น โดยการแปรรูปผลผลิต การรวมกันขาย ตลอดจนทำธุรกิจร่วมกับภาคเอกชนบนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน และผลประโยชน์ร่วมกัน (กรมการปกครอง, 2541 : 28) นอกจากนี้ ความสำคัญของผลประโยชน์เศรษฐกิจที่เป็นของชาวบ้านและชุมชน โดยผ่านการทำงานขององค์กรชุมชน ทั้งแบบทางการและไม่เป็นทางการ เข้ามีหน่วยงานภายนอกทั้งจากภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคองค์กรเอกชนอื่น ๆ เข้าร่วมกิจกรรมธุรกิจ จะต้องแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม โดยให้ชาวบ้านและชุมชนได้รับประโยชน์จริง

ดังนั้น การจัดตั้งบริษัทชุมชนตำบลเพื่อทำธุรกิจให้มีรายได้เพิ่มขึ้นนับเป็นสิ่งจำเป็น และกิจการที่องค์การบริหารส่วนตำบลอาจจะดำเนินการขึ้นได้ เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาพิพิธภัณฑ์ตำบล และหัตถกรรม เป็นต้น การเข้าไปมีส่วนร่วมในจะต้องเตรียมคนในด้าน จุดมการณ์ การรวมกลุ่ม การแปรรูป การตลาด การลงทุน การจัดการ ให้มีทัศนคติ ความรู้และความสามารถ ที่ทำธุรกิจที่ทำได้จริง ซึ่งนับเป็นการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมจากที่ไม่คุ้นเคยไม่กล้าทำ มาสู่ความกล้าและสร้างความคุ้นเคยจนทำได้ และบังเกิดผลดีแก่ชุมชน (สมพันธ์ เศรษฐกิจ, 2541 : 88) ดังที่ นงศล ตำนานินทร์ (2541 : 9) ได้กล่าวไว้ว่า องค์การที่ให้อำนาจการปกครองท้องถิ่นคือองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งมีหน้าที่หลักคือ การให้ท้องถิ่นมีความสามารถพึ่งตนเองได้ โดยอาศัยองค์ประกอบที่จำเป็นทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น การจัดการระบบสุขภาพ ระบุปัญหา การศึกษา ข้อมูลข่าวสาร สุขภาพ และอื่น ๆ ที่จำเป็นแก่คนในตำบล

ส่วนปัจจัยสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะเป็นแรงผลักดันให้เกิดเศรษฐกิจชุมชน อย่างยั่งยืนคือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนากลุ่มและองค์กร การพัฒนาพื้นฐานเศรษฐกิจ และการพัฒนาพื้นฐานกายภาพ ปัจจัยเหล่านี้จะทำให้กิจกรรมการผลิต การบริโภค การแปรรูป และการขาย ดำเนินไปอย่างเป็นรูปธรรม และในสถานการณ์ปัจจุบันนี้ด้านเศรษฐกิจมีความสำคัญและเป็นปัจจัยที่ผลักดันให้ชุมชนเข้มแข็ง ในปี พ.ศ. 2541 องค์การบริหารส่วนตำบลจำนวนหนึ่งในทั่วประเทศได้ริเริ่มทำกิจกรรมในโครงการเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง เช่น การบริหารจัดการแหล่งน้ำขนาดเล็ก กลุ่มออมทรัพย์ และธนาคารหมู่บ้าน เป็นต้น กิจกรรมทั้งหมดมีองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นแกนกลางของการดำเนินงาน

กล่าวได้ว่า เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง และเศรษฐกิจพอเพียง เป็นการพึ่งพิงตนเอง ลดการพึ่งพาภายนอกให้น้อยที่สุด โดยการลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ เพื่อให้ครอบครัวมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น นอกเหนือไปจากอาชีพเกษตรกรรมเพียงอย่างเดียว ซึ่งมีรายได้ไม่เพียงพอ กับการดำรงชีพ เศรษฐกิจพึ่งตนเองจึงเป็นพื้นฐานของเศรษฐกิจชุมชนหรือธุรกิจชุมชนที่รัฐบาลนำมาใช้เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาอาชีพสำหรับคนในท้องถิ่น โดยในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 เป็นแผนที่ได้บัญญัติแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาเป็นปรัชญาแนวทางในการพัฒนาและบริหารประเทศ ธุรกิจชุมชนจึงเป็นอาชีพที่สร้างงานได้ทั้ง เด็ก เสด็จ และคนชรา หากได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอย่างจริงจังแล้ว คนในชุมชนจะมีความ เป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีความอบอุ่นจากความสุขพินในการทำงานร่วมกัน มีความสามัคคี ร่วมแรงร่วมใจ สร้างความเข้มแข็งให้สถาบันครอบครัว ซึ่งเป็นสถาบันที่มีความสำคัญมาก เพราะนอกจากจะทำให้ชุมชนเข้มแข็งแล้ว ยังทำให้เศรษฐกิจภายในท้องถิ่นดีขึ้น เมื่อเศรษฐกิจดี สังคมไม่มีปัญหา ประเทศชาติก็จะพัฒนาตามไปด้วย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้ทราบว่าการจัดการบริหารส่วนตำบล จะมีแนวทางใดที่เหมาะสมในการส่งเสริม และพัฒนาธุรกิจชุมชนได้นั้น ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านการพัฒนา โดยนำมา เติมนโยยเกี่ยวกับการพัฒนาขององค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมขององค์การ บริหารส่วนตำบล ซึ่งนำมาใช้ประกอบในการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

จากการศึกษางานวิจัยของ บุญเลิศ บัวชุม (2541) เรื่องการดำเนินงานกลุ่มอาชีพ เต็มโปรดคมก้านดงสว่าง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของกลุ่ม ได้แก่ คณะกรรมการมีความรู้ความสามารถ มีความรับผิดชอบ เสียสละ ซื่อสัตย์ และมีความไว้วางใจ ซึ่งกันและกันตามระบบเศรษฐกิจ ทำให้กลุ่มไม่มีความขัดแย้งกัน มีความขยัน อดทน เสียสละ มีรายได้ต่อเนื่องเป็นประจำ มีระเบียบข้อบังคับที่สอดคล้องสมาชิกและกรรมการ และได้รับการ สนับสนุนงบประมาณจากทางราชการเป็นประจำ มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้ ด้านการผลิต เจ้าหน้าที่และผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้คำแนะนำในการจัดระบบเศรษฐกิจดำเนินงานของกลุ่ม ด้านเงินทุน ควรมีการระดมทุนภายใน โดยการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต และด้านการพัฒนารูปแบบ ผลิตภัณฑ์ควรมีการศึกษาระบบสมาชิกกลุ่มจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นริ อินทรรักษ์ (บทคัดย่อ : 2542) ที่ศึกษาการดำเนินงานธุรกิจชุมชน : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ผลิต หมอไม้ฝรั่ง ศูนย์การซื้อขายมังคุด จังหวัด กาฬสินธุ์ พบว่า ปัจจัยที่ผลต่อการ ดำเนินงานที่สามารถทำให้กลุ่มดำรงอยู่ได้ ประกอบด้วย กลุ่มมีตลาดรองรับผลผลิต สมาชิกกลุ่ม มีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ มีองค์กรเจ้าหน้าที่จะของรัฐให้ความดูแลแนะนำอย่างใกล้ชิด สร้างความรู้สึกรู้สึกความเป็นเจ้าของ และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ สมาชิกพอใจในผลประโยชน์ ที่ได้รับ คณะกรรมการบริหารกลุ่มปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ สมาชิกกลุ่มไว้วางใจ และสามารถ พาสินเชื่อให้สมาชิกได้

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอีกหลายปัจจัยในการจัดตั้งธุรกิจชุมชน โดยเฉพาะการจัดตั้งธุรกิจ ชุมชนในรูปแบบบริษัท เพื่อให้การดำเนินธุรกิจชุมชนเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมั่นคง จากผลงาน วิจัยของ ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2542) เรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจชุมชน กรณีศึกษา : บริษัทธุรกิจชุมชนหัวไทร พบว่า การดำเนินงานจัดตั้งธุรกิจชุมชนจะต้องมีปัจจัย 4 ประการ คือ ความได้เปรียบ ตลาด การมีส่วนร่วม และแกนนำมีความสามารถ

ในอีกรูปแบบหนึ่งของธุรกิจชุมชน เกี่ยวกับกระบวนการสะสมทุนโดยชุมชน : กรณี กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านนาหว้า อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา ซึ่ง ดำรงศักดิ์ แก้วเพ็ง (2544) ได้ศึกษางานวิจัยดังกล่าว พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อความเข้มแข็งของกลุ่ม เกิดจากการ สนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงาน บทบาทผู้นำ และ ศักยภาพของชุมชนและกลุ่ม ซึ่งศักยภาพของ

กลุ่มจะต้องมีผู้นำและคณะกรรมการที่มีความรักในการทำงานเพื่อส่วนรวม มีความขยันอดทน มีความซื่อสัตย์ แสวงหาความรู้ใหม่ ๆ จากเวทีประชุมสัมมนาต่าง ๆ ทั้งในและนอกชุมชน แล้วนำ มาขยายแนวความคิดแนะนำให้ผู้อื่นได้ทราบ เมื่อมีปัญหาต้องหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขร่วมกัน มีการดำเนินงานและบริหารจัดการกลุ่มแบบธุรกิจ มีหลักเกณฑ์ กฎระเบียบ ทำให้เกิดผลประโยชน์ หรือกำไรจากกลุ่มออมทรัพย์ แล้วขยายฐานไปสู่การจัดตั้ง และขยายกองทุนต่าง ๆ มากมาย เป็นลักษณะกิจกรรมบูรณาการสังคม ทำให้กลุ่มเจริญเติบโตและเข้มแข็งจนถึงปัจจุบัน

ในทำนองเดียวกัน เทียบ เหล่าสุวรรณ (2540) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะ องค์ประกอบการจัดการธุรกิจขององค์กรชุมชนในชนบทที่สามารถพึ่งตนเองได้ในทางธุรกิจ กรณีศึกษา สหกรณ์การเกษตรท่าม่วง อำเภอดำปรง อำเภอดำปรง จังหวัดขอนแก่น จากการศึกษาพบว่า สหกรณ์ ฯ ใช้กลุ่มเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ประกอบด้วย 3 ประการ คือ ทุน การผลิต ตลาด โดยมีการบริหารจัดการตนเอง เน้นกระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง โดยสรุปบทเรียนร่วมกันอย่างต่อเนื่องผสมผสานกับการจัดการ ทุนใหม่ มีการตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินการตามแผน และการควบคุมตรวจสอบ โดยทุกขั้นตอนจะมีกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เน้นการพัฒนาแบบสมดุล ทั้ง พัฒนาทางด้านวัตถุควบคู่กับการพัฒนาจิตใจ การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม และเน้นการจัดการ แบบเป็นระบบ ทำให้ประสบผลสำเร็จในธุรกิจและ สร้างอำนาจต่อรองกับคนภายนอกได้

กรณีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์การบริหารส่วนตำบลด้านการพัฒนาชุมชน ได้ศึกษาจาก งานวิจัยของโกวิท พงษ์งาม (2545) เรื่องกระบวนการเสริมสร้างประชาธิปไตยในระดับท้องถิ่น โดยการพัฒนาชุมชน กรณีศึกษาขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) พบว่า การดำเนินงานของ อบต. ในการให้ประชาชนเข้าร่วมฟังการประชุมสภา อบต. การจัดเวทีประชาคมหมู่บ้าน-ตำบล การให้ กลุ่มและองค์กรชุมชน เข้าร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาตำบล การรับฟังความคิดเห็น และ อบต. ประสานความร่วมมือกับองค์กรภาคเอกชน มีค่าเฉลี่ยจำนวนครั้งของการดำเนินงาน จำนวน 2-6 ครั้ง ต่อปี ซึ่งถือว่าไม่บ่อยนัก

ส่วนประเด็นการให้กลุ่มและองค์กรชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม อบต. ส่วนใหญ่ พบว่า อบต. จะสนับสนุนงบประมาณให้แก่กลุ่มและองค์กรชุมชนมากที่สุด รองลงมา อบต.

เป็นผู้จัดหาวิทยากรมาให้ความรู้ ความสัมพันธ์ระหว่าง อบต. กับกลุ่มและองค์กรชุมชน และจากการสรุปผลโดยภาพรวมพบว่า อบต. ส่งเสริมกลุ่มและองค์กรชุมชน ให้มีส่วนร่วมในการ สนองปัญหาและความต้องการ ในเวทีประชาคมหมู่บ้าน-ตำบล แต่การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการ วิเคราะห์ข้อมูล การจัดลำดับความสำคัญ การวางแผนอนาคตชุมชน การร่วมดำเนินงาน และการติดตาม ประเมินผล โครงการกลับมีน้อย

และยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ควรให้สมาชิก อบต. พัฒนาความรู้ความเข้าใจในเรื่อง การประชุมสภา การอภิปราย การตั้งกระทู้ถาม การยื่นญัตติ และการจัดทำแผนพัฒนาตำบล โดยให้ แสวงหาวิทยากร ผู้รู้ ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องมาถ่ายทอดความรู้ในรูปของการจัดประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม หรือการพบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การไปทัศนศึกษา ส่วนในระดับนโยบาย ได้เสนอให้ทุกฝ่ายร่วมกันรณรงค์ “สร้างความเป็นประชาคม อบต.” โดยการทำให้ชุมชนเป็น เจ้าของ อบต. ด้วยการสนับสนุนให้กลุ่ม องค์กรชุมชน มีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารจัดการ ใน อบต. และให้ อบต. แสวงหาความร่วมมือในการทำงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน ธุรกิจ องค์การพัฒนาเอกชน และสถาบันการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเทศร์ สิทธิเลิศ (2543) จากการศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทที่เป็นจริงและบทบาทที่คาดหวังขององค์การบริหาร ส่วนตำบล ในทรศนะของคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลและพนักงานส่วนตำบล ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า การพัฒนาเศรษฐกิจในด้านการส่งเสริมอาชีพมีการปฏิบัติจริง เพราะถือว่าเป็นหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล ที่จะต้องปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

ส่วนข้อเสนอแนะคือ กรมการปกครองควรประสานงานกับกระทรวงการคลัง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ หรือสถาบันการศึกษา ทั้งภาครัฐและเอกชน จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้กับสมาชิก อบต. คณะกรรมการบริหาร อบต. ที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านการเงิน การจัดทุนหมุนเวียน ด้านการตลาด การจัดทำข้อมูล พื้นฐานของ ท้องถิ่น และกระบวนการจัดทำแผนงาน โครงการกิจกรรม โดยให้ใช้ข้อมูลพื้นฐานของท้องถิ่น ประกอบการจัดทำ เพื่อให้การดำเนินงานพื้นฐานบรรลุตามเป้าหมาย และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับงานพัฒนาชุมชน ส่วนคณะกรรมการบริหาร อบต. และพนักงานส่วนตำบล จะต้องดึงประชาชน กลุ่มหรือองค์กรประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการ พัฒนาคับร่วมกัน หรือหาวิธีทำงานในรูปแบบ “ประชาคม” และยังไปสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ (2545) ที่ศึกษาเรื่อง ภาพรวมงานพัฒนาขององค์พัฒนาเอกชนภาคเหนือ ทางเดินและทางเลือกขององค์กรประชาชน พบว่า ประชาสังคมเป็นการแสวงหาทางเลือกและเป็น กระบวนการหนึ่งของชาวบ้านในการเรียกร้องระดับนโยบาย ทำให้ชาวบ้านได้แสดงความคิดเห็น ที่ตรงกับความต้องการ ในการแก้ไขปัญหาของตนเองอย่างแท้จริง และเข้าสู่ความเป็นประชาธิปไตย จากการดำเนินงานขององค์กรพัฒนาเอกชน ในการสร้างฐานความรู้เพื่อเป็นการเพิ่ม อำนาจให้แก่ชาวบ้าน ได้มีการรื้อฟื้นและพัฒนาความรู้เดิมหรือภูมิปัญญาของชาวบ้านที่ส่งสภกันมา และพัฒนาความรู้ใหม่ให้ชาวบ้านได้รับการเรียนรู้ในด้านของการจัดระบบการนำเสนอ ข้อเสนอแนะ และช่องทางในการต่อรองกับรัฐ รวมทั้งด้านเกษตรกรรมทางเลือก โดยสร้างระบบการผลิต การตลาดของตนเอง ภายใต้การจัดการของชาวบ้าน ตลอดจนหาวิธีในการแปรรูปผลผลิตการเกษตร

ให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป จำหน่ายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ และชื้ออายุผลิตภัณฑ์ได้นานวันขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มอำนาจต่อการตลาดให้สูงขึ้น

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมธุรกิจชุมชน จากงานวิจัยของ ปาริชาติ วลัยเสถียร, จิตติ มงคลชัยอรุณญา และโกวิทป์ พวงงาม (บทคัดย่อ : 2543) ได้ศึกษาเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมธุรกิจชุมชนของหน่วยงานภาครัฐ ในด้านการส่งเสริมความสามารถของบุคคล กลุ่มและองค์กร แรงงาน ชุมชนและสินเชื่อ การตลาด วัตถุดิบ เทคโนโลยี และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ พบว่า โดยภาพรวมแล้วมีนโยบายและมาตรการอย่างครบถ้วน แต่นโยบายแต่ละด้านยังไม่มีส่วนที่เหมาะสมในการส่งเสริมธุรกิจชุมชน ส่วนใหญ่จะเป็นนโยบายและมาตรการการฝึกอบรม พัฒนาทักษะวิชาชีพ การสนับสนุนเงินทุนและสินเชื่อ เทคโนโลยีการผลิตและแปรรูปผลผลิตการเกษตร ส่วนนโยบายที่สำคัญคือการตลาดยังมีข้อและปฏิบัติได้ในขอบเขตจำกัด อีกทั้งบางทางปฏิบัติจริง ปรากฏว่าหน่วยงานภาครัฐได้มีการส่งเสริมกิจกรรมในลักษณะธุรกิจชุมชนมาหลายสิบปี แต่ผลการดำเนินงานแสดงให้เห็นการเติบโตในเชิงปริมาณทั้งจำนวนกลุ่ม จำนวนสมาชิก และการระดมทุนภายในกลุ่มเพิ่มขึ้น แต่ในเชิงคุณภาพของกลุ่มและองค์กรยังต้องการพัฒนาอีกมาก เพราะกลุ่มต่าง ๆ เกือบร้อยละ 50 ประสบความล้มเหลว ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญคือ การขาดวิสัยทัศน์หรือแนวคิดที่ชัดเจน ร่วมกันในการพัฒนาแบบองค์รวม ปัญหาโครงสร้างของระบบราชการที่กำหนดภารกิจแบบแยกส่วนโดยรวมอำนาจไว้ที่ส่วนกลาง และการขาดการประสานงานในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ

เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ในด้านการกำหนดนโยบาย ควรส่งเสริมให้ประชาชน องค์กร ชุมชน และภาคเอกชนราชการ เข้ามามีส่วนร่วมและกำหนดมาตรการ แผนงาน โครงการ และพื้นที่เป้าหมาย ส่งเสริมการกระจายอำนาจให้องค์กรทุกระดับเพื่อความคล่องตัว โดยเฉพาะองค์กรระดับท้องถิ่น ควรมีการกำหนดภารกิจให้ชัดเจนและบริหารงานให้ตรงกับความต้องการของพื้นที่ รวมทั้งสนับสนุนให้มีการวางแผนลงทุน พัฒนาเทคโนโลยี เสริมสร้างเอกภาพของกองทุนและเงินเชื่อ ให้การคุ้มครองสิทธิของเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย ตลอดจนส่งเสริมการเรียนรู้แก่บุคลากรและองค์กรชุมชน

กล่าวโดยสรุป การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย แผนงาน โครงการ การดำเนินงานและกิจกรรมร่วมกัน การจัดเวทีประชาคมเพื่อแสดงความคิดเห็น การจัดกระบวนการเรียนรู้ให้กับประชาชนรวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้อง การจัดสรรงบประมาณ การจัดตั้งทุนในรูปแบบต่าง ๆ การจัดหาตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ และการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ นับว่าเป็นแนวทางที่เหมาะสม ในการพัฒนาธุรกิจชุมชนได้แนวทางหนึ่ง เพราะการมีส่วนร่วมของชาวบ้านที่ประกอบอาชีพ

ธุรกิจชุมชนจะช่วยเสนอถึงปัญหาของคนที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปแก้ไขได้อย่างตรงจุด และถูกต้องตาม  
ระบอบประชาธิปไตยอย่างแท้จริง นอกจากนี้การ จัดกระบวนการเรียนรู้ จะช่วยพัฒนาทักษะฝีมือ  
เพิ่มเติมความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่ม และการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ ส่วนการ  
ส่งเสริมให้มีการศึกษาดูงานจากภายนอก จะทำให้ทราบถึงวิธีการดำเนินงานของกลุ่มและองค์กร  
ชุมชนที่ประสบผลสำเร็จ รวมไปถึงการส่งเสริมให้มีกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ระหว่างองค์กรการ  
บริหารส่วนตำบลและกลุ่มอาชีพ เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีและสร้างความเข้าใจไปในทิศทาง  
เดียวกัน ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานเดินไปอย่างราบรื่น ง่ายต่อการประสานงาน เพื่อนำไปสู่ความ  
สำเร็จในการพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไป และยั่งยืน ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยทั้งหมดที่กล่าวมา