รายงานการวิจัย

ระบบการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนภาคกลาง

สัญญาเลขที่ RDG 4520033

โดย ประพีร์พร อักษรศรี

สถาบันราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

สนับสนุนโดย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

บทคัดย่อ

การศึกษาระบบการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนภาคกลาง โดยมีวัตถุประสงค์รวมเพื่อพัฒนากระบวนการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในภาคกลางให้พึ่งตนเองได้และมีวัตถุประสงค์เฉพาะเพื่อพัฒนาขีดความสามารถวิสาหกิจชุมชนในชุมชนภาคกลางในด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม การพัฒนาเครือข่ายพหุภาคี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของวิสากิจชุมชนในภาคกลางในด้านการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของกลุ่ม ซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยในเขตพื้นที่ภาคกลาง 12 จังหวัด ประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจชุมชน จำนวน 25 กลุ่ม ที่มีการดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

ประเด็นในการศึกษา ประกอบด้วย การพัฒนาระบบข้อมูลผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน รูปแบบการจัดการระบบการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พึ่งตนเองได้ รูปแบบการจัดการมาตรฐานกระบวนการผลิตที่ดีของผลิตภัณฑ์ชุมชน (GHP/GMP) การประสานความร่วมมือด้านวิชาการกับหน่วยงานสนับสนุนในท้องถิ่น และการพัฒนาระบบติดตามประเมินผลภายในของกลุ่มธุรกิจชุมชน

จากผลการศึกษา พบว่า กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องสร้างการเรียนรู้อย่างเป็นระบบตั้งแต่ข้อมูลท้องถิ่น การค้นหาและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ การจัดการด้านการตลาดในลักษณะห่วงโซ่อุปทาน และการให้ชุมชนประกันคุณภาพของตนเอง มีกระบวนการดำเนินการประสานเครือข่ายที่เชื่อมโยงกันจะทำให้เกิดการพัฒนาที่ฝังรากถึงท้องถิ่นอย่างแท้จริง โดยมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาระบบการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนภาคกลาง ดังนี้

1) การพัฒนาระบบฐานข้อมูลวิสาหกิจชุมชน โดยให้ชุมชนเป็นผู้จัดทำข้อมูลชุมชนเพื่อให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าและสามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนและจัดทำแผนพัฒนาของชุมชนที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนภายใต้พื้นฐานข้อมูลที่เป็นจริงของชุมชน ซึ่งการพัฒนาฐานข้อมูลต้องมีความต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน และมีการเชื่อมโยงบูรณาการฐานข้อมูลของหน่วยงานรัฐและหน่วยงานภาคเอกชน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อชุมชน หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนในการสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจในชุมชน

2) การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิทยากรท้องถิ่นในการสนับสนุนงานของภาครัฐและควรเป็นบุคลากรที่อยู่ในท้องถิ่น มีการศึกษา มีจิตใจและความต้องการที่จะพัฒนาท้องถิ่นร่วมกับกลุ่มผู้ผลิตในชุมชนจึงจะเกิดประสิทธิผลในการดำเนินงาน

3) การกำหนดตัวชี้วัดชุมชนเข้มแข็งหรือตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชน ควรเป็นตัวชี้วัดร่วมไม่ควรเฉพาะเจาะจงหรือลงรายละเอียด เพราะแต่ละชุมชนแต่ละกิจกรรมย่อยจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน ชุมชนจึงควรจะเป็นผู้ที่กำหนดตัวชี้วัดที่เป็นเชิงกิจกรรมหรือรายละเอียดของชุมชนเอง

4) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนควรมีลักษณะเป็นองค์รวมที่บูรณาการความรู้ ภารกิจทรัพยากรการจัดการร่วมกันในทุกมิติ ตั้งแต่การศึกษาค้นหาภูมิปัญญาบนรากฐานทรัพยากรท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการกองทุน การบริหารจัดการ การเงินการตลาด การพัฒนามาตรฐาน

เพื่อคุณภาพชีวิต การจัดสวัสดิการแก่ชุมชนเพื่อการคุ้มครองทางสังคม ตลอดจนการดูแลรักษาทรัพยากรในท้องถิ่น

5) การทำการศึกษาวิจัยมาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพที่เหมาะสมกับแต่ละท้องถิ่น เนื่องจากแต่ละท้องถิ่นจะมีลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณะและแตกต่างกัน ดังนั้นจึงไม่ควรใช้มาตรฐานผลิตภันฑ์ชุมชนเป็นมาตรฐานเดียวกัน

6) การจัดตั้งสถาบันพัฒนาการเรียนรู้และวิสาหกิจชุมชน เพื่อทำหน้าที่เป็นหน่วยงานในการฝึกอบรม พัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในฐานะผู้การประกอบการ โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจในทุกมิติของการเรียนรู้ศักยภาพของชุมชน การค้นหาภูมิปัญญา ทรัพยากรท้องถิ่นในการคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อประโยชน์ใช้สอยในชุมชน ส่งเสริมกระบวนการผลิตอย่างมีคุณภาพมาตรฐาน

ABSTRACT

A STUDY OF THE MANAGEMENT NETWORK OF COMMUNITY ENTERPRISES IN THE CENTRAL PROVINCES OF THAILAND.

The objective of the work is to develop an integrated and self-reliant network in which the plurality of members co-operate effectively in developing products, services and competencies. This work studies the management network of 25 community enterprises, including public and private sector and their interaction with government agencies, in 12 central provinces in Thailand. The work was conducted with the support of the leaders of the respective communities who were involved in the planning and roll-out of the project.

Key topics which contribute towards meeting this objective are:

1) To develop a database system of local community products and services,
2) To create a functioning process which allows the enterprise to integrate customer requirements, marketing approach, planning, etc. into its management in order to best bring products to market and create value,
3) To adopt recognised activity managemen standards such as GMP (Good Manufacturing Practice) or GHP (Good Hygiene Practice) as part of a TQM (Total Quality Management) oriented approach,
4) To co-ordinate interaction between the enterprises themselves and between the enterprises and government agencies, and
5) To develop within each community enterprise a system for evaluation of each key activity.

A key finding of this work is that the learning process undergone by the community enterprises must permit them to develop or create:

1) A meaningful data system,
2) Products derived from local knowledge or wisdom,
3) Guaranteed standards and specifications of products,
4) An ability to manage the market value chain, and
5) A responsibility to maintain and communicate high standards of product quality.

Further findings and teaching from this work includes:

1. The information or data created and owned by a local community (structural capital) can be used to assist (a) in analysing the potential for community products and (b) in planning for business opportunities based on the community's potential based on true local knowledge. The employment of such a local bottom-up approach is far more powerful than when a centralised top-down approach alone is taken. As a result a network between community enterprises and government organisations may be created which operates to help one another. This network will logically also include the various local communities which took part in this study.

2. The developmnt of approaches and products using local facilitation by government employees in a way that fosters self-sustainability is of lasting benefit to the community. National experts are used to train and certify local facilitators who will continue with this work and will act as a centre of expertise in the ongoing development of the community and its enterprises.

3. There are generic indicators for the strong performance of an enterprise (e.g. knowledge, processes, culture, financial performance, future planning, systems) but the detailed, specific indicators relevant for a particular community enterprise should be generated by that enterprise, since its products and activity are specific only to this enterprise.

4. An enterprise which aspires to sustainable value based performance will develop a holistic and integrated approach in which social capital and management approach are integrated with the wisdom available from locally based resources and people. This approch will include components such as the management of safety, the environment, product developmen, investment, administration, financial matters and marketing approach. The enterprise will develop and live by standards which promote a quality of life for its work force and social welfare within the community.

5. There is a requirement to be aware of the quality of competitive products from other producers in other industry sectors or other regions of the country within the same product sector. This is necessary both from a good business perspective and because there may be a diversity in standards and products offered. This forms a sound basis for future planning and competitive assessment.

6. It is of advantage to develop an Institute for learning within the community. This institute will bring together the relevant expertise from within the community (enterprises, educational establishments, local experts, etc.) and blend it with the relevant global best practice in order to provide local enterprises with the best expertise to deal with a particular opportunity. These opportunities may be issues like human resource development, product development, the need for useful and accurate quality standards, access to networks or the mining of local knowledge.

This work has indicated that the consistent application of the approaches developed within the local communities employing trained local experts with support as required by national experts will promote sustainable and self-reliant development within the local community enterprises, contributing to increased quality of life for their wokforces and for the local community itself.

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ **(1)**

ABSTRACT **(3)**

คำนำ **(6)**

บทที่ 1 ที่มาและระเบียบการวิจัย **1**

1.1 หลักการและเหตุผล 1

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย 3

1.3 ขอบเขตการวิจัย 4

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย 6

1.5 ระเบียบวิธีการวิจัย 7

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 11

บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง **12**

2.1 แนวคิดของวิสาหกิจชุมชน 12

2.2 แนวคิดการติดตามและประเมินคุณภาพ 14

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย 25

บทที่ 3 ระบบฐานข้อมูลบริบทวิสาหกิจชุมชน 30

3.1 บริบทวิสาหกิจชุมชน 30

3.2 การจัดการระบบฐานข้อมูลวิสาหกิจชุมชน 37

3.3 ระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน 39

3.4 การนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ 40

3.5 ข้อเสนอแนะ 44

บทที่ 4 ระบบการจัดการด้านการตลาด **45**

4.1 การก่อเกิดของสินค้าชุมชน 45

4.2 การวิเคราะห์ปัญหาการตลาด 4Ps 46

4.3 กระบวนการพัฒนาชุมชนกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 50

4.4 การเพิ่มศักยภาพทางการตลาดให้กับสินค้าชุมชน 51

4.5 รูปแบบเครือข่ายตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน 59

4.6 การศึกษาวิเคราะห์ช่องทางการตลาดสำหรับสินค้าชุมชน 63

4.7 ข้อคิดเห็นและเสนอแนะ 68

บทที่ 5 การพัฒนามาตรฐานคุณภาพกระบวนการผลิตภัณฑ์ 70

5.1 กระบวนการจัดอบรมวิทยากรท้องถิ่น 71

5.2 แผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ 78

5.3 ผลการตรวจประเมินและการแก้ปัญหาของวิทยากรท้องถิ่นด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ 89

หน้า

5.4 การเปลี่ยนแปลงของกลุ่มผลิตภัณฑ์ 95
5.5 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย 101
บทที่ 6 การพัฒนาระบบการติดตามประเมินคุณภาพวิสาหกิจชุมชน 102
6.1 แนวทางการติดตามประเมินผล 102
6.2 การพัฒนาตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชน 105
6.3 กระบวนการตรวจประเมินคุณภาพวิสาหกิจชุมชน 118
6.4 ประเด็นและเกณฑ์การตรวจประเมินคุณภาพ 120
6.5 การวัดผลคุณภาพวิสาหกิจชุมชน 122
6.6 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะ 126
บทที่ 7 การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานในการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน **127**
7.1 ภารกิจของหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน 127
7.2 รูปแบบการประสานความร่วมมือ 129
7.3 การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน 134
7.4 บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน 135
7.5 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย 135
บทที่ 8 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ 137
8.1 สรุปผลการศึกษา 137
8.2 อภิปรายผลการศึกษา 138
8.3 ข้อเสนอแนะ 140
บรรณานุกรม **142**
ภาคผนวก ก **145**
ภาคผนวก ข **168**

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แสดงกลุ่มตัวอย่างกรณีศึกษาของการพัฒนากระบวนการผลิตที่ดี 4
ตารางที่ 2 แสดงกิจกรรมและผลที่คาดว่าจะได้รับในการดำเนินงาน 8
ตารางที่ 3 แสดงแผนกิจกรรมการจัดระบบข้อมูล 37
ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ 4Ps ผลิตภัณฑ์ชุมชน 48
ตารางที่ 5 แสดงข้อมูลการต่อร้านค้า/ ติดต่อตลาด 54
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของความนิยมของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อก๋วยเตี๋ยว 65
ตารางที่ 7 แสดงความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในการรับประทานก๋วยเตี๋ยว 66
ตารางที่ 8 แสดงสถานที่ที่เหมาะสมกับการขายก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต 66
ตารางที่ 9 แสดงสัญลักษณ์ของร้านขายก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต 67
ตารางที่ 10 แสดงวิธีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต 68
ตารางที่ 11 แสดงรายชื่อวิทยากรท้องถิ่น 76
ตารางที่ 12 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านใหม่ 79
ตารางที่ 13 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มขนมไทยบางสระคู 80
ตารางที่ 14 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเชียงงา 81
ตารางที่ 15 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มผลิตน้ำส้ม 82
ตารางที่ 16 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มไวน์ 83
ตารางที่ 17 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มชาใบหม่อน 84
ตารางที่ 18 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มสตรีบ้านสหกรณ์พัฒนา 85
ตารางที่ 19 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มแม่บ้านท่าข้าวโพด 86
ตารางที่ 20 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มกล้วยกวนกรุงศรี 87
ตารางที่ 21 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มน้ำลูกสำรอง 88
ตารางที่ 22 แสดงปัญหาและวิธีการแก้ไขจากการปฏิบัติงานของคณะวิทยากรท้องถิ่น 89
ตารางที่ 23 แสดงความเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับลักษณะของการเป็นวิสาหกิจชุมชน 107
ตารางที่ 24 แสดงประเด็นและตัวชี้วัดการประเมินผล 109
ตารางที่ 25 แสดงตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชน 111

หน้า

ตารางที่ 26 แสดงการเปรียบเทียบการพัฒนาเครื่องชี้วัดธุรกิจชุมชนและนำไปใช้ในการลงศึกษาพื้นที่ขององค์กร/หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง 113
ตารางที่ 27 แสดงเกณฑ์วัดผลคุณภาพวิสาหกิจชุมชน 120
ตารางที่ 28 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ยการตรวจประเมินในแต่ละด้าน 124
ตารางที่ 29 แสดงภารกิจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน 133

สารบัญแผนภูมิ

		หน้า
แผนภูมิที่ 1	แสดงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน	2
แผนภูมิที่ 2	แสดงแผนการดำเนินการศึกษาวิจัยการจัดการคุณภาพการผลิตให้ถูกสุขลักษณะในเขตภาคกลาง	70
แผนภูมิที่ 3	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระบบการติดตามกับระบบการประเมินผล	104
แผนภูมิที่ 4	แสดงการพัฒนาตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชน	106
แผนภูมิที่ 5	แสดงกระบวนการพัฒนาระบบติดตามและประเมินคุณภาพ	118

บทที่ 1
ที่มาและระเบียบการวิจัย

1.1 หลักการและเหตุผล

ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของชุมชนที่พัฒนาจากฐานศักยภาพของท้องถิ่น หรือ “ทุนในชุมชน” ซึ่งรวมถึงเงินทุน แรงงาน วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น พิพิธภัณฑ์ วัด ที่ดิน แหล่งน้ำ ความหลากหลายทางชีวภาพ สภาพภูมิประเทศ ลักษณะภูมิอากาศ ฯล โดยมีเป้าหมายสำคัญในการเสริมสร้างเศรษฐกิจของชุมชนและคุณภาพชีวิตที่ดีตั้งแต่ระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชน กิจกรรมเหล่านี้สร้าง “กระบวนการเรียนรู้” นำไปสู่การพึ่งตนเองของชุมชนได้ ในขณะเดียวกันยังมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ฯลฯหรืออีกนัยหนึ่ง เพื่อพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างบูรณาการ ซึ่งพบว่าการรวมตัวของกลุ่มเพื่อประกอบธุรกิจในปัจจุบันเป็นทางเลือกหนึ่งในการประกอบอาชีพและสามารถใช้เป็นรายได้สำคัญของครอบครัวในปัจจุบันเพราะเป็นธุรกิจที่ใช้ทุนน้อย เทคโนโลยีไม่ยุ่งยาก ดังนั้นการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนในฐานรากคือส่งเสริมการประกอบธุรกิจชุมชนแบบครบวงจรทั้งการผลิต การจัดการ การตลาดและการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล โดย ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร มีแนวคิดว่าปัญหาของประเทศในภาพรวมประชาชนมีหนี้สินเพิ่มขึ้น สามารถแก้ไขได้ด้วยการที่ประชาชนรู้จักนำสินทรัพย์ที่มีอยู่ ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้น สามารถขจัดปัญหาความยากจน เป็นการสร้างอาชีพที่ยั่งยืนและรายได้ที่มั่นคง

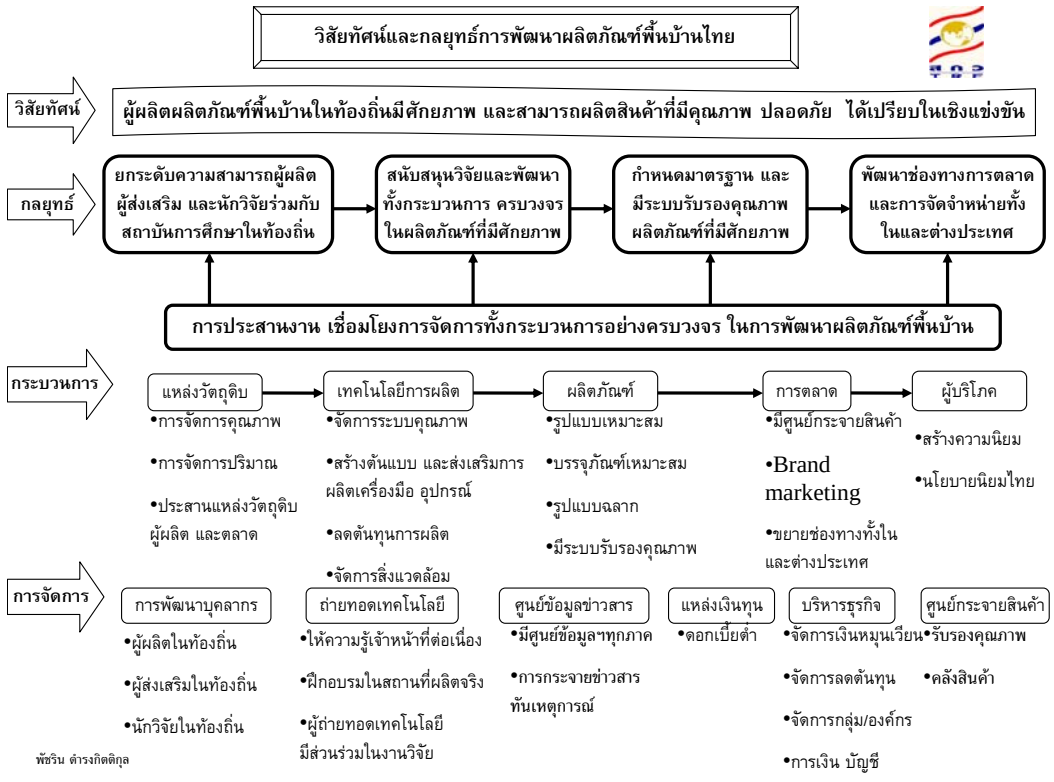
จากนโยบายของรัฐบาลส่งผลให้กลุ่มผลิตภัณฑ์พื้นบ้านชุมชนมีหน่วยงานต่างๆ เข้ามาสนับสนุนและให้การส่งเสริมทั้งด้านงบประมาณ อุปกรณ์ในการผลิตและความรู้ด้านวิชาการ อาทิ สำนักพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สำนักกองทุนทางสังคม สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (พชม. เดิม) ได้ลงไปส่งเสริมผลิตภัณฑ์เหล่านี้ แต่ในความเป็นจริงพบว่ากลุ่มธุรกิจชุมชนเหล่านี้มีศักยภาพในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพระดับหนึ่งที่ใช้เทคนิคและวัตถุดิบในท้องถิ่น ทั้งนี้กลุ่มเหล่านี้ไม่สามารถบริหารจัดการกลุ่มให้สามารถจัดจำหน่ายได้อย่างเข้มแข็งเพราะการขาดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ความรู้และทักษะในการบริหารและการจัดการของผู้ประกอบการเงินทุน การวางแผนและระบบการตรวจสอบควบคุมทางการเงิน การพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้เกิดเป็นปัญหาในด้านการตลาดที่ไม่มีขีดความสามารถเท่ากับผู้ประกอบการทั่วไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกาญจนา แก้วเทพและกนกศักดิ์ แก้วเทพ (2430) และ ใจมนัส พลอยดี (2540) ได้พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดการพึ่งตนเองทางธุรกิจได้คือ การจัดตั้งกลุ่ม องค์กรในชุมชน และ กระบวนการผลิต การตลาด แรงงาน การเงิน การบริหารกลุ่ม การสร้างทีมงาน การมีส่วนร่วมของสมาชิก โดยเฉพาะผู้นำกลุ่มเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จได้

ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนับเป็นทางเลือกหนึ่งในการพึ่งตนเองของชุมชนท่ามกลางกระแสโลกาภิวัฒน์ที่ต้องมีการเสริมสร้างเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตและ

คุณภาพของชีวิตชุมชน เป็นฐานที่มั่นคงของระบบเศรษฐกิจฐานรากอันจะส่งผลกระทบต่อการแก้ไขปัญหาต่างๆ ในสังคมทั้งอาชญากรรม ยาเสพติด สุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชนต่อไป ดังนั้นจึงต้องศึกษาทางออกให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชน การหนุนช่วยเพื่อให้เกิดการเกื้อกูล การสร้างองค์ความรู้ที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริงให้กลุ่มชุมชนสามารถยกระดับขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจได้ แต่ในขณะเดียวกันกลุ่มผลิตภัณฑ์เหล่านี้ยังขาดองค์ความรู้ที่จะปฏิบัติ (Experience learning) เพื่อให้การรวมกลุ่มเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถดำเนินการไปได้อย่างเป็นระบบ มีทิศทางที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องมีการหนุนเสริมเพื่อให้เกิดกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาทักษะความสามารถในการผลิต การจัดการ การตลาด อย่างครบวงจร ภายใต้การหนุนเสริมที่มีการประสานความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งด้านการอบรม การจัดสรรงบประมาณสนับสนุนกลุ่ม และการจัดจำหน่ายในงานต่างๆ เป็นต้น

อนึ่งการศึกษาการพัฒนาระบบการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน สืบเนื่องจากการจัดเวทีการสัมมนาเพื่อการวางแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน 2 ประเด็นใหญ่ ได้แก่

1. การจัดทำแผนแม่บทผลิตภัณฑ์พื้นบ้านร่วมกับคณะกรรมาธิการการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สภาผู้แทนราษฎรปี 2543 ทำให้เกิดการทำงานร่วมกับหน่วยงานเป็นพหุภาคีในพื้นที่ ในครั้งนั้นคำว่า “การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน” จึงได้เริ่มขึ้น ซึ่งมีแนวทางในการดำเนินการเพื่อการประสานความร่วมมือในการประสานเครือข่ายความร่วมมือ ซึ่งเป็นแนวทางหลักที่นำมาสร้างประเด็นการศึกษาวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน

ที่มา : ผศ. พัชริน ดำรงกิตติกุล (ผู้ประสานงานวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย)

2. การประชุมพหุภาคีเพื่อการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาภาคกลาง ระหว่างวันที่ 26 –28 มกราคม 2544 ณ ห้องประชุมสมเด็จเจ้าฟ้า วไลยอลงกรณ์ จังหวัดในภาคกลางและภาคตะวันตกมี 14 จังหวัดคือ นนทบุรี ปทุมธานี ลพบุรี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง สุพรรณบุรี สระบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร นครปฐม กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งได้มีการวางแผนแนวทางการดำเนินการเป็นยุทธศาสตร์ ในการนำร่องเพื่อการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมความร่วมมือในการประสานงานให้คำปรึกษาในรูปเครือข่ายทั้งระดับนโยบายและการปฏิบัติ เพื่อการร่วมทุน ร่วมพลังการปฏิบัติอย่างครบวงจร ทั้งการผลิต การจัดการ การตลาด โดยยึดชุมชนเป็นศูนย์กลางบนฐานข้อมูลที่เป็นจริง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมและเผยแพร่และสร้างจิตสำนึกต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนในวิถีชีวิต โดยคำนึงถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วัสดุในท้องถิ่นและ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเสริมสร้างการเรียนรู้ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อถ่ายทอดวิชาการและเทคโนโลยีในการนำไปปฏิบัติจริงอย่างสมประโยชน์โดยเน้นคุณธรรมและจริยธรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนามาตรฐานกระบวนการผลิต คำนึงถึงการพึ่งตนเองในกระบวนการผลิตที่ถูกสุขลักษณะได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศโดยใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานโดยพัฒนารูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ให้ทันสมัย เหมาะสมทั้งประโยชน์และราคาเพื่อยกขีดความสามารถในด้านการตลาด

จากประเด็นดังกล่าวนำมาสู่การศึกษาวิจัย ซึ่งพบว่ามีความสลับซับซ้อนของปัญหาในการศึกษาวิจัยในด้านปัจจัยเงื่อนไขสำคัญไปสู่ความสำเร็จ โดยการนำปัญหาไปทดลองปฏิบัติการเพื่อหาวิธีการที่เหมาะสม ทั้งนี้จำเป็นต้องอาศัยเครือข่ายความร่วมมือทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชนและที่สำคัญความพร้อมของคนในชุมชนท้องถิ่นที่จะทำการศึกษาและทดลองปฏิบัติการด้วย ดังนั้นเมื่อผู้วิจัยได้นำแนวทางของการจัดทำแผนทั้ง 2 ดังที่ได้กล่าวมาแล้วจึงได้มีประเด็นที่ควรทำการศึกษา 5 ประเด็น ตั้งแต่การพัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการระบบการตลาด การพัฒนามาตรฐานกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ การประสานความร่วมมือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน และการบริหารจัดการระบบติดตามประเมินผล

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 วัตถุประสงค์รวม

เพื่อพัฒนากระบวนการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในภาคกลางให้พึ่งตนเองได้

1.2.2 วัตถุประสงค์เฉพาะ

1. เพื่อพัฒนาขีดความสามารถวิสาหกิจชุมชนในชุมชนภาคกลางในด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม การพัฒนาเครือข่ายพหุภาคี การพัฒนาผลิตภัณฑ์

2. เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของวิสากิจชุมชนในภาคกลางในด้านการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของกลุ่ม

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาวิจัยเป็นการวิจัยในเขตพื้นที่ภาคกลาง โดยครอบคลุมพื้นที่ 12 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดปทุมธานี สมุทรสงคราม ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี ปราจีนบุรี ลพบุรี สระบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท อยุธยา นครสวรรค์ จันทบุรี

1.3.2 ด้านประชากรกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจชุมชน จำนวน 25 กลุ่ม ซึ่งมีการดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนในพื้นที่ภาคกลาง ประกอบด้วย

1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ในระยะเริ่มโครงการ ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายกรณีศึกษาโดยคำนึงทั้งมิติพื้นที่ ผลิตภัณฑ์ และความพร้อมในการเรียนรู้การพัฒนาเครือข่ายผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการเป็นผู้เข้าร่วมทำการวิจัย เพื่อให้ได้แนวทางในการดำเนินการที่แตกต่างตลอดจนผลต่อความเป็นไปได้ในแต่ละปัจจัย โดยมีกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ดังนี้

1.1) กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์น้ำนมข้าว จังหวัดปทุมธานี
1.2) กลุ่มแปรรูปน้ำลูกยอ จังหวัดปทุมธานี
1.3) กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์ จังหวัดปทุมธานี
1.4) กลุ่มจักสานผักตบชวา จังหวัดปทุมธานี
1.5) กลุ่มกระยาสารทตำบลบางขะแยง จังหวัดปทุมธานี
1.6) กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลตำบลบางจะเกร็ง จังหวัดสมุทรสงคราม
1.7) กลุ่มแปรรูปผลไม้ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
1.8) กลุ่มผลิตภัณฑ์ใบลานหมู่บ้านทับลานตำบลบุพราหมณ์ จังหวัดปราจีนบุรี
1.9) กลุ่มเครือข่ายการค้าข้าวระหว่างจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นครนายก และประจวบคีรีขันธ์

2) กลุ่มตัวอย่างกรณีศึกษาของการพัฒนากระบวนการผลิตที่ดี (GHP / GMP) การดำเนินการวิจัยการพัฒนากระบวนการผลิตที่ดี (GHP / GMP) ทำให้ได้กลุ่มที่ทำการวิจัยและเกิดเครือข่ายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงกลุ่มตัวอย่างกรณีศึกษาของการพัฒนากระบวนการผลิตที่ดี

กลุ่ม	จังหวัด	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม
2.1) กลุ่มน้ำนมข้าวกระยาคู	ปทุมธานี	ผลิตน้ำนมข้าวกระยาคู
2.2) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านใหม่	ปทุมธานี	ผลิตถั่วทอด
2.3) กลุ่มสตรีแม่บ้านฝั่งกลาง ม.11 ต.บางคูวัด	ปทุมธานี	ผลิตขนมกระทกรก
2.4) กลุ่มสตรีบ้านสหกรณ์พัฒนา ม.5 ต.นพรัตน์	ปทุมธานี	ผลิตขนมสามเกลอ

กลุ่ม	จังหวัด	ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม
2.5) กลุ่มแม่บ้านบางขะแยง ม.4 ต.บางขะแยง	ปทุมธานี	ผลิตกระยาสารทน้ำอ้อย
2.6) กลุ่มแม่บ้านลำผักกูด ม.4 ต.ลำผักกูด	ปทุมธานี	ผลิตเนื้อสัตว์แปรรูป
2.7) กลุ่มผลิตน้ำลูกยอ บริษัท 5 ส โดยกลุ่มนักศึกษาผู้นำท้องถิ่น	ปทุมธานี	ผลิตน้ำลูกยอ
2.8) กลุ่มชุมชนเมือง ม.3 ต.ประชาธิปัตย์	ปทุมธานี	ผลิตน้ำส้มคั้นบรรจุขวด
2.9) กลุ่มพัฒนาอาชีพ ต.คลองน้ำเค็ม อ.แหลมสิงห์	จันทบุรี	ผลิตกล้วยกรอบแก้ว
2.10) เครือข่ายเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนบริเวณอ่าวคุ้งกะเบน	จันทบุรี	ผลิตน้ำสำรอง ปุ๋ยชีวภาพ ถั่วทอด
2.11) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเชียงงา ต.เชียงงา อ.บ้านหมี่	ลพบุรี	ผลิตปลาส้ม
2.12) กลุ่มผลิตน้ำส้ม ม. 8 ต.คลองระบัง ต.มิตรภาพ อ.มวกเหล็ก	สระบุรี	ผลิตน้ำส้มพร้อมดื่ม
2.13) กลุ่มชาใบหม่อน ม.5 ต.บ้านจ่า อ.บางระจัน	สิงห์บุรี	ผลิตสมุนไพรชาใบหม่อน
2.14) กลุ่มแม่บ้านท่าข้าวโพด ม. 2 ต.บ้านกล้วย อ.เมือง	ชัยนาท	ผลิตส้มโอแก้วรวมรส
2.15) กลุ่มกล้วยกลวนกรุงศรี ม.3 ต.บ้านขวาง อ.มหาราช	อยุธยา	ผลิตกล้วยกวน
2.16) กลุ่มไวน์ ม.3 ต.สุขสำราญ อ.ตากฟ้า	นครสวรรค์	ผลิตไวน์องุ่น
2.17) กลุ่มร้านค้าชุมชนธงชัย ม.9 ต.ธงชัย อ.บางสะพาน	ประจวบคีรีขันธ์	ผลิตน้ำพร้อมดื่มบรรจุขวดปิดสนิท

3) กลุ่มตัวอย่างในการประสานความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่หน่วยงานสนับสนุนในท้องถิ่น ได้แก่ สาธารณสุขจังหวัด พัฒนาชุมชน เคหกิจเกษตร อุตสาหกรรมจังหวัด พาณิชย์จังหวัด ภาคธุรกิจเอกชน นักวิชาการจากสถาบันการศึกษาในจังหวัดปทุมธานี กาญจนบุรี จันทบุรี และสมุทรสงคราม

1.3.3 ด้านเนื้อหา

การดำเนินการศึกษาวิจัยระบบการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนภาคกลางเป็นการศึกษาใน 5 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) การพัฒนาระบบข้อมูลผลิตภัณฑ์พื้นบ้านในจังหวัดปทุมธานี
2) รูปแบบการจัดการระบบการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พึ่งตนเองได้
3) รูปแบบการจัดการมาตรฐานกระบวนการผลิตที่ดีของผลิตภัณฑ์ชุมชน (GHP/GMP)
4) การประสานความร่วมมือด้านวิชาการกับหน่วยงานสนับสนุนในท้องถิ่น
5) การพัฒนาระบบติดตามประเมินผลภายในของกลุ่มธุรกิจชุมชน

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

<table>
<tr><td colspan="5">กิจกรรม</td><td>สมมติฐาน</td></tr>
<tr><td>❶ การพัฒนาระบบข้อมูลผลิตภัณฑ์พื้นบ้านในจังหวัดปทุมธานี</td><td>❷ รูปแบบการจัดการระบบการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พึ่งตนเองได้</td><td>❸ รูปแบบการจัดการมาตรฐานกระบวนการผลิตที่ดีของผลิตภัณฑ์ชุมชน (GHP/GMP)</td><td>❹ การประสานความร่วมมือด้านวิชาการกับหน่วยงานสนับสนุนในท้องถิ่น</td><td>❺ การพัฒนาระบบติดตามประเมินผลภายในของกลุ่มธุรกิจชุมชน</td><td>ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการเรียนอย่างเป็นระบบจะทำให้สามารถพัฒนาได้</td></tr>
<tr><td>⏭ การวิเคราะห์ ตรวจสอบข้อมูลด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม
⏭ การนำระบบข้อมูลไปใช้ประโยชน์</td><td>⏭ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชน
⏭ การพัฒนาระบบการจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน</td><td>⏭ สร้างวิทยากรพี่เลี้ยง
⏭ พัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์</td><td>⏭ ร่วมมือพัฒนาผลิตภัณฑ์</td><td>⏭ พัฒนาระบบและแนวทางการติดตามประเมินผล</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="5">ผลผลัพธ์</td><td>การวิจัยและพัฒนา</td></tr>
<tr><td>เกิดระบบข้อมูลเพื่อนำไปจัดการพัฒนาอาชีพท้องถิ่น</td><td>รูปแบบการจัดการระบบการจัดการตลาดผลิตภัณฑ์</td><td>รูปแบบการจัดการมาตรฐานผลิตภณฑ์ชุมชน</td><td>รูปแบบเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนา</td><td>รูปแบบระบบการติดตามประเมินผลด้วยตนเอง</td><td>องค์ความรู้</td></tr>
<tr><td colspan="6">วัตถุประสงค์เฉพาะ
1. เพื่อพัฒนาขีดความสามารถวิสากิจชุมชนในชุมชนภาคกลางในด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม การพัฒนาเครือข่ายพหุภาคี การพัฒนาผลิตภัณฑ์
2. เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของวิสากิจชุมชนในภาคกลางในด้านการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของกลุ่ม</td></tr>
<tr><td colspan="6">วัตถุประสงค์รวม
เพื่อพัฒนากระบวนการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในภาคกลางให้พึ่งตนเองได้</td></tr>
</table>

1.5 ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งพัฒนาระบบการจัดการเครือข่ายการเรียนรู้ของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลจากการปฏิบัติการ โดยมุ่งหาคำตอบที่ว่ารูปแบบการจัดการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนควรเป็นอย่างไร เป็นการประยุกต์ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มาดำเนินการวิจัย โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1.5.1 การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนา (PAR&D: Participation Action Research Development) ใช้เป็นหลักสำคัญในการดำเนินการวิจัย โดยมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถของคนในชุมชนในการเรียนรู้เพื่อการแก้ปัญหาด้วยระบบวิธีคิด ปฏิบัติที่เป็นระบบมากขึ้น อีกทั้งโครงการวิจัยนี้ถึงแม้ว่าจะมีแผนปฏิบัติการ 5 แผนแต่ก็มีลักษณะที่เชื่อมโยงไม่สามารถตัดส่วนหนึ่งส่วนใดออกได้ เพราะมีความสัมพันธ์สลับสัมพันธ์ทั้งในระดับกว้างและระดับลึก ซึ่งในแต่ละแผนมีรายละเอียดในการปฏิบัติการที่มีข้อจำกัดที่ไม่สามารถเจาะประเด็นลงลึก แต่พยายามที่จะศึกษาให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของประเด็นที่เกี่ยวข้องในลักษณะบูรณาการ โดยมีเครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Observer as Participant) และสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non– Participant Observation) เพื่อเก็บข้อมูลกิจกรรมต่าง ๆ ภายในกลุ่มและพฤติกรรมการรวมกลุ่มของผู้ผลิต

2) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อศึกษาสภาวะพื้นฐานทางชุมชน วิธีการ และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการบริหาร สมาชิกกองทุน ชาวบ้าน และวิธีการบริหารจัดการของแต่ละกองทุนและการสนทนากลุ่มย่อยกับประชากรที่สนใจทั่วไปเป็นการสนทนาตามธรรมชาติไม่เป็นทางการ เพื่อศึกษาสภาวะพื้นฐานชุมชน

3) การบันทึกภาคสนาม (Field Note) ใช้บันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และแบบไม่มีส่วนร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน ตลอดจนข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากผู้รู้ (Key informants) ภายในโดยการสโนว์บอล์ลชุมชนในตำบล

4) การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi – Structured interview) ใช้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In–depth interview) กับผู้รู้ภูมิปัญญาพื้นบ้านและผู้นำชุมชน ด้านประวัติศาสตร์ชุมชน ศิลปะประเพณีและวิถีชีวิตชุมชน กระบวนการผลิต การดำเนินการวิสาหกิจชุมชน การประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน

5) การประชาคมเพื่อแสดงพลังชุมชน (AIC) ในการแสดงศักยภาพการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรคปัญหา และแนวทางปรับปรุงแก้ไข

6) การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อระดมพลังชุมชน ในการกำหนดรูปแบบการดำเนินงาน การเชื่อมโยงเครือข่ายชุมชนและพหุภาคี

7) แบบทดสอบเชิงปริมาณเพื่อสำรวจปัญหา สภาพของชุมชน ความต้องการของสมาชิกกองทุน แบบสำรวจความคิดเห็นในการจัดทำเกณฑ์การประเมินวิสาหกิจชุมชน

8) การอบรมปฏิบัติการเพื่อการเรียนรู้และนำมาปฏิบัติการ ซึ่งจะใช้ในขั้นตอนการวิจัยขั้นที่ทดลองปฏิบัติการ

1.5.2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

❍ ขั้นตอนก่อนเริ่มทำการวิจัย

การพัฒนากรอบแนวความคิดการวิจัยการพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้การเพิ่มขีดความสามารถวิสาหกิจชุมชนภาคกลาง ตามประเด็นที่ได้มีการเสนอแนวทางและโจทย์การวิจัยร่วมกับหน่วยงานพหุภาคีและเครือข่ายชุมชนในภาคกลางโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเป็นแกนประสาน รวมทั้งการจัดทำแผนแม่บทพัฒนาผลิตภัณฑ์พื้นบ้านร่วมกับคณะกรรมาธิการการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สภาผู้แทนราษฎร นอกจากนี้การเข้าร่วมจัดเวทีระดมความคิดเห็นยุทธศาสตร์ด้านอาหารแห่งชาติ การเข้าร่วมเวทีประชาคมในพื้นที่ภาคกลางซึ่งผู้วิจัยเป็นภาคีที่รับฟังความคิดเห็นจากชุมชนอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิอาทิเช่น อาจารย์ชาญชัย ลิมปิยากร (สวทช.) ผศ. พัชริน ดำรงกิตติกุล (สกว.) โดยยึดกรอบประเด็นที่นำมาทำการศึกษาวิจัย ดังนี้

❍ สาระสำคัญของการดำเนินงาน (18 เดือนระหว่างเดือนกรกฎาคม 2545 – เดือนธันวาคม 2546)

ตารางที่ 2 แสดงกิจกรรมและผลที่คาดว่าจะได้รับในการดำเนินงาน

เวลา	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
6 เดือนที่ 1	**แผนที่ 1 การพัฒนาระบบบริหารจัดการระบบข้อมูล** 1) ออกแบบระบบข้อมูลกลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี 2) ป้อนข้อมูลที่เก็บโดยบัณฑิตอาสาในจังหวัดปทุมธานี 600 ชุด 3) วิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี 4) ตรวจสอบข้อมูลและวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตแบบมีส่วนร่วม โดยจัดประชุมระดับอำเภอ 7 อำเภอ 5) รวบรวมข้อมูลด้านบทบาทแผนงานการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี 6) วิเคราะห์ระบบและการบริหารจัดการการสนับสนุนของหน่วยงานสนับสนุนในจังหวัดปทุมธานี	1) ได้ระบบข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้โปรแกรม ACCESS 2) ได้ฐานข้อมูลกลุ่มผู้ผลิตชุมชนจังหวัดปทุมธานี 600 ชุด 3) ทราบชนิด ศักยภาพ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อนำไปพัฒนาวิสาหกิจชุมชน 4) ความถูกต้องของข้อมูลและระดับศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี 5) ทราบแหล่งสนับสนุน บทบาทและแผนการดำเนินงาน งบประมาณของแต่ละหน่วยงานสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน 6) ได้ข้อเสนอแนะระบบการจัดการที่ลดความซ้ำซ้อนระบบเสริมซึ่งกันและกัน
	แผนที่ 2 การบริหารจัดการระบบตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน 1) วิเคราะห์สถานภาพการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน 10 พื้นที่ 2) จัดประชุมวิเคราะห์ระบบตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนและวางแผนการตลาดที่เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่	1) ได้ข้อมูลแหล่งตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นปัจจุบันและศักยภาพการตลาด ปัญหาอุปสรรคในกรุงเทพฯ ปริมณฑล 2) ได้แผนงานการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างเป็นระบบและแผนการตลาดของ 10 กลุ่ม

เวลา	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	3) ปฏิบัติงานพัฒนาระบบตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละพื้นที่และพัฒนาระบบเครือข่ายตลาด 4) จัดประชุมรายงานความก้าวหน้าผลการปฏิบัติงานพัฒนาการตลาด	วิสาหกิจชุมชน 3) ถอดบทเรียนกระบวนการพัฒนาระบบตลาดแต่ละผลิตภัณฑ์และภาพรวมของระบบเครือข่ายตลาด 4) ได้บทเรียนความสำเร็จปัญหาอุปสรรค และปรับแผนการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนภาคกลาง
	แผนที่ 3 การจัดการพัฒนามาตรฐานคุณภาพกระบวนการผลิต 1) สร้างวิทยากรท้องถิ่นด้านการพัฒนามาตรฐานคุณภาพ อย. (GHP) 2) พัฒนามาตรฐานคุณภาพกระบวนการผลิตอาหารแปรรูป 10 ชนิด 3) นักวิชาการและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมเดินทางไปให้คำปรึกษาในพื้นที่ 4) สรุปบทเรียนจากการปฏิบัติงานในพื้นที่ของแต่ละกลุ่ม 5) จัดประชุมรายงานผลการพัฒนามาตรฐานคุณภาพกระบวนการผลิตในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	1) ได้วิทยากรท้องถิ่นด้านการพัฒนามาตรฐานคุณภาพอย. (GHP) จากชุมชน 10 คน รวมทั้งได้นักวิชาการท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเป็นวิทยากรพี่เลี้ยง 10 คน 2) รายงานผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปชุมชน 10 ชนิด 3) ได้ข้อเสนอแนะและคำแนะนำการพัฒนามาตรฐานกระบวนการผลิตของวิสาหกิจชุมชน 10 กลุ่ม 4) รายงานผลการพัฒนามาตรฐานกระบวนการผลิตและปัญหาอุปสรรค 5) รายงานผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพ ปัญหาอุปสรรคในการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์และแนวทางการแก้ไขปัญหา
	แผนที่ 4 ถอดบทเรียนการจัดการวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มผลิตน้ำนมข้าวปทุมธานี 1) ประชุมวางแผนและปรับแผนการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มผลิตน้ำนมข้าวจังหวัดปทุมธานี 2) ถอดบทเรียนพัฒนากระบวนการผลิตให้ถูกสุขลักษณะ GHP (อย.) 3) ถอดบทเรียนพัฒนากระบวนการผลิต(วัตถุดิบ เครื่องมือ สถานที่)	1) ได้แผนงานบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน (การลงทุน การเงิน บัญชี การบริหารบุคลากร การตลาด) 2) ได้รายงานบทเรียนการบริหารจัดการกระบวนการผลิตเพื่อได้การรับรอง GHP จากอย. 3) ได้รายงานบทเรียนรูปแบบระบบการจัดการกระบวนการผลิต ตั้งแต่การจัดการวัตถุดิบจนได้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน
	แผนที่ 5 การบริหารจัดการระบบติดตามประเมินผลกลุ่มและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน 1) ทบทวนกระบวนการพัฒนาเครื่องชี้วัดและระบบติดตามประเมินผลวิสาหกิจชุมชน ธุรกิจชุมชน 2) จัดประชุมวางแผนงานพัฒนาระบบติดตามประเมินผลวิสาหกิจชุมชน 3) ปฏิบัติการพัฒนาระบบติดตามประเมินผลภายในกลุ่ม และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน	1) ได้ตัวชี้วัดกลุ่มและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมกับพื้นที่ภาคกลาง 2) ได้ระบบติดตามประเมินของแต่ละกลุ่ม เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน 3) ได้กระบวนการติดตามประเมินผลภายในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน 4) รายงานความก้าวหน้า 6 เดือน 1

เวลา	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
6 เดือน 2	**แผนที่ 1 การพัฒนาระบบบริหารจัดการระบบข้อมูลกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดปทุมธานี** 1) ถอดบทเรียนการจัดการระบบข้อมูลเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภาคกลาง	1) รูปแบบการจัดการระบบข้อมูลเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภาคกลาง 2) รายงานผลการดำเนินงาน
	แผนที่ 2 การบริหารจัดการระบบตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน 1) ปฏิบัติงานด้านการตลาดตามที่ปรับแผน 2) จัดประชุมถอดบทเรียนรูปแบบการจัดการด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน	1) บทเรียนการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาคกลาง และข้อเสนอการจัดการระบบตลาด
	แผนที่ 3 การจัดการพัฒนามาตรฐานคุณภาพกระบวนการผลิตภัณฑ์ 1) ปฏิบัติปรับปรุงมาตรฐานคุณภาพกระบวนการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป 2) นักวิชาการและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมติดตามผลการพัฒนากระบวนการผลิตในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 3) สังเคราะห์ความรู้การบริหารจัดการพัฒนามาตรฐานกระบวนการผลิต	1) ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปทั้ง 10 ชนิดได้รับการปรับปรุงเพื่อให้ได้มาตรฐานคุณภาพ อย. (GHP) 2) รายงานผลการติดตามผลการพัฒนากระบวนการผลิตในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 3) รายงานสรุประบบการจัดการพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน GHP
	แผนที่ 4 ถอดบทเรียนการจัดการวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มผลิตน้ำนมข้าว 1) สังเคราะห์ภาพรวมการจัดการวิสาหกิจชุมชนครบวงจร ในกรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตน้ำนมข้าว	1) รูปแบบการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนครบวงจร
	แผนที่ 5 การบริหารจัดการระบบติดตามประเมินผลกลุ่มและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน 1) ปฏิบัติการพัฒนาระบบติดตามประเมินผลภายนอก 2) สังเคราะห์องค์ความรู้การจัดการระบบติดตามผลกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	1) รายงานผลการติดตามประเมินผลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจากภายนอก 2) ผลการสังเคราะห์องค์ความรู้การจัดระบบติดตามผลกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเสนอแนะนโยบาย
	แผนที่ 6 การจัดการระบบเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนภาคกลาง 1) จัดประชุมแกนนำพหุภาคีหน่วยงานสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัด 4 จังหวัด ได้แก่ ปทุมธานี สมุทรสงคราม กาญจนบุรี และประจวบคีรีขันธ์ 2) จัดประชุมพหุภาคีหน่วยงานสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนภาคกลาง 3) ประชุมพัฒนาเครือข่ายตลาดและการจัดการ	1) โครงการ แผนงาน และกิจกรรมด้านการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนของแต่ละจังหวัด และบุคลากรที่มีความกระตือรือร้นมาร่วมงานพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนภาคกลาง 2) รายงานสรุประบบสนับสนุนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนภาคกลาง 3) รูปแบบการจัดการระบบเครือข่ายตลาดผลิตภัณฑ์

เวลา	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
	มาตรฐานผลิตภัณฑ์ร่วมกัน 4) จัดประชุมแสดงความคิดเห็นต่อผลสรุปการบริหารจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนภาคกลาง	ชุมชน และการจัดการระบบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ 4) เอกสารรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เกิดระบบข้อมูลเพื่อนำไปจัดการพัฒนาอาชีพท้องถิ่นอย่างทั่ว มีดุลยภาพอย่างทั่วถึง มีดุลยภาพตามศักยภาพ (ภูมิปัญญา วัตถุดิบในท้องถิ่น)

1.6.2 เกิดรูปแบบการจัดการระบบการตลาดที่พึ่งตนเองได้

1.6.3 เกิดรูปแบบการจัดการมาตรฐานกระบวนการผลิต(GHP/GMP) และการพัฒนามาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์

1.6.4 เกิดบทเรียนจากการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตน้ำนมข้าว ในประเด็นการก่อเกิดองค์กร การจัดการกลุ่ม การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ และการตลาด

1.6.5 เกิดระบบติดตามประเมินผลกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

1.6.6 เกิดองค์ความรู้การจัดการยกระดับขีดความสามารถการประสานความร่วมมือเพื่อพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างครบวงจร

บทที่ 2
แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

2.1 แนวคิดของวิสาหกิจชุมชน

คำว่า "วิสาหกิจ" แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า "Enterprise" ปกติมักจะแปลว่า "การประกอบการ" และคนทั่วไปคุ้นกับคำว่าวิสาหกิจเมื่อเป็น "รัฐวิสาหกิจ" เท่านั้น ณ ปัจจุบัน มีคำว่า "วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม" (SME) และ "วิสาหกิจชุมชน" (SMCE) เกิดขึ้นและกำลังแพร่หลาย ซึ่งแต่เดิมมักใช้คำว่า "อุตสาหกรรมชุมชน" และ "ธุรกิจชุมชน" โดยคำแรกเน้นกระบวนการผลิต การแปรรูป คำที่สองเน้นการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นสภาพการณ์ที่ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น หลายประเทศทั่วโลกเริ่มให้ความสำคัญกับคำว่า "วิสาหกิจ" (enterprise) กันอย่างจริงจังเมื่อประมาณยี่สิบปีที่ผ่านมา โดยมีการศึกษาวิจัยและทำงานเป็นวิชาการพร้อมกับคำอธิบายสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นในโลกปัจจุบันในช่วงที่ผ่านมาทุกฝ่ายได้ "ละเลยความสำคัญของวิสาหกิจ"

ในปัจจุบัน "ยุคนี้นับเป็นยุคของวิสาหกิจ นักวิสาหกิจทั้งหลายกำลังผลักดันให้เกิดการปฏิวัติที่กำลังเปลี่ยนรูปโฉมและพลิกฟื้นเศรษฐกิจทั่วโลกขึ้นมาใหม่ วิสาหกิจทำให้เศรษฐกิจการตลาดมีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น ธุรกิจใหม่ๆ ที่กำลังผุดขึ้นมาสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงวิถีการทำงานและการดำเนินชีวิตของเรา และยังก่อให้เกิดการสร้างงานใหม่ๆ ได้อีกด้วย" (Bygrave 1994)

นักวิสาหกิจกับนักธุรกิจแตกต่างกันในแง่ที่ว่า “นักธุรกิจโดยทั่วไป” คือ คนดำเนินการและบริหารจัดการธุรกิจที่มีอยู่แล้วตามกรอบและแนวทางปฏิบัติที่กำหนดไว้ ตรงกันข้ามกับ ”นักวิสาหกิจ” ที่หมายถึงบุคคลที่คิดใหม่ ทำใหม่ หรือสร้างนวัตกรรมตั้งแต่เริ่มต้น

นักวิสาหกิจไม่ใช่นายทุนหรือนักลงทุน "นักวิสาหกิจคิดงานใหม่ นายทุนเปิดงานเหล่านี้" (Schumpeter 1993) หมายความว่า นักวิสาหกิจมีความคิดใหม่ เริ่มธุรกิจจ้างคน นายทุนหรือนักลงทุนมีเงินทุน นำเงินมาลงทุนหรือร่วมทุน และพยายามให้ได้กำไรจากทุนที่ลงไป

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐและพิทยา ว่องกุล (2545) กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชน หมายความว่า ชุมชนที่ร่วมกันผูกนิติสัมพันธ์ในการประกอบการ ทางด้านเกษตรกรรม อุตสาหกรรม การบริการและกิจการอื่นใดโดยอาศัยวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตและการประดิษฐ์คิดค้น จากทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน เพื่อประโยชน์แห่งความสำเร็จในการพึ่งตนเอง พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และในการสร้างสรรค์การเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อความอยู่ดีกินดีอย่างพอเพียง โดยมุ่งประโยชน์ทางสังคม แก่ชุมชนมากกว่าการแสวงหากำไรสูงสุด

ธนาคารเพื่อการเกษตรละสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) กล่าวว่า "วิสาหกิจชุมชน" ในความหมายของ ธ.ก.ส. หมายถึง กลุ่มลูกค้า ธ.ก.ส. ซึ่งเป็นกลุ่มหรือชมรมที่เกิดจากการรวมตัวของเกษตรกร บุคคลในครัวเรือนเกษตรกรหรือบุคคลทั่วไป มีสมาชิกอย่างน้อย 5 คน และรวมถึงการรวมตัวของกลุ่มหรือชมรมเข้าด้วยกัน เพื่อประกอบธุรกิจร่วมกัน ได้แก่ เกษตรกรรม การแปรรูปผลิตผลการเกษตร กิจกรรมที่เกี่ยวเนื่องกับการเกษตร กิจกรรมอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม บริการ งานฝีมือ หัตถกรรม การพัฒนาความรู้ พัฒนาคุณภาพชีวิตและการฟื้นฟูการประกอบอาชีพ

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 "วิสาหกิจชุมชน" หมายถึง กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจกรรมดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน วิสาหกิจชุมชนมีคุณลักษณะสำคัญอย่างน้อย ๗ ประการคือ

(1) ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการหลัก

(2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน

(3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมโดยชุมชน

(4) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากลและอื่นๆ

(5) มีลักษณะบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ แบบเกื้อกูลกัน

(6) มีการเรียนรู้เป็นหัวใจของกระบวนการทั้งหมด

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - 2549) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการพัฒนาชนบทและเมืองอย่างยั่งยืน โดยเสนอแนวทางการพัฒนาชนบทและเมืองเข้าสู่สมดุลและยั่งยืน ด้วยการสร้างกระบวนการชุมชนเข้มแข็งจากฐานรากในชนบทผ่านเครือข่ายการการบูรณาการและการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน รวมทั้งสนับสนุนการรวมกลุ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการรวมกลุ่มเชิงพื้นที่ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนให้เข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้ ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

(1) สร้างความเข้มแข็งให้เกิดพลังของคนในชุมชน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบในการพัฒนา โดยอาศัยวิทยากรกระบวนการจัดเวทีเสริมสร้างความเข้าใจ เรียนรู้และดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อค้นหาศักยภาพของชุมชนและจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชนอย่างมีส่วนร่วม

(2) ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนอย่างเป็นระบบครบวงจร ทั้งในด้านการผลิต แปรรูป ตลาด แหล่งเงินทุนหมุนเวียน รวมทั้งสนับสนุนการรวมกลุ่มอาชีพ เน้นให้ความสำคัญกับการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับศักยภาพ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น มีการพัฒนารูปแบบคุณภาพมาตรฐาน มีเอกลักณ์เฉพาะ เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคเชื่อมโยงสู่ตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ

(3) การพัฒนาความเชื่อมโยงชนบทและเมืองอย่างเกื้อกูล โดยการสนับสนุนการรับช่วงและเชื่อมโยงการผลิตระหว่างธุรกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และธุรกิจขนาดใหญ่ในเขตชนบทและเมืองอย่างเป็นระบบ เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีระหว่างกัน โดยให้ภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน และสถาบันการศึกษาในพื้นที่มีบทบาทร่วมกัน

การทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๙ ตามแนวทางการพัฒนาทั้ง ๓ ข้อ จำเป็นต้องทำงานในลักษณะเชิงบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่มีบทบาทที่เกี่ยวข้อง ด้วยการนำองค์ความรู้แนวทางการพัฒนาแบบองค์รวม การมีส่วนร่วมของชุมชน และความรู้ด้านต่างๆ มาผสมผสานใช้อย่างรอบคอบ พร้อมทั้งสร้างพื้นฐานจิตใจให้ประชาชนเกิดมโนสำนึกในคุณธรรมมีความซื่อสัตย์สุจริต ด้วยการสร้างระบบบริหารการจัดการที่ดี เป็นแนวทางการพัฒนาชนบทให้เกิดภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศ และสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างยั่งยืน

2.2 แนวคิดการติดตามและประเมินคุณภาพ

การติดตามและประเมินคุณภาพ เป็นแนวทางที่มีลักษณะเช่นเดียวกับการติดตามและประเมินผล เพียงแต่การติดตามและประเมินคุณภาพ จะมุ่งเน้นกระบวนการติดตามตรวจสอบประเมินตนเองของกลุ่มวิสากิจชุมชน เพื่อให้ได้มาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ทั้งนี้การติดตามและประเมินคุณภาพช่วยให้ผู้ดำเนินงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะคณะกรรมการ/ ผู้บริหาร ทราบถึงความก้าวหน้าและปัญหาอุปสรรค ตลอดจนการหาแนวทางแก้ไข / ป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นได้ทันการณ์ การติดตามและประเมินคุณภาพจึงนับเป็นกลไกและเครื่องมือสำคัญในการบริหารและพัฒนาที่จะให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

2.2.1 ความหมายการติดตามและประเมินผล

การติดตาม (Monitoring) หมายถึง การศึกษาความก้าวหน้าและปัญหาอุปสรรคในระหว่างการดำเนินงาน ซึ่งนับเป็นระบบตรวจสอบหรือระบบการเฝ้าระวัง โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ซึ่งจะทำให้สามารถแก้ไขได้ทันการณ์และเป็นการลดการสูญเปล่าของการใช้ทรัพยากรและช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ การติดตามเป็นกิจกรรมภายในที่ต้องกระทำโดยผู้ที่รับผิดชอบหรือปฏิบัติงานโดยตรง

การประเมินผล (Evaluation) หมายถึง การศึกษาคุณประโยชน์ที่เกิดจากการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบกับทรัพยากรที่ใช้ไป ซึ่งในกระบวนการประเมินผลจะประกอบด้วย การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม/บริบทที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ/วิธีการปฏิบัติในการดำเนินกิจกรรม ผลกระทบที่มีต่อชุมชน ตลอดจนปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะที่สำคัญ ซึ่งการประเมินผลมักจะดำเนินการเมื่อสิ้นสุดการดำเนินงาน / กิจกรรม / โครงการนั้น ๆ

โดยทั่วไปการติดตามและประเมินผล จะมีลักษณะ ดังนี้

- ***ระบบการติดตามผล*** เป็นการรวบรวมข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามแผนที่กำหนดไว้ แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไขวิธีการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ผลงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งมีระบบการติดตาม ดังนี้ (อำพล ทิมาสาร,2538 : 53)

1. ระบบการติดตามผล มีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

(1) การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้จากวิธีการต่างๆ ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม

(2) ระบบรายงาน เพื่อให้ทราบความก้าวหน้า ปัญหาและอุปสรรค เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน

2. ลักษณะการติดตามผล แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

(1) การติดตามผลทั่วไป (Monitoring) ส่วนใหญ่จะใช้แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอน คือ ขั้นกำหนดข้อมูลที่ต้องการเก็บ ขั้นวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นจัดทำรายงานและขั้นวินิจฉัย

(2) การติดตามผลในลักษณะลงลึก (In-dept Study) ต้องศึกษาประเด็นอย่างครบถ้วน อาจใช้กระบวนการวิเคราะห์หรือกระบวนการวิจัยเป็นแนวทาง มีขั้นตอนดังนี้

- เลือกโครงการที่จะติดตามผล
- ศึกษารายละเอียดโครงการ
- กำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขต
- กำหนดรูปแบบและวิธีการ
- กำหนดเครื่องมือในการติดตาม
- รวบรวมวิเคราะห์และประเมินผล
- เขียนรายงาน

- ***ระบบการประเมินผล*** เป็นการรวบรวมผลต่าง ๆ ที่ประเมินไว้ตั้งแต่แรกเริ่มของการดำเนินงาน เป็นผลรวมของการวิเคราะห์ทั้งหมด โดยการศึกษาวัตถุประสงค์ของโครงการ ทรัพยากรที่ใช้ แนวทางเลือก โอกาสและข้อจำกัดต่าง ๆ ในการตัดสินใจ รวมทั้งผลกระทบที่ส่งผลต่อสังคม

2.2.2 ความหมายและความสำคัญของ “คุณภาพ”

ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้องค์ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน คือ “คุณภาพ” ของสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นระดับของคุณลักษณะเฉพาะที่แฝงอยู่ในสินค้าหรือบริการ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค ทั้งนี้การที่จะทำให้สินค้าหรือบริการมีคุณภาพได้นั้น จำเป็นต้องมีระบบการบริหารงานที่มีคุณภาพด้วย

ระบบการบริหารงานคุณภาพเป็นพัฒนาการที่มาจากระบบการประกันคุณภาพ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ 1970 เพื่อให้องค์กรนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานในด้านที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพ ทำให้มีระบบการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ และสามารถบรรลุเป้าหมายด้านคุณภาพและความต้องการของลูกค้าได้ ขณะเดียวกันก็มีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า และนำไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น ซึ่งเป็นผลให้สินค้าหรือบริการนั้นมีคุณภาพตรงตามข้อกำหนดอย่างสม่ำเสมอ ระบบการบริหารงานคุณภาพนี้ไม่ใช่ระบบที่มุ่งเน้นเฉพาะการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าหรือบริการเช่นเดียวกับที่มักจะมีการปฏิบัติในอดีต แต่มุ่งเน้นการบริหารงานเป็นระบบที่มีโครงสร้างการบริหาร มีการสื่อนโยบาย และเป้าหมายด้านคุณภาพให้

เข้าใจทั่วทั้งองค์กร มีการกำหนดกระบวนการในการดำเนินงานและใช้ทรัพยากรที่เหมาะสมเพียงพอที่จะทำให้เกิดคุณภาพด้วย

จากข้อดีของระบบการบริหารงานคุณภาพ ทำให้มีการนำไปใช้อย่างกว้างขวางทั่วโลก และได้กำหนดให้เป็นเงื่อนไขหนึ่งในวงการค้าที่เป็นที่ยอมรับ จนกระทั่งได้มีการนำไปกำหนดเป็นมาตรฐานในระดับสากลขององค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization) หรือ ISO ซึ่งรู้จักกันแพร่หลายในชื่ออนุกรมมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ ISO 9000

ISO 9001:2000 ได้มีการนิยามความหมายของคุณภาพไว้ดังต่อไปนี้ คุณภาพ คือ "ระดับของคุณลักษณะที่อยู่ในผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์" Quality is "Degree to which a set of inherent characteristics fulfils requirements."

จากคำนิยามที่กำหนดจะพบว่ามีคำที่มาตรฐาน ISO 9001:2000 ใช้อยู่ตัวหนึ่ง คือ คุณลักษณะ (Characteristic) ซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดระดับของคุณภาพแต่ละบุคคล ปกติคุณลักษณะหากใช้กับสินค้าทั่วไปเรามักจะนึกถึงคุณลักษณะที่สามารถสัมผัสได้ เช่น ความสวยงาม ความสะอาด ความทนทาน ความปลอดภัย ขนาดที่กำลังดี รสชาติเยี่ยม ฯลฯ ในขณะที่หากเป็นคุณลักษณะเชิงบริการก็จะเกิดจากความรู้สึกล้วนๆ เช่น ความซื่อสัตย์ ความน่าเชื่อถือ ความสะดวกสบาย ฯลฯ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ให้คำนิยามอีกเป็นจำนวนมากเพื่ออธิบายความหมายของคำว่า "คุณภาพ" เช่น

***คุณภาพ* คือ** "สินค้าและลักษณะสำคัญที่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้าและให้ความพึงพอใจต่อลูกค้า" ("Consists of Products and Features which meet customer needs and there by provide Satisfaction")

***คุณภาพ* คือ** "สิ่งที่ปราศจากข้อบกพร่อง" "Freedom from deficiency"

***คุณภาพ* คือ** "ความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์" "Fitness for purpose" (Oxford dictionary)

***คุณภาพ* คือ** "ลำดับขั้นของความดีเลิศ" "Degree of excellence"

จากนิยามต่างๆ ที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่าคุณภาพเป็นสิ่งที่ยากที่จะกำหนดความหมายที่ชัดเจนได้ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ขึ้นกับลูกค้าผู้ใช้สินค้าหรือบริการนั้นจะเป็นผู้ตัดสินว่าสินค้าหรือบริการนั้นเป็นไปตามที่ต้องการหรือคาดหวังหรือไม่

➢ **การควบคุมคุณภาพ (Quality Control) :** การควบคุมคุณภาพจะเกี่ยวข้องกับการประเมินตัวสินค้าหรือบริการโดยตรง จากความหมายของ ISO 9001:2000 ได้ให้คำนิยมการควบคุมคุณภาพว่า การควบคุมคุณภาพ "เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารคุณภาพซึ่งมุ่งเน้นเพื่อที่จะให้ผลิตภัณฑ์เป็นไปตามความต้องการที่กำหนด" (**Quality control is** "Part of quality management

focused on fulfilling quality requirements") หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง การควบคุมคุณภาพ คือ การดำเนินกิจกรรมทุกประเภทให้ตรงกับเงื่อนไขที่ถูกกำหนดซึ่งมองอีกที ก็คือการรักษามาตรฐาน ไม่ใช่เป็นการสร้างมาตรฐานขึ้นมาใหม่ เช่น การตรวจสอบสินค้าเพื่อให้เกิดความมั่นใจ สินค้าหรือบริการนั้นเป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้

➤ **การประกันคุณภาพ (Quality assurance) :** การประกันคุณภาพ "เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารคุณภาพซึ่งมุ่งเน้นเพื่อที่จะให้เกิดความเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์เป็นไปตามความต้องการที่กำหนด" การประกันคุณภาพ จึงไม่ใช่เพียงแต่มีระบบเอกสาร บันทึกต่างๆ เท่านั้น แต่ยังรวมถึง การตรวจสอบระบบและการจัดทำระบบการแก้ไขปัญหา (Problem solving system) และการทบทวนผลที่เกิดขึ้นเพื่อปรับปรุงและใช้ในการส่งเสริมระบบคุณภาพ

➤ **การปรับปรุงคุณภาพ (Quality Improvement) :** การปรับปรุงคุณภาพ"เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารคุณภาพ ซึ่งมุ่งเน้นเพื่อที่จะเพิ่มความสามารถในการผลิตหรือให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการ" (Quality improvement is "Part of quality management focused on increasing the ability to full fill quality requirements.") กล่าวคือ การปรับปรุงคุณภาพเป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่เกิดประโยชน์ในคุณลักษณะของคุณภาพ ซึ่งเป้าหมายหลักก็เพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้า การปรับปรุงมีอยู่ 2 รูปแบบ อันได้แก่

1) การควบคุมที่ดีขึ้น (Doing better) ซึ่งเป็นการปรับปรุงในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป เช่น องค์กรให้บริการองค์กรหนึ่งเคยดำเนินการแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า โดยกำหนดเป้าหมายว่าต้องจัดการปัญหาของลูกค้าให้แล้วเสร็จใน 24 ชั่วโมง แต่ปรับปรุงใหม่โดยเพิ่มประสิทธิภาพเป็นจะต้องแก้ไขปัญหาให้แล้วเสร็จใน 20 ชั่วโมง

2) การปรับมาตรฐานให้สูงขึ้น (Do something new or breakthrough) เป็นการปรับปรุงในลักษณะสร้างมาตรฐานใหม่ซึ่งไม่ใช่การรักษามาตรฐานเดิม เช่น องค์กรดังในข้อ a) มีการกำหนดเป้าหมายใหม่ว่าจะต้องจัดการแก้ไขปัญหาของลูกค้าให้แล้วเสร็จใน 8 ชั่วโมง เป็นต้น ซึ่งการปรับปรุงดังกล่าวจำเป็นจะต้องมีการออกแบบหรือปรับกระบวนการด้านบริหารใหม่ โดยการนำทรัพยากรที่เหมาะสมเข้ามาใช้ เช่น ใช้ระบบสารสนเทศเข้ามาช่วย เป็นต้น

หลักการพื้นฐานสำหรับระบบบริหารคุณภาพ (Quality Management System Principle)

หลักการการดำเนินการสำหรับ QMS ที่เติมรูปแบบจริงๆ แล้วก็เป็นหลักการบริหารงานที่ดีทั่วไปของผู้บริหาร โดยคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องรอบด้านไม่เพราะเพียงลูกค้า แต่รวมถึงพนักงานในองค์กร, Supplier, สังคม ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด สำหรับหลักการดังกล่าวใน ISO 9001 : 2000 (Quality Management System Fundamental and Vocabulary) ประกอบไปด้วย 8 ประเด็น อันได้แก่

หลักการที่ 1 - การมุ่งเน้นที่ลูกค้า (Customer Focus)

องค์กรที่จัดทำระบบบริหารคุณภาพ จะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานที่จะคอยเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีการรับรู้ความ คาดหวังทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้

ลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งผลประโยชน์ ที่ได้คือ ทุกคนในองค์กรตระหนักถึงการทำงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เมื่อลูกค้าพึงพอใจ รายได้ก็เพิ่มขึ้น

หลักการที่ 2 - ความเป็นผู้นำ (Leader Ship)

ผู้บริหารในองค์กรจะต้องกำหนดทิศทาง การดำเนินงานขององค์กรที่ชัดเจน รวมถึงการกำหนดวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมาย เพื่อให้ทุกคนในองค์กรเข้าใจ และพร้อมที่จะดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

หลักการที่ 3 - พนักงานทุกคนเกี่ยวข้อง (Involvement of people)

ในการทำงานระบบบริหารคุณภาพ เป็นการทำงานไม่ใช่เพียงคนใดคนหนึ่งหรือส่วนงานใดส่วนงานหนึ่ง เป็นผู้ดำเนินการเท่านั้น หากมีทิศทางที่แน่นอนตามหลักการที่ 2 แล้ว ในการที่จะบรรลุหลักการที่ 1 ทุกคนในองค์กร ต้องประสานงานกันให้ดีและต้องตระหนักว่า ลูกค้าของเขาคือบุคคลที่ทำงานในขั้นตอนต่อไป ซึ่งการดำเนินการ ในลักษณะ ดังกล่าวทุกคนต้องร่วมแรงร่วมใจในการทำระบบ

หลักการที่ 4 - การดำเนินการโดยมุ่งเน้นกระบวนการ (Process approach)

องค์กรจะต้องมองงานที่ทำอยู่ทั้งระบบให้อยู่ในรูปของกระบวนการแทนการจัดทำระบบในอดีต ซึ่งปูพื้นฐานระบบบริหารคุณภาพตามข้อกำหนด 20 ข้อ อันได้แก่

4.1 ความรับผิดชอบของผู้บริหาร
4.2 ระบบคุณภาพ
4.3 การทบทวนข้อตกลง
4.4 การออกแบบ
4.5 การควบคุมเอกสาร
4.6 การจัดซื้อ
4.7 สินค้าที่ส่งมอบโดยลูกค้า
4.8 การชี้บ่ง สอบกลับได้
4.9 การควบคุมกระบวนการ
4.10 การทดสอบ
4.11 การควบคุมเครื่องมือวัด
4.12 สถานะ
4.13 การจัดการสิ่งที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนด
4.14 การแก้ไข/ป้องกัน
4.15 การเคลื่อนย้าย จัดเก็บ บรรจุ ขนส่ง
4.16 การควบคุมบันทึกคุณภาพ
4.17 การตรวจติดตามภายใน
4.18 การอบรม
4.19 การบริการ
4.20 กลวิธีทางสถิต

โดยจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

1. Input และ Output ที่กำหนดต้องชัดเจน
2. Activity ที่สำคัญจะต้องได้รับการชี้บ่งออกมาให้ชัดเจน
3. หน้าที่ความรับผิดชอบ ต้องชัดเจนสำหรับ บุคคล ที่เกี่ยวข้องรวมถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

หลักการที่ 5 - การบริหารงานเชิงระบบ (System approach to manage)

กระบวนการที่มีการจัดทำขึ้นในองค์กรจะพบว่า "การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการ" เป็นหลัก ในการบริหาร เพื่อให้ทุกกระบวนการบรรลุเป้าหมายที่กำหนด ดังนั้นองค์กรจะต้องมีการบริหารกระบวนการ อย่างเป็นระบบ เพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

หลักการที่ 6 - การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continual Improvement)

องค์กรจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ที่จะนำการปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่องมาเป็นเป้าหมายหลักในการดำเนินงานขององค์กร ทั้งนี้โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า และการดำเนินการดังกล่าวสามารถ กระทำได้โดย

1. มีการประเมินสภาพงานในปัจจุบันเพื่อหาจุดที่จะสามารถปรับปรุงได้
2. กำหนดเป้าหมายขององค์กร เพื่อยกระดับการปรับปรุง ตลอดจนหาวิธีการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ที่ตั้งไว้นั้น
3. ประเมินผลที่ได้จาก การดำเนินการ เพื่อวัดแนวโน้มการบรรลุเป้าหมาย

ลักษณะการกำหนดแนวทางการปรับปรุงระบบสามารถดำเนินการได้ 2 ลักษณะ คือ

1. Small Step : ค่อยเป็นค่อยไป เช่น ท่านอาจจะต้องการปรับปรุงเวลาการให้บริการให้เร็วขึ้น จาก 24 ชั่วโมง เป็น 20 ชั่วโมง เป็นต้น
2. Break through : เป็นการปรับปรุงชนิดก้าวกระโดด เช่น ต้องการปรับปรุงเวลาการให้บริการโฉมใหม่ โดยปรับจาก 24 ชั่วโมง เป็น 8 ชั่วโมง

หลักการที่ 7 - การบริหารงานโดยอาศัยข้อมูลจริง (Factual approach decision making)

องค์กรจะต้องมีการรวบรวมข้อมูล พื้นฐานที่ได้จากการดำเนินการทั้งหมด นำมาวิเคราะห์ เพื่อเป็นข้อมูล ที่ถูกต้อง สำหรับผู้บริหารไว้ใช้ในการตัดสินใจในการบริหารงาน

หลักการที่ 8 - ผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ขาย/ผู้ส่งมอบ (Mutually beneficial Supplier Relationship)

องค์กรที่จัดทำระบบบริหารคุณภาพ จะมีการดำเนินงานที่มีความสัมพันธ์กับ ผู้ขายหรือผู้รับจ้างช่วง ในอันที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มร่วมกัน โดยการบริหารอาจอยู่ในรูป การชี้บ่ง Key Supplier ที่สำคัญกับองค์กร มีการสื่อสาร ที่ดีระหว่างองค์กร กับ Supplier , มีการส่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญต่อกัน เพื่อประโยชน์ทางด้านธุรกิจ หรือร่วมมือกันในการพัฒนาสินค้า/บริการ เพื่อประโยชน์สูงสุดให้กับลูกค้า เป็นต้น

2.2.3 ความหมายและความสำคัญของ GMP

GMP (Good Manufacturing Practice) หรือ หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีสำหรับการผลิต เป็นการจัดการสภาวะแวดล้อมขั้นพื้นฐานของกระบวนการผลิต เช่น การควบคุมสุขลักษณะส่วนบุคคล การควบคุมแมลงและสัตว์นำโรค การออกแบบโครงสร้างอาคารผลิต รวมถึงเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น ซึ่งเน้นการป้องกันมากกว่าการแก้ไข เป็นระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารขั้นพื้นฐาน (Food Safety Management System) คือ การจัดการเพื่อไม่ให้อาหารก่อผลกระทบทางลบต่อผู้บริโภค เมื่ออาหารนั้นถูกเตรียมหรือบริโภค ระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารจะสมบูรณ์ เมื่อจัดทำระบบ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) ซึ่งเป็นการจัดการด้านการควบคุมกระบวนการผลิต โดยจะทำการวิเคราะห์และประเมินอันตรายในขั้นตอนการผลิตทั้งหมด ตั้งแต่ตรวจรับวัตถุดิบ จนกระทั่งเป็นผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภค ว่าจุดใดหรือขั้นตอนใดมีความเสี่ยง ต้องควบคุม ถ้าปราศจากการควบคุมที่จุดนั้นจะทำให้ ผลิตภัณฑ์อาหารไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค เรียกจุด หรือขั้นตอนนั้นๆ ว่า จุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Critical Control Point; CCP) จากนั้นหา

มาตรการควบคุมจุดวิกฤต เพื่อให้อาหารปลอดภัยต่อผู้บริโภค กล่าวได้ว่า GMP เป็นพื้นฐานที่สำคัญของ HACCP

เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเริ่มต้นจากการผลิตขนาดเล็ก จึงต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการ ให้สอดคล้องกับหลักเกณฑ์ ของ GMP และ HACCP ซึ่งต้องการสนับสนุนการจัดทำระบบ HACCP ของกลุ่ม เช่น ส่งเสริมการฝึกอบรม ร่วมพิจารณาแก้ไข้ปัญหา และในฐานะผู้นำ องค์กรควรผลักดันให้พนักงานทุกคน ตระหนักถึงความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค เป็นการยกระดับมาตรฐานการผลิต โดยสรุปแล้ว GMP เป็นการจัดการด้านสุขลักษณะขั้นพื้นฐานที่สำคัญในการจัดทำระบบ HACCP กลุ่มจึงควรมีการจัดทำ GMP ก่อน โดยมีการปฏิบัติตามความเหมาะสมของกิจกรรมที่กลุ่มปฏิบัติในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. การควบคุมสุขลักษณะส่วนบุคคล
2. การควบคุมแมลงและสัตว์นำโรค
3. การควบคุมระบบน้ำใช้ น้ำแข็ง และไอน้ำ
4. การควบคุมความสะอาด ของอุปกรณ์และสถานที่การผลิต
5. การควบคุมแก้วและพลาสติกแข็ง
6. การควบคุมสารเคมี
7. การชี้บ่งและสอบกลับผลิตภัณฑ์
8. การกักและปล่อยผลิตภัณฑ์
9. การเรียกผลิตภัณฑ์คืน
10. การสอบเทียบอุปกรณ์และเครื่องมือวัด
11. การควบคุมการขนส่ง
12. การบำรุงรักษา เครื่องจักร และอุปกรณ์
13. การกำจัดขยะ
14. การจัดเก็บบันทึก เป็นต้น

ศ.ดร. อภิชัย พันธเสน จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การยกระดับอุตสาหกรรมไทยอย่างก้าวกระโดด ด้วยวิธีการปฏิบัติเป็นเลิศและเปรียบเทียบเพื่อการปรับปรุงและการพัฒนา (BEST PRACTICE & BENCHMARKING)” ซึ่งได้ศึกษาเกณฑ์/ลักษณะของธุรกิจชุมชนที่ดีเด่น (Best Practice Criteria) โดยได้ให้นิยามไว้ว่า “เป็นธุรกิจที่สมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของและมีบทบาทส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน โดยมีการดำเนินธุรกิจที่ดีที่สุด ภายใต้กรอบเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งมีการพัฒนาทุนมนุษย์ ทุนทางกายภาพ ทุนทางสังคม และทุนด้าน สิ่งแวดล้อมด้วย” เป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มธุรกิจที่เป็นเลิศกับกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ โดยคัดเลือกกลุ่มธุรกิจชุมชน 300 แห่งใน 4 ภาคของประเทศเป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจำต้องเป็นกลุ่มธุรกิจที่มียอดขายต่อปีตั้งแต่ 250,000 บาทขึ้นไป และเป็นผู้ผลิตในอุตสาหกรรม 5 ประเภทหลัก คือ อุตสาหกรรมอาหารและแปรรูป อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มอุตสาหกรรมโลหะและอโลหะ อุตสาหกรรมเครื่องจักรสานและเฟอร์นิเจอร์

และอุตสาหกรรมอุปโภคและบริโภคขั้นพื้นฐาน โดยมีขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูล 3 ส่วนหลัก คือ การกำหนดข้อมูลที่ต้องการ การเลือกวิธีการและเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่เป้าหมายโดยประเด็น/ตัวชี้วัดที่บ่งชี้ลักษณะธุรกิจชุมชนที่มีวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ 21 ตัวชี้วัด

ทั้งนี้ จากการศึกษาประเด็น/ตัวชี้วัดที่บ่งชี้ลักษณะธุรกิจชุมชนที่มีวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ จะเห็นได้ว่าประเด็น/ตัวชี้วัดดังกล่าว หลักเกณฑ์ในการเลือกกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเหมาะสำหรับนำไปใช้ในการวัดธุรกิจชุมชนที่ยกระดับหรือมีความพร้อม/ศักยภาพเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อม (SMEs) ที่มีความมั่นคง แต่ก็มีมีตัวชี้วัดที่มองในมิติของชุมชนในแง่ของการคืนทุน/กำไรให้ชุมชน คือ ประเด็นกระบวนการบริหารสวัสดิการของชุมชน ซึ่งหมายความว่า กลุ่มธุรกิจนั้นจะต้องมีผลการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดกำไรทุกปี จึงจะสามารถจัดสวัสดิการส่วนหนึ่งให้กับชุมชนได้

กระบวนการบริหารสมาชิก	• ให้สมาชิกกำหนดกฎระเบียบเกี่ยวกับการทำงานและผลตอบแทน • ให้สมาชิกที่เป็นเครือญาติกับผู้บริหารกลุ่มในปัจจุบันคิดเป็นร้อยละ 50 ของสมาชิกทั้งหมด • มีการแก้ไขความขัดแย้งระหว่างผู้บริหารกับสมาชิกโดยการประชุม ร่วมกัน
กระบวนการบริหารการตลาดและเครือข่าย	• ได้ข้อมูลในการจัดจำหน่ายสินค้าจากผู้บริหารหรือสมาชิกภายในเป็นหลัก • กลุ่มมีสัดส่วนของการจำหน่วยในตลาดค้าปลีกในท้องถิ่นมากกว่าร้อยละ 50 • มีกระบวนการส่งเสริมการขายด้วยการหาตลาดเพิ่มมากขึ้น
กระบวนการบริหารการเงิน	• มีการแก้ไขปัญหาเงินทุนหมุนเวียนไม่พอด้วยการระดมเงินจากสมาชิก/ลดต้นทุน/เพิ่มยอดขาย/เร่งระบายสินค้าค้างสต๊อก • มีการจัดหาเงินทุนระยะยาวเพื่อการลงทุนครั้งใหม่ • มีการจัดทำบัญชีและวางแผนทางการเงิน
กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคนิคการผลิต	• ผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาด้านคุณภาพ • กลุ่มมีการปรับปรุงเทคนิคการผลิตมาก • มีการบริหารจัดการด้านคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

กระบวนการผลิตและการใช้แรงงาน	• ผู้ปฏิบัติมีเวลาเลือกช่วงเวลาทำงาน • มีการจ่ายค่าตอบแทนตามปริมาณและคุณภาพที่กำหนดและแบ่งผลกำไรให้ • มีวิธีการส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานเต็มความสามารถ โดยการสร้างแรงจูงใจ
กระบวนการใช้วัตถุดิบ	• วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตได้มาจากสมาชิกเป็นส่วนใหญ่ • มีการคัดกรองวัตถุดิบหลักที่นำมาใช้ในการผลิต • มีการแก้ไขปัญหาวัตถุดิบหลักขาดแคลน โดยการส่งเสริมให้เพิ่มการผลิตวัตถุดิบภายในกลุ่ม
กระบวนการบริหารสวัสดิการของชุมชน	• การจัดสวัสดิการให้กับชุมชนช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางด้านความรู้ของคนในชุมชน • ปริมาณการจัดสวัสดิการให้แก่ชุมชนมากกว่าร้อยละ 10 ของผลกำไร ประจำปีของกลุ่ม • การจัดสรรสวัสดิการให้แก่ชุมชนมีหลักการเน้นการจัดสรรให้ผู้ด้อยโอกาสในชุมชนมากที่สุด

คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐานหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยใช้ในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มสินค้าที่ผลิตโดยชุมชน ซึ่งหมายถึง กลุ่มคนที่มีการรวมกลุ่มกันประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ทั้งที่จดทะเบียนเป็นทางการ หรือไม่มีการจดทะเบียน เป็นการรวมกลุ่มกันเองโดยธรรมชาติ ได้แก่ กลุ่ม ชมรม สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิ เป็นต้น โดยมีการกำหนดระดับศักยภาพ/ความพร้อมของชุมชน/สินค้าที่จะขึ้นบัญชีโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กำหนดเป็นคะแนน มีคะแนนรวม 100 คะแนน ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ทั้งในด้านตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และด้านความเข้มแข็งชุมชนหรือการบริหารจัดการของชุมชน รวมทั้งสิ้น 20 ตัวชี้วัด นำมากำหนดระดับศักยภาพ/ความพร้อมของชุมชน/สินค้าเป็น 3 ระดับ คือ

. ระดับ 3 ดาว *** เป็นระดับที่มีศักยภาพ/ความพร้อมมาก มีคะแนนตั้งแต่ 80 คะแนนขึ้นไป
. ระดับ 2 ดาว ** เป็นระดับที่มีศักยภาพ/ความพร้อมปานกลาง มีคะแนนระหว่าง 60 – 79 คะแนน
. ระดับ 1 ดาว * เป็นระดับที่มีศักยภาพ/ความพร้อมค่อนข้างน้อย มีคะแนนต่ำกว่า 60 คะแนน

จากการกำหนดระดับศักยภาพ/ความพร้อมของชุมชน/สินค้าที่จะขึ้นบัญชีโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และการกำหนดตัวชี้วัด/ตัวแปรทั้ง 20 ตัว จะเห็นว่าเกณฑ์การวัดดังกล่าวเหมาะ

สำหรับองค์กรที่มีผลการดำเนินงานที่มั่นคง สามารถพึ่งตนเองได้และมีกิจการในระดับอุตสาหกรรมขนาดย่อม (SMEs) แต่ไม่เหมาะสมสำหรับองค์กรที่เพิ่งเกิดหรือมีผลการดำเนินงานที่ไม่ค่อนดี เช่น

การวัดคุณภาพของสินค้าในกรณีของสินค้าทั่วไป พบว่า

หากยังไม่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานใด ๆ ได้คะแนนการประเมิน 1 คะแนน

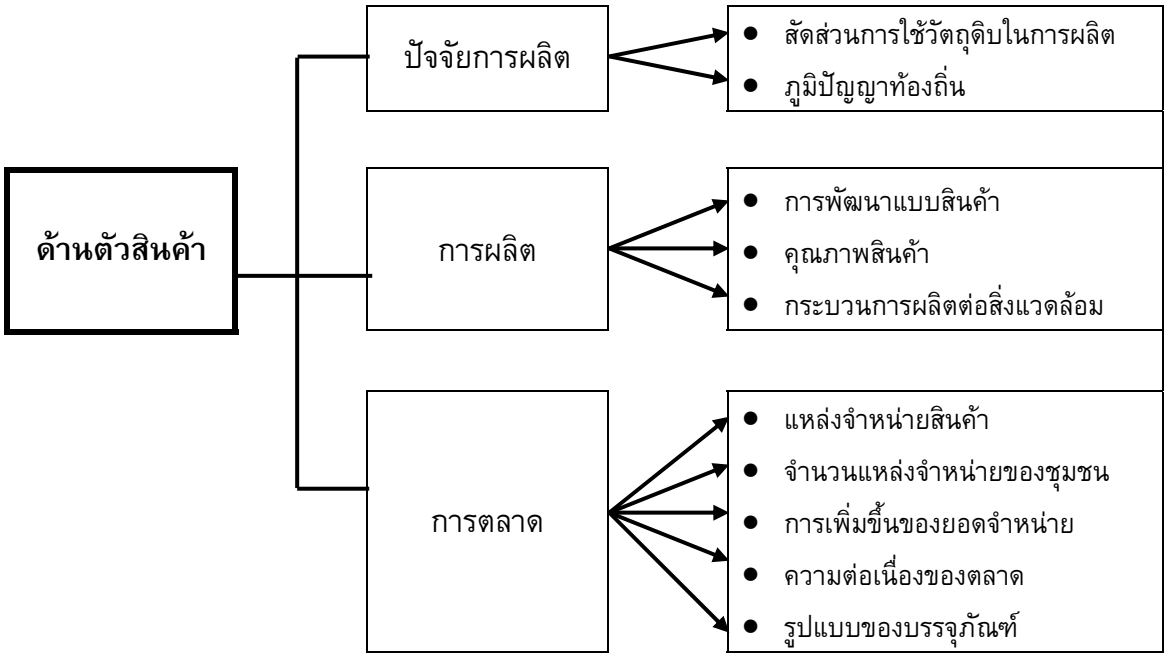
แต่หากได้รับการรับรองจากหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง ได้คะแนนการประเมิน 5 คะแนน

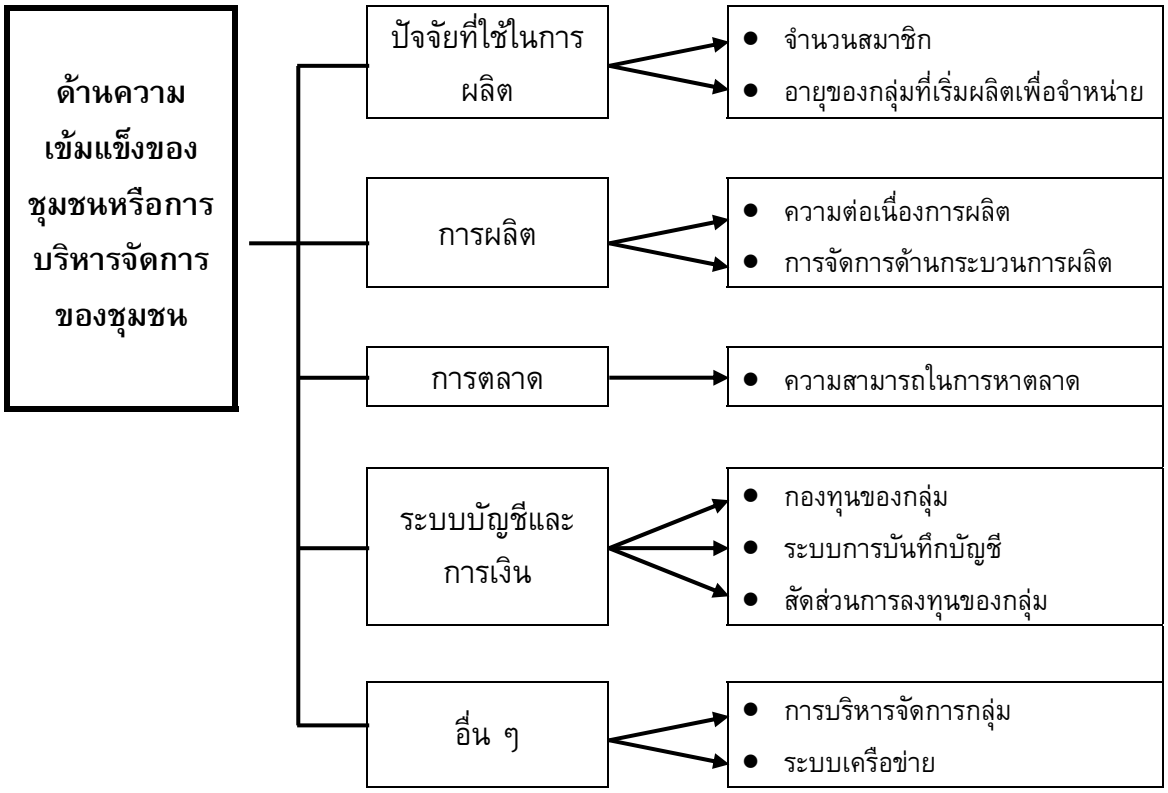
การวัดจำนวนแหล่งจำหน่ายของชุมชน พบว่า

หากชุมชนมีแหล่งจำหน่ายเฉพาะในพื้นที่ที่กลุ่มทำการผลิต ได้คะแนนการประเมิน 1 คะแนน

แต่หากชุมชนมีจำนวนร้าน/แหล่งจำหน่าย 3 แห่งขึ้นไป ได้คะแนนการประเมิน 5 คะแนน

จากเกณฑ์การให้คะแนนดังตัวอย่างข้างต้น จะเห็นว่ากลุ่ม/องค์กรธุรกิจชุมชนขนาดเล็กในระดับชุมชน ไม่สามารถที่จะขึ้นบัญชีโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้ เพราะ ศักยภาพ/ความพร้อมจากเกณฑ์คะแนนจะอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย





สมาคมพัฒนาสังคม ได้ทำการศึกษาวิจัย “เครื่องชี้วัดธุรกิจชุมชน” โดยวิธีการศึกษาเป็นการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชน มิติการมองตัวชี้วัดจะเห็นได้ว่าในส่วนของปัจจัยนำเข้าจะเน้นที่ลักษณะของผู้นำและลักษณะของสมาชิกเป็นหลัก ประกอบด้วย

ปัจจัยนำเข้า	ปัจจัยด้านกระบวนการ	ปัจจัยนำออก
1. การเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต ได้แก่ ที่ดิน โรงเรียน อุปกรณ์ 2. การมีวัตถุในท้องถิ่น 3. ความสาสารถในการจัดหาวัตถุดิบ 4. ภูมิปัญญาและทักษะการผลิต 5. ผู้นำขยันเอาการเอางาน 6. ผู้นำมีความน่าเชื่อถือศรัทธา 7. ผู้นำมีทักษะความสามารถ 8. ผู้นำมีความซื่อสัตย์สุจริต 9. ผู้นำเสียสละเพื่อส่วนรวม 10. สมาชิกขยันเอาการเอางาน 11. สมาชิกมีความสามัคคี 12. สมาชิกมีความชัดเจนในหน้าที่	1. การวางแผนในการทำงาน (การผลิต การตลาด การเงิน) 2. สามารถในการจัดหาเงินทุน 3. สามารถในการคืนเงินทุน 4. การใช้วัสดุอุปกรณ์อย่างคุ้มค่า 5. การใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่า 6. การมีแหล่งจำหน่าย 7. ความสามารถในการหาตลาด 8. การแบ่งโครงสร้างหน้าที่ 9. มีกฎเกณฑ์ลายลักษณ์อักษร 10. สมาชิกเข้าใจวัตถุประสงค์องค์กร 11. การจัดทำบัญชี 12. การตรวจสอบและการเข้าถึงบัญชี	1. จำนวนชนิด แบบของผลิตภัณฑ์ 2. การรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 3. สามารถจัดสวัสดิการสมาชิก 4. สามารถจัดสวัสดิการให้ชุมชน 5. จำนวนแรงงานที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรม 6. จำนวนองค์กรที่เป็นเครือข่าย 7. ระดับของเครือข่าย 8. การมีผลกำไร 9. ความสามารถขยายการลงทุน 10. อายุขององค์กร 11. จำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง 12. ความสามารถแบ่งปันผลกำไร 13. ความเป็นธรรมแบ่งปันผลกำไร 14. ความพอใจของสมาชิกที่ร่วม

ปัจจัยนำเข้า	ปัจจัยด้านกระบวนการ	ปัจจัยนำออก
13. สมาชิกมีความซื่อสัตย์สุจริต 14. สมาชิกเสียสละเพื่อส่วนรวม 15. จำนวนองค์กรที่ให้การสนับสนุน	13. การมีส่วนร่วมของสมาชิก 14. ความถี่ในการประชุม 15. การร่วมมือแก้ปัญหาของสมาชิก 16. การดูงาน การอบรม การสัมมนา 17. การสรุปบทเรียนการทำงาน	กิจกรรม 15. สมาชิกรับความรู้และทักษะเพิ่ม

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่าย

ในทางสังคมวิทยา เครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมอย่างหนึ่งที่แตกต่างไปจากกลุ่ม โดยที่กลุ่มจะมีขอบเขตที่ชัดเจนรู้ว่าใครเป็นสมาชิก ใครไม่ใช่สมาชิก มีความเป็นรูปธรรม มองเห็นได้ มีโครงสร้างทางสังคมในระดับหนึ่ง แต่เครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมที่ไม่มีขอบเขต การเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกเครือข่ายอาจจะมองเห็นและมองไม่เห็นเป็นรูปธรรมก็ได้ สาระของการเชื่อมโยงระหว่างกันที่จะช่วยให้มองเห็นรูปธรรมของเครือข่ายมี 3 ลักษณะ คือ เครือข่ายการแลกเปลี่ยน เครือข่ายการติดต่อสื่อสาร และเครือข่ายความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกัน เครือข่ายไม่มีโครงสร้างที่แน่นอนตายตัว อาจมีการออกแบบโครงสร้างขึ้นมาทำหน้าที่สานความสัมพันธ์ระหว่างคน/กลุ่มองค์กรให้ต่อเนื่อง แต่ในเครือข่ายไม่มีใครบังคับให้ใครกระทำอะไรได้ แต่ละคน/กลุ่มองค์กรต่างก็เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายได้พอ ๆ กัน ดังนั้นรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมของเครือข่ายจึงมีความซับซ้อนกว่ากลุ่ม/องค์กรมากนัก (Boissevain and Mitchell, 1973)

2.3.1 ความหมายของเครือข่าย

นักวิชาการได้ให้ความหมายของเครือข่ายไว้ ดังนี้

เครือข่าย (Networking) หมายถึง กลุ่มของบุคคลที่มีความไว้วางใจกัน เพื่อปฏิบัติการช่วยเหลือกันทางสังคม (Hibbard.1985) ต่อมาริชาร์ดสัน (Richardson.1994:14) กล่าวถึงเครือข่ายว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความรู้จักกันหรือสามารถทำความรู้จักกัน เพื่อเป้าหมายในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสถานภาพและบทบาทของบุคคลนั้นตลอดจนความแตกต่างของพื้นที่และเป็นความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลองค์กรที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันตามวัตถุประสงค์ มีการติดต่อสื่อสารทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีความร่วมมือและปฏิบัติงานร่วมกัน ให้ความช่วยเหลือกัน อันเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพต่อการพัฒนาสังคมและต่อวิชาชีพ (Kemm & Close.1995 : 15 ; Scriven & Orme.1996 : 27 - 28) เครือข่ายอันดับแรกที่เราสังกัดตั้งแต่เกิดคือครอบครัว และเราได้กลายเป็นสมาชิกของเครือข่ายนั้น เพื่อนบ้าน โรงเรียน เพื่อนของพ่อแม่และผู้ร่วมงาน เครือข่ายจึงเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารแห่งแรกในการเตรียมบุคคลให้เป็นแหล่งของมิตรภาพที่มีความสำคัญ (Popenoe.1986 : 113 - 114)

ที่กล่าวมาสรุปได้ว่าเครือข่ายหมายถึงระบบการติดต่อสื่อสารและเชื่อมโยงกันของกลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่รู้จักกันมีความไว้วางใจกัน เพื่อเป้าหมายในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้ซึ่งกันและกัน ตามวัตถุประสงค์มีการติดต่อสื่อสารกันทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ มี

ความร่วมมือและปฏิบัติงานร่วมกัน ให้ความช่วยเหลือกันอันเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพต่อการพัฒนาสังคมและต่อวิชาชีพทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สถานภาพและบทบาทของบุคคลนั้นตลอดจนความแตกต่างของพื้นที่

2.3.2 ประเภทของเครือข่าย

ริชาร์ดสัน (Richardson.1994 : 13 - 16) ได้จำแนกเครือข่ายไว้ 4 ประเภท ได้แก่

1) เครือข่ายบุคคล (Personal network) เครือข่ายบุคคล รวมถึงบุคคลที่ไม่เคยพบกันมาก่อน เมื่อพบกันก็จะมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันได้ การสร้างความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้นับว่าเป็นสิ่งสำคัญเพราะถ้าใช้การสร้างเครือข่ายในการพัฒนาอาชีพ จะช่วยให้งานสำเร็จตามความมุ่งหมาย ได้เครือข่ายส่วนบุคคลได้แก่ ครอบครัว บุคคลที่มีความสัมพันธ์ทั้งใกล้และไกล เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน เพื่อนที่อยู่ห่างไกล เพื่อนร่วมห้องที่เคยเรียนด้วยกัน บุคคลที่รู้จักกันโดยบังเอิญ แพทย์ประจำตัว ทันตแพทย์ นักกฎหมาย ตัวแทนบริษัทประกัน ช่างตัดผม ช่างเสริมสวย สมาคมผู้ปกครอง ผู้ให้คำปรึกษา ฯลฯ

2) เครือข่ายวิชาชีพ (Professional network) เครือข่ายวิชาชีพจะมีโครงสร้างมากกว่าเครือข่ายบุคคลโดยมุ่งเน้นลักษณะการทำงานมากกว่าจะสนใจในบุคคล องค์กรส่วนใหญ่จะมีเครือข่ายย่อยเป็นจำนวนมาก ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ไม่เป็นทางการและรักษาอำนาจไว้ เครือข่ายวิชาชีพ ได้แก่

(1) ผู้ร่วมงานในองค์กร : ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน

(2) ผู้ร่วมงานในองค์กรอื่น : ลูกค้า ผู้รับบริการ ผู้ให้ความร่วมมือ นักกฎหมาย ผู้ให้เช่า ผู้เช่า ผู้รับเหมา นักบัญชี ฯลฯ

3) เครือข่ายระดับองค์กรและชุมชน (Organizational network) เครือข่ายระดับองค์กรและชุมชน จะมีความร่วมกันกับเครือข่ายวิชาชีพ ได้แก่ คณะผู้บริหาร คณะผู้ให้คำปรึกษา ชุมชน อาสาสมัครในองค์กรต่างๆ หอการค้า ฯลฯ

Paul Starkey (1997) ให้ความหมายของ "เครือข่าย" ว่า คือ กลุ่มของคนหรือองค์กรที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน ในลักษณะที่บุคคลหรือองค์กรสมาชิกยังคงมีความเป็นอิสระในการดำเนินกิจกรรมของตน การสร้างเครือข่ายเป็นการทำให้บุคคลและองค์กรที่กระจัดกระจายได้ติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ อีกทั้งให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันท์เพื่อนที่ต่างก็มีความเป็นอิสระมากกว่าสร้างการคบค้าสมาคมแบบพึ่งพิง

ทีมวิจัยสนามในโครงการสนับสนุนเครือข่ายองค์กรชุมชน ช่วยกันนิยามความหมายของคำว่า "เครือข่าย" สรุปได้ว่า เครือข่าย คือ กลุ่ม/องค์กรหลายๆ กลุ่มมารวมตัวกัน ประสานเชื่อมโยง สร้างความสัมพันธ์ ถักทอ สร้างสรรค์กิจกรรมบนพื้นฐานของความเอื้ออาทร เกิดพลังในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายทุกองค์กร และชุมชนเข้มแข็ง หัวใจของเครือข่าย คือ การเชื่อมความสัมพันธ์ พลังของเครือข่าย คือ เป้าหมายและความพยายามที่จะทำให้บรรลุเป้าหมาย คำว่า องค์กรเครือข่าย กับ

เครือข่ายองค์กร มีความหมายต่างกัน องค์กรเครือข่าย คือ องค์กร ในขณะที่เครือข่ายองค์กร คือ เครือข่าย

องค์กรเครือข่าย อาจหมายถึงองค์กรบริหารเครือข่าย องค์กรสมาชิกของเครือข่ายหรือภาพรวมขององค์กรที่มีความสัมพันธ์กันในแวดวงอะไรสักอย่างหนึ่ง แต่เครือข่ายองค์กรไม่ได้เน้นที่รูปลักษณ์ขององค์กร แต่เน้นลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร

จากการสังเคราะห์เครือข่ายในหลายประเทศ Starkey พบว่า เครือข่ายอาจจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการจากหน่วยราชการหรือหน่วยงานพัฒนาเอกชน หรืออาจเกิดขึ้นแบบไม่เป็นทางการ ด้วยการวางแผนและการทำกิจกรรมร่วมกันของบุคคลหรือองค์กรที่สมัครใจ โครงสร้างของเครือข่ายมีได้หลายรูปแบบ แต่ก็มีความสำคัญน้อยกว่ากระบวนการติดต่อกันหลายทิศทางของสมาชิกภายในเครือข่าย เครือข่ายไม่ใช่การส่งจดหมายข่าวไปให้สมาชิกตามรายชื่อเท่านั้น แต่ต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน ช่องทางการแลกเปลี่ยนและร่วมมือภายในเครือข่ายสามารถจัดขึ้นในลักษณะการประชุม การประชุมเชิงปฏิบัติการหรือการทดลอง การสัมมนา การเผยแพร่เอกสาร และการทำกิจกรรมร่วมกัน

Adam Burke (1999 : 76-79) กล่าวว่า การที่เครือข่ายดำรงอยู่ได้ก็ด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นศูนย์รวมของการสนับสนุน เพื่อให้เกิดประโยชน์จากการมีประสบการณ์แตกต่างกัน เพื่อเป็นช่องทางสำหรับแหล่งทุน เครือข่ายเป็นเวทีในการเจรจาต่อรองกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่นๆ หน่วยงานส่งเสริมสนับสนุนการสร้างเครือข่ายด้วยเป้าหมาย 2 ประการ คือ

1) เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและสนับสนุนการเสริมสร้างอำนาจแก่ประชาชน
2) เพื่อเป็นช่องทางสำหรับการให้บริการแก่ประชาชน

Burke อธิบายว่า เครือข่ายกับการติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ที่ระดับชุมชน การติดต่อสื่อสารทำได้อย่างรวดเร็วแบบปากต่อปากในกลุ่มคนรู้จักมักคุ้น โครงการพัฒนามีส่วนควบคุมกระบวนการดังกล่าวผ่านการจัดตั้งกลุ่ม/องค์กรชุมชนหรือประชาชนกลุ่มเป้าหมายของโครงการ วิธีการแบบปากต่อปากในกลุ่มคนรู้จักมักคุ้นถูกนำมาใช้และค่อนข้างประสบความสำเร็จ รูปแบบนี้เป็นลักษณะที่สำคัญของวิธีการติดต่อสื่อสารแบบมีส่วนร่วม บางทีปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องคือความสมดุลระหว่างเครือข่ายหลวม ๆ ที่มีอยู่ของชุมชน กับโครงสร้างแบบทางการที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารไหลเวียนได้ดีขึ้นที่นักพัฒนานำเข้ามา เช่น เครือข่ายระดับหมู่บ้านใน Bangladesh, and "Naam" เครือข่ายใน Burkina Faso. การศึกษาของ UNICEF ใน West Africa ชี้ให้เห็นว่า โครงการที่ดำเนินการในพื้นที่ดังกล่าวต้องมุ่งวางเงื่อนไขพื้นฐานเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อกับการทำกิจกรรมขั้นต่อไปซึ่งรวมถึงการสร้างศักยภาพของประชาชนและกลุ่มองค์กร เพื่อให้โครงสร้างหรือองค์กรในท้องถิ่นสามารถดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ ในการสร้างเครือข่ายตั้งแต่การจูงใจเพื่อนมาร่วมเครือข่าย จนถึงการเกลี้ยกล่อมระดับนโยบายให้สนับสนุนกิจกรรมของเครือข่าย การทำให้เกิดเครือข่ายระดับชุมชน กิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพนั้นจะแตกต่างกันไปในแต่ละ พื้นที่ การศึกษาของ UNICEF สรุปว่า เครือข่ายองค์กรเป็นช่องทางที่มีคุณค่าอย่างยิ่งสำหรับการดำเนิน กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพภาคประชาชน

Burke ยกตัวอย่างของเครือข่ายผู้หญิง ระบุบอกว่าเครือข่ายผู้หญิงก็เหมือนเครือข่ายอื่น ๆ ที่ย่อมมีความแตกต่างกันไป แม้ว่าจะสร้างขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเพศหญิง แต่รูปแบบเครือข่ายและวัตถุประสงค์ก็แตกต่างกัน เช่น เครือข่ายผู้หญิงทำงานทั่วโลก เป็นเครือข่ายที่มีการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและสนับสนุนกลุ่มองค์กรผู้หญิงในภาคอุตสาหกรรม เครือข่ายต่อต้านการกระทำรุนแรงกับเพศหญิงใน South Africa เป็นเครือข่ายผู้หญิงซึ่งเชื่อมโยงเครือข่ายกับกลุ่มองค์กรต่างๆ และเป็นช่องรับการสนับสนุนจากองค์กรแหล่งทุน รวมทั้งเจรจากับรัฐบาลและองค์กรชุมชน เครือข่ายอื่นๆ ก็อาจมีวัตถุประสงค์กว้างกว่านี้ และเป็นตัวอย่างให้เห็นถึงการจัดตั้งกลไกอย่างหนึ่งที่ช่วยให้สามารถเข้าไปส่งเสริมกระบวนการตัดสินใจของผู้หญิงได้ง่ายขึ้น ความสำคัญของเครือข่ายไม่ใช่การอยู่ใต้การจัดการของรัฐ แต่เป็นการทำงานในรูปของการกระตุ้นให้ผู้หญิงรวมตัวกันเป็นกลุ่มเป็นองค์กร ผนึกกำลังกันสร้าง พัฒนา รวมทั้งผลักดันสิ่งที่ส่งผลถึงชีวิตความเป็นอยู่ของพวกเธอ เครือข่ายเป็นเส้นทางนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองได้เท่าๆกับการพัฒนาตัวปัจเจกบุคคล แม้ว่าเครือข่ายหลายเครือข่ายจะอ่อนแอ แต่การเชื่อมั่นในเจตนารมณ์และในตัวสมาชิกก็สามารถทำให้เครือข่ายมีความยั่งยืนกว่าการเป็นเครือข่ายที่ถูกยัดเยียดมาจากเบื้องบน

ปัญหาของเครือข่าย ที่ Starkey พบ มีหลายประการดังนี้

1) เครือข่ายที่ไม่มีทิศทางวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ยากที่จะพัฒนากิจกรรมของเครือข่ายให้ตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้อย่างต่อเนื่อง

2) เครือข่ายที่มีสมาชิกหลากหลายประเภท หรือมีความแตกต่างมากระหว่างฐานะ ขนาด ความเข้มแข็งและสถานภาพอื่น ๆ ของสมาชิก หน่วยงานใหญ่ มีทรัพยากรมาก และสถาบันที่เจ้าหน้าที่มีการศึกษาสูง เชื่อมั่นในตัวเอง มีแนวโน้มที่จะครอบงำองค์กรที่มีขนาดเล็กกว่า

3) การรวมศูนย์เกิดขึ้นเมื่อผู้ประสานงานของเครือข่าย เลขานุการ คณะทำงาน และคณะกรรมการ เริ่มควบคุมและดำเนินการเครือข่ายในนามของตนเอง มากกว่าการประสานงานและอำนวยความสะดวกให้กับกิจกรรมของสมาชิก การตัดสินใจถูกรวมศูนย์และการติดต่อ สื่อสารภายในเครือข่ายดำเนินการโดยเลขานุการ

4) บ่อยครั้งที่เครือข่ายประสบปัญหาอันเนื่องจากการขาดเงินทุนสำหรับกิจกรรมและการประสานงานภายในเครือข่าย โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เพื่อให้สมาชิกมาร่วมในกิจกรรมของเครือข่าย ส่วนเครือข่ายที่มีทุนก็มักเกิดความเครียดเนื่องจากปัญหาในการจัดการและจัดสรรค่าใช้จ่ายกับสมาชิกให้ทั่วถึง

5) เนื่องจากภายในเครือข่ายข้อมูลข่าวสารจะแพร่กระจายไประหว่างคนหนึ่งไปให้กับคนอื่น ๆ ได้อย่างเสรี ทำให้อาจมีการส่งข่าวสารข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง เครือข่ายต้องสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยให้คนซักถามหรือวิพากษ์วิจารณ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารภายในเครือข่ายได้

6) เครือข่ายสามารถถูกกระทบจากการแข่งขันของเครือข่าย หรือองค์กรอื่นที่มีงานคาบเกี่ยวกัน ซึ่งอาจนำไปสู่การร่วมมือกัน แต่ก็อาจนำไปสู่การแข่งขันเพื่อให้ได้รับการยอมรับ การ

สนับสนุนทรัพยากร และการเพิ่มจำนวนสมาชิกได้เช่นกัน แหล่งทุนสามารถใช้จำนวนเครือข่ายที่มีให้เลือกเป็นข้ออ้างที่จะไม่ให้ทุนสนับสนุนกิจกรรมของเครือข่ายที่คล้ายคลึงกัน

7) การแข่งขันระหว่างเครือข่ายที่มีขอบเขตการดำเนินงานเหลื่อมซ้อนกัน อาจนำไปสู่ความร่วมมือกัน และการช่วงชิงเพื่อให้ได้รับการยอมรับ การสนับสนุน และการเข้าเป็นสมาชิกได้ ในขณะเดียวกัน ทั้งนี้พบว่า การแข่งขันเป็นตัวการสำคัญในการทำลายเครือข่ายที่อยู่ลำดับท้าย ๆ และมีทรัพยากรน้อยอีกด้วย

8) การติดตามและประเมินผลเครือข่ายมีค่อนข้างน้อย เนื่องจากธรรมชาติของเครือข่ายคือ ความไม่เป็นระบบ และมีโครงสร้างหลวมที่มุ่งเน้นความก้าวหน้าในอนาคต ไม่ใช่ประสบการณ์ในอดีต นอกจากนี้ ยังพบว่าเป็นการยากที่จะนิยามตัวชี้วัดความสำเร็จของเครือข่ายและคุณลักษณะของผลและประโยชน์ของการสร้างเครือข่ายให้มีความเที่ยง

9) เครือข่ายระดับชาติและเครือข่ายระหว่างประเทศ หลายแห่งพบกับปัญหาอุปสรรคทางการเมือง ทำให้มีสภาพที่ไม่มั่นคงและถูกควบคุมอย่างเข้มงวด โดยเฉพาะการแลกเปลี่ยนข่าวสารและการวิจารณ์รัฐบาล

บทที่ 3
ระบบฐานข้อมูลบริบทวิสาหกิจชุมชน

การศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนที่มุ่งเน้นกระบวนการผลิตโดยครอบครัวในชุมชน เพื่อการสร้างงาน สร้างรายได้ สวัสดิการและคุณภาพชีวิต ตลอดจนการค้นหาศักยภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นอันเป็นรากฐานของความเป็นชุมชนจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญ ในบทนี้ประกอบด้วยสาระสำคัญ 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 บริบทชุมชนในภาคกลางที่ทำการศึกษา สภาพที่เป็นปัญหาหาการผลิตในท้องถิ่น และส่วนที่ 2 การจัดระบบฐานข้อมูลที่เอื้อต่อการดำเนินการวิสาหกิจชุมชนภายใต้ภาวะการเปลี่ยนแปลงของสังคม ดังนี้

3.1 บริบทวิสาหกิจชุมชน

วิถีชีวิตและวิสาหกิจชุมชนภาคกลางผูกพันกันสายน้ำ

ภาคกลางเป็นที่ตั้งศูนย์กลางของประเทศ ซึ่งภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มพื้นที่เกษตรกรรมที่อุดมสมบูรณ์ เนื่องจากเป็นที่ราบที่เกิดจากแม่น้ำลำธาร (ปิง วัง ยม น่าน) พัดพาตะกอนโคลนตมมาทับถมพอกพูนจนทำให้เกิดที่ราบดินตะกอนที่มีขนาดใหญ่และอุดมสมบูรณ์ โดยมีแม่น้ำ ลำคลองมากมาย วิธีชีวิตของคนชุมชนภาคกลางจะผกพันกับสายน้ำนับแต่โบราณกาล เห็นได้จากการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนที่เรียงรายตามสองฝั่งริมน้ำหรือแม้แต่การเลือกทำเลที่ตั้งเมืองหลวงในอดีตซึ่งเป็นบริเวณที่ราบลุ่ม เหมาะแก่การทำนาปลูกข้าวได้ดี เพื่อให้มีข้าวกินตลอดปี ดังนั้นสายน้ำจึงเปรียบเสมือนเส้นเลือดที่หล่อเลี้ยงชีวิตของคนไทยในที่ราบลุ่มน้ำภาคกลาง เพราะทุกขณะของการดำเนินชีวิตต้องเกี่ยวพันกับสายน้ำ ตั้งแต่การดื่ม กิน อาบ ชำระล้างสิ่งต่างๆ และใช้ในการเกษตรการทำนา ซึ่งเป็นอาชีพหลักของคนไทย นอกจากนั้นการสัญจรไปมาของคนในอดีตก็อาศัยแม่น้ำ ลำคลอง เป็นเส้นทางคมนาคมหลักตลอดทั้งปี โดยใช้เรือพาย เรือแจวและต่อมาพัฒนาเป็นเรือหางยาวเรือเมล์ที่รวดเร็วขึ้น เนื่องจากเส้นทางน้ำในภาคกลางเชื่อมต่อกันโดยตลอด เช่น จากอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี ล่องใต้ลงมาถึงอำเภอบ้านแพรกต่อมาถึงอำเภอมหาราชมีคลองเชื่อมมาบรรจบกับแม่น้ำเจ้าพระยาที่อำเภอเมือง จังหวัดอ่างทอง เดินทางล่องลงไปทางใต้ผ่านจังหวัดพระนครศรีอยุธยาปทุมธานีและเชื่อมต่อถึงกรุงเทพฯ นอกจากการเดินทางโดยผ่านไปตามสายน้ำดังกล่าวแล้ว ในฤดูแล้งยังสามารถเดินทางทางบกโดยการเดินเท้าหรือใช้ม้าเป็นพาหนะหรือใช้เกวียนเป็นพาหนะ ส่วนใหญ่ฤดูน้ำการเดินทางโดยทางบกจะไม่สะดวกเพราะภาคกลางจะมีน้ำท่วมมาก

ข้อมูลจากงานวิจัยที่ได้ศึกษาเขตพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาในอดีต สะท้อนภาพข้างต้นได้ชัดเจน ดังพระราชพงศาวดารฉบับหลวงประเสริฐอักษรนิติได้กล่าวถึง การสร้างวัดพนันเชิงในปี พ.ศ. 1867 ณ ชัยภูมิอันเหมาะสมของเกาะเมืองที่ล้อมรอบด้วยแม่น้ำที่สำคัญถึง 4 สาย คือแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำแม่กลอง แม่น้ำน้อย แม่น้ำลพบุรี (ยังอยู่ไม่ไกลจากแม่น้ำท่าจีนและแม่น้ำบางประกง ดินแดนนี้มีเส้นทางน้ำที่เดินเรือเชื่อมต่อกันได้โดยตลอด การติดต่อค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่าง

ชุมชนภาคกลางจึงเป็นไปได้โดยสะดวกรวมทั้งสามารถเชื่อมต่อการค้าขายทางทะเลกับต่างประเทศเป็นผลให้การปกครอง เศรษฐกิจ ระบบสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่ดังกล่าวได้รับการพัฒนาเจริญรุกหน้า

จารีต ประเพณี ความเชื่อของชุมชนภาคกลางผูกพันกับศาสนา วิถีเกษตรกรรม

ชุมชนภาคกลางในอดีตมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายยึดมั่นในศาสนาอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์ มีสันติสุข ศาสนาเป็นที่มาของประเพณีต่างๆ และประเพณีเหล่านี้ได้ผูกโยงชุมชนให้รวมตัวกัน โดยเฉพาะคนในพื้นที่ ภาคกลางส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ จึงมีการทำบุญและประกอบศาสนพิธีในวันสำคัญ เช่น วันสงกรานต์ วันวิสาขบูชา โดยมาร่วมกันทำบุญ ตักบาตร รักษาศีล ฟังเทศน์ ฟังธรรมและเวียนเทียนในตอนค่ำ

จากการที่ข้าวคืออาหารหลัก ทำให้คนไทยส่วนใหญ่ ตั้งแต่สมัยโบราณนับเป็นพันปีมาจนถึงปัจจุบันยังคงทำมาหากินด้วยการปลูกข้าว ประเพณีต่าง ๆ ของชาวไร่ชาวนาไทยจึงมักจะเกี่ยวพันหรือหมุนเวียนอยู่รอบๆ กิจกรรมที่เกี่ยวกับศาสนา เช่น ชาวบ้านมักจัดงานประเพณีการทำบุญและรื่นเริง รวมทั้งงานสังคมต่างๆ เช่น โกนจุก บวชนาค ขึ้นบ้านใหม่ แต่งงาน สงกรานต์ ในช่วงระหว่างเดือนมีนาคม-พฤษภาคม ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ชาวไร่ชาวนาส่วนใหญ่มักจะว่างจากการทำไร่ทำนาและการเก็บเกี่ยว จะจัดให้มีการละเล่นพื้นบ้านและในวันออกพรรษาจะมีประเพณีทำบุญตักบาตร เรียกว่า การตักบาตรเทโว นอกจากนี้เบื้องหลังพิธีกรรมหรือความเชื่อต่างๆ ของชาวบ้านล้วนเกี่ยวเนื่องกับอาชีพเกษตรกรรมแทบทั้งสิ้น อาทิ ความเชื่อเรื่องเจ้าแม่โพสพ พิธีแรกนาขวัญ และเจ้าที่เจ้าทาง แม้แต่พระภูมิ ก็วนเวียนอยู่กับเรื่องการทำไร่ทำนาการปลูกบ้านและความอยู่ดีกินดีของชาวบ้านในโลกที่วิทยาศาสตร์ยังเป็นเครื่องมือต่อสู้กับความไม่แน่นอนของธรรมชาติได้ดีวิธีหนึ่ง

การผลิตของชุมชนพึ่งพาตนเองและพึ่งพิงอิงกันบนฐานทรัพยากรของชุมชน

ในอดีตการผลิตในชุมชนเป็นแบบการทำมาหากินใช้กันเองในครัวเรือน โดยใช้แรงงานภายในครอบครัวเป็นหลัก ที่เหลือจึงนำไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งของจำเป็นที่ชุมชนต้องใช้แต่ผลิตภัณฑ์ในชุมชนไม่ได้ ชุมชนภาคกลางทำการเกษตรผลิตอาหารเลี้ยงตนเอง โดยทำนาปลูกข้าวเป็นหลัก ไม่มีการใช้ปุ๋ย เพราะมีปุ๋ยธรรมชาติจากมูลวัว ควาย รากหญ้า วัชพืช ซากพืชที่ปลูกหมุนเวียนที่ถูกไถหมกไว้ในดินให้ย่อยสลายตามธรรมชาติ เมื่อว่างจากทำนาก็จะปลูกพืชผักต่างๆ เช่น ถั่ว งา ข้าวโพด ถ้ามีมากก็ใส่เรือไปขายในตลาดหรือร้านค้าของชำในชุมชน

ลักษณะครอบครัวในภาคกลางเป็นครอบครัวขยาย เมื่อลูกสาวแต่งงาน ชายที่มาเป็นลูกเขยจะต้องเข้ามาอยู่ในบ้านของฝ่ายเจ้าสาวและจะช่วยกันทำมาหากิน เมื่อมีลูกก็จะให้ยายเลี้ยงเวลาออกไปทำนา ถ้าเด็กโตหน่อยก็เอาไปเลี้ยงด้วย และเนื่องจากเป็นหน่วยการผลิต ครัวเรือนต่างๆ ไม่ต้องซื้ออาหาร จึงไม่มีปัญหาในการเลี้ยงดูคนในครอบครัว ข้าวที่ผลิตได้จะเก็บไว้รับประทานตลอดทั้งปี ถ้ามีเหลือจะนำไปแจกหรือแลกกับสิ่งที่ตนไม่มี แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมีการแปรรูปเป็นอาหารคาว อาหารว่าง และอาหารหวาน รวมทั้งแปรรูปเป็นอาหารตามประเพณีด้วย เช่น ข้าวสุกที่รับประทานเหลือในแต่ละวัน ถ้ามีจำนวนมากจะนำไปตากแดดให้แห้ง เก็บใส่ภาชนะปิดมิดชิด เก็บไว้ได้นาน แต่นำมาทำเป็นอาหารรูปแบบต่างๆ เช่น ข้าวตูข้าวแตน ข้าวตัง หรือใช้ข้าวสารนำไปแช่น้ำ ไม่เป็นแป้งข้าวเจ้า ใช้เป็นส่วนผสมการทำขนมถ้วยฟูขนมตาล

อาหารของชุมชนในอดีตปรุงจากสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ ตามฤดูกาล เช่นการทำขนมดอกโสน ขนมผักบัว ในหน้าน้ำ ฯลฯ และใช้ส่วนผสมที่มีอยู่ในท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ เช่น ในชุมชนบางตาทอง จังหวัดอ่างทอง ซึ่งมีกล้วยอยู่ทั่วไป คนในชุมชนในอดีตนำกล้วยมาใช้ประโยชน์ทุกส่วนตั้งแต่ลำต้น ใบและ ผล เพื่อทำเป็นอาหาร เช่น ข้าวต้มผัด ข้าวเหนียวปิ้งไส้กล้วย กล้วยแขก ขนมกล้วยบวชชี ขนมกล้วยต้ม กล้วยปิ้ง กล้วยตาก ทำเป็นเครื่องใช้ เช่น เชือก กระทง บายศรี ตกแต่งเมรุเผาศพ และใช้ประโยชน์ในการเกษตร เช่น นำเศษชิ้นส่วนต้นกล้วยสุมโคนให้ความชุ่มชื้นและเป็นปุ๋ยธรรมชาติแก่พืชเป็นต้น

นอกจากอาหารในชีวิตประจำวันแล้ว ก็มีอาหารที่คนไทยทำในเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น ขนมที่ใช้สำหรับเทศกาลสารทซึ่งเป็นเทศกาลทำบุญสิ้นเดือนสิบ ใช้ทำบุญหรือแจกจ่ายญาติมิตร และข้าวกระยาคูซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนไทย ภาคกลางที่มีคุณค่าสูงยิ่ง ทั้งคุณค่าของอาหาร และคุณค่าทางจิตวิญญาณเพราะในตำนานพรพุทธศาสนา นางสุชาดาได้นำข้าวกระยาคูถวายพระสมเด็จพระสัมมาพุทธเจ้าก่อนตรัสรู้คนไทยจึงนิยมนำไปถวายแต่พระภิกษุสงฆ์เพื่อเป็นศิริมงคล

ในอดีตวิถีชีวิตแบบทำกินเองเป็นการถ่ายทอดทางภูมิปัญญาที่สอนให้ครอบครัวคนไทยทำอาหาร ถนอมอาหาร และแปรรูปผลิตผลการเกษตรได้มากมาย โดยเฉพาะผู้หญิงจะได้รับการอบรม ภายในครอบครัว ให้ทำอาหารได้หลากหลายชนิด รสชาติต่างกัน อร่อยหลากหลายแนว

นอกจากนี้วิถีชีวิตแบบทำกิน วิถีการผลิตที่หลากหลาย ทางชีวภาพของสังคมไทยในอดีต ทำให้ชุมชนและสังคมไทยเป็นแบบองค์รวม มีวิถีชีวิต วัฒนธรรม ที่อยู่ร่วมกับแบบองค์รวม ที่พึ่งพากันและกัน

การผลิตของชุมชน แม้ส่วนใหญ่เป็นการผลิตในครอบครัว แต่หากเป็นช่วงมีงานมาก แรงงานในครัวเรือนมีไม่เพียงพอ เช่น ช่วงเวลาเก็บเกี่ยว ปลูกบ้าน กวนขนมในวันสารท ฯลฯ ก็มีธรรมเนียมแบบการช่วยเหลือต่างตอบแทนภายในชุมชน ดังที่เรารู้จักกันในหมู่ชาวนาภาคกลางว่า “การลงแขก” หรือการเอาแรงกัน คือการเอาแรงบ้านอื่น และเมื่อถึงคราวเราเขาก็จะมาช่วยบ้าง การผลิตในชุมชนจึงเป็นไปในแบบทั้งพึ่งพาตนเอง และพึ่งพิงอิงกัน มีความสัมพันธ์ฉันท์ญาติมิตร

หัตกรรมชุมชน

นอกจากการผลิตทางการเกษตรแล้ว ในทุกชุมชนจะมีการทำหัตกรรม เพื่อเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ และสิ่งประดับตามความเชื่อ ชาวนามักจักสานเครื่องใช้ในครอบครัว เช่น พัดไม้ตะกร้า กระบุง เข่ง ชะลอม กระจาด กระพ้อม และของใช้ในการจับปลา งานปั้นเตาเอาไว้ใช้ในการก่อไฟหุงต้ม และบางครอบครัวอาจปั้นหม้อ ตุ่มน้ำ และภาชนะอื่นๆ ไว้ใช้ในการแจกจ่ายญาติมิตร เมื่อมีมากก็นำไปขาย และสิ่งที่ทุกครอบครัวทำคือ การทอผ้าไว้ใช้เองในครอบครัว ซึ่งปัจจุบันบางครอบครัวยังสืบสานภูมิปัญญาในอดีตให้ลูกหลานและประกอบอาชีพมาจนทุกวันนี้ ผลิตภัณฑ์ที่ศึกษาในโครงการวิจัย ก็ล้วนมีการผลิตในชุมชนมาแต่ดั้งเดิม เช่น การจักสานไม้ไผ่ประดิษฐ์เป็นภาชนะต่างๆ ในอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัดอ่างทอง การสานใบลานปลาตะเพียนเพื่อแขวนไว้ในบ้าน ที่หมู่บ้านหัวแหลม ตำบลท่าวาสุกรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นเครื่องแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ในครอบครัว โดยการนำใบลานมาจากอำเภอบางประหัน และการทำดินสอพอง

ของหมู่บ้านหินสองก้อน ตำบลทะเลชุบศร อ.เมือง จ.ลพบุรี ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเหล่านี้ พึ่งพาฐานทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน เช่น การทำดินสอพอง ที่เป็นที่ผลิตแห่งเดียวในประเทศไทย ซึ่งจะมีการขุดในหน้าแล้งที่ไม่มีน้ำขัง และมีการผลิตสืบทอดมาตั้งแต่ในสมัยรัชกาลที่ 3

ชุมชนใช้เส้นทางน้ำ และแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงในการค้าขาย แลกเปลี่ยนสินค้า

ในอดีต นอกจากการผลิตเพื่อกินเพื่อใช้ภายในชุมชนแล้ว ในความจริงชุมชนต่างๆ ไม่สามารถผลิตทุกอย่างที่จำเป็นต้องใช้ในวิถีชีวิตได้ ขณะที่สามารถผลิตบางอย่างได้มากกว่าที่จะบริโภคหมดในชุมชน จึงเกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างท้องถิ่น โดยเดินทางไปมาหาสู่ตามเส้นทางคมนาคมทางน้ำ ซึ่งกลายเป็นช่องทางเศรษฐกิจระหว่างชุมชน เช่น ในช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์ซึ่งยังมีคนหลากหลายเชื้อชาติ อาศัยอยู่หลายกลุ่มด้วยกัน อาทิ ชาวมอญ ญวน ลาว จีน และมุสลิม ชาวมอญตั้งบ้านเรือนอยู่ที่บ้านเสากระโดง อำเภอบางประอิน อำเภอสามโคก และอำเภออื่นๆ ในจังหวัดปทุมธานี ชาวมอญเหล่านี้ แต่เดิมมีอาชีพค้าขายทางเรือ ส่วนมากไปรับซื้อใบจากที่ปากน้ำสมุทรปราการบรรทุกมาขายที่อยุธยาเลยขึ้นไปจนถึงนครสวรรค์ แม้ในช่วง 50 ปี ที่ผ่านมานี้ก็ยังได้เห็นภาพเรือเมล์ ขนส่งสินค้าทั่วไป และตลาดน้ำในหลายพื้นที่ ในสายน้ำของชุมชนภาคกลาง ภาพการค้าขายทางเรือจากอดีตนี้ยังหลงเหลือให้เห็นอยู่บ้างในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สถานการณ์เปลี่ยนแปลงกับบริบทชุมชนและวิสาหกิจชุมชนที่เปลี่ยนไป

บริบทชุมชนที่เปลี่ยนไป

การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่ผ่านมาฉบับที่ 1 จนถึงฉบับปัจจุบันซึ่งเป็นฉบับที่เก้า ทำให้วิถีชีวิตชุมชน ภาคกลางเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ผลจากการส่งเสริมการผลิตทางการเกษตรเพื่อส่งออกของรัฐ ทำให้การทำการเกษตรกรรมของชุมชนเปลี่ยนจากการเกษตรแบบผสมผสานในอดีต มาเป็นเกษตรเชิงเดี่ยว ปลูกข้าว ปลูกพืชอย่างเดียว ซึ่งได้ทำให้ความอุดมสมบูรณ์ของดินลดลง และชุมชนไม่สามารถผลิตเพื่อกินเพื่อใช้ภายใน ชุมชนได้เพียงพออีกต่อไป เมื่อประกอบกับจำนวนประชากรได้เพิ่มขึ้น ขณะ ที่พื้นดินทำกินเท่าเดิม อีกทั้งค่านิยมการบริการของชุมชนได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา กระแสทุนนิยม ทำให้ต้องการบริโภคสินค้าและบริการที่ผลิตในระบบอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น ดังนั้นชุมชนได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา กระแสทุนนิยม ทำให้ใต้องการบริโภคสินค้า และบริการในระบบอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น ดังนั้นชุมชนจึงพยายามแสวงหาเงินมาใช้จ่าย เพื่อซื้อเครื่องอุปโภค ทำให้คนในวัยทำงานบางส่วนออกไปหางานนอกชุมชน ภาคกลางที่ยังทำการผลิตในชุมชนส่วนใหญ่ จึงเป็นคนวัยกลางคนขึ้นไป ซึ่งไม่เป็นที่ต้องการของโรงงานอุตสาหกรรมตัดผ่านที่มีการขยาย

การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ถนน โทรศัพท์ ไฟฟ้า ประปา ตามแผนพัฒนาประเทศทุกภูมิภาค ทำให้แทบทุกชุมชนในภาคกลางมีถนนเข้าถึง คนส่วนใหญ่จึงหันมาใช้การคมนาคมทางบกโดยรถยนต์ หลายชุมชนที่เคยอยู่ในเส้นทางค้าขายทางน้ำและมีความสำคัญในอดีตเงียบเหงาลง ต่างจากเส้นทางที่ถนนตัดผ่านที่มีการขยายตัวของชุมภาพของสายน้ำเหล่านี้จึงลดต่ำลง ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้คน คนในชุมชนภาคกลางที่ศึกษาจึงหันมาใช้น้ำประปา ทำให้มีรายจ่ายอีกส่วนหนึ่งเพิ่มขึ้น

ชุมชนภาคกลางได้รับอิทธิพลจากกระแสวัฒนธรรมตะวันตกเช่นเดียวกับชุมชนไทยทั่วไป อิทธิพลของวัฒนธรรมตะวันตกเหล่านี้ มีผลให้วิถีชีวิตชุมชนที่เคยผูกพันกับศาสนา และเกษตรกรรมค่อย ๆ จางลง ประเพณี ภูมิปัญญาดั้งเดิมหลายเรื่องสูญหายไป เช่น การลงแขก การทำข้าวกระยาคู การบำรุงดูแลรักษาดินแบบธรรมชาติ เป็นต้น จากค่านิยมแบบบริโภคนิยม ที่ทำให้เกิดความฟุ้งเฟ้อ ความต้องการของคนในชุมชนเพิ่มขึ้น ขณะที่อาชีพรายได้มีไม่เพียงพอสนองความต้องการ การทำมาหากินยากลำบากขึ้น และหลายครอบครัวต้องแยกกันไปหางานทำ จึงมีผลให้เกิดปัญหาสังคมต่าง ๆ ขึ้นในชุมชน โดยเฉพาะยาเสพติด ได้พบปัญหานี้ ในพื้นที่วิจัยทุกแห่ง ขณะที่คนยังอยู่ในชุมชนก็พยายามนำเอาหัตกรรม ผลิตสินค้าและบริการเพื่อขายหารายได้ และส่วนหนึ่งได้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ทุกวันนี้ชุมชนภาคกลางที่ศึกษาจึงมีอาชีพสำคัญๆ คือ การทำการเกษตร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการทำนา การรับจ้างในโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัด และออกไปขายแรงงานที่อื่น รวมทั้งการทำผลิตภัณฑ์ชุมชนออกจำหน่าย แต่ก็เป็นเพียงการดำเนินการเป็นอาชีพเสริม หรือถึงแม้จะดำเนินการเป็นอาชีพหลักก็ไม่สามารถจะฝ่าวงล้อมของผู้ปรกอบการที่มีทุนและความรู้ในการบริหารจัดการกับธุรกิจมากกว่าชุมชน ทำให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนถูกลืมเลือนจากวิถีชีวิตคนไทย กลายเป็นนิยมแต่สินค้าที่มาจากต่างประเทศ

บริบทวิสาหกิจชุมชนปัจจุบัน

การศึกษาวิสาหกิจชุมชนในภาคกลางจังหวัดปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง และลพบุรี สมุทรสงคราม และประจวบคีรีขันธ์ พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีสภาพการผลิตและประสบปัญหาที่สำคัญ คือ

1) ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ศึกษาล้วนเป็นการผลิตเพื่อขายไม่ได้เป็นการผลิตเพื่อใช้เอง บริโภคเอง ภายในชุมชน ที่เหลือจึงขายไป เช่นในอดีต ดังนั้นการผลิตจึงมีความเสี่ยงสูงในการขาดทุนหากขายไม่ได้ หรือขายไม่หมด

2) วัฒนธรรมของชุมชนชาวบ้านจะมีวิถีการผลิตที่คล้ายคลึงกัน เช่น การทำอาหารไทย ขนมไทยที่มีตำรับหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง แต่ละพื้นที่ มีทั่วไปในภาคกลางที่ถ่ายทอดภูมิปัญหาให้ครอบครัวคนไทย ทำอาหาร ถนอมอาหาร และแปรรูปผลิตผลการเกษตรได้มากมาย โดยเฉพาะผู้หญิง จะได้รับการอบรมภายในครอบครัวให้ทำอาหารได้หลายชนิด รสชาติต่างกัน อร่อย หลากหลายแนว

นอกจากนี้ วิถีชีวิตแบบทำกิน วิถีการผลิตที่หลากหลาย ทางชีวภาพของสังคมไทยในอดีต ทำให้ชุมชนและสังคมไทยเป็นแบบองค์รวม มีวิถีชีวิต วัฒนธรรม ที่อยู่รวมกันแบบองค์รวม ที่พึ่งพากัน และกัน แต่การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ตามอย่างตะวันตก ทำให้การถ่ายทอดหลักสูตร หรือความรู้เหล่านี้ขาดหายไป หรือคนรุ่นหลังไม่สนใจสืบทอด เพราะวิถีชีวิตแบบซื้อกินเข้ามาแทนที่วิถีชีวิตแบบทำกิน

3) ผลิตภัณฑ์ของชุมชนหลายชนิดต้องใช้วัตถุดิบจากภายนอกชุมชน เช่น การผลิตปลาตะเพียนใบลาน ต้องซื้อใบลานจากจังหวัดปราจีนบุรี ซื้อสีจากกรุงเทพฯ การสานกระเป๋าหวาย ต้องนำเข้าหวายจากประเทศอื่น ดอกไม้ประดิษฐ์วัตถุดิบส่วนใหญ่จากต่างประเทศ และแม้แต่การผลิตดินสอ

พองของจังหวัดลพบุรี ชุมชนก็ไม่มีดินของตนเอง ต้องซื้อจากนายทุน ซึ่งผลิตภัณฑ์ดินสอพองเกือบร้อยละ 90 ถูกผูกขาดซื้อโดยนายทุนคนเดียว ซึ่งเป็นญาติกับเข้าของบ่อดิน และทำการจำหน่ายทั่วประเทศ มีการจ่ายเงินล่วงหน้าให้กับผู้ผลิตในลักษณะตกเขียว

นอกจากนี้ วัตถุดิบบางอย่างยังหายากขึ้นทุกวัน เช่น ใบลาน และหวายซึ่งนับวันจะมีจำนวนน้อยลงเรื่อย ๆ ชุมชนจึงประสบปัญหาราคาวัตถุดิบที่สูงตลอดมา และมีแนวโน้มจะสูงขึ้นอีก เพราะวัตถุดิบในการผลิตถูกกำหนดราคาจากภายนอก

4) วิสาหกิจชุมชนบางอย่างโดยเฉพาะการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและธรรมชาติสิ่งแวดล้อมของจังหวัดปทุมธานีหรือชุมชนที่มีวิถีชีวิตชาวเลอย่างสมุทรสงครามมาเป็นจุดขายได้แต่ในปัจจุบันวิถีชีวิตดั้งเดิม และทรัพยากรของสิ่งแวดล้อมของชุมชนซึ่งน่าจะเป็นจุดขายสำคัญ ในปัจจุบันก็ค่อย ๆ สูญหาย มีความงดงามน้อยลง ผู้คน ชุมชนไม่เห็นคุณค่าความสำคัญ จึงมีส่วนช่วยทำลาย ไม่ร่วมพิทักษ์ปกป้อง ดังนั้นหากไม่สามารถสร้างสำนึก ความเข้าใจของคนในชุมชน และผู้เกี่ยวข้องแล้ว วิสาหกิจการท่องเที่ยวที่มีอยู่ก็จะค่อย ๆ เสื่อมความนิยมลง รวมทั้งจะไม่สามารถสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ได้

5) รูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนส่วนใหญ่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง เพราะชุมชนยังยึดติดกับรูปแบบเดิมและขาดความสามารถในการออกแบบ คิดค้นสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เป็นเอกลักษณ์ที่ต่างจากชุมชนอื่น ๆ ซึ่งจะดึงดูดใจผู้ซื้อได้และขาดความรู้ ความเข้าใจรอบรู้ในวัฒนธรรมรสนิยมผู้ซื้อกลุ่มต่าง ๆ ทำให้ความต้องการของตลาดมีน้อย และต้องขายสินค้าในราคาต่ำ ตัวอย่างเช่น

เครื่องจักรสานจากไม้ไผ่ ใบลาน ผักตบชวา ได้พบปัญหาว่าผลิตภัณฑ์ขายไม่ได้ราคาคุ้มทุน คุ้มค่าแรงงาน เนื่องจากรูปแบบสินค้าเหมือน ๆ สินค้าของชุมชนต่าง ๆ โดยทั่วไป ไม่มีจุดเด่นไม่เข้าสมัยนิยม ไม่สอดคล้องกับรสนิยมคนเมือง ชาวต่างประเทศ

กระยาสารท ซึ่งเป็นภูมิปัญหาในการแปรรูปอาหารแต่โบราณที่มีคุณค่าต่อสุขภาพ และในปัจจุบันกระแสของการนิยมธัญญาพืชในการบริโภคเพื่อสุขภาพ แต่ชุมชนก็ไม่สามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้เพราะไม่สามารถอธิบายถึงคุณค่าของกระยาสารทได้ และแน่นอนสิ่งที่ผู้บริโภคกลัวก็คือ ความไม่สะอาด ไม่มีมาตรฐานการผลิต ใช้สารเคมีปรุงแต่ง

6) ชุมชนยังยึดว่าการทำการเกษตรเป็นอาชีพหลัก การทำวิสาหกิจชุมชนเป็นเพียงอาชีพเสริม แม้ว่าจะทำรายได้ให้มากกว่าการทำนา ซึ่งประสบแต่การขาดทุนก็ตาม ดังนั้นการผลิตในช่วงการทำนาจึงมีปัญหา เนื่องจากขาดแคลนแรงงาน ทำให้การผลิตไม่ต่อเนื่อง ไม่สามารถผลิตและจัดส่งสินค้าได้ตามเวลา

7) ในขณะที่ชุมชนทำการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในตลาดสินค้าและบริการทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในระบบธุรกิจการค้าแบบทุนนิยม แต่คนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจระบบและกลไกของสิ่งเหล่านี้ มีผลให้ต้องตกเป็นเบี้ยล่าง เสียเปรียบพ่อค้า นักธุรกิจ ไม่สามารถบริหารจัดการธุรกิจชุมชนของตนได้อย่างแท้จริงต้องทำตามสิ่งที่พอค้านักธุรกิจกำหนด

เหตุผลส่วนหนึ่งก็คือ คนในชุมชนที่ทำการผลิตล้วนเป็นคนรุ่นเก่า ที่ยังมีกระบวนทัศน์แบบเดิม วิสาหกิจชุมชนแทบทั้งหมดอยู่ในมือของคนวัยกลางคนขึ้นไป ในปัจจุบันแทบไม่มีคนรุ่นใหม่

ในกระบวนการผลิตสินค้าชุมชน เพราะคนหนุ่มสาวจะออกไปรับจ้างในโรงงานอุตสาหกรรม และทำงานนอกชุมชน ลูกหลานของชุมชนที่จบการศึกษาระดับอุดมศึกษาจำนวนน้อยที่เข้าร่วมในวิสาหกิจชุมชน

ในสภาพปัจจุบันจึงพบว่า การผลิตสินค้าชุมชน ดำเนินไป โดยไม่มีการวางแผนการผลิต การตลาด โดยเฉพาะแผนระยะยาว ชุมชนส่วนใหญ่ ผลิตสินค้าตามกัน ของใดได้ราคาดี ก็จะหันมาแข่งขันผลิต แข่งกันขายจนล้นตลาด ไม่มีการศึกษา วิเคราะห์ศักยภาพของตนเอง และสถานการณ์สิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง

8) การละทิ้งคุณค่าแต่ดั้งเดิม เช่น ทุกวันนี้การผลิตสินค้าชุมชนได้ละทิ้งคุณค่าเดิมที่ส่งผลต่อปัญหาในเรื่องคุณภาพ อาทิ เครื่องจักรสาน ฯลฯ ได้ละทิ้งความละเอียด ประณีต อันเป็นความงดงาม เนื่องจากราคาสินค้าที่ต่ำ ผู้ผลิตต้องรีบเร่งผลิตเพื่อให้ได้สินค้าจำนวน

9) การขาดการบูรณาการในปัจจุบันหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจำนวนมากได้เข้าไปส่งเสริม สนับสนุนวิสาหกิจชุมชนโดยเฉพาะเมื่อรัฐบาลปัจจุบันมีนโยลายในเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เช่น นโยบายกองทุนหมู่บ้าน การพักชำระหนี้เกษตรกร และนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ชุมชนต่าง ๆ จึงเป็นเป้าหมายการพัฒนาของหลายหน่วยงาน แต่ด้วยการทำงานของหน่วยงานเหล่านี้ยังไม่ยึดชุมชนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา หากแต่มุ่งดำเนินการตามแผนงานโครงการของแต่ละหน่วยงานที่ตั้งไว้ เป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำ ขาดการประสาน บูรณาการ ดังนั้นสภาพที่พบก็คือ ปัญหาต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชนยังไม่ถูกแก้ไขให้คลี่คลาย แต่ชุมชน กลับถูกศึกษาและสั่งสอน มีการจัดฝึกอบรม ประชุมบ่อยครั้ง จนไม่มีเวลาทำมาหากิน ทุกวันนี้ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มอาชีพได้เริ่มเรียนรู้ที่จะปฏิเสธ ไม่ร่วมมือกับบางหน่วยงาน โครงการแล้ว

10) การไม่มีตลาดรองรับสินค้า ในขณะเดียวกันสินค้าที่ผลิตขึ้นโดยชุมชนก็ขาดมาตรฐานความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะให้การส่งเสริมแต่ไม่สามารถหาตลาดมารองรับได้โดยเฉพาะ ในภาคกลาง เพราะการกระจายสินค้าไปสู่นอกชุมชน หรือแหบ่งผู้มีกำลังซื้อในเมือง ที่เป็นผู้บริโภค ถูกควบคุมกำหนดโดยสาขาของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ ในรูปของห้างสรรพสินค้าที่มีเครื่องอุปโภคบริโภคซึ่งมีให้เห็นอยู่ทุกภูมิภาค ดังนั้นธุรกิจชุมชนขนาดเล็ก ไร้เทคโนโลยีการผลิตทันสมัย ขาดแคลนเงินทุน ระบบการตลาด การโฆษณา การบรรจุหีบห่อ และเป็นสินค้าที่มาจากการแปรรูปพืชผลการเกษตร หรือวัตถุดิบขั้นพื้นฐานไม่มีโอกาสที่จะเข้าไปในช่องทางเข้าถึงผู้บริโภคได้ เมื่อเทียบกับทุนขนาดมหิมา ของบรรษัทข้ามชาติหรือทุนขนาดใหญ่ในประเทศได้ ในขณะเดียวกันที่ชุมชนสามารถผลิตสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาซึ่งสามารถผลิตสินค้าประเภทเดียวกันได้ทั่วประเทศ จะแตกต่างกันที่การปรุงแต่งรสชาติ เทคนิคการผลิต สีสัน ลวดลาย ความเชี่ยวชาญ ศิลปะ และภูมิปัญญาที่เป็นลักษณะ ปลีกย่อยออกไปเท่านั้น สมรรถภาพในการผลิตหรือแปรรูปผลิตภัณฑ์ ในชุมชนไทยส่วนใหญ่แล้วจึงเหมือนกัน หรือคล้ายคลึงกันมาก พัฒนามาจากภูมิปัญญาเดียวกัน จะมีการผลิตผลิตสินค้าพิเศษที่โดดเด่นแตกต่างจากผู้ผลิตอื่นๆ หาได้น้อยมาก ส่วนใหญ่แล้วประชาชนทุกหมู่บ้านสามารถผลิตสินค้าได้คล้ายคลึงกัน รูปแบบเดียวกัน ยิ่งทำให้เกิดการแข่งขันภาพที่ปรากฏให้เห็น คือ การช่วงชิง แย่งชิงกัน เพื่องบประมาณ โอกาสตลาด แข่งขันแปรรูป แข่งขันกันให้ได้รับการคัดเลือกไปตลาด เพื่อสร้างความร่ำรวยให้กับธุรกิจผูกขาดตลาด ทั้งนี้ปรากฏการณ์ที่พบในปัจจุบันภาครัฐพยายามจัดช่องทางการตลาดให้กับสินค้าชุมชนด้วยการจัดงานแสดงสินค้าตามที่มีอยู่ตลอดจน การขายสินค้าไม่ถาวร

บางครั้งก็ทำรายได้ บางครั้งก็ขาดทุนจากค่าโสหุ้ย และเป็นการผูกขาดการขายสินค้าที่สามารถดำรงธุรกิจได้อยู่แล้ว อีกทั้งการจ้างนักธุรกิจมืออาชีพในรูปของบริษัทเป็นผู้มาจัดเตรียมสถานที่ซึ่งก็เป็นกิจการที่ทำกันเป็นล่ำเป็นสันส่วนใหญ่

โดยสรุปลักษณะวิสาหกิจชุมชนของภาคกลางมีลักษณะของระบบธุรกิจการค้าโดยวัตถุดิบ ราคา รูปแบบ สินค้าถูกกำหนดจากภายนอก ทำให้ชุมชนไม่สามารถพึ่งพาตนเองทางการผลิตได้ ดังนั้นการที่จะรื้อฟื้นวิถีชีวิตแต่ดั้งเดิมเพื่อนำมาพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกันพัฒนาภายใต้ฐานข้อมูลและการใช้ข้อมูลอย่างเป็นระบบ

3.2 การจัดการระบบฐานข้อมูลวิสาหกิจชุมชน

การจัดทำระบบฐานข้อมูลชุมชนในจังหวัดปทุมธานีมิใช่เป็นเพียงการจัดทำเพื่อให้มีโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่เป็นฐานข้อมูล เพราะเป็นการทำงานที่ซ้ำซ้อนกับหน่วยงานต่าง ๆที่มีฐานข้อมูลแล้วผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลที่ผ่าน Website แล้วพบว่าเป็นข้อมูลที่ยังไม่ตรงกับความต้องการในการสร้างศักยภาพและองค์ความรู้ของท้องถิ่นโดยตรงนัก อีกทั้งยังพบว่าในจังหวัดปทุมธานีที่อยู่ชานเมือง มีการอพยพเคลื่อนย้ายมาอยู่ในพื้นที่ ทำให้ไม่เห็นวัฒนธรรมรากเหง้า ในขณะที่บริบทชุมชนแต่ดั้งเดิมเป็นดินแดนแห่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตำนาน ผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจที่ควรแก่การจัดเก็บในระบบฐานข้อมูล ในขณะเดียวกันพบว่าขณะนี้มีการจัดเก็บข้อมูลมากมาย ชาวบ้านเบื่อหน่ายที่จะให้ข้อมูลเพราะชาวบ้านมองว่าไม่เห็นจะเกิดประโยชน์อันใดกับชาวบ้าน

ดังนั้นในการดำเนินการนี้จึงใช้ข้อมูลที่บัณฑิตกองทุนจังหวัดปทุมธานีดำเนินการศึกษาเป็นเครื่องมือในการจัดทำฐานข้อมูลและเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างแท้จริงในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้กระบวนการนี้เป็นการอธิบายขั้นตอนการดำเนินการจัดการระบบข้อมูลโดยท้องถิ่น และเพื่อท้องถิ่นเป็นหลัก โดยมีรายละเอียดตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงแผนกิจกรรมการจัดระบบข้อมูล

กิจกรรมการดำเนินงาน	วิธีการดำเนินงาน
1) รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พื้นบ้านชุมชนในจังหวัดปทุมธานี กลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่น แหล่งตลาด	● ศึกษาข้อมูลหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ชุมชน ● ศึกษาข้อมูลประเด็นพื้นที่
2) สำรวจข้อมูลบริบทชุมชน สภาพปัญหา ความต้องการ ข้อเสนอแนะ	เก็บข้อมูลแบบสำรวจเชิงปริมาณโดยบัณฑิตกองทุน
3) การประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์ในจังหวัดและแนวทางการดำเนินการเพื่อพัฒนา	จัดเวทีระดับอำเภอเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ (นำข้อมูลแบบสำรวจเป็นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล)
4) การออกแบบจัดทำฐานข้อมูลถอดบทเรียนการจัดการระบบข้อมูล	● จัดทำโปรแกรมAccess และบันทึกข้อมูล ● ทดลองใช้โปรแกรม

กิจกรรมการดำเนินงาน	วิธีการดำเนินงาน
	● ทดลองเพิ่มเติมและตรวจสอบข้อมูลระดับ อบต.
5) การนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์	● เป็นฐานจัดทำแผนบูรณาการจังหวัด สมัชชาสุขภาพ สมัชชาเด็กและเยาวชน ● จัดทำ Mapping ศักยภาพระดับอำเภอ 7 อำเภอ ● จัดทำเอกสารแผ่นพับของดีอำเภอและผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนการเก็บข้อมูลของบัณฑิตกองทุน

จากการปฏิบัติงานของบัณฑิตกองทุนได้วางแผนการเก็บข้อมูลจากพื้นที่ไว้ดังนี้

ลำดับขั้นตอน " การจัดทำตัวชี้วัดและเครื่องมือในการวิจัยชุมชนจังหวัดปทุมธานี "

↓

บัณฑิตเก็บข้อมูลพื้นฐาน ตาม บร. 2 ,3, 7,9 (ตามความเข้าใจและเป็นจริงของชุมชน)

จัดเวทีระดมความคิดเห็นระดับอำเภอเพื่อยกร่าง ตัวชี้วัด นิยามและแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 18 – 22 มกราคม 2545 (อ. ธัญบุรี – ศักยภาพของธุรกิจในท้องถิ่น สามโคก- ตัวชี้วัดความสำเร็จและความเข้มแข็งของชุมชน ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกองทุน ปัญหาความต้องการของกองทุนฯ คลองหลวง – ปัญหาของท้องถิ่น ลำลูกกา-ทัศนคติต่อกองทุนฯ)

จัดเวทีระดมความคิดเห็นการจัดทำตัวชี้วัดนิยามปฏิบัติการและการตั้งคำถามตามยกร่าง

(วันที่ 24 มกราคม 2545)

แบ่งกลุ่มคละอำเภอเพื่อนำข้อมูลมาจัดทำตัวชี้วัดและเครื่องมือดังนี้

- แบบสอบถาม ใน บร.2 (เรื่องความเข้มแข็งชุมชน)
- แบบสอบถามใน บร.3 (ตัวชี้วัดเรื่องความรู้ทัศนคติกองทุนหมู่บ้าน)
- ตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชน (จาก บร. 9 และการระดมความคิดครั้งที่ 1-2)
- ศักยภาพของธุรกิจในชุมขน

↓

สุ่มตัวอย่างทดสอบเครื่องมือ หาค่าความเชื่อมั่นทางสถิติ (Reliability)
(วันที่ 1 – 15 มีนาคม 2545)

↓

บัณฑิตเก็บข้อมูล(วันที่ 1 – 16 เมษายน 2545)

↓

ประมวลผล จัดหมวดหมู่และสรุปผลระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอและจังหวัด (วันที่ 17 – 10 พฤษภาคม 2545)

↓

บัณฑิตส่งรายงานข้อมูลวิจัยชุมชนระดับตำบล (วันที่ 20 พฤษภาคม 2545)

3.3 ระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากการจัดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของกลุ่มผู้ผลิตจำนวน 25 กลุ่มในการร่วมกันจัดทำระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป ซึ่งพบว่า ในปัจจุบันการบริการข้อมูลที่สะดวกและเข้าถึงผู้คนได้อย่างรวดเร็วและน่าสนใจ คือ บริการข้อมูลผ่านทาง Internet เป็นการเผยแพร่ที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน จึงเป็นสาเหตุประการหนึ่งในการพัฒนาระบบฐานข้อมูลวิสาหกิจชุมชน โดยเลือกพื้นที่เป้าหมายในการนำร่องการจัดทำฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ คือ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีจุดประสงค์หลัก 2 ประการในการจัดทำระบบฐานข้อมูล คือ

1) เป็นระบบที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับชุมชนจังหวัดปทุมธานี
2) เป็นระบบที่ไม่จำเป็นต้องมีผู้ดูแลระบบที่มีความรู้คอมพิวเตอร์มาก คือ สามารถพิมพ์ข้อมูลได้ ก็สามารถดูแลระบบนี้ได้เกือบทุกอย่าง สิ่งที่ผู้ดูแลสามารถจัดการได้ เช่น สามารถเพิ่มข่าว เพิ่มบทความ เพิ่มเว็ปไซต์ เพิ่มผลิตภัณฑ์ หรือ ตอบคำถามต่างๆ

ระบบฐานข้อมูลได้จัดเก็บข้อมูลการประเมินศักยภาพและความพร้อมของชุมชน / สินค้า **จำนวน 701 รายการ** ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อเผยแพร่ข้อมูลให้ผู้สนใจได้ค้นคว้า**ประกอบด้วย 7 ระบบดังนี้**

1) ระบบข่าวชุมชน
2) ระบบบทความ
3) ระบบผลิตภัณฑ์
4) ระบบฐานข้อมูลชุมชน
5) ระบบเว็ปไซต์ที่เกี่ยวข้อง
6) ระบบถามตอบ
7) ระบบรายงานสถิติสรุปข้อมูลจำนวนผู้เข้าใช้ระบบ

คำอธิบายระบบ ซึ่งแต่ละระบบจะประกอบด้วยเนื้อหาสาระ ดังนี้

1) ระบบข่าวชุมชน คือ ระบบที่บอกเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและที่เกิดขึ้นในชุมชนจังหวัดปทุมธานี

แบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

1.1) ข่าวการสัมมนา
1.2) ข่าวการวิจัยแบบมีส่วนร่วม
1.3) ข่าวประชาสัมพันธ์
1.4) ข่าวบริการ

2) ระบบบทความ คือ ระบบที่นำข้อมูลบทความที่เกี่ยวข้องกับชุมชนจังหวัดปทุมธานี มารวบรวมไว้ให้แก่ผู้สนใจ

แบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

2.1) บทความที่เกี่ยวกับเรื่องการศึกษา

2.2) บทความเกี่ยวกับเรื่องการวิจัย

2.3) บทความเกี่ยวกับเรื่องวิสาหกิจชุมชน

3) ระบบผลิตภัณฑ์ คือ ระบบที่นำข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่อยู่ในจังหวัดปทุมธานี มาเผยแพร่ แก่ผู้สนใจโดยระบบจะสามารถใส่รูปภาพของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ แบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

3.1) ผลิตผลทางการเกษตร

3.2) อาหาร

3.3) สารเคมี เครื่องสำอาง

3.4) ของเล่นเกมส์

3.5) อัญมณี เพชรพลอย

3.6) เครื่องหนัง พีวีซี

3.7) ของขวัญตกแต่ง หัตถกรรม

3.8) อุปกรณ์สำนักงานและเครื่องดนตรี

4) ระบบฐานข้อมูล การประเมินศักยภาพความพร้อมของชุมชนและสินค้า คือ ระบบที่นำข้อมูลจากงานวิจัย ที่เป็นแบบสอนถาม นำมาแสดงเป็นเว็ปเพจ โดยข้อมูลจะประกอบไปด้วยข้อมูลที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความพร้อมของชุมชนในการจัดทำผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

แบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

4.1) อำเภอ

4.2) ตำบล

4.3) ประเภทผลิตภัณฑ์

5) ระบบรวบรวมเว็ปที่เกี่ยวข้อง คือ ระบบรวบรวมข้อมูลเว็ปที่มีเรื่องราวเกี่ยวข้องกับชุมชน

แบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

5.1) องค์กรชุมชน

5.2) ผลิตภัณฑ์ในชุมชน

5.3) อื่นๆ เกี่ยวกับชุมชน

6) ระบบถาม – ตอบ คือ ระบบรวบรวมข้อมูลคำถาม คำตอบและรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับเว็ปนี้ที่ผู้ใช้เสนอแนะ โดยมีระบบแสดงข้อมูลคำตอบและคำถาม

7) ระบบแสดงสถิติ คือ ระบบแสดงข้อมูลสถิติ การใช้งานระบบฐานข้อมูลนี้ เพื่อเป็นตัวชี้วัดความสนใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบ

3.4 การนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์

จากกระบวนการจัดการข้อมูล โดยการจัดทำเป็น Website ซึ่งพบว่า การเผยแพร่ข้อมูลโดยผ่านทางเว็ปไซต์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพียงบางกลุ่ม แต่มิได้หมายความว่าท้องถิ่นจะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ จึงต้องมีการจัดทำระบบข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ชุมชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ ในการดำเนินงานได้แบ่งหน้าที่โดยบัณฑิตกองทุนหมู่บ้านให้ทำการศึกษาข้อมูลแต่ละจังหวัด

รวมทั้งการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง การจัดเวทีระดับอำเภอเพื่อตรวจสอบข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำมาทำฐานข้อมูล การจัดทำแผ่นพับ แผนที่ของศักยภาพแต่ละอำเภอและนำมาจัดกิจกรรมโครงการต่างๆ จากฐานข้อมูลเหล่านี้ เช่น ร่วมพลังร้างสุขภาพตามรอยพระยุคลบาท (ระหว่างวันที่ 6-8 พฤศจิกายน 2545) ณ บริเวณหน้าศาลากลางเก่า ซึ่งคณะผู้ทำงานได้ใช้การจัดทำแผ่นพับแนะนำผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การรักษาความสะอาด ผลปรากฏว่ามีผู้เข้าร่วมชมการสาธิตผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา การซื้อขายจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้ผลิตภัณฑ์หลายผลิตภัณฑ์ได้เกิดการเรียนรู้ว่าเมื่อมีการพัฒนายกระดับคุณค่ามาตรฐานและหาเอกลักษณ์เฉพาะสินค้าของตนจะกลายเป็นจุดขาย หลังจากเสร็จงาน ยังมีสื่อมวลชนติดตามไปทำข่าวผลิตภัณฑ์เหล่านี้อย่างต่อเนื่อง

1) ข้อมูลผลิตภัณฑ์จากฐานภูมิปัญญา

จากการจัดทำฐานข้อมูลได้มีการนำฐานข้อมูลมาใช้ประโยชน์ เพื่อการดำเนินการกิจกรรมและคัดเลือกผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาที่ดีได้มากมายทั้งที่เป็นข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลเชิงลึกของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

(1) **วิถีชาวนาปทุมธานี** ข้าวตอซัง (อ.ลาดหลุมแก้ว) ข้าวตัง (ต.บางพูน ข้าวแช่ (อ.สาวโคก) ข้าวซ้อมมือ (อ.สามโคก) น้ำนมข้าวกระยาคู (ศูนย์วิสาหกิจชุมชน) กระยาสารทโบราณ (ต.บางขะแยง)

(2) **นวดแผนไทย** ชมรมหัตศาสตร์แผนไทย (ต.ประชาธิปัตย์) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล นวดแผนไทยวัดจันกระพ้อ (อ.สามโคก) นวดเชลยศักดิ์ (รงพยาบาลปทุมธานี) นวดมูลนิธิคนตาบอด (ต.ระแหง) นวดฝ่าเท้า (โรงพยาบาลลาดหลุมแก้ว) วัดเจดีย์หอย (ต.บ่อเงิน) นวดตำบลบางเดื่อนวดแผนโบราณ ต.ศาลาครุ

(3) **ก๋วยเตี๋ยวเรือ** กำนันเปี๊ยก (ต.บางเดื่อ) ตาเก๊า (ต.บ้านกระแชง) ตาเปีย (ต.บางปรอก) ลุงจาบ (อ.ธัญบุรี)

(4) **เครื่องจักสาน / หัตกรรม** สาธิตผักตบชวา (ต.บางพูน) สาธิตสานผักตบชวา (บึงน้ำรักษ์) สาธิตผ้าบาติก (บึงน้ำรักษ์) ถักโครเชร์ (ต.บางเดื่อ)

(5) **ขนมไทยโบราณ** ขนมชะมด (อ.หนองเสือ) ขนมกระทกรก (อ.เมือง) ขนมตาลโบราณ (ต.บ้านกระแชง) หนุมานคลุกฝุ่น (ต.บางเดื่อ)

(6) **สิ่งประดิษฐ์** โครงงานอนุรักษ์แม่น้ำเจ้าพระยา , โครงงานส่งเสริมสุขภาพอนามัย, รถซักรอก ไฟฟ้า , เรือเก็บขยะลดมลพิษ (รร.ปทุมวิลัย) แผนสิ่งดีดี 7 อำเภอ นิทรรศการจากสาธารณสุขจังหวัดปทุมธานี ด้านโภชนาการ แพทย์แผนไทย

(7) **ออกกำลังกาย** ไท้เก็ก (ม.กลุ่มมหรสพรัตนโกสินทร์) ไท้เก็ก รำพลอง (ผู้สูงอายุ รพ. ปทุม) เต้นแอโรบิค (ผู้สูงอายุบางพูน) กายบริหารแบบฤาษีดัดตน (ชมรมหัตถศาสตร์แผนไทย ต.ประชาธิปัตย์)

2) ผลิตภัณฑ์ของดีจังหวัดปทุมธานี

❍ อำเภอเมือง

ประเภทอาหาร ขนมหนุมานคลุกฝุ่น ก๋วยเตี๋ยวเรือกำนันเป๊ียก (ต.บางเดื่อ) มะม่วงแช่อิ่ม (หลักหก) ข้าวตังหน้าตั้ง ปลาแดดเดียว (บางพูน) ขนมกุ๋ยฉาย (ต.บ้านกลาง) ขนมตาล น้ำตาลสด ก๋วยเตี๋ยวไก่ – หมูตาเก๊า เมี่ยงก๋วยเตี๋ยว (ต. บ้านกระแชง) กระยาสารทน้ำอ้อย (ต.บางขะแยง) ข้าวเกรียบเห็ดนางรม ขนมกระทกรก (ต.บางคูวัด) น้ำพริกสำเร็จรูป) (ต.สวนพริกไทย) กุนเชียง ปลาหวานสามรส แค็ปหมู น้ำสมุนไพร มะม่วงแช่อิ่มปลอดสารพิษ โดนัทแม่อนงค์ (ต.บางปรอก) เมี่ยงมะม่วง (ต.บางกระดี)

ประเภทหัตกรรม-สิ่งประดิษฐ์ ดอกไม้กระดาษสา-ผ้า ดอกบัวโป๊ยเซียน (ต.บางขะแยง) ดอกไม้ใยบัว (ต.บางพูน) หัตกรรมจากผักตบชวา (ต.บางพูน) กระดาษ อิฐบล็อกต้นไม้ (เยาวชนวัดเกาะเกรียง ต.บางคูวัด)

❍ อำเภอหนองเสือ

ประเภทขนมไทยโบราณ ขนมกง ขนมชะมด ต.นพรัตน์ ขนมชั้นดอกอัญชันฝอยทอง ทองหยอด ต.บึงบอก

ประเภทอาหารคาว หวาน และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลไมกวน (ต.บึงฉำอ้อ) ขนมจีน แกงขี้เหล็ก แกงบอน ต.ศาลาครุ ต.หนองสามวัง ขนมจีน แกงขี้เหล็ก แกงบอน ๖.ศาลาครุ ต.หนองสามวัง ปลาเผา ต. หนองสามวังน้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร ต.ศาลาครุ กลุ่มบัณฑิตกองทุน

ประเภทสิ่งประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ ต.บึงบอน ตุ๊กตาใยบัว ต.บึงบา

ประเภทชมรมน่าสนใจ นก (ผู้สูงอายุ เยาวชน) ต.ศาลาครุ ไก่ชนไก่พื้นบ้าน ต.ศาลาครุ ต.นพรัตน์

❍ อำเภอลำลูกกา

ประเภทอาหาร ปลาดุกแดดเดียว ต.บึงคำพร้อย กล้วยอบแผนม้วน ต.พืชอุดม พริกแกงสมุนไพร ต.คูคต กับข้าวไทยกลุ่มสตรีลาดสวาย น้ำลูกยอ น้ำนมข้าว (ศูนย์วิสาหกิจชุมชน) หมูทุบ ต.ลำลูกกา กลุ่มแม่บ้านชุมชน ทอส. 9 (ขนมไทย) กลุ่มแม่บ้านเย็นฉ่ำ (อาหาร) กลุ่มแม่บ้านเดชเจริญ (เครื่องดื่ม + อาหาร) กลุ่มบ้านประปาคูคต (ผักปลอดสารพิษ) กลุ่มแม่บ้านฟ้าคราม (อาหารขนมจีนน้ำยา + น้ำพริก) กลุ่มแม่บ้านสมุนไพรไทย (น้ำสมุนไพร) กลุ่มสตรีสหกรณ์ประสิทธิ์กลุ่มแม่บ้านซอยวิเชียร กลุ่มไส้กรอกอีสาน กลุ่มเห็ดฟาง กลุ่มกุ๋ยช่าย กลุ่มขนมไทย (ต.บึงคอไห) กลุ่มรังนก กลุ่มปลาแดดเดียว (บึงทองหลาง) กลุ่มหมูทุบ

ประเภทสิ่งประดิษฐ์ ผ้าบาติก เสื้อถัก ต.ลาดสวาย ตุ๊กตาเปลือกข้าวโพด ต.คูคต จักสานผักตบชวา ต.บึกคอไหเทียนหอม (ต.บึงยี่โถ) ปุ๋ยชีวภาพ ยากันยุงตะไคร้หอม (โรงเรียนเลิศพินิช) กลุ่มแม่บ้านผ้าไหมไทย สหกรณ์หมู่ 18 กลุ่มไม้ประดับ กลุ่มเปเปอร์มาเช่ กลุ่มหัตถกรรมหวาย

อำเภอธัญบุรี

ประเภทอาหาร ก๋วยเตี๋ยวเรือ ลุงจาบ + หมูสเต๊ะ ขนมถ้วยคลองสอง ข้าวแกงสมร (ต.บึงยีโถ) ข้าวมันไก่ตอนสูตรโบราณ ขนมจีบซาลาเปาสูตรดั้งเดิม ส้มรังสิต น้ำส้มคั้นสดๆ น้ำสมุนไพร กุ๋ยช่ายรังสิต (ประชาธิปัตย์) แหนมสมุนไพร (บึงน้ำรักษ์) ปลาบูดูทรงเครื่อง (ต.บึงน้ำรักษ์) ขนมเปี๊ยะ และพายสับปะรด

ประเภทสิ่งประดิษฐ์และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ กระเป๋าเศษหนัง (ลำผักกูด) ผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา (บึงน้ำรักษ์) งานผ้าบาติก (บึงน้ำรักษ์) สาธิตการบริหารบำบัดอาการ (ชมรมหัตถศาสตร์นวดแผนไทย)

ประเภทเกษตรกรรม ไก่ชน (ต.ประชาธิปัตย์) โมกต่อยอด

❍ อำเภอลาดหลุมแก้ว

ประเภทอาหาร แกงป่า (ต.หน้าไม้) ปลาแดดเดียว (ต.หน้าไม้) ส้มตำ (ต.หน้าไม้) น้ำพริกแกง (ต.คูขวาง) ขนมทองหยิบ ข้าวต้มขาว ทองหยอด ฝอยทอง ถั่วแปลบ เม็ดขนุน (ต.หน้าไม้) ข้าวเกรียบสมุนไพร ฝรั่งหยี ขนุนกวน (ต.หน้าไม้) ขนมปังอบกรอบ (ต.คูขวาง) ผลไม้ตามฤดูกาล (ต.คูบางหลวง ต.หน้าไม้) ไข่เป็ด (ต.คูบางหลวง) กาละแม (ต.หน้าไม้)

ประเภทหัตถกรรม-สิ่งประดิษฐ์ โอ่งพาฝัน (ต.คลองพระอุดม) จักสานพลาสติก (ต.คูบางหลวง) เปเปอร์มาเช่ (ต.หน้าไม้) กรอบรูปกระดาษสา (คูขวาง) การ์ดอวยพรจากกระดาษสา (หน้าไม้)

ประเภทสมุนไพร สมุนไพร+นวดแผนโบราณ (วัดเจดีย์หอย) นวดแผนโบราณ+สมุนไพร (ลูกประคบ) (โรงพยาบาลลาดหลุมแก้ว)

❍ อำเภอสามโคก

ประเภทอาหาร ข้าวซ้อมมือ ถั่วกรอบแก้ว หมูฝอยกาญจนา (ต.บางโพธิ์เหนือ) อาหารมอญ (กลุ่มสตรี ต. บางเตย) ขนมไทยหลากหลาย (ต.กระแชง) ขนมปังกรอบหน้ากุ้งสับปะรด (ต.เชียงรากน้อย) ขนมไทย (วัดสะแก ต.สามโคก) หมูสวรรค์ เนื้อสวรรค์ (ต.บ้านงิ้ว) กาละแม กระยาสารท ไข่เค็ม (ต.คลองควาย) ไข่เค็ม ต.เชียงรากใหญ่)

ประเภทหัตถกรรม+สิ่งประดิษฐ์ เครื่องปั้นดินเผา

❍ อำเภอคลองหลวง

ประเภทอาหาร ห่อหมกปลาสมุนไพร (ต.คลองสอง) เมี่ยงสมุนไพร (ต.คลองสอง) น้ำพริกรวม 14 ชนิด (ต.คลองสอง) ขนมขบเคี้ยว ถั่วอนามัย (ต.คลองสอง) ไส้กรอกสมุนไพร (ต.คลองสอง) แปรรูปจากเนื้อสัตว์ (ต.คลองสอง) ขนมลูกชุบไทย

ประเภทสิ่งประดิษฐ์ ดอกไม้ประดิษฐ์ทำจากดอกไม้ยางพารา (ต.คลองสี่) ตุ๊กตาไทยพื้นเมือง 4 ภาค (ต.คลองสาม)

เครื่องดื่ม ไวท์ผลไม้ (ต.คลองสอง) น้ำลูกยอ (ต.คลองสอง) ไวท์น้ำขาว – ข้าวเหนียว (ต.คลองสอง)

อนุรักษ์ธรรมชาติ ก้อนมหัศจรรย์ - ปุ๋ยดินลดมลพิษ (คลองสาม) สมุนไพรขัดผิว

3.5 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาข้อมูลวิสาหกิจชุมชนในกรณีพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ซึ่งได้นำข้อมูลวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่มาพัฒนาเป็นระบบฐานข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวผ่านทางเว็ปไซต์และจัดทำเป็นเอกสารแผ่นพับในการเผยแพร่ พบว่า ระบบฐานข้อมูลวิสากิจชุมชน ระบบข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนมีการจัดทำเผยแพร่ในเว็บไซต์ต่าง ๆ จำนวนมาก ทั้งที่เป็นเว็บไซต์ของหน่วยงาภาครัฐและภาคเอกชน โดยสาระสำคัญของแต่ละเว็บไซต์จะมีทั้งที่แตกต่างและเหมือนกัน แต่มิได้มีการใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพมากนัก ซึ่งควรมีแนวทางการพัฒนาระบบฐานข้อมูลวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

1) การกระตุ้นให้ชุมชนเห็นความสำคัญและการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูล เพื่อให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของข้อมูลและสามารถนำข้อมูลในชุมชนและนอกชุมชนมาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนและจัดทำแผนพัฒนาของชุมชนที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนภายใต้พื้นฐานข้อมูลที่เป็นจริงของชุมชน

2) การพัฒนาฐานข้อมูลที่ต้องมีความต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน เนื่องจากสภาพการณ์ภายในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อาจจะมีกลุ่มวิสาหกิจเพิ่มขึ้นหรือลดลง มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งระบบฐานข้อมูลและเว็ปไซต์จะมีความน่าสนใจก็ต่อเมื่อข้อมูลดังกล่าวมีการเคลื่อนไหวตลอดเวลาและเป็นปัจจุบัน เป็นการดึงดูดทั้งผู้ให้ข้อมูลและผู้บริโภคข้อมูลเกิดความสนใจที่จะใช้ประโยชน์

3) การเชื่อมโยงบูรณาการฐานข้อมูลของหน่วยงานรัฐและหน่วยงานภาคเอกชน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อชุมชน หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนในการสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจในชุมชน

บทที่ 4
ระบบการจัดการด้านการตลาด

เมื่อกล่าวถึงปัญหาการไม่มีตลาดรองรับสินค้าชุมชน มักจะหมายถึงการไม่สามารถขายสินค้าได้และนำไปสู่การขาดรายได้ก่อให้เกิดปัญหาอื่นๆ ตามมา ซึ่งโดยสภาพความเป็นจริงต้นเหตุของปัญหาด้านการตลาด เกิดจากสาเหตุที่หลากหลายด้วยกัน ทั้งจากชุมชนเอง จากสินค้าที่มีการแข่งขันระหว่างกัน จากการขาดพันธมิตร ซึ่งบางประเด็นเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ปัญหาระดับนโยบาย ดังนั้นการศึกษารูปแบบระบบการจัดการตลาดที่เหมาะสมกับชุมชนจึงจำเป็นที่ต้องใช้วิธีการวิจัยที่หลากหลายและอาจจะไม่ใช่กระบวนการที่เป็นขั้นตอน เพราะความสลับซับซ้อนของระบบตลาดและการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนการเกิดการเรียนรู้ที่จะแก้ปัญหาของเจ้าของผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่เป็นพลวัตร

4.1 การก่อเกิดของสินค้าชุมชน

จากการศึกษาการก่อเกิดของสินค้าชุมชน พบว่า สินค้าชุมชนส่วนใหญ่มักมีพัฒนาการกระบวนการก่อเกิดที่คล้ายคลึงกัน คือ

1) เริ่มจากการรวมตัวของคนที่อยู่ในพื้นที่จัดตั้งเป็นกลุ่ม โดยลักษณะการตั้งชื่อกลุ่มจะตั้งตามชื่อพื้นที่ เช่น ชุมชนหมู่บ้านปากมาบ จ.สมุทรสงคราม เป็นต้น

2) สาเหตุที่ก่อให้เกิดการจัดตั้งกลุ่ม พบว่า เกิดจากปัญหาเศรษฐกิจของคนในชุมชนเป็นสำคัญ กล่าวคือ คนในชุมชนมีรายได้ไม่พอเพียง จึงต้องการรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมร่วมกันในการเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัว ซึ่งบางชุมชนมีความต้องการและสามารถเกิดกิจกรรมที่ชัดเจนว่าต้องการทำอะไร แต่บางชุมชนยังไม่มีความชัดเจนในการทำกิจกรรม จึงได้มีการขอคำแนะนำจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น เกษตรตำบล/อำเภอ/จังหวัด กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมพัฒนาชุมชน และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น ทำให้เกิดแนวทางเรื่องอาชีพที่ดำเนินการร่วมกัน โดยบุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐมักแนะนำให้ผลิตสินค้าต่างๆ ตามที่ตนเองมีความถนัด หรือมีความรู้ความสามารถในเรื่องนั้นๆ หรือมีความต้องการที่จะดำเนินการ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐจะให้การสนับสนุนความรู้ในเชิงวิชาการ วัสดุอุปกรณ์ และงบประมาณในการดำเนินงาน ตลอดจนการเชิญวิทยากรมาให้การอบรมวิธีการหรือกระบวนการผลิตสินค้านั้นๆ จนคนในชุมชนมีความสามารถที่จะผลิตหรือดำเนินการได้

3) การเริ่มต้นทำกิจกรรมของกลุ่ม บางกลุ่มเริ่มจากการระดมความคิดเห็นร่วมกันภายในกลุ่มนำไปสู่การทำกิจกรรมตามความต้องการและศักยภาพของสมาชิกในกลุ่ม บางกลุ่มเริ่มต้นจากปัจเจก คือ เริ่มจากบุคคลคนเดียวที่มีความสามารถ มีกิจการของตนอยู่แล้วและต้องการขยายกิจการ โดยใช้แนวร่วมจากชุมชนในการขยายกิจการเพิ่มมากขึ้นนำไปสู่กิจการของกลุ่ม เช่น กลุ่มชุมชนบ้านขะแยง จ.ปทุมธานี ซึ่งผลิตกระยาสารทขาย เริ่มจากการเป็นผู้ประกอบการคนเดียวในการผลิตขาย ต่อมาเมื่อกิจการขยายตัว ความต้องการวัตถุดิบในการผลิตมีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะ

น้ำอ้อย ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการผลิตกระยาสารท จึงได้มีการส่งเสริมให้คนในชุมชนปลูกอ้อยและร่วมในกระบวนการผลิตกระยาสารท กลายเป็นกิจการที่ทำร่วมกันในชุมชน

4.2 การวิเคราะห์ปัญหาการตลาด 4Ps

❍ Products สินค้า

สินค้าชุมชนโดยทั่วไป สามารรถจำแนกเป็นสินค้า 2 ประเภทหลัก ได้แก่ สินค้าประเภทแปรรูปอาหาร และสินค้าประเภทหัตถกรรม ซึ่งส่วนใหญ่สินค้าชุมชนมักมีปัญหาเรื่องคุณภาพ เช่น กรณีกลุ่มน้ำลูกยอ มียอดจำหน่ายที่ค่อนข้างดี แต่ผู้บริโภคมักถามถึงการรับรองมาตรฐานสินค้าจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย.) เพื่อสร้างความมั่นใจว่าสินค้าที่บริโภคนั้นปลอดภัย ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการผลิตของน้ำลูกยอเป็นการหมัก ซึ่งกระบวนการของ อ.ย. ยังไม่มีการรับรองสินค้าที่เกิดจากกระบวนการหมัก จึงทำให้สินค้ามีปัญหาในการจัดจำหน่าย

อย่างไรก็ตามเนื่องจากกลุ่มน้ำลูกยอเกิดจากการตั้งกลุ่มของผู้ประกอบการที่เป็นนักศึกษาจากสถาบันราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ที่เป็นผู้นำท้องถิ่น ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งของหลักสูตรการศึกษา ดังนั้นจึงได้นำตราของสถาบันการศึกษาเป็นส่วนประกอบโล้โก้ตัวสินค้า ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อและเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพ

❍ Price การกำหนดราคา

ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการในกลุ่มชุมชนขาดความรู้ในเรื่องระบบบัญชี หลักการคิดต้นทุนต่อหน่วย ดังนั้นการกำหนดราคาจึงมักคำนวณง่ายๆ โดยใช้องค์ประกอบของต้นทุนการผลิตเป็นหลัก ซึ่งบางครั้งเป็นราคาต่อหน่วยค่อนข้างสูง เนื่องจากมีการผลิตจำนวนน้อย และบางครั้งราคาที่กำหนดอาจต่ำเกินไป ทำให้ราคาที่กำหนดไม่เป็นมาตรฐาน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในตัวสินค้า อย่างไรก็ตามบางครั้งการตั้งราคาสูง เมื่อมีการจำหน่ายและมีการเปรียบเทียบราคากับสินค้าประเภทเดียวกัน โดยกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีรูปแบบ Packaging ที่สวยงามกว่า ทำให้ผู้บริโภคมีปัญหาในการตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนั้นการกำหนดราคา ในกรณีสินค้าชุมชนจึงเป็นปัญหาที่มีความซับซ้อนขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในและปัจจัยนอกที่ต้องมีการนำมาพิจารณา

ทั้งนี้ การใช้จุดเด่นของสินค้า โดยการฉายภาพภูมิปัญญาชาวบ้านอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน อาจเป็นจุดขายในการส่งเสริมการขายได้มากกว่า เช่น กรณีกลุ่มน้ำนมข้าว ราคาของน้ำนมข้าวต่อขวด เมื่อเทียบกับ V-Fit หรือ Lady Srin ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มที่ใกล้เคียงกัน พบว่าราคาน้ำนมข้าวของกลุ่มน้ำนมข้าวมีราคาที่ใกล้เคียงกัน แต่ในการออกร้านจำหน่ายสินค้า ซึ่งทางกลุ่มได้แสดงให้เห็นว่า น้ำนมข้าวคือภูมิปัญญาไทย เป็นอาหารที่มีคุณค่าแก่ร่างกาย และมีการอธิบายกระบวนการเก็บเกี่ยวข้าว ตลอดจนกระบวนการการผลิต ทำให้ผู้บริโภคนิยมซื้อ เพราะคำว่าน้ำนมข้าวกระยาคู (เครื่องดื่มของพระพุทธเจ้า) เป็นแรงจูงใจให้กับผู้บริโภค ดังนั้นราคาจึงมิใช่ประเด็นสำคัญ เพราะต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าชุมชนค่อนข้างสูงอยู่แล้ว ซึ่งการตั้งราคาต่ำจึงทำไม่ได้ และหากขายได้กำไรน้อย กลุ่มไม่สามารถดำรงอยู่ได้ในระยะยาว ดังนั้นการหาจุดเด่นของสินค้าเพื่อเป็นขุดขายในการผลักดันสินค้า จึงเป็นแนวทางสำคัญของสินค้าชุมชน

❍ Promotion การประชาสัมพันธ์

จากการที่รัฐบาลสามารถสร้างความนิยมในสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และสินค้าชุมชนได้ นับเป็นโอกาสที่ดี ทำให้สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และสินค้าชุมชนเป็นที่สนใจของคนทั่วไป โดยสื่อมวลชนมีการนำสินค้ากลุ่มเด่น ๆ ออกมาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งหากกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กลุ่มไหนมีความสามารถเป็นพิเศษสามารถติดต่อสื่อมวลชนได้ มีการประชาสัมพันธ์ โอกาสที่จะก่อให้เกิดการขายได้ง่ายขึ้น

ดังนั้น การประชาสัมพันธ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือสินค้าชุมชน จึงไม่มีปัญหาเรื่องการประชาสัมพันธ์ตนเองให้ผู้บริโภคได้รู้จัก เพียงแต่กลุ่มชุมชนที่เป็นเจ้าของสินค้านั้นจะต้องมีความกระตือรือร้น

❍ Place แหล่งแสดงสินค้า แหล่งจำหน่วยสินค้า

ปัจจุบันแหล่งแสดงสินค้าและแหล่งกระจายสินค้าที่ดีที่สุด คือ ร้านค้าขนาดย่อม ห้างสรรพสินค้า ห้างขายสินค้าขนาดใหญ่ ในส่วนของร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง ร้านตามปั๊มน้ำมัน ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ล้วนมีระบบเดียวกันคือ ต้องมีระบบการจ่ายเงินแบบบัตรเครดิตและในบางห้างอาจมีเงื่อนไขว่าต้องส่งให้ครบทุกสาขา ต้องจัดส่งเอง เป็นต้น ซึ่งทำให้มีต้นทุนที่สูงมาก บ่อยครั้งที่กลุ่มสินค้าชุมชนไม่มีทุน ดังนั้นปัญหาแหล่งขายสินค้าจึงเป็นปัญหาที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม มีหน่วยงานภาครัฐ เช่น สถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีงบประมาณและนโยบายที่พร้อมให้การสนับสนุนสถานที่แสดงสินค้าชุมชน

นอกจากนี้ยังมีแหล่งแสดงสินค้าอีกแหล่งที่มักได้ผลทั้งการขายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ คือ Internet ซึ่งเป็นแหล่งประชาสัมพันธ์ที่มีต้นทุนต่ำมาก แต่การแสดงสินค้าบน Internet มักต้องใช้กระบวนการจากบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ดังนั้นหากมีการบริหารจัดการแนวใหม่ เช่น Supply Chain Management ซึ่งจะกล่าวถึงในบทต่อไปมาเป็นตัวขับเคลื่อนจะทำให้แก้ปัญหา เพื่อให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์หรือไม่

จากการวิเคราะห์ใน 4Ps เบื้องต้นพบว่า ในความเป็นจริงแล้ว สินค้าชุมชนมีปัญหาในบางประเด็นมากบ้างน้อยบ้าง แต่โดยภาพรวมมีปัญหาเงินทุนเป็นหลักมากกว่าปัญหาการตลาด เนื่องจากเงินทุนเป็นตัวเริ่มต้นของระบบทั้งหมดที่จะขับเคลื่อนไปสู่จุดอื่นๆ

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการกระจายเงินทุน เช่น ธนาคารเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) เป็นต้น และสิ่งที่รัฐบาลกำลังพยายามผลักดันต่อ คือ แนวความคิดเรื่องการบริหารหารจัดการแบบสมัยใหม่ ส่วนระบบและทิศทางการจัดการในบางระดับ รัฐจำเป็นต้องเข้ามาเป็นตัวเชื่อมประสานเพื่อให้เกิดสภาพคล่อง ในการนี้จากการศึกษาสภาพที่เป็นจริงและได้ร่วมวิเคราะห์และหาแนวทางการแก้ไขในชั้นต้นกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ 10 กลุ่ม ดังรายละเอียดตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ 4Ps ผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์	วิเคราะห์ 4Ps				การแก้ไขปัญหาของกลุ่ม
	Production **ด้วนผลิตภัณฑ์**	**Price** **ราคา**	**Place** **การจัดจำหน่าย**	**Promotion** **ส่งเสริมการตลาด**	
1. กระยาสารท	- ทำจากธัญพืช - สูตรที่ 1 สูตรดั้งเดิม - สูตร 2 (หวานน้อย) - เดิมเก็บไว้นานแล้วแข็ง (ปัจจุบันปรับปรุงแล้ว)	- ราคาตลาด - ราคาขายส่ง - ขายปลีก	- ขายตามเทศกาล - ฝากขายร้านของชำ - ออกงานแสดงสินค้า - การสั่งซื้อของลูกค้า	- จัดทำแผ่นพับ - จัดทำเมนูแสดงสินค้า - การให้ลูกค้าชิมฟรี	- เปลี่ยนรูปร่างต่างๆ เช่น รูปหัวใจ ดาว ดอกไม้ - ปรับปรุงรสชาติ หวานลดน้อยลงสำหรับผู้บริโภค - กำลังดำเนินการขอ อย. เพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับและขยายตลาด (ห้างสรรพสินค้า / ส่งออก)
2. น้ำนมข้าว	- เป็นที่นิยม - เก็บที่อุณหภูมิต่ำ - เก็บได้ 3-4 วัน - นำออกขายในรูปแบบสินค้าสด	- ราคาตลาด - ขายส่ง - ขายปลีก	- ออกงานแสดงสินค้า - การสั่งซื้อของลูกค้า - จัดทำร้านจำหน่ายสินค้า	- จัดทำแผ่นพับ - จัดทำเมนูแสดงสินค้า - การให้ลูกค้าชิมฟรี	- ปรับเปลี่ยนเป็นเยลลี่น้ำนมข้าวแทน - เปลี่ยนรูปแบบการขายเป็นแบบขายสดหน้าร้าน คือ ขายน้ำนมข้าวแบบร้อน เพื่อลดปัญหาเรื่องของการบรรจุขวดและการขอ อย. - ขายน้ำนมข้าวแบบดิบ
3. น้ำลูกยอ	- รสชาติเป็นที่ต้องการ - เน้นเพื่อสุขภาพ - รูปแบบบรรจุภัณฑ์สวยงาม - ผลิตภัณฑ์หลากหลาย	- ราคาถูกกว่าตลาด - ขายส่ง - ขายปลีก	- เช่าพื้นที่ห้างจำหน่าย - ออกงานแสดงสินค้า - การสั่งซื้อของลูกค้า - จัดทำร้านจำหน่ายสินค้า	- แผ่นพับ - เมนูแสดงสินค้า - การให้ลูกค้าชิมฟรี - บริการส่งถึงบ้าน	- ขายสด ทำเป็นแบบผสมน้ำผลไม้แทนที่จะขายแบบเดิม เนื่องจากน้ำลูกยอเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทางสาธารณสุขควบคุมและยังไม่การให้ขอ อย.
4. สับปะรด	- ได้รับ อย.แล้ว - วัตถุดิบจัดซื้อสำเร็จรูป สามารถเก็บไว้ได้นาน	- ราคาตลาด - ขายส่ง - ขายปลีก	- ฝากขายร้านของชำ - ออกงานแสดงสินค้า - การสั่งซื้อของลูกค้า - ขาย ณ สถานที่ผลิต	- แผ่นพับ - เมนูแสดงสินค้า - การให้ลูกค้าชิมฟรี	- กลุ่มแม่บ้านพอใจที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่และไม่จัดส่งให้กับพ่อค้าคนกลางเพื่อลดปัญหาการคืนตัวของสับปะรด
5. กระเป๋าใบลาน	- วัตถุดิบมีในท้องถิ่น	- ราคาตลาด	- ออกงานแสดงสินค้า	- จัดทำแผ่นพับ	- มีการรวมกลุ่ม วางแผนเตรียมผลิตวัตถุดิบในอนาคต

ผลิตภัณฑ์	วิเคราะห์ 4Ps				การแก้ไขปัญหาของกลุ่ม
	Production **ด้วนผลิตภัณฑ์**	**Price** **ราคา**	**Place** **การจัดจำหน่าย**	**Promotion** **ส่งเสริมการตลาด**	
	- มีผู้ผลิตจำนวนมาก - รูปแบบหลากหลาย	- ขายส่ง - ขายปลีก	- การสั่งซื้อของลูกค้า - ขาย ณ สถานที่ผลิต		- มีการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆอยู่เสมอ - มีการแบ่งงานกันทำระหว่างกลุ่มแม่บ้าน
6. เครือข่ายข้าว	- ข้าวเป็นข้าวผสม	- ถูกกว่าตลาด - ขายส่ง - ขายปลีก	- ขายตามการสั่งซื้อของลูกค้า - ขาย ณ สถานที่ผลิต	- จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์	- เกิดกระบวนการกลุ่มนิติบุคคลและสหกรณ์ - ติดฉลากบอกส่วนผสม - ร่วมหาเงินทุนการจัดซื้อข้าว - ร่วมด้วยช่วยกันช่วยคิดราคาข้าวในราคาถูก
7. ผักตบชวา	- สินค้ามีรูปแบบหลากหลาย ปราณีต สวยงาม - ผลิตไม่ทันความต้องการ	- ราคาขายส่ง - ขายปลีก	- งานแสดงสินค้า - การสั่งซื้อของลูกค้า	- แผ่นพับแนะนำสินค้า - ออกร้านจำหน่าย	- ผู้ผลิตพอใจผลิตภัณฑ์ที่ตนเองเป็นเจ้าของ - ผลิตภัณฑ์ถูกลอกเลียนแบบ - มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
8. ดอกไม้อยุธยา	- เหมือนดอกไม้จริง - มีหลากหลายรูปแบบ	- ราคาตลาด - ขายส่ง - ขายปลีก	- การสั่งซื้อของลูกค้า - ขาย ณ สถานที่ผลิต - พ่อค้าคนกลาง	- จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์	- ไม่มีการรวมกันเพื่อต่อรองพ่อค้าคนกลาง - สร้างพันธะมิตรร่วมทางการผลิต - พัฒนาผลิตภัณฑ์หารูปแบบใหม่ๆ
9. ดอกไม้ยางพารา	- มีหลากหลายรูปแบบ	- ราคาตลาด - ราคาขายส่ง - ขายปลีก	- ออกงานแสดงสินค้า - การสั่งซื้อของลูกค้า - ขาย ณ สถานที่ผลิต	- จัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ - จัดทำเมนูแสดงสินค้า - มีการแนะนำสินค้า	- ปรึกษากับ พช. ช่วยเหลือในเรื่องคลาด - เปลี่ยนรูปแบบการผลิตเป็นดอกไม้ในเรซิล - ทำการรวมตัวกัน มีการต่อรองกับพ่อค้า - ปรึกษาทางเทศบาลจัดหางบในการจัดซื้อวัตถุดิบราคาถูก
10. ปลาหยอง	- วัตถุดิบมีมากในพื้นที่ - ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ - บรรจุภัณฑ์หลากหลาย	- ราคาตลาด - ราคาขายส่ง - ขายปลีก	- งานแสดงสินค้า - การสั่งซื้อของลูกค้า - ขาย ณ สถานที่ผลิต	- จัดทำแผ่นพับ - จัดทำเมนูแสดงสินค้า - การให้ลูกค้าชิมฟรี	- การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม - การพัฒนาผลิตภัณฑ์

4.3 กระบวนการพัฒนาชุมชนกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

หลายคนมักกล่าวว่า ความสำเร็จสูงสุดของการพัฒนาสินค้าชุมชน คือ การพัฒนาดังกล่าวนำมาซึ่งความสุขของคนในชุมชนนั้นอย่างแท้จริง ซึ่งโดยรวมการพัฒนาชุมชนมักเกิดจากปัญหาของเศรษฐกิจภายในชุมชน ทำให้คนของชุมชนมีความต้องการที่จะมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ประสงค์จะมีอาชีพเสริมนอกเหนือจากอาชีพหลักในครอบครัว จึงรวมกันเป็นกลุ่มสร้างอาชีพ โดยเริ่มจากการผลิตสินค้า บางกลุ่มที่ก่อตั้งขึ้นประสบความสำเร็จ มีการผลิตสินค้าใช้แรงงานของคนในชุมชน มีรายได้กลับคืนสู่คนในชุมชน มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น กลุ่มเติบโตทางเศรษฐกิจและขยายตัวมากขึ้น ขณะที่บางกลุ่มที่ก่อตั้งขึ้นมาค่อยๆ ลดขนาดจำนวนสมาชิกลงเมื่อเวลาผ่านมา โดยบางกลุ่มในที่สุดแม้ว่าธุรกิจยังคงดำเนินต่อไปได้แต่กลุ่มแตกเหลือผู้ประกอบการเพียงรายเดียว บางกลุ่มให้ข้อมูลว่าการที่สินค้าผลิตได้มาก ขายได้มาก อาจไม่ใช่การเติบโตและเป็นจุดสูงสุดของชุมชนเพราะการเติบโตนั้นอาจมีผู้ได้รับประโยชน์เพียงบางกลุ่ม

การพัฒนาสู่การท่องเที่ยวของชุมชนนับเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งในการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เพื่อเป็นการดึงความเจริญเข้าสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน คนภายในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น จากการที่คนภายนอกท้องถิ่นได้มีโอกาสเข้ามาเที่ยวในชุมชน โดยคนในชุมชนสร้างสถานที่ของตนเองให้สวยงาม น่าท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการปรับสภาพของชุมชนและสร้างความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนด้วยนับเป็นการเติบโตที่ยั่งยืน เพราะการปรับสภาพดังกล่าวของชุมชนไม่เป็นเพียงแต่การสร้างทรัพย์สินถาวรที่ปรับสภาพของสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชน แต่ยังเป็นการสร้างชื่อเสียงที่จะเป็นมรดกที่ต่อเนื่องที่ยิ่งใหญ่กว่าตัวสินค้า เพราะการสร้างสินค้า เมื่อสินค้านั้นเป็นที่นิยมของตลาดอาจถูกลอกเลียนแบบได้ แต่การสร้างตำนานของการท่องเที่ยว ***คือการสร้างจุดขายทางภูมิศาสตร์*** ณ ตำแหน่งที่ตั้ง การลอกเลียนแบบจึงทำได้ยาก

ผู้นำชุมชนมีความเห็นร่วมกันว่าความสำเร็จเหนืออื่นใดของการสร้างกลุ่มชุมชน คือการสร้างจิตสำนึกของคนในกลุ่มให้เกิดความรักในท้องถิ่นของตน สินค้าจะขายได้มากหรือน้อย ขอเพียงให้อยู่รอดได้ ไม่ขาดทุน เกิดจิตสำนึกร่วมกันสร้าง จนเกิดความรักพวกพ้อง รักชุมชน เลี้ยงตัวเองได้ น่าจะมีคุณค่ามากกว่าสินค้าที่ผลิตนั้นขายได้มากมายแต่ชุมชนไม่ยั่งยืน อย่างเช่นกรณีการที่สอนให้ชุมชนให้ผลิตสินค้าที่ทำจากต้นไม้ในท้องถิ่น ให้ชุมชนรู้จักกระบวนการผลิต จนผลิตได้ ขายได้ สินค้านั้นมีชื่อเสียง แต่กระบวนการผลิตไม่สามารถทำให้คนในชุมชนรู้จักปลูกต้นไม้ขึ้นทดแทน ต้นไม้ที่เป็นวัตถุดิบ เมื่อได้ตัดไปใช้แล้วมีแต่นำไปใช้ ดังนั้นไม่อาจเรียกได้ว่าชุมชนนั้นประสบความสำเร็จ เพราะไม่ได้มีการสอนให้ชุมชนรู้จักการพึ่งตนเอง รู้จักสร้างสิ่งทดแทนให้ตนเองในระยะยาว ต้องพึ่งพิงธรรมชาติตลอดเวลา ไม่เกิดความรักในท้องถิ่น ขายได้มาก ตลาดดียิ่งทำลายสภาพแวดล้อมท้องถิ่น กลับไม่ใช่เรื่องที่ว่าการตลาดประสบความสำเร็จ คือความสำเร็จของชุมชน บางมุมมองอาจจะเป็นการทำลายความสำเร็จของชุมชนเสียด้วยซ้ำ ถ้าการดำเนินกิจกรรม (การผลิต) เพื่อก่อให้เกิดการตลาดนั้นจะทำไปด้วยการขาดจิตสำนึกของความรักในชุมชนที่ยั่งยืน

เมื่อเป็นดังนี้จึงอาจกล่าวได้ว่า แม้ว่าการตลาดจะมีความสำคัญ แต่หาใช่ปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดในการนำพาความสำเร็จสู่ชุมชน แต่อย่างไรก็ตามหากชุมชนใดสามารถดำเนินการผลิตสินค้าที่ดีได้

สร้างฐานการตลาดที่ประสบความสำเร็จนำความสำเร็จนั้นสู่ความเติบโตของชุมชนที่ยั่งยืน คนในชุมชนที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่มีความสุขกับความเจริญเติบโตเช่นนั้น ต้องนับว่าการตลาดคือก้าวที่สำคัญ ส่วนจะทำอย่างไรให้การตลาดประสบความสำเร็จ ก็ต้องนับว่ามีปัจจัยมากมายที่เป็นองค์ประกอบของสินค้า เวลาของการดำเนินโครงการ ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้การตลาดจะประสบความสำเร็จหรือไม่

ความสำเร็จของสินค้าชุมชนมีการตลาดมาเกี่ยวข้องเป็นบางส่วน การเจริญเติบโตที่ยั่งยืนของชุมชน คือ การสร้างฐานการตลาดที่ง่ายที่สุดของสินค้าชุมชนและเมื่อชุมชนเข้มแข็งแล้ว นั่นคือจะมีกำลังการซื้อในชุมชนและเป็นแหล่งสร้างชื่อเสียง นับเป็นทรัพย์สินทางการตลาดที่สำคัญของชุมชน

4.4 การเพิ่มศักยภาพทางการตลาดให้กับสินค้าชุมชน

ความสำคัญประการหนึ่งของสินค้าชุมชนที่สำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ คือ เป็นสินค้าที่มีคนในชุมชนรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นผู้ประกอบการหรือเจ้าของ ส่งผลประโยชน์กลับคืนสู่ชุมชนรากหญ้า ดังนั้นการวิเคราะห์ผลประโยชน์ที่สังคมจะได้รับจากการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดให้กับสินค้าชุมชน จึงมิใช่การพิจารณาถึงผลตอบแทนในเชิงรายได้ที่เป็นมูลค่าทางการเงินเพียงประการเดียว แต่ยังหมายถึงการพัฒนาองค์ความรู้ให้แก่คนในชุมชน เพื่อการพัฒนาการทั้งทางเศรษฐกิจ และสังคมในระยะยาว ซึ่งเป็นระดับความสำคัญที่สินค้าของบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลทั่วไปมีส่วนร่วมในวงกว้างได้น้อยกว่าสินค้าของชุมชน

ดังนั้นความหมายของคำว่า ศักยภาพทางการตลาดของรายงานฉบับนี้ จึงใคร่ขอให้ความหมายในมุมกว้าง มิใช่ความหมายในเชิงธุรกิจ ที่เป็นรูปตัวเงินในระยะสั้น แต่เป็นศักยภาพในระยะยาว ที่กำลังได้รับการพัฒนาขึ้น โดยในขั้นต้น จะเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาด ด้วยรัฐบาลให้การสนับสนุนให้มีการออกร้านในงานแสดงสินค้า และการประชาสัมพันธ์สินค้าในรูปแบบ OTOP หรือสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เบื้องต้น เพื่อให้สังคมรู้จักตัวผลิตภัณฑ์ แต่ในระยะยาวการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของสินค้าชุมชนต้องหมายถึงเจ้าของชุมชนของสินค้า จะต้องรู้จักถึงความสามารถในการพัฒนาคุณภาพของการผลิตสินค้า การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั้งด้านการตั้งราคา การกระจายสินค้า ตลอดจนการจัดหาแหล่งจัดจำหน่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพที่ผู้ประกอบการในชุมชนจะต้องสามารถแข่งขันได้ด้วยตนเองในระยะยาว ด้วยการถ่ายทอดองค์ความรู้เทคนิค กระบวนการผลิตตลอดจนการบริหารจัดการและคนในชุมชนสามารถยืนได้ด้วยตนเอง มิใช่รอต้องภาครัฐสนับสนุนเพียงอย่างเดียวสินค้าชุมชนที่ทำการศึกษาจะสุ่มตัวอย่างทำการศึกษาจากสินค้าชุมชนในกลุ่มสินค้าภาคกลาง

การดำเนินการวิจัยจะใช้ทั้งวิธีสอบสัมภาษณ์ ศึกษาจากผลการปฏิบัติจริง และสัมมนาเชิงปฏิบัติการกลุ่มของผู้ปฏิบัติการ

ผลการวิจัย พบว่า แม้ว่าผลที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนของสินค้าชุมชน คือปัญหาเรื่องการตลาด กล่าวคือ สินค้าชุมชนที่ผลิตขึ้นมามักมีปัญหาในการขาย แต่อย่างไรก็ตาม จากการตรวจสอบ โดยให้ผู้ประกอบการวิเคราะห์หาสาเหตุแห่งปัญหา โดยมองรายละเอียดจากองค์ประกอบของการตลาด จาก 4’p ได้แก่ PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION พบว่า

1. สินค้าหลายตัว มีสาเหตุแห่งปัญหามาจาก ตัวผลิตภัณฑ์ PRODUCT ซึ่งมีสาเหตุรายละเอียด เช่น

- ปัญหาต้นทุนการผลิตสูง ทำให้ราคาขายไม่สามารถแข่งขันได้ เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องของ ข้อจำกัดจากจำนวนการผลิต, การขาดองค์ความรู้ในเรื่องการจัดการในการบริหารการผลิต
- การขาดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีในการผลิต และการจัดการกระบวนการผลิตให้ถูกสุขอานามัย ทำให้เกิดของเสียได้ง่าย เช่น การผลิตน้ำนมข้าว
- การขาดองค์ความรู้ในเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์
- การขาดเงินทุนในการซื้อเครื่องมือ ที่ทันสมัย และการจัดสถานที่ และสภาพแวดล้อมให้ถูกสุขลักษณะ
- การขาดองค์ความรู้ในเรื่องความต้องการของตลาดที่แท้จริง ทำให้ขาดทิศทางองค์ความรู้ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ว่าควรจะไปในทิศทางใด
- ความรู้ของกระบวนการในการขอ อ.ย. เช่นน้ำลูกยอ
- อื่นๆ

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น มีทั้งประเด็นที่แก้ได้ในระยะสั้น และประเด็นที่ต้องใช้เวลาการแก้ไขในระยะยาว ซึ่งในบางส่วน เช่นปัญหาเรื่องการขาดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีในการผลิต และการจัดการกระบวนการผลิตให้ถูกสุขอานามัย อีกส่วนหนึ่งของงานวิจัยฉบับนี้จึงได้ระบุให้มีถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการ เช่นการให้ความรู้ในระบบการผลิตที่มี GMP (Good Manufacturing Processing) เพื่อเป็นส่งเสริมของการวางรากฐานในการแก้ไข

2. การตั้งราคา PRICE สินค้าหลายตัว มีปัญหาในเรื่องซึ่งมีรายละเอียดเช่น

- สืบเนื่องจากปัญหาในเรื่องต้นทุนการผลิตสูง จากกระบวนการผลิต ทำให้มีปัญหาในเรื่องการตั้งราคา ที่สามารถแข่งขันได้
- ขาดองค์ความรู้ในเรื่องการตั้งราคา และการบันทึกบัญชี และ การวิเคราะห์รายได้ ต้นทุน และจุดคุ้มทุน ผู้นำชุมชน จะต้องพิจารณาให้รอบครอบถึงโครงสร้างของต้นทุนการผลิต รวมทั้งการแข่งขันทางการตลาดเพื่อเป็นแนวคิดในเรื่องการตั้งราคา

3. สถานที่ Place การกระจายสินค้า เป็นปัญหาที่มีความสำคัญมากปัญหาหนึ่งของสินค้าชุมชน เพราะเป็นระบบห่วงโซ่ที่กลุ่มชุมชนต้องพึ่งพาผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของระบบการจัดจำหน่าย และปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาที่ไม่สามรถแก้ไขได้จากข้อจำกัดของบุคลากรในชุมชน ปัญหาในเรื่องของการกระจายสินค้า มีรายละเอียดดังนี้

- ผู้นำชุมชน ไม่มีแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าของตนเอง ทางรัฐบาล จึงได้ให้การสนับสนุน ในการจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางการสร้างแหล่งจัดจำหน่ายใหม่ แต่เนื่องจาก ภาครัฐที่ให้การสนับสนุนมักมีหลายหน่วยงาน เช่นกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย กรมส่งเสรมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น ทำให้บางครั้ง เช่นจากการสอบถาม จากชุมชนผู้ประกอบการกระเป๋าใบลาน ได้ระบุว่า การที่บางครั้งมีหลายหน่วยงานจากภาครัฐที่แตกต่างกันทำให้ เกิดการแข่งขันในการส่งเสริม ก่อให้เกิดปัญหา ที่ทำให้ชุมชนแตกความสามัคคี เพราะต่างต้องการ ที่จะได้พื้นที่ในการจัดแสดงสินค้า แทนที่จะเป็นการส่งเสริมการตลาดให้ชุมชน กับเป็นในทางตรงข้าม

- รัฐควรมีแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน ให้มีอย่างต่อเนื่อง เช่น การใช้เครือข่ายราชภัฏที่มีอยู่หลายสาขาทั่วประเทศเป็นสาขาการจัดจำหน่ายสินค้า
- การนำสินค้า เข้าสู่ระบบการจัดจำหน่าย เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือร้านสะดวกซื้อ ในการรับเงินค่าสินค้า จะเป็นในรูปของเครดิตเทอม ทำให้ชุมชนมีปัญหา เพราะส่วนใหญ่ ชุมชน มีเงินทุนหมุนเวียนต่ำ ทำให้ขาดปัญหาสภาพคล่องทางการเงิน ไม่สารถเข้าไปจัดจำหน่ายได้ แต่จากการศึกษาข้อมูลด้านการวางจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าได้ข้อมูลที่ชุมชนต้องอาศัยการตัดสินใจในการดำเนินการด้วยตนเอง

ตารางที่ 5 แสดงข้อมูลการต่อร้านค้า/ ติดต่อตลาด

ที่	ชื่อร้าน	สำนักงานใหญ่ที่ตั้ง	โทรศัพท์	รายละเอียด
1.	Lotus	699 อาคารโมเดิลฟอร์มทาวเวอร์ ถนนศรีนครินทร์ เขตสวนหลวง กทม.	02-722-9640 ต่อ 1249 ติดต่อคุณจุไรรัตน์	ติดต่อออฟฟิตจัดซื้อสำนักงานใหญ่โดยตรง เงื่อนไขราคาแล้วแต่จะตกลง โดยให้ไปเสนอวางสินค้าที่ฝ่ายจัดซื้อสำนักงานใหญ่ บูททดลองชิม ให้กำหนดแบบซุ้ม พื้นที่ ระยะเวลา จำนวนสาขาจึงสามารถคิดค่าพื้นที่ได้
2.	Makro	3498/2141 ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กทม.	02-375-7000	ติดต่อเสนอสินค้าได้ที่ ออฟฟิตจัดซื้อสำนักงานใหญ่ โดยให้นัดล่วงหน้า กรณีเช่าพื้นที่ สามารถติดต่อได้ที่สาขานั้น
3.	คาร์ฟูร์	11 อาคารคิวเฮ้าท์สาธร ถนนสาธรใต้ กทม.	02-677-3399	ติดต่อออฟฟิตจัดซื้อสำนักงานใหญ่โดยตรง โดยนำสินค้าจริงไปด้วย
4.	บิ๊กซี	89/36 ถนนราชดำริ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ	สำนักงานใหญ่ 02-655-0666 รังสิต 02-958-0100-50	ติดต่อเสนอสินค้าเสนอที่จัดซื้อสำนักงานใหญ่ เงื่อนไขขึ้นอยู่กับการตกลงกัน เช่น เครดิต 30 วัน 45 วัน 60 วัน (แล้วแต่) ติดต่อเช่าที่ บูททดลองชิม ติดต่อเฉพาะสาขาได้ ค่าเช่าขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่ ที่ตั้ง และระยะเวลา ทั้งนี้ต้องเข้าไปติดต่อรายละเอียดอีกที
5.	Top	Central ลาดพร้าว (ออฟฟิต ชั้น 6)	02-937-1700 ต่อ 457 คุณอุดร	การเสนอสินค้าให้ติดต่อที่สำนักงานใหญ่ โดยจะต้องติดต่อนัดก่อนล่วงหน้า (ค่าเสนอสินค้าใหม่ 10,000 บาท)
6.	Seven-eleven	283 อาคารศรีบุญเรือง ถ.สีลม เขตบางรัก	02-631-2231 638-2000	ติดต่อออฟฟิตจัดซื้อสำนักงานใหญ่โดยตรง
7.	JET	2/4 ถ.วิภาวดี แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กทม.	02-955-0195	ติดต่อออฟฟิตจัดซื้อสำนักงานใหญ่โดยตรง เงื่อนไขสั่งซื้อ เครดิต 45-90 วัน
8.	บางจาก	210 ถนนสุขุมวิท เขตพระโขนง กทม.	02-335-4999	
9.	ฟิวเจอร์ ปาร์ค รังสิต	ฟิวเจอร์ ปาร์ค รังสิต	ฝ่ายขายพื้นที่ 02-958-0011 ต่อ1019 02-202-4571-4	ให้นำแบบสินค้ามาแสดงให้ดู และต้องมีภาพถ่าย แบบแปลนคีออสที่ใช้ตั้งขายสินค้า ราคาขึ้นอยู่กับทำเลย์ และขนาด โดยทั่วไปที่เป็นคีออสแบบซุ้ม ตกอยู่ที่ราคาเช่า 40,000-50,000 บาท ต่อเดือน โดยทำสัญญาเช่าแบบรายปี

เงื่อนไขการวางจำหน่าย

ในการติดต่อเสนอสินค้าเพื่อให้ได้วางจำหน่ายอยู่ในห้างสรรพสินค้า หรือร้านสะดวกซื้อต่างๆ โดยทั่วไปจะมีเงื่อนไขคล้ายๆ กัน คือ จะต้องนำสินค้าไปติดต่อกับทางจัดซื้อสำนักงานใหญ่ตามแต่ละประเภทของสินค้า ของแต่ละที่ก่อน โดยต้องเสนอเป็นใบเสนอราคา และเงื่อนไขที่ต้องการเสนอไปทางฝ่ายจัดซื้อเพื่อผ่านขั้นตอนการพิจารณาจากทางคณะกรรมการจัดซื้อ หรือผู้ที่มีอำนาจสั่งซื้อ และตกลงราคา และเงื่อนไขตามต้องการ เมื่อทั้งสองฝ่ายพอใจตามเงื่อนไขที่จะตกลงกันได้ จึงถือว่าเป็นอันตกลงกันได้

ประเภทเงื่อนไขการวางจำหน่าย (ขึ้นอยู่กับการตกลงกันได้)

- แบบสั่งซื้อ (สด/เครดิต)
- แบบฝากขาย (รับผิดชอบ/ไม่รับผิดชอบ)
- สด 30 วัน, 45 วัน ,60วัน
- เครดิต 15 วัน, 30 วัน, 45 วัน ,60วัน

การขายแบบออกร้านจำหน่ายทดลองชิม

- แบบฝากขาย จะต้องมีพนักงานไปอยู่ประจำจุดเอง เพื่อให้ข้อมูลลูกค้า โดยถ้าขายได้คิดเงินผ่านแคทเชียร์ห้างฯ โดยรอบการฝากขายขึ้นอยู่กับการตกลงกัน เช็คสินค้า วางบิล รับเช็ค
- แบบเช่าพื้นที่ ในส่วนพลาซ่า (เช่นหน้า ท็อปซุปเปอร์มาร์เก็ต) ติดต่อเช่าพื้นที่คิดราคาเช่าที่ ตามทำเล จุดวาง ขนาดพื้นที่ ระยะเวลา โดยต้องมีพนักงานไปอยู่ประจำจุดเอง เพื่อให้ข้อมูลลูกค้า)

ในเรื่องดังกล่าวสำหรับสินค้าชุมชน คือ การทำให้ผู้ซื้อได้รู้จักสินค้าชุมชนให้มากขึ้น ตามที่ทางรัฐบาลได้จัดการแสดงสินค้าและการประชาสัมพันธ์ถือเป็นส่วนหนึ่งของการทำให้ประชาชนทั้งประเทศได้รู้จักสินค้าชุมชนมากขึ้น

นอกจากการแก้ไขปัญหาทีละประเด็นจาก การวิเคราะห์ 4’p ดังกล่าวข้างต้นการจะเสริมสร้างศักยภาพให้แก่สินค้าชุมชนได้อย่างยั่งยืน ควรจะต้องใช้กลยุทธ์การบริหารธุรกิจสมัยใหม่บางประเด็นเพิ่มเติม อาทิเช่น VALUE CHAIN การสร้างมูลค่าเพิ่มกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ความสำคัญประเด็นหนึ่งของสินค้าชุมชนต่อการพัฒนาชุมชน คือการสร้างความเข้มแข็งให้แก่บุคลากรของชุมชนโดยเฉพาะประเด็นการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้แก่เครือข่ายด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มในการผลิตสินค้าให้ต่อเนื่องกัน เช่น กรณีในงานวิจัยของสินค้ากระยาสารท ซึ่งองค์ประกอบสำคัญ คือ อ้อยและข้าว ปลูกโดยชาวบ้านในชุมชน ใช้แรงงานของคนในชุมชนในการกวนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างสรรค์สินค้าด้วยภูมิปัญญาชาวบ้านต่อกระบวนการผลิตกระยาสารท และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่

สินค้าแนวใหม่ เช่น ใช้บรรจุภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้คนในชุมชนนำไปจำหน่ายภายในและต่างท้องถิ่น เกิดรายได้จากการจัดจำหน่าย

การมีสินค้าเกิดขึ้นหนึ่งตัว หมายถึงอีกหลายส่วนของชุมชนจะได้รายได้แบ่งส่วนลดหลั่นกันไปจนถึงชุมชนรากหญ้าด้วยเช่น ผู้ปลูกวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ฯลฯ อีกทั้งความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ยังเป็นฐานที่สำคัญยิ่งต่อการพัฒนาสินค้าชุมชนให้แตกต่างและมั่นคง กล่าวคือ จากการวิเคราะห์ในเบื้องต้นที่ปัญหาหนึ่งที่สินค้าชุมชนมีปัญหาในการแข่งขัน คือมีข้อจำกัดเรื่องทุนทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ข้อจำกัดในเรื่องเทคโนโลยี เครื่องมือสมัยใหม่ การได้รับความร่วมมือในการจัดจำหน่ายในระบบตลาด เป็นต้น ดังนั้นการที่สินค้าชุมชนสร้างศักยภาพในการแข่งขัน ควรจะต้องศึกษาหาช่องว่างทางการตลาดของตนเอง ทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเพื่อสร้างความแตกต่าง เช่น การออกแบบสินค้าให้แตกต่างและมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของสินค้า กรณีการจักสานผักตบชวา ซึ่งเป็นสินค้าหัตถกรรม Hand Made ทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากสินค้ากลุ่มทุนนิยม หรือการเพิ่มมูลค่าลูกชิ้นด้วยการใส่วุ้นสวรรค์ เพื่อเพิ่มใยอาหารและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ด้วยสมุนไพรต่างๆ เป็นต้น แต่ทั้งนี้การเพิ่มมูลค่าก็มีปัจจัยหลายอย่างที่มีความเป็นไปได้และเป็นไปไม่ได้ส่วนใหญ่ขึ้นกับทุนดำเนินการ ดังกรณีศึกษาที่ทำการเพิ่มมูลค่า 3 กรณี คือ

กรณีศึกษาการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่ 1 การนำวุ้นมะพร้าวมาสร้างมูลค่าเพิ่มกับสินค้าชุมชน

เนื่องจากในกลุ่มทดลองจะมีกลุ่มเนื้อสัตว์แปรรูปทำลูกชิ้นของจังหวัดปทุมธานี ซึ่งได้มีการวิเคราะห์ว่า สินค้าเนื้อสัตว์แปรรูปดังกล่าวมีคู่แข่งมาก เช่นจากบริษัทแปรรูปครบวงจรขนาดใหญ่ซึ่งมีโรงงานผลิตที่ทันสมัย การบริหารกาจัดการที่ครบวงจรมากกว่า ทำให้มีผู้มองว่า หากจะทำสินค้าแบบเดียวกันกลุ่มชุมชน จะไม่สามรถแข่งขันได้เพราะมีข้อจำกัดมากกว่าหลายด้าน ดังนั้นผู้วิจัย จึงได้ให้ข้อคิดในเรื่องการทำสินค้าให้แตกต่าง จากคู่แข่งขัน

ผู้วิจัยประสานเชื่อมโยงกับมหาวิทยาลัยเกษตรได้มีโครงการวิจัยวุ้นมะพร้าว ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีใยอาหารมีคุณสมบัติช่วยในการย่อยทำให้ระบบการขับถ่ายของผู้บริโภคดีขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้พิจารณาว่าหากได้มีการนำเอาวุ้นใยอาหารมาผสมกับเนื้อและทำผลิตภัณฑ์แบบใหม่ที่ทำให้ลูกชิ้นแบบใหม่มีใยอาหารมากขึ้น จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนแตกต่างจากลูกชิ้นที่มีจำหน่ายทั่วไป เป็นการสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่

ในเบื้องต้นจะทำการประชาสัมพันธ์ผ่านการออกร้านจำหน่ายในงานนิทรรศการอาหารที่ศูนย์การประชุมนานาชาติไบเทค อย่างไรก็ตามหลังจากกลุ่มชุมชนได้ทดลองทำไประยะหนึ่ง เนื่องจากเป็นการผลิตที่แตกต่างจากการผลิตปกติทำให้เกิดความไม่ชำนาญ มีต้นทุนการผลิตที่สูงมาก จึงพิจารณาว่าจะไม่คุ้มทุนที่จะดำเนินการ เพื่อออกงานประชาสัมพันธ์ต่อไปทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต้องยุติลง

กรณีศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า แม้ว่าการประชาสัมพันธ์ Promotion ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าใหม่ แต่เนื่องจากผู้ประกอบการชุมชนไม่มีทุนมากเพียงพอที่จะทำประชาสัมพันธ์ ดังนั้นจึงมีข้อเสนอ

แนวทางในการพัฒนาว่า การที่จะทำสินค้าแตกต่างสำหรับผู้ประกอบระดับชุมชน รัฐอาจจะต้องช่วยเหลือในการค้นคว้าวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่รวมถึงการสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ในเบื้องต้นด้วย

ผลิตภัณฑ์ที่ 2 การทดลองทำเทียน

มีผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจดอกไม้อบแห้ง มีความประสงค์จะเพิ่มสายการผลิต ด้วยการใช้เทียนหอมมาประกอบกับดอกไม้ที่อบแล้ว เพราะตลาดต่างประเทศให้ความสนใจกับกลิ่นหอมของเทียนกับเสน่ห์ของดอกไม้สดของไทย จึงได้ขอให้ทางกลุ่มทดลองทำ เป็นปัญหาเช่นเดียวกันที่ทางกลุ่มขาดเทคโนโลยี ต้องลองผิดลองถูกหลายครั้งทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการทดลองทำเป็นจำนวนมาก เนื่องจากสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง การทดลองไม่ประสบความสำเร็จจึงไม่สามารถจัดส่งให้กับทางบริษัทได้แม้ว่าจะมีการสั่งซื้อสินค้า

ในกรณีศึกษานี้ เป็นกรณีหนึ่งที่ชี้ให้เห็นว่า ปัญหาของการทำธุรกิจของชุมชน กลุ่มนี้ไม่ใช่ไม่มีตลาด ไม่มีการซื้อสินค้า แต่เป็นเพราะกลุ่มผู้ผลิตขาดเทคโนโลยีการผลิตให้ตรงกับการสั่งซื้อที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ผลิตภัณฑ์ที่ 3 การทดลองทำเรซิน

มีผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจดอกไม้อบแห้ง ได้รับการสั่งซื้อมาจากลูกค้าให้นำดอกไม้ที่อบแล้วมาใส่ในเรซิน เพื่อเป็นเครื่องประดับในรูปแบบต่างๆ จึงได้ขอให้ทางกลุ่มทดลองทำ แต่เนื่องจากทางกลุ่มขาดเทคโนโลยี ทางกลุ่มต้องลองผิดลองถูกหลายครั้ง ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการทดลองทำเป็นจำนวนมาก เนื่องจากสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง การทดลองไม่ประสบความสำเร็จจึงไม่สามารถจัดส่งให้กับทางบริษัทได้แม้ว่าจะมีการสั่งซื้อ

ในกรณีศึกษานี้ เป็นกรณีหนึ่งที่ชี้ให้เห็นว่า ปัญหาของการทำธุรกิจของชุมชน กลุ่มนี้ไม่ใช่ไม่มีตลาด ไม่มีการซื้อ แต่เป็นเพราะกลุ่มผู้ผลิตขาดเทคโนโลยีการผลิตให้ตรงกับการสั่งซื้อ ที่เป็นความต้องการตรงกับความต้องการของลูกค้า

การถอดบทเรียนการดำเนินการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

จากการสัมมนาเชิงปฏิบัติการกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ภาคกลางเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2546 เวลา 09.00-16.00 น. ณ ห้องประชุมอุบลบุตร ชั้น 3 โรงแรมสถาบันราชภัฏวไลอลงกรณ์ จังหวัดปทุมธานี โดยมีนักวิชากร ผู้ผลิตร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้บทเรียนและเสนอแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

ปรากฏการณ์ที่นโยบายรัฐส่งเสริมการผลิตสินค้าชุมชนทั้งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พัฒนาชุมชน เกษตร ทำให้มีสินค้าล้น ขายไม่ได้ จะมีแต่สินค้าที่ได้รับการคัดจัดสรรเป็นยอดผลิตภัณฑ์เท่านั้นที่มีช่องทางการตลาดที่รัฐบาลดำเนินการให้ ดังนั้นจึงน่าที่จะต้องทำการวิจัยถึงรูปแบบการผลิตให้น้อยลง แต่ควรมุ่งที่การขายและการตลาดเพราะคนมีทักษะในการผลิต แต่ส่วนที่ขาดคือจะจัดการอย่างไรให้ได้ผลตอบแทนกลับมาในเรื่องของการขายกับการตลาด โดยเฉพาะการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ดังจะเห็นประเด็นดังต่อไปนี้

(1) การจดลิขสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน : ชาวบ้านมีความสามารถในการประดิษฐ์สินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ แต่ไม่ได้สงวนภูมิปัญญาไว้ มักถูกละเมิดสิทธ์ ยิ่งในยุคการแข่งขันสูง ชาวบ้านจำเป็นต้องรูเท่าทัน ควรมีการจดลิขสิทธิ์ภูมิปัญญาลักษณะสิ่งประดิษฐ์จากภูมิปัญญาที่สามารถคุ้มครองได้ถึง แต่ต้องใช้งบประมาณราคาสูงแต่สามารถคุ้มครองได้ถึง 20 ปี ดังนั้นควรจดเพียงอนุสิทธิบัตร เช่น กระเป๋าผักตบชวา ออกแบบลักษณะที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อนเช่นจดแจ้งหูกระเป๋าที่มีการดำเนินการด้วยวิธีนี้ การจดแจ้งของชาวบ้านเป็นการคุ้มครองตัวเอง ไม่ให้บริษัทนายทุนเอาเปรียบ ถ้ามีการฟ้องร้องขึ้นมา

(2) รสนิยมของผู้บริโภค : การผลิตสินค้าที่เน้นการไม่ใช้สารเคมีเป็นที่ต้องการของต่างประเทศ และการเน้นถึงรสนิยมของผู้บริโภค ผู้บริโภคมี 4 ประเภท กลุ่มผู้บริโภคมี 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่รักธรรมชาติ กลุ่มที่รักทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม กลุ่มทันสมัย และกลุ่มที่สนองความจำเป็นขั้นพื้นฐาน ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตต้องพิจารณากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนเพื่อผลิตให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภค

(3) การผลิตสินค้าเป็นตัวอย่างเพียงหนึ่งเดียวมีเอกลักษณ์เฉพาะ เป็นต้นแบบ แล้วผลิตจากใบสั่งซื้อ การประสานกับหน่วยงานที่มีการจัดหาช่องทางการตลาด เช่น กรมส่งเสริมการส่งออกจัดงานประมาณเดือนตุลาคม จะมีลูกค้ามาจากประเทศทั่วโลก เพื่อติดต่อสั่งซื้อ แนวทางที่น่าจะได้ทำการทดลองระหว่างผู้ผลิตและนักออกแบบคือการทดลองผลิตสินค้าที่เป็นต้นแบบมีเอกลักษณ์เฉพาะ ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นให้มากที่สุดเช่นการผลิตสินค้าเป็นตัวอย่างจัดห้องนั่งเล่น ของเล่นเด็ก ของใช้ตกแต่งห้องน้ำ เป็นต้น

(4) การทดลองผลิตสินค้าใหม่ ต้องคำนึงถึงเทคโนโลยีและองค์ความรู้ และวัตถุดิบท้องถิ่น ผู้ประกอบการมักไปให้ชาวบ้านทดลองทำผลิตภัณฑ์จากตัวอย่างเพียงเพื่อเป็นแรงงาน และจะได้ทั้งรูปแบบใหม่ๆและราคาถูก เราจะพบว่าการที่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นต้นแบบมักจะมีความลับทางการค้าที่จะไม่เปิดเผยเพื่อการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าแก่สินค้าถ้าไม่มีผู้อื่นผลิตได้ แต่ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการหรือผู้มีโอกาสทางด้านการตลาดต้องการสินค้าดี ต้นทุนต่ำในขณะเดียวกันด้วยฐานการเรียนรู้แต่ดั้งเดิมที่ชาวบ้านลองผิดลองถูกเพื่อหาเทคนิคการผลิต เช่นการนำดอกไม้สดใส่ลงไปในเรซินเป็นที่วางทับกระดาษ ซึ่งใช้การลงทุนซื้อวัตถุดิบเพื่อการทดลองสูงและต้องใช้เวลา ถึงแม้จะทำได้สำเร็จแต่ก็ไม่ทันความต้องการของโอกาสทางการตลาด ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการ หรือผู้มีโอกาสทางช่องทางการตลาด ไม่ได้คำนึงถึงตรงนี้

(5) ผู้ผลิตควรมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้าตลอดเวลา เพราะรสนิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง การเลียนแบบจนเป็นสินค้าล้นตลาด ผู้ผลิตต้องยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลง เช่น ดอกไม้จากยางพาราเริ่มจากผลิตเป็นดอก มารวมเป็นชุด นำมาจัดแจกัน เปลี่ยนไปเป็นเถาวัลย์ หรือการเปลี่ยนแปลงสีให้ดูเป็นธรรมชาติมากขึ้น เป็นต้น

(6) การผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองวิถีการดำรงชีวิตตามความคิดความเชื่อ เช่น การผลิตดอกไม้แขวนหน้าประตูในเทศกาลคริสต์มาส ผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงศาสตร์ฮวงจุ้ย ลัทธิเต๋า การพิจารณาถึงรสนิยมลัทธิความเชื่อจะทำให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม เช่น คนทางประเทศตะวันตกนิยมซื้อสินค้าตกแต่บ้านมากกว่าคนไทย

(7) การรวมตัวเป็นเครือข่ายผลิตภัณฑ์ เป็นเครือข่ายการหาช่องทางการตลาดและสร้างพลังในการต่อรอง

4.5 รูปแบบเครือข่ายตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน

การบริหาร / การจัดการแบบห่วงโซ่ และเครือข่ายวิสาหกิจ

จากการศึกษาข้อมูลลักษณะ ความหมาย และการดำเนินงานของสินค้าชุมชนและสินค้าของผู้ประกอบการรายย่อย มีความคล้ายคลึงกันมาก ดังนั้นการดำเนินการของการสนับสนุนงบประมาณ หรือการให้ความช่วยเหลือต่างๆ แก่สินค้าชุมชนจากหน่วยงานของรัฐ ตามแนวนโยบายของรัฐบาล จะมีปัญหาที่ต่อเนื่องในระยะสั้นต่อผู้ประกอบการรายย่อย ผลิตสินค้าชนิดเดียวกับกลุ่มชุมชน และอาจมีผลกระทบในระยะยาวต่อผู้ประกอบการสินค้าชุมชนนั้นเองได้ และจากการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์ของผู้ผลิตพบว่าการจะเพิ่มขีดความสามารถของผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องดำเนินการในลักษณะเครือข่ายแบบห่วงโซ่ ด้วยการแลกเปลี่ยนจนเกิดประสิทธิภาพสูงสุดทางการผลิต และสร้างความสุขให้แก่สังคมโดยรวม ดังนั้นจึงต้องทำความเข้าใจในการบริหาร / การจัดการแบบห่วงโซ่ (Supply Chain Management : SCM) คืออะไร บริหารจัดการอย่างไรทุกกระบวนการผลิตจนถึงมือผู้บริโภค ใครจะเป็นผู้บริหารขั้นตอนใด กระบวนการผลิตสามารถแบ่งงานกันทำได้ ตามแนวทางการบริหารสมัยใหม่

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน เป็นการจัดลำดับของกระบวนการทั้งหมด ที่มีผลต่อการสร้างความพอใจให้กับลูกค้า โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการจัดซื้อ การผลิต การจัดเก็บ เทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดจำหน่าย และการขนส่ง ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนี้จะจัดระบบให้ประสานกันอย่างคล่องตัว นอกจากนี้ การจัดการซัพพลายเชน ไม่ได้คลอบคลุมเฉพาะหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กรเท่านั้น แต่ที่สำคัญจะสร้างความสัมพันธ์เชื่อมต่อกับองค์กรอื่นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ผู้จัดหาวัตถุดิบ/สินค้า บริษัทผู้ผลิต บริษัทผู้จัดจำหน่าย รวมถึงลูกค้าของบริษัท จึงเป็นการเชื่อมโยงกระบวนการดำเนินธุรกิจทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกันเป็นห่วงโซ่หรือเครือขายให้เกิดการประสานงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า/บริการ สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า แต่ละหน่วยงานจึงมีความเกี่ยวเนื่องกันเหมือนห่วงโซ่

ขั้นตอนการวิวัฒนาการไปสู่ระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

โดย Helen Peck และคณะ ได้กล่าวถึงระยะของการเปลี่ยนแปลงธุรกิจเพื่อเข้าสู่กระบวนการบริหารซัพพลายเชน 4 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 องค์กรในรูปแบบพื้นฐาน (The Baseline Organization) เป็นรูปแบบการบริหารจัดการแบบดั้งเดิมที่ต้องการสร้างผลกำไรสูงสุดของบริษัท/องค์กร โดยเน้นความชำนาญในการทำงานของแต่ละแผนก/ฝ่ายซึ่งองค์กรในรูปแบบนี้อาจไม่สามารถปรับแนวการผลิตและการจัดหาวัตถุดิบได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดผู้บริโภค เนื่องจากแต่ละแผนก/ฝ่ายต่างทำงานเป็นอิสระต่อกันไม่เกี่ยวข้องกัน

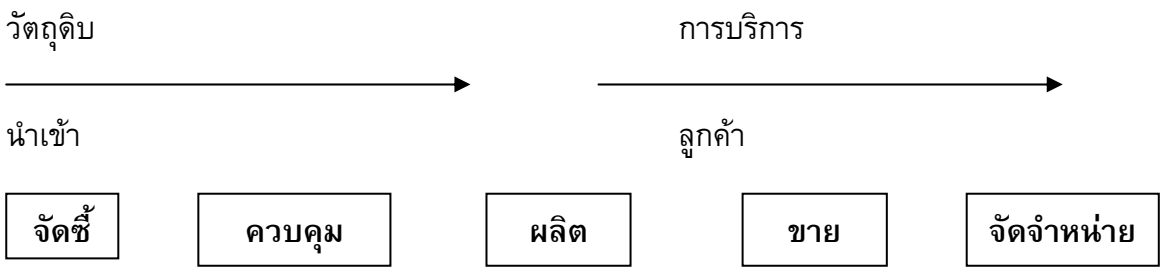
ระยะที่ 2 องค์กรที่รวมหน้าที่ทางธุรกิจเข้าด้วยกัน (The Functionally Integrated Company) ในระยะนี้องค์กรเริ่มจัดตั้งเป็นบริษัท โดยภายในองค์กรได้มีหน้าที่/ลักษณะงานที่เป็นประเภทเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันไว้ในกลุ่มงาน/ฝ่ายเดียวกัน ซึ่งจะไม่ได้แบ่งแยกหน้าที่ ความรับผิดชอบออกจากกันอย่างเด็ดขาดเหมือนระยะแรก เช่น ฝ่ายจัดการวัตถุดิบมีหน้าที่จัดซื้อ จัดสรร ควบคุมการใช้วัตถุดิบและปัจจัยอื่นๆ ฝ่ายจัดการด้านการผลิตมีหน้าที่วางแผนการผลิต วิจัย/พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และควบคุมคุณภาพการผลิต และฝ่ายจัดจำหน่ายมีหน้าที่วางแผนการตลาดและจัดการขายสินค้าสำเร็จรูปของบริษัท เป็นต้น

ระยะที่ 3 องค์กรที่รวมการดำเนินงานภายในธุรกิจไว้ด้วยกัน (The Internally Integrated Company) ในระยะนี้องค์กรมีการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างองค์กรของตนอย่างต่อเนื่องจากระยะที่ 2 โดยฝ่ายงานต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน ทำให้การติดต่อประสานงานเชื่อมโยงระหว่างฝ่ายงานกันมากขึ้น การทำงานจึงมีความต่อเนื่องกันเหมือนห่วงโซ่ นอกจากนั้น กิจกรรมการผลิตบางอย่างหรือบางขั้นตอนสามารถที่จะใช้ทรัพยากรร่วมกันภายในองค์กรได้ ซึ่งจะเป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ในอีกระดับหนึ่ง อาทิ ฝ่ายผลิตกับฝ่ายขาย อาจต้องมีการออกสำรวจความต้องการของผู้บริโภคไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้ได้รับรู้ในพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคว่าขณะนี้มีความต้องการสินค้าประเภทใด ลักษณะใด เพื่อจะได้มีการวางแผนการผลิตเพื่อเกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้บริโภค

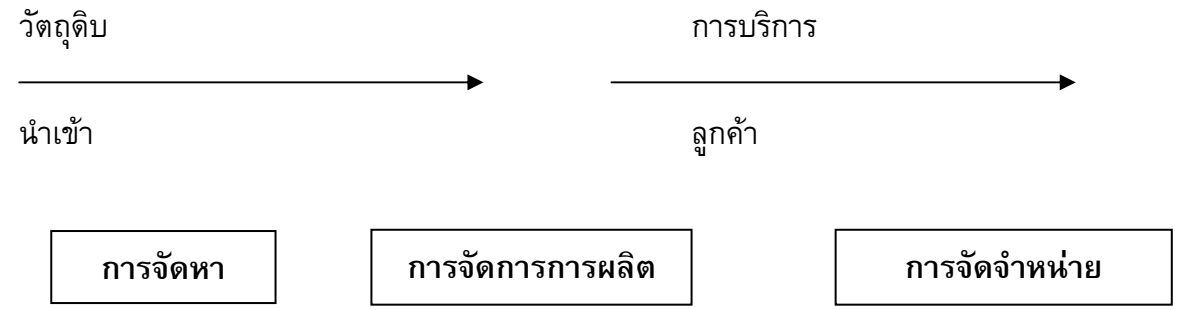
ระยะที่ 4 องค์กรที่รวมการดำเนินงานภายนอกธุรกิจไว้ด้วยกัน (The Externally Integrated Company) ระยะนี้เป็นระยะที่บริษัทก้าวเข้าสู่รูปแบบการบริหารแบบซัพพลายเชนอย่างเต็มตัว โดยบริษัทได้ปรับโครงสร้างการบริหารแบบซัพพลายเชนไว้ในบริษัทของตัวเองไว้เรียบร้อยแล้ว และเริ่มหันมาให้ความสำคัญของกลยุทธ์การบริหารลูกโซ่อุปทานภายนอก โดยเข้าไปทำงานร่วมกับซัพพลายเออร์ในลักษณะที่เป็นเครือข่ายการทำงานเดียวกัน เพื่อควบคุมคุณภาพการผลิตวัตถุดิบในโรงงานของซัพพลายเออร์ และในบางกรณีบริษัทผู้ผลิตอาจเปิดโอกาสให้ซัพพลายเออร์เข้ามาเปิดสถานี หรือโรงงานย่อยเพื่อนำส่งวัตถุดิบให้กับบริษัทได้อย่างสะดวกรวดเร็วและประหยัดต้นทุน

การเข้าสู่กระบวนการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

ระยะที่ 1 : องค์กรในรูปแบบพื้นฐาน



ระยะที่ 2 : องค์กรที่รวมหน้าที่ทางธุรกิจเข้าด้วยกัน และ ระยะที่ 3 : องค์กรที่รวมการดำเนินงานภายในธุรกิจไว้ด้วยกัน



ระยะที่ 3 : องค์กรที่รวมการดำเนินงานภายนอกธุรกิจไว้ด้วยกัน

การบริหารการจัดการแบบห่วงโซ่และเครือข่ายวิสาหกิจกับสินค้าชุมชน

เครือข่ายวิสาหกิจตามความหมายของภาพรวม คือ ความร่วมมือกันและการเชื่อมต่อกันตลอดเวลาของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งอาจจะเป็นสินค้าเดียวกันหรือต่างสินค้า รวมถึงสินค้าที่ต่อเนื่อง ผู้จัดหาวัตถุดิบ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและกลุ่มบุคคลากร ซึ่งให้บริการด้านการเงินที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในธุรกิจนั้นๆ ที่รวมตัวกันอยู่ในพื้นที่ภูมิศาสตร์หนึ่งๆ โดยมีเป้าหมายและยุทธวิธีร่วมกัน และมีภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนและจัดหาสาธารณูปโภคที่จำเป็นให้

สำหรับประโยชน์ของแนวทางเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ในระยะยาวสามารถจะช่วยให้สินค้ายืนอยู่ได้ด้วยตนเองและพัฒนาตนเองให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยจะช่วยให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเพิ่มขึ้นในหลายๆ ด้าน เช่น เครือข่ายวิสาหกิจจะช่วยให้สินค้านั้นๆ ลดต้นทุน ดังเช่น ต้นทุนวัตถุดิบจะต้องใช้ร่วมกัน ค่าขนส่ง การลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาร่วมกัน เนื่องจากการวิจัยและพัฒนาบางอย่างต้องใช้เงินทุนที่สูงจนผู้ประกอบการเพียงรายเดียวไม่สามารถลงทุนได้ ขณะเดียวกันเครือข่ายวิสาหกิจเองยังช่วยให้มีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพราะจะเกิดการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการแนะนำซึ่งกันและกันของผู้ผลิตภายในเครือข่ายวิสาหกิจ จนถึงมีการทำตลาดร่วมกัน

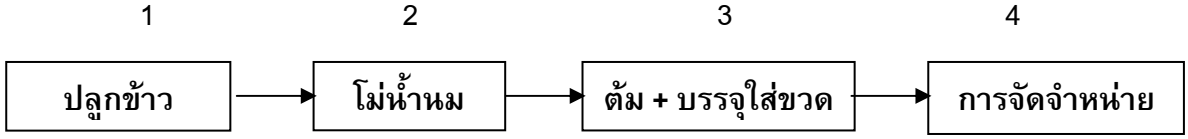
จะเห็นว่าความหมายของเครือข่ายวิสาหกิจและการบริหาร/การจัดการแบบห่วงโซ่ (Supply Chain Management : SCM) ล้วนต่างไม่ได้แตกต่างกันเลย เพราะต่างก็มีเป้าหมายที่ชัดเจน

ตรงกันว่า เป็นแนวทางการบริหารเพื่อให้เกิดยุทธวิธี เพื่อบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อช่วยให้บรรลุถึงเป้าหมายการแข่งขันอย่างมีประสิทธิผล

ในกระบวนการการบริหารสินค้าชุมชน สามารถนำแนวความคิดการบริหารสมัยใหม่มาประยุกต์เพื่อให้เกิดการแบ่งงานกันทำ เกิดประสิทธิภาพที่มากขึ้นในการบริหารจัดการ และทุกฝ่ายมีเกี่ยวข้องต่อเนื่องตลอดวงจรต่างได้รับผลตอบแทนที่ทุกฝ่ายพอใจได้ดีกว่าการใช้ระบบการดำเนินการแบบเดิมๆ ที่ใช้กันอยู่

กรณีศึกษา Supply Chain Management กับงานชุมชน

กรณีศึกษาของกลุ่มน้ำนมข้าว



จากเดิมผู้บริหารโครงการ ดำเนินการทั้ง 4 กระบวนครบวงจร ได้แก่

(1) ปลูกข้าว

(2) โม่น้ำนม

(3) ต้มและบรรจุขวด

(4) การจัดจำหน่าย

เกือบทั้ง 4 โครงการกลุ่มของผู้ดำเนินการกลุ่มเดียว กลุ่มที่ก่อตั้งขึ้น จะเป็นผู้ดำเนินการทั้งสิ้นหากจะใช้หลักการของการบริหารแบบ Supply Chain มาประยุกต์ใช้ จะพบว่าทั้ง 4 กระบวนการสามารถแยกตัวได้อิสระกล่าวคือ

1) ให้ทั้ง 4 กระบวน เป็นองค์กรอิสระกันได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ประกอบการแต่เพียงผู้เดียวบริหารทั้ง 4 ขั้นตอน
2) ใช้ระบบว่าผู้ดำเนินการกระบวนสุดท้ายให้ซื้อสินค้าจากกระบวนการก่อนหน้า กล่าวคือ
   - เมื่อผู้แทนจัดจำหน่ายได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า
   - ผู้แทนจัดจำหน่ายจะทราบว่าต้องนำของไปส่งใคร วันไหน เท่าไหร่ ที่ไหน ผู้แทนจัดจำหน่าย จึงสั่งผลิตต่อผู้ผลิต
   - ผู้ผลิตจะต้องสั่งฝ่ายโม่น้ำนม ให้นำน้ำนมมาส่งปริมาณเท่าใด วันไหน
   - ผู้โม่น้ำนมจะสั่งคำสั่งซื้อไปยังผู้ปลูกข้าว ในจำนวนและวันที่ต้องการ

ซึ่งการบริหารแบบองค์กรอิสระย่อยจะมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันดังนี้

ข้อดี

(1) มีความคล่องตัวในการบริหารแต่ละส่วนขององค์กรที่มีขนาดย่อมมากๆ

(2) โดยส่วนใหญ่กลุ่มของผู้นำชุมชน มักเป็นกลุ่มขนาดเล็ก และไม่มีทุนมากพอในการบริหารองค์กรแบบขนาดใหญ่ หากมีรูปแบบการบริหารองค์กรขนาดเล็กเกิดขึ้นจะทำให้มีความเป็นไปได้ที่จะก่อการจัดตั้งกลุ่มเกิดขึ้นได้มากขึ้น คือทั้ง 4 กลุ่มเกิดใหม่ ได้แก่ กลุ่มปลูกข้าว, กลุ่มโม่ข้าว, กลุ่มผลิตน้ำนม, กลุ่มชุมชนจัดจำหน่าย แทนที่จะมีเพียงกลุ่มชุมชนเพียงกลุ่มเดียว

(3) ความเป็นไปได้ที่กลุ่มขนาดเล็กจะอยู่รอดได้ในระยะยาวมีสูง

ข้อเสีย

(1) ทั้ง 4 องค์กรของงานบริหารทั้ง 4 ส่วน จะต้องมีความสามัคคีกัน เพราะถ้าส่วนใดส่วนหนึ่งของการบริหารมีปัญหาจะทำให้ขั้นตอนสุดท้ายของการตลาดมีปัญหาด้วย

(2) ยิ่งต้องให้ความสำคัญของประเด็นคุณภาพให้มากยิ่งขึ้น เพราะการบริหารเรื่องคุณภาพต้องดำเนินการตลอดทุกจุดทั้ง 4 จุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นของสินค้าอาหารที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคได้

ข้อจำกัดของการบริหารแบบ Supply Chain Management

1. การประสานงานในแต่ละห่วงโซ่ ต้องมีความยืดหยุ่นสูง มีผู้นำที่เข้มแข็ง จะพบว่าการปรับตัวของกลุ่มชุมชนหรือ SMEs เพียงรายใดรายหนึ่งไม่เพียงพอ มีความจำเป็นที่ต้องปรับตัวทุกเครือข่ายตลอดห่วงโซ่ หากเครือข่ายทุกเครือข่ายตลอดโยงใยและห่วงโซ่นั้นเข้มแข็งทุกเครือข่าย เป็นสิ่งที่น่ายินดีที่โครงการนั้นจะเกิดและเติบโตได้ แต่ถ้าการประสานงานแต่ละห่วงโซ่นั้นไม่ดี หรือมีเครือข่ายใดเครือข่ายหนึ่งไม่เข้มแข็งเท่าอีกเครือข่ายจะทำให้ตลอดห่วงโซ่นั้นมีผลกระทบทันที ดังนั้นรัฐบาลหรือภาครัฐผู้ซึ่งไม่ได้มีส่วนได้ส่วนเสียของผลประโยชน์เชิงธุรกิจควรเป็นผู้เข้ามาบริหารจัดการ นอกจากนี้เส้นทางการบริหารห่วงโซ่ อาจจะต้องเพิ่มยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมเพื่อให้เป็นการเสริมจุดเด่นแต่ละเครือข่ายให้มีการสอดประสานกันยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น

- การแนะนำสถาบันวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีสินค้าเกษตรให้แก่กระบวนการผลิตเพื่อให้การผลิตมีคุณภาพ
- การแนะนำสถาบันส่งเสริมสหกรณ์แก่เครือข่ายปลูกและบีบน้ำนมข้าว เพื่อให้เป็นการรวมกลุ่มการผลิตให้มีต้นทุนต่ำ เป็นต้น

2. ใช้ระบบการบริหารแบบมีตลาดนำ เพราะถ้าผลิตสินค้าออกมาแล้วไม่สามารถจัดจำหน่ายได้จะก่อให้เกิดปัญหาทั้งกระบวนการ กระทบไปถึงกลุ่มย่อยๆ ที่เป็นเหมือนห่วงโซ่ที่เชื่อมเล็กๆ อย่างกรณีของห่วงโซ่น้ำนมข้าวด้วย

4.6 การศึกษาวิเคราะห์ช่องทางการตลาดสำหรับสินค้าชุมชน

การศึกษาช่องทางการตลาดผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษากรณีร้านก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต ซึ่งมีการเปิดร้านจำหน่ายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร บริเวณเขตบางรัก ประตูน้ำ ย่านรามคำแหง อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ บางกะปิ ปิ่นเกล้า และสนามหลวง โดยเป็นการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค พฤติกรรม

การบริโภค ศักยภาพทางการตลาดและการปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4P เพื่อพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับการตลาดเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในเชิงพาณิชย์ เพื่อเรียนรู้การออกแบบและผลิตเครื่องหมายการค้า (Logo) บรรจุภัณฑ์ ร้านค้าต้นแบบที่มีเอกลักษณ์บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างโดดเด่นชัดเจน เพื่อเรียนรู้แนวทางผลิตอาหารที่สอดคล้องกับความนิยมของผู้บริโภค เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและมีร้านค้าต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนได้วางจำหน่ายสร้างรายได้ที่ยั่งยืน ตลอดจนสามารถพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดแบบเครือข่ายโดยชุมชนมีส่วนร่วม โดยมีกระบวนการศึกษาวิจัยดังนี้

(1) การสำรวจความต้องการ พฤติกรรมผู้บริโภค และแนวทางการวางแผนส่วนประสมทางการตลาด

(2) การสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าบรรจุภัณฑ์และร้านค้าต้นแบบ

(3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายการค้า บรรจุภัณฑ์และร้านค้าต้นแบบ

การวิจัยแต่ละครั้งจะมีการเก็บข้อมูลและประสานงานกับฝ่ายออกแบบและฝ่ายผลิต เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหมายการค้า บรรจุภัณฑ์และร้านค้าต้นแบบ ตลอดจนการวางแผนรูปแบบการจัดการการตลาดเป็นระยะ ซึ่งกลุ่มประชากรในการศึกษา ประกอบด้วยประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ที่เคยรับประทานก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต และไม่เคยมีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตหรือขายก๋วยเตี๋ยวหรือองค์ประกอบของก๋วยเตี๋ยว ทั้งนี้เพราะเหตุผลว่าความคิดเห็นที่เสนอแนะควรจะเป็นความคิดเห็นของผู้บริโภคอย่างแท้จริงโดยปราศจากความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องก๋วยเตี๋ยว จำนวน 500 คน

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 21-30 ปี มีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 ช่วงอายุ 41 ปีขึ้นไปมีจำนวน 128 คนคิดเป็นร้อยละ 25.6 ช่วงอายุ 31-40 ปี มีจำนวน 87 คนคิดเป็นร้อยละ 17.4 และช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีมีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ14.6 ทั้งนี้แม้ว่าในการสำรวจครั้งนี้จะพยายามกระจายผู้ตอบทุกช่วงอายุให้มีจำนวนใกล้เคียงกัน แต่พบว่าในกลุ่มวัยรุ่นหรือผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีผู้ไม่รู้จักก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจจะเกิดจากอิทธิพลของอาหารจานด่วนของต่างประเทศมาดึงดูดความสนใจลูกค้ากลุ่มนี้ไปตามกระแสความนิยมและเป็นการแสดงว่าก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตอาจเลือนหายไปจากความรู้จักของคนรุ่นใหม่ได้หากไม่มีการส่งเสริมการตลาดหรือปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของคนรุ่นใหม่มากขึ้น

ความนิยมในการรับประทานก๋วยเตี๋ยว : ก๋วยเตี๋ยวจัดเป็นอาหารยอดนิยมของประชาชนชาวไทย และมีขายอยู่ทั่วไปเช่นเดียวกับข้าวกับกับข้าวประเภทต่างๆ การวัดความนิยมในการรับประทานก๋วยเตี๋ยวเป็นการประเมินอุปสงค์ของลูกค้าและสำรวจทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อก๋วยเตี๋ยว ซึ่งจากผลการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยวมีจำนวน 393 คนคิดเป็นร้อยละ 78.6 รองลงมาคือรู้สึกเฉย ๆ (ไม่ถึงกับชอบแต่ไม่รังเกียจที่จะรับประทาน) มีจำนวน 80 คนคิดเป็นร้อยละ 16.0 และผู้ที่ระบุว่าไม่ชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยวมีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 จะเห็นได้ว่า มีผู้นิยมการรับประทานก๋วยเตี๋ยวเป็นจำนวนมาก แสดงถึงขนาดของตลาดอาหารประเภท

ก๋วยเตี๋ยวที่ใหญ่มาก ความนิยมในการรับประทานก๋วยเตี๋ยวที่ระบุในคำถามปลายเปิดมีเหตุมาจากความอร่อย กินร้อนๆ สามารถปรุงรสได้ มีหลากหลายรสชาด หารับประทานง่ายและสะดวก ส่วนผู้ที่ไม่ชอบรับประทานก๋วยเตี๋ยวมีจำนวนไม่มาก แต่ให้เหตุผลว่ารับประทานยากเพราะความร้อนของก๋วยเตี๋ยว ไม่อิ่มท้องและถือว่าไม่ใช่อาหารหลักเช่นเดียวกับข้าว

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของความนิยมของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อก๋วยเตี๋ยว

ความนิยม	จำนวน	ร้อยละ
ชอบ	393	78.6
ไม่ชอบ	27	5.4
เฉย ๆ	80	16.0
รวม	**500**	**100.0**

ความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในการรับประทานก๋วยเตี๋ยว : ก๋วยเตี๋ยวมีองค์ประกอบและปัจจัยหลายอย่างที่ผู้รับประทานให้ความสนใจ รวมไปถึงการบริการ ความสะดวกจำนวนเงินที่จ่ายในแต่ละมื้อ แต่การให้น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยต่างๆ จะแตกต่างกันไป โดยปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00) ได้แก่ ความสะอาดของวัตถุดิบ/ร้าน/วิธีปรุง/ภาชนะซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 รองลงมาคือความอร่อยของน้ำซุปมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.4 - 4.20) เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ การบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ความอร่อยของเนื้อสัตว์/ลูกชิ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ความอร่อยของเส้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ร้านค้าอยู่ในทำเลที่สะดวกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และจำนวนเงินที่จ่ายในแต่ละมื้อมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 จะเห็นได้ว่า กระแสความนิยมของการรักษาสุขภาพมีผลต่อ/ปัจจัยในการรับประทานก๋วยเตี๋ยว รวมถึงความอร่อยของน้ำซุปซึ่งจะมีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละร้านจึงมีความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วนความอร่อยของเนื้อสัตว์/ลูกชิ้นและความอร่อยของเส้น แม้มีความสำคัญในระดับมากแต่กลุ่มตัวอย่างอาจมองไม่เห็นความแตกต่างของแต่ละร้านนัก เนื่องจากส่วนประกอบเหล่านี้มักจะซื้อหามาจากตลาดหรือผู้ขายส่ง ทำเลและค่าก๋วยเตี๋ยวมีความสำคัญรองลงมาเพราะกลุ่มตัวอย่างสนใจความอร่อยมากกว่า

ตารางที่ 7 ความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ในการรับประทานก๋วยเตี๋ยว

ลูกชิ้นที่ชอบ/รับประทานบ่อย	ค่าเฉลี่ย	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
(1) ความอร่อยของเส้น	3.94	0.832
(2) ความอร่อยของน้ำซุป	4.46	0.690
(3) ความอร่อยของเนื้อสัตว์/ลูกชิ้น	4.01	0.797
(4) ความสะอาดของวัตถุดิบ/ร้าน/วิธีปรุง/ภาชนะ	4.68	0.604
(5) ร้านค้าอยู่ในทำเลที่สะดวก	3.87	1.027
(6) จำนวนเงินที่จ่ายในแต่ละมื้อ	3.52	1.083
(7) การบริการ	4.10	0.991

สถานที่ที่เหมาะสมกับการขายก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต : ทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจ จึงมีการสำรวจเพื่อแสวงหาทำเลที่เหมาะสมในการขายก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตซึ่งต้องสะดวกต่อลูกค้า มีบรรยากาศเหมาะสมกับการรับประทาน เนื่องจากคำถามข้อนี้ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จึงมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 333 คนคิดเป็นร้อยละ 40.71 เลือกทำเลในที่ชุมชน เช่น หน้าตลาด หน้าหมู่บ้าน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 282 คนคิดเป็นร้อยละ 34.47 เลือกทำเลที่เป็นเรือในคลอง/ริมคลอง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 123 คนคิดเป็นร้อยละ 15.04 เลือกทำเลที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 คนคิดเป็นร้อยละ 9.78 เลือกทำเลที่เป็นร้านขายของฝากที่นักท่องเที่ยวแวะ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคชอบทำเลที่เป็นชุมชนเพราะความสะดวก ใกล้ หาง่าย และยังมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ยึดติดว่าก๋วยเตี๋ยวเรือต้องขายในคลอง ส่วนห้างสรรพสินค้าและร้านขายของฝากที่นักท่องเที่ยวแวะไม่ใช่ทำเลหลักของร้านก๋วยเตี๋ยวเรือ

ตารางที่ 8 สถานที่ที่เหมาะสมกับการขายก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
(1) ชุมชน เช่น ตลาด หน้าหมู่บ้าน	333	40.71
(2) ห้างสรรพสินค้า	123	15.04
(3) เรือในคลอง/ริมคลอง	282	34.47
(4) ร้านขายของฝากที่นักท่องเที่ยวแวะ	80	9.78
รวม	**818**	**100.0**

สัญลักษณ์ของร้านขายก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต : การสร้างสัญลักษณ์ทางการค้าเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างตรายี่ห้อ (Brand) ที่จะช่วยสร้างภาพพจน์ในใจลูกค้าให้ชัดเจน มองเห็นเป็นตัวตนได้ จึงมีคำถามเกี่ยวกับการสื่อความหมายของสัญลักษณ์ร้านขายก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต (ครรลองไท) เพื่อนำแนวความคิดไปออกแบบสัญลักษณ์ทางการค้าในการวิจัยขั้นตอนต่อไป ซึ่งจากการสำรวจพบว่า กลุ่ม

ตัวอย่างจำนวน 410 คนคิดเป็นร้อยละ 82 อยากให้ใช้สื่อสัญลักษณ์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 67 คนคิดเป็นร้อยละ 13.4 อยากให้ใช้ความเป็นไทยสื่อสัญลักษณ์ และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 23 คนคิดเป็น ร้อยละ 4.6 อยากให้ใช้สัญลักษณ์จังหวัดปทุมธานีสื่อสัญลักษณ์ จะเห็นได้ว่าสัญลักษณ์ของร้านขายก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตน่าจะเป็นภาพที่มีเรือเป็นองค์ประกอบ และแสดงถึงความเป็นไทย จึงจะสื่อถึงความเป็นครรลองไทได้ดี

ตารางที่ 9 สัญลักษณ์ของร้านขายก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต

สัญลักษณ์	จำนวน	ร้อยละ
(1) เรือ	410	82.0
(2) ความเป็นไทย	67	13.4
(3) สัญลักษณ์จังหวัดปทุมธานี	23	4.6
รวม	**500**	**100.0**

วิธีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต : การติดต่อสื่อสารแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าได้ทราบอย่างทั่วถึง หรือการส่งเสริมการตลาด เป็นวิธีการสร้างตระหนัก (AWARENESS) ความสนใจ (INTEREST) ความชอบ (LIKING) ความนิยม(PREFERING) จนถึงการซื้อในที่สุด วิธีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิตจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 308 คนคิดเป็นร้อยละ 18.58 ต้องการให้ร้านก๋วยเตี๋ยวอยู่ในทำเลที่สะดวกหรือการมีคนเข้าแน่นร้าน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 282 คนคิดเป็นร้อยละ 17.01 เลือกวิธีให้ลูกค้าบอกต่อ ๆ กัน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 263 คนคิดเป็นร้อยละ 15.86 เลือกวิธีออกรายการโทรทัศน์ประเภทพาไปชิม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 223 คนคิดเป็นร้อยละ 13.45 เลือกวิธีใช้ป้ายกลางแจ้งติดไว้จูงใจลูกค้า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 175 คนคิดเป็นร้อยละ 10.55 เลือกวิธีมีการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญ เช่น ถนัดศรี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 163 คนคิดเป็นร้อยละ 9.83 เลือกวิธีมีโฆษณาออกตามสื่อ เช่น วิทยุโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 132 คนคิดเป็นร้อยละ 7.96 เลือกวิธีสัมภาษณ์ลงคอลัมน์หนังสือพิมพ์/นิตยสาร และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 6.76 เลือกวิธีใช้ใบปลิวโฆษณา และมีผู้เสนอความคิดเห็นเพิ่มเติมมาว่า ควรมีการแข่งขันออกแบบสัญลักษณ์ทางการค้า ควรมีเว็บไซต์ทางอินเตอร์เน็ต เพื่อกระตุ้นตลาดบ้าง

จะเห็นได้ว่า วิธีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต แบ่งเป็น 2 ประเภทดังต่อไปนี้

1. วิธีการส่งเสริมการตลาดด้วย WORD OF MOUTH เช่น การอยู่ในทำเลสะดวกและมีคนเข้าแน่นร้าน หรือการบอกต่อ ซึ่งมีผู้เลือกรวมกันร้อยละ 35.59 หรือประมาณหนึ่งในสาม วิธีนี้จะต้องอาศัยคุณภาพฝีมือการปรุง/การบริการ/ความสะดวกน่ารับประทาน เป็นพื้นฐาน และเป็นวิธีที่น่าสนใจเพราะจะเสียค่าใช้จ่ายการส่งเสริมการตลาดไม่มาก

2. วิธีการส่งเสริมการตลาดด้วยสื่อ เช่น ออกโทรทัศน์ ใช้ป้ายกลางแจ้ง การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญ ใช้วิทยุ/โทรทัศน์ ลงหนังสือพิมพ์/นิตยสาร และใช้ใบปลิวโฆษณา ซึ่งมีผู้เลือกรวมกันร้อยละ

64.41 วิธีนี้ต้องใช้การวางแผนการส่งเสริมการตลาด ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายในการพอสมควร แต่จัดเป็นวิธีที่แพร่หลายในหมู่ผู้บริโภคค่อนข้างดี

ตารางที่ 10 วิธีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับก๋วยเตี๋ยวเรือรังสิต

วิธีการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
(1) ออกรายการโทรทัศน์ประเภทภาพไปชิม	263	15.86
(2) สัมภาษณ์ลงคอลัมหนังสือพิมพ์/นิตยสาร	132	7.96
(3) มีการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญ เช่น ถนัดศรี	175	10.55
(4) อยู่ในทำเลที่สะดวก/มีคนเข้าแน่นร้าน	308	18.58
(5) มีโฆษณาออกตามสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	163	9.83
(6) ใช้ป้ายกลางแจ้งติดไว้จูงใจลูกค้า	223	13.45
(7) ลูกค้าบอกต่อ ๆ กัน	282	17.01
(8) ใบปลิวโฆษณา	112	6.76
รวม	**1,658**	**100.0**

4.7 ข้อคิดเห็นและเสนอแนะ

1. การปัญหาพื้นฐานด้านผลิตภัณฑ์และปัญหาทางการเงินของชุมชนให้ได้ก่อน จะทำให้ปัญหาของการตลาดเบาบางลง ดังที่ได้กล่าวไว้ว่าปัญหาส่วนใหญ่ของการตลาดสินค้าชุมชน เป็นปัญหาขั้นปลาย ที่เกิดจากปัญหาขั้นต้นของผลิตภัณฑ์และปัญหาสภาพคล่องทางการเงิน ในส่วนของปัญหาของผลิตภัณฑ์นั้นสามารถแก้ไขด้วยการส่งเสริมองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ ให้แก่ชุมชน เพื่อให้สามารถพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งในส่วนหนึ่งของกระบวนการวิจัยฉบับนี้ ได้ดำเนินการแล้ว สำหรับปัญหาเรื่องเงินทุนทางรัฐบาลจะต้องหามาตรการอื่นเข้าเสริม เมื่อปัจจัยทางทางการผลิตอื่นๆ เข้มแข็งขึ้นจะเป็นรากฐานของโครงการธนาคารประชาชน กองทุนหมู่บ้าน เป็นต้น ถ้าปัญหาดังกล่าวข้างต้นแก้ไขได้ ปัญหาทางการตลาดจะเบาบางลง จึงนับว่าเป็นการเสริมศักยภาพทางการตลาดทางอ้อม แต่เป็นต้นเหตุแห่งปัญหาที่แท้จริง เพราะถ้าหากเริ่มต้นที่พยายามแต่แก้ปัญหาทางการตลาดแต่เพียงอย่างเดียว เช่น การให้การสนับสนุนเรื่องการออกร้านค้า ในงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เท่านั้น หรือความพยายามส่งเสริมการตลาด แต่รากฐานของผลิตภัณฑ์ไม่ดี การกระจายตัวของสินค้าย่อมทำไม่ได้ ดังนั้นต้นทุนที่นำมาทำการส่งเสริมการตลาดจะเป็นเรื่องสูญเปล่า หากปัญหาเบื้องต้นไม่ได้รับการแก้ไขให้ได้ก่อน จะทำให้ชุมชนไม่เข้มแข็งไม่สามารถช่วยตนเองในระยะยาว

2. การแก้ปัญหาโดยวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของตัวผู้ประกอบการในชุมชน แล้วการเสริมฐานด้วยองค์ความรู้

3. การใช้เครือข่ายที่มีอยู่แล้ว เช่น สถาบันราชภัฏ เป็นเครือข่ายทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น เพื่อลดการสร้างอำนาจต่อรองที่ต้องไปจัดจำหน่ายในระบบการค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือร้านสะดวกซื้อ

4. การสร้างผู้นำชุมชนรุ่นใหม่ เพื่อส่งเสริมแนวคิดทางการตลาดและเป็นตัวเชื่อมในการพัฒนาศักยภาพทางการตลาด

5. การวางระบบการผลิตให้สอดคล้องกับข้อมูลทางการตลาด

6. เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพแล้ว จึงเสริมด้วยนักการตลาดมืออาชีพ หรือหาคนในชุมชนที่มีความสามารถทางการตลาด ดำเนินการในรูปแบบแบ่งงานกันทำ เพราะจากปัญหาของชุมชนที่ยังขาดบุคลากรที่มีองค์ความรู้แบบครบวงจร ควรจะใช้ระบบสร้างความเข้มแข็งเฉพาะด้าน และแบ่งงานกันทำ จะทำให้เกิดผลที่มีประสิทธิภาพมากกว่า เช่น การที่ให้ชุมชนต้องขนสินค้าไปส่งให้ร้านค้าเป็นจำนวนมาก ย่อมมีต้นทุนที่สูงมากหากในชุมชนนั้นไม่มีรถขนส่ง (ระบบ logistic ไม่ดี) ควรแบ่งงานให้แก่ผู้แทนจัดจำหน่าย บริหารการจัดการกระจายสินค้า ซึ่งผู้แทนจัดจำหน่ายนี้ อาจคัดเลือกจากบุคลากรในชุมชน และบริหารจัดการสินค้าชุมชนทั้งเป็นสินค้าในชุมชนเอกงและสินค้าในท้องถิ่นที่ใกล้เคียงกัน

7. การทำแผนธุรกิจ มีระยะเวลาเพื่อการพัฒนาตนเอง ตั้งแต่

ปีที่ 1-2 พัฒนาองค์ความรู้เพื่อให้ชุมชน สามารถพัฒนาศักยภาพการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนทั้งในตลาดในประเทศและต่างประเทศ

ปีที่ 2-3 คัดสรรผู้นำชุมชน ที่มีความสามารถและมีความตั้งใจ เพื่อเป็นผู้แทนจัดจำหน่าย สร้าง value chain ให้แก่ชุมชนที่เป็นผู้ผลิต เพื่อสร้างมูลค่า และศักยภาพทางการแข่งขันทางการตลาด ตามหลักการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญเฉพาะอย่าง เพื่อเป็นการแก้ไขข้อจำกัดที่มีอยู่ และส่งเสริมการแก้ไขปัญหาทางการตลาดอย่างยั่งยืน

จากผลการวิจัยก็สามารถสรุปได้ว่า แม้ว่าผลที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนของสินค้าชุมชน คือ ปัญหาเรื่องการตลาด กล่าวคือ สินค้าชุมชนที่ผลิตขึ้นมามักมีปัญหาในการขาย แต่หลังจากการวิเคราะห์ปัญหาอย่างลงลึกถึงรายละเอียดและแก้ไขในรายละเอียดอย่างเป็นขั้นตอน ดังเช่นกล่าวมาข้างต้น ปัญหาต่างๆ จะค่อยๆ ลดลง จนในที่สุดสินค้าชุมชนจะมีความเข้มแข็งขึ้นและมีความยั่งยืนในที่สุด

ดังนั้นงานวิจัยในส่วนนี้จึงคิดว่า ไม่ควรตีกรอบของงานวิจัยเฉพาะส่วนของการตลาดเพราะเครือข่ายทั้งหมดล้วนเชื่อมโยงกัน

บทที่ 5
การพัฒนามาตรฐานคุณภาพกระบวนการผลิตภัณฑ์

จากสถานการณ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งพบว่าผลิตภัณฑ์ของชุมชนประสบกับปัญหาในเรื่องมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องโทษหรือพิษภัยที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตหรือวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตไม่ได้รับการตรวจสอบทำให้เกิดปัญหาในการแปรรูป ขาดการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค นอกจากนี้ชุมชนในฐานะผู้ประกอบการ ซึ่งมีความจำเป็นต้องมีการพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์โดยผู้มีความรู้ในการให้ความรู้และคำแนะนำที่ถูกต้อง ทั้งนี้การจะเปลี่ยนความเชื่อและความเคยชินของผู้ประกอบการและการที่จะเข้าไปในชุมชนเพื่อเปลี่ยนความคิดเปลี่ยนพฤติกรรมนั้นเป็นเรื่องที่ต้องใช้ความพยายามและบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเป็นที่เชื่อถือของชุมชน

ดังนั้น การพัฒนามาตรฐานคุณภาพกระบวยการผลิตภัณฑ์ จึงเกิดขึ้นจากโจทย์คำถามการวิจัยในเวทีประชุมพหุภาคีเพื่อการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาภาคกลางระหว่างวันที่ 26 –28 มกราคม 2544 ณ ห้องประชุมสมเด็จเจ้าฟ้าวไลยอลงกรณ์ โดยมีกลุ่มผู้ประกอบการภาคชุมชนในพื้นที่จังหวัดภาคกลางและภาคตะวันตกจำนวน 14 จังหวัดคือ นนทบุรี ปทุมธานี ลพบุรี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง สุพรรณบุรี สระบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร นครปฐม กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ เข้าร่วมเวที ซึ่งได้มีการวางแผนแนวทางการดำเนินการการกำหนดคุณสมบัติของวิทยากรพี่เลี้ยง และการกำหนดตัวอาสาสมัครในการทดลองนำร่องเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งมีแผนการดำเนินการในการศึกษา ดังนี้

แผนภูมิที่ 2 แสดงแผนการดำเนินการศึกษาวิจัยการจัดการคุณภาพการผลิตให้ถูกสุขลักษณะในเขตภาคกลาง

กิจกรรมการดำเนินงาน		วิธีการการดำเนินงาน
การจัดอบรมวิทยากรท้องถิ่นและพี่เลี้ยงชุมชนเพื่อพัฒนากระบวนการผลิตให้ถูกสุขลักษณะ	➔	• ประสานความร่วมมือกับคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และศูนย์วิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ อบรมผลิตภัณฑ์มาตรฐานปลอดภัยภาคปฏิบัติแก่วิทยากรท้องถิ่นจนสามารถดำเนินการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน GMP / GHP • สรุปบทเรียนแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์

กิจกรรมการดำเนินงาน	วิธีการการดำเนินงาน
จัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สามารถปฏิบัติได้จริง	● วิทยากรท้องถิ่นปฏิบัติพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้มาตรฐานโดยให้คำปรึกษาหาแนวทางแก้ไข ● ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น อย. สาธารณสุข พาณิชย์ เกษตร พัฒนาชุมชน ในความร่วมมือเกี่ยวกับกลไกเพื่อพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ ● จัดทำรายงานเสนอผลการดำเนินการ
การติดตามประเมินผลการดำเนินการวิทยากรท้องถิ่น	● การศึกษาดูงานเพื่อรายงานความก้าวหน้า / ปัญหาอุปสรรค กรณีศึกษาในพื้นที่สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ● วิทยากร นักวิจัยลงตรวจเยี่ยมพื้นที่ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ปรึกษาปัญหาแนวทางการดำเนินการร่วมกัน ● ผู้ตรวจประเมินของ สกว.ตรวจเยี่ยมพื้นที่

5.1 กระบวนการจัดอบรมวิทยากรท้องถิ่น

ผู้วิจัยได้จัดทำโครงการประสานความร่วมมือกับศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติในการฝึกอบรมในหัวข้อเรื่อง **" การให้บริการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านกระบวนการแปรรูปอาหารเบื้องต้น และสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร (GMP) "** ระหว่างวันที่ 2- 4 ธันวาคม พ.ศ. 2545 ณ. ศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ดังมีรายละเอียด ดังนี้

5.1.1 หลักเกณฑ์วิธีการผลิตอาหารที่ดี (GOOD Manufacturing Practice : GMP)

คือเกณฑ์ข้อกำหนดขั้นพื้นฐานที่จำเป็นในการผลิต และควบคุมเพื่อให้ผู้ผลิตปฏิบัติตามและทำให้สามารถผลิตอาหารได้อย่างปลอดภัยโดยกระทรวงสาธารณสุขได้นำเกณฑ์GMPมาประยุกต์กำหนดไว้ในประกาศสาธารณสุขเรื่องวิธีการผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิตและการเก็บรักษาอาหารเป็นบัญชีแนบท้ายประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 193) พ.ศ. 2543 ลงวันที่ 24 มกราคม 2544 เพื่อบังคับให้ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามโดยมีผลบังคับใช้หลังจากประกาศเป็นกฎหมายแตกต่างกันหลักการและเหตุผลระหว่างผู้ประกอบการ 2 ประเภท ได้แก่ ผู้ประกอบการรายใหม่จะต้องปฏิบัติตามเกณฑ์ GMP ทันทีตั้งแต่วันที่ประกาศ มีผลบังคับใช้ คือตั้งแต่วันที่ 24 กรกฎาคม 2544 และผู้ประกอบการรายเดิม ที่ได้รับอนุญาตอยู่ก่อนแล้วได้รับการผ่อนผันการบังคับใช้ไปอีก 2 ปี หลังจากประกาศ ฯ มีบังคับใช้ซึ่งเนื้อหาสาระสำคัญที่เป็นแนวทางการดำเนินงานอยู่ที่การจัดเตรียมสภาพแวดล้อมในโรงงานผลิต การปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักสุขาภิบาล หลักสุขอนามัยและความสะอาด ทั้งในการผลิตและบุคลากร โดยให้ตระหนักถึงความสะอาด ปลอดภัย มีระเบียบ

วินัยในการสร้างสุขลักษณะที่ดีในการผลิตเป็นสำคัญและการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับความปลอดภัย โดยเนื้อหามีความยืดหยุ่นเปิดกว้าง สามารถปรับใช้กับการผลิตอาหารที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนไปจนถึงอาหารที่มีความเสี่ยงสูง มีความซับซ้อนในขั้นตอนการผลิตได้ ทั้งนี้เกณฑ์มาตรฐาน GMP ได้กำหนดให้ใช้กับผลิตภัณฑ์อาหารจำนวน 57 รายการในระยะเริ่มต้นโดยไม่มีการแบ่งระดับผู้ประกอบการ ถึงแม้ว่ากลุ่มธุรกิจชุมชนที่ส่วนใหญ่ดำเนินการโดยแม่บ้านจะไม่เข้าข่ายโรงงาน แต่ถ้ามีการอบรมเพื่อให้ได้เกณฑ์มาตรฐาน GMP ได้กำหนดให้ใช้กับผลิตภัณฑ์อาหารจำนวน 57 รายการในระยะเริ่มต้นโดยไม่มีการแบ่งระดับผู้ประกอบการ ถึงแม้ว่ากลุ่มธุรกิจชุมชนที่ส่วนใหญ่ดำเนินการโดยแม่บ้านจะไม่เข้าข่ายโรงงาน แต่ถ้ามีการอบรมเพื่อให้ได้เกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดเช่นเดียวกันจนเป็นแบบค่อยๆพัฒนาจนเป็นการบังคับใช้ต่อไปในอนาคต

5.1.2 หลักการและเหตุผลในการดำเนินโครงการ

จากการจัดเวทีสัมมนาเครือข่ายพหุภาคีในภาคกลาง ภาคตะวันออกและภาคตะวันตก ซึ่งมีผู้เกี่ยวข้องทั้งพัฒนาชุมชน พาณิชย์จังหวัด สำนักงานเกษตรจังหวัด (เคหกิจเกษตร) อุตสาหกรรมจังหวัด สาธารณสุขจังหวัดรวมทั้งภาคประชาชนได้ร่วมกันเสนอปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหา พบว่า ชาวบ้านที่ทำผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหารไม่สะอาด ขาดมาตรฐานทำให้ไม่สามารถนำออกสู่ตลาดได้ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงคุณภาพการผลิตยังขาดผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิชาการอาหารที่จะลงไปพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชนจึงได้หาแนวทางในการอบรมวิทยากรท้องถิ่นเรื่องความสะอาดปลอดภัยของการผลิตอาหาร (GMP/GHP) เพื่อสามารถลงไปแนะนำกับกลุ่มในแต่ละจังหวัดได้

ดังนั้นการอบรมวิทยากรท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีมาตรฐานความปลอดภัยแก่สินค้าชุมชน จึงได้มีการจัดอบรมวิทยากรท้องถิ่น

5.1.3 วัตถุประสงค์

(1) เพื่อให้ความรู้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิตและสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหารให้กับกลุ่มวิทยากรท้องถิ่นที่เข้ารับการอบรม
(2) เพื่อที่จะได้สร้างวิทยากรท้องถิ่นที่จะนำความรู้ที่ได้จากการอบรม ไปถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิตอาหารในแต่ละพื้นที่ที่รับผิดชอบ
(3) เพื่อให้เกิดการแรกเปลี่ยนความคิดเห็นกันและประสานกันแบบพหุภาคี ในการยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารในกลุ่มชุมชน

5.1.4 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

(1) กลุ่มผู้ผลิตในชุมชนมีความรู้ด้านการแปรรูปอาหารเบื้องต้นและสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหารและผลิตภัณฑ์ชุมชนจะนำมาพัฒนาคุณภาพ
(2) มีการติดตามตรวจสอบกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อการวิเคราะห์แนวทางแก้ไข
(3) วิทยากรท้องถิ่นมีความสามารถในการไปพัฒนากลุ่มให้สามารถแก้ปัญหาความปลอดภัยเกี่ยวกับอาหารได้ (GMP / GHP)

5.1.5 วิธีการดำเนินการ

(1) ประสานงานกับหน่วยงานพี่เลี้ยงกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

(2) เตรียมบุคลากรที่อาสาเป็นวิทยากรท้องถิ่นเพื่อเข้ารับการอบรม

(3) จัดอบรมเรื่องความปลอดภัยด้านอาหารแก่วิทยากรท้องถิ่น 3 วัน

(4) วิทยากรพี่เลี้ยงปฏิบัติการพื้นที่เพื่อการวิเคราะห์และหาแนวทางแก้ไขให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชน

(5) จัดเวทีสรุปติดตามประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่และค้นหาแนวทางการแก้ไข

(6) วิทยากรพี่เลี้ยงดำเนินการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตในชุมชนโดยกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม

5.1.6 กลุ่มเป้าหมาย

อาสาสมัครเป็นวิทยากรท้องถิ่นอาจเป็นข้าราชการหรือประชาชนที่มีความเสียสละ นำร่องประมาณ 9 จังหวัด ได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี นครสวรรค์ ประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 21 คน วิทยากรและผู้ดำเนินการ 4 คน รวมทั้งสิ้น 26 คน ในการนี้จากการจัดสัมมนาได้สำรวจวิทยากรพี่เลี้ยงและมีการกำหนดคุณสมบัติของวิทยากรพี่เลี้ยง

(1) คุณสมบัติวิทยากรพี่เลี้ยง

- เป็นผู้มีทักษะความชำนาญเฉพาะด้านและสามารถถ่ายทอดได้ มีประสบการณ์
- เป็นผู้มีเมตตา รักษาไมตรีจิต แบ่งปันเสียสละและการยอมรับของชุมชน
- เป็นเจ้าหน้าที่ภาครัฐหรือเอกชนที่มีความชำนาญด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน
- มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ประสานงานได้ดีและมีทักษะการสื่อสาร
- โปร่งใส มีคุณธรรม จริยธรรม อดทนมีสัจจะ
- กระตือรือร้นในการหาความรู้ วิสัยทัศน์ที่กว้างไกล
- มีงานพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์อย่างน้อย 2 กลุ่ม

(2) เกณฑ์ที่ใช้กำหนดผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ยกระดับมาตรฐาน

- ใช้วัตถุดิบและแรงงานจากท้องถิ่น แสดงถึงเอกลักษณ์ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับสินค้า ฉลากถูกต้องตามกฎหมาย อย. ประหยัดและประหยัดสูงสุด
- มีมาตรฐานการผลิตดี สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน
- ผ่านการขึ้นทะเบียนจากสาธารณสุขจังหวัด
- สนองความต้องการและเป็นที่ยอมรับของตลาด
- ราคาเหมาะสม ยุติธรรม

(3) การได้มาของอาสาสมัครวิทยากรพี่เลี้ยง

คัดเลือกจากเกณฑ์ชี้วัดและอาสาสมัครที่ลงชื่อไว้แล้ว จากภาคกลาง ภาคตะวันออกและภาคตะวันตก รวมทั้งคัดเลือกบัณฑิตกองทุน ผู้นำท้องถิ่นที่มีการศึกษาที่สามารถทำความเข้าใจและแนะนำการดำเนินการแก่ท้องถิ่นได้ ทั้งนี้ผู้เข้ารับการอบรมต้องอยู่ครบตามกำหนดการอบรมและมีกรณีตัวอย่างที่จะลงไปพัฒนา

5.1.7 การประเมินผล

วิธีการ

(1) สังเกต

(2) สัมภาษณ์

(3) สำรวจ / ติดตามความก้าวหน้า

(4) จัดเวทีอบรม

(5) ถอดบทเรียน

ตัวชี้วัด

(1) จำนวนวิทยากรพี่เลี้ยง

(2) ผลการดำเนินงานของวิทยากรพี่เลี้ยงก่อนละหลังวิทยากรพี่เลี้ยงแนะนำอย่างน้อย 2 กลุ่ม โดยมีเอกสารประกอบสถานภาพกลุ่ม ปัญหาก่อนอบรมและหลัง กระบวนแก้ไขปัญหา

(3) ผลิตภัณฑ์ได้มาตรตามเกณฑ์ที่กำหนด (GHP/ GMP)

5.1.8 แผนการดำเนินงาน (ACTION Plan)

กิจกรรม /เดือนที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
(1) ประสานงานกับหน่วยงานพี่เลี้ยงกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและคัดเลือกวิทยากรพี่เลี้ยง	←→											
(2) จัดเวทีอบรมวิทยากรพี่เลี้ยง 3 วัน		←→										
(3) วิทยากรพี่เลี้ยงลงปฏิบัติการพื้นที่และจัดทำรายงานการปฏิบัติงาน			←	—	—	→						
					←	—	—	—	—	—	—	→
(4) การศึกษาดูงานและรายงานผลความก้าวหน้า					←→							
(5) ผู้ประสานติดตามผลงานความก้าวหน้าวิทยากรพี่เลี้ยงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง			←	—	—	—	—	—	—	—	—	→
(6) เวทีสรุปติดตามประเมินผล										←→		
(7) สรุปโครงการ											←→	

5.1.9 ผู้รับผิดชอบโครงการ

ผู้ประสานงานโครงการ

อาจารย์ประพีร์พร อักษรศรี สถาบันเพชรบุรีวิทยาลงกรณ์

วิทยากร ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ

(1) นายชายกร	สินธุสัย	เจ้าหน้าที่สารสนเทศ
(2) นายพรศักดิ์	ประสิทธิแพทย์	เจ้าหน้าที่โครงการ
(3) นายวัชระ	วันมาละ	เจ้าหน้าที่โครงการ

5.1.10 ผลการฝึกอบรม

1) กระบวนการและกิจกรรมในการฝึกอบรม ผู้วิจัยและทีมวิทยากรได้จัดกระบวนการและกิจกรรมในการฝึกอบรมดังนี้

➢ ***วันที่ 2 ธันวาคม 2545***

เวลา 9.00 น. เริ่มการฝึกอบรม โดยวิทยากรได้เริ่มกิจกรรมละลายพฤติกรรม หลังจากนั้นได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของสุขลักษณะ แนะนำหลักสูตรและกิจกรรม จากนั้นเริ่มการบรรยายในหัวข้อเรื่องความรู้เกี่ยวกับอันตรายที่เกิดขึ้นกับอาหาร/ความเสี่ยงและหัวใจสำคัญ 3 ประการของการผลิตอาหารให้ปลอดภัย รวมทั้งกระบวนการผลิตอาหารและสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร (นายชายกร สินธุสัย)

เริ่มการฝึกอบรมภาคบ่าย บรรยายต่อในหัวข้อเดิม หลังจากการจบการบรรยาย เดินทางไปดูงานในสถานที่การผลิตจริงของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านใหม่และกลุ่มขนมไทยบางสระคู

หลังจากการไปศึกษาดูงาน ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องบันทึกขั้นตอนกระบวนการผลิตและสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหารโดยอ้างอิงปัจจัยทั้ง 7 ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร เพื่อทบทวนความรู้จากการศึกษาดูงานและเสนอความคิดเห็นจากการศึกษาดูงานในวันรุ่งขึ้น

➢ ***วันที่ 3 ธันวาคม 2545***

เริ่มการฝึกอบรมเวลา 09.00 น. โดยการทบทวนความรู้จากการศึกษาดูงานจากสถานที่ผลิตจริงของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านใหม่และกลุ่มขนมไทยบางสระคู จากนั้นมีการบรรยายและซักถามเรื่องการขออนุญาตในการผลิตอาหาร โดยวิทยากรจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อุสนา ประจง) หลังจากพักรับประทานอาหารกลางวัน วิทยากรให้ผู้เข้ารับการอบรมแบ่งกลุ่มช่วยกันระดมความคิดเรื่องกระบวนการผลิตอาหารและแผนการปรับปรุงแก้ไขของแต่ละกลุ่ม จากนั้นให้ตัวแทนแต่ละกลุ่มนำเสนอผลการระดมความคิดเห็น หลังจากจบการนำเสนอ วิทยากรให้ผู้เข้ารับการอบรมแบ่งกลุ่มๆ ละ 2 คน ช่วยกันระดมความคิดเห็นในวันรุ่งขึ้น

➢ ***วันที่ 4 ธันวาคม 2545***

เริ่ม 9.00 น. แต่ละกลุ่มได้นำเสนอกระบวนการผลิตอาหารและแผนการปรับปรุงแก้ไข จนครบทุกกลุ่ม หลังจากนั้นวิทยากรบรรยายในหัวข้อเพิ่มเติมได้แก่เรื่อง หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (GMP) ที่บังคับใช้ในกฎหมาย เรื่องการทอดอาหารให้กรอบทนนาน เรื่องสารเคมีที่ใช้ในอาหาร เช่น คลอรีน ด่างทับทิม น้ำปูนใส และหลักการตลาด รวมทั้งซักถามปัญหา และสรุปการฝึกอบรม

2) รายชื่อวิทยากรท้องถิ่น

จากการฝึกอบรมอาสาสมัครเพื่อพัฒนาเป็นวิทยากรท้องถิ่น ซึ่งมีผู้รับการฝึกอบรมจำนวน 21 คน พบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถเป็นวิทยากรท้องถิ่นและเป็นพี่เลี้ยงชุมชนในการพัฒนากระบวนการผลิตให้ถูกสุขลักษณะให้แก่กลุ่มในชุมชนได้จำนวน 21 คน ดังนี้

ตารางที่ 11 แสดงรายชื่อวิทยากรท้องถิ่น

ที่	ชื่อ	ตำแหน่ง / สถานที่ทำงาน	โทรศัพท์	พื้นที่รับผิดชอบ
1	น.ส.เกษรินทร์ เกตุราม	ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาชุมชน บ.ยูเนียนเพาเวอร์ลีเวอร์ลี เวลลอยเมนท์ จำกัด จ.ประจวบคีรีขันธ์	01-8696793	จ.ประจวบคีรีขันธ์
2	นางรัชนีกร ปิ่นสุวรรณ์	พอช.อำเภอเมืองชัยนาท	056-421503 06-7513959	จ.ชัยนาท (กลุ่มแม่บ้านท่าข้าวโพด ม.2 ต.บ้านกล้วย อ.เมือง จ.ชัยนาท)
3	นางอัชญา จินศิริวานิช	กลุ่มผู้ผลิต	09-8806055	โรงงานผลิตไวน์ (116 ม.3 ถ.พหลโยธิน ต.สุขสำราญ อ.ตากฟ้า จ.นครสวรรค์)
4	นายวิวัฒน์ ศิริบดี	ศูนย์ให้คำปรึกษาทางการเงิน	02-4751879 01-6851133	จ.นนทบุรี
5	น.ส.วันดี ศรีขวัญ	พอช.อำเภอเมืองลพบุรี	036-413522	จ.ลพบุรี
6	นายยะห์รินทร์ มะสะกุล	สำนักงานพาณิชย์จังหวัด จันทบุรี	039-311357	จ.จันทบุรี (กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร สวนแสงทอง ม.3 ต.อ่างศีรี อ.มะทม จ.จันทบุรี)
7	นางอัญชลี จิตต์บรรเทา	สำนักงานเกษตร อ.หนองเสือ จ.ปทุมธานี	01-7708459	อ.หนองเสือ จ.ปทุมธานี (กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านใหม่ ม.3 ต.บ้านใหม่ อ.เมือง จ.ปทุมธานี)
8	นางราตรี ยอดเพชร	สำนักงานเกษตร จ.ลพบุรี	036-421191	จ.ลพบุรี (กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เชียงงา ต.เชียงงา อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี)
9	นางวารี ตันติเสาวภาพ	กศน.9 จ.จันทบุรี	039-343501	จ.จันทบุรี

ที่	ชื่อ	ตำแหน่ง / สถานที่ทำงาน	โทรศัพท์	พื้นที่รับผิดชอบ
10	นางปาริฉัตร ทองก้อน	พอช. จ.สระบุรี	036-221020	จ.สระบุรี (กลุ่มน้ำส้มคั้น ม.8 บ.คลองระบัง ต.มิตรภาพ อ.มวกเหล็ก จ.สระบุรี)
11	น.ส.จริญญา ไทยแท้	นักวิจัยชุมชน	01-7346184	จ.ปทุมธานี
12	น.ส.วนิดา กองรัมย์	นักวิจัยชุมชน,บัณฑิตกองทุนจังหวัดปทุมธานี	06-0581266	จ.ปทุมธานี
13	น.ส.ปพัสนันท์ ปราชญ์นครเขตต์	นักวิจัยชุมชน	09-1691495	จ.ปทุมธานี
14	น.ส.บุญเลิศ พุฒซ้อน	บัณฑิตกองทุนจังหวัดปทุมธานี	01-7954189	จ.ปทุมธานี
15	นางวรรณสมร ไชยบุรุษ	เจ้าพนักงานเคหกิจเกษตร จ.จันทบุรี	06-0412660 039-312638	จ.จันทบุรี (กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสวนแสงทอง ม.3 ต.อ่างศีรี อ.มะทม จ.จันทบุรี)
16	นางน้ำวุ้น หล่ำสาย	ประชาคม จ.อยุธยา	01-8517911	จ.อยุธยา (กลุ่มกล้วยกวน ม.3 ต.บ้านขวาง อ.มหาราช จ.อยุธยา)
17	น.ส.อารีพร ขำเอี่ยม	นักวิชาการพัฒนาชนบท จ.สิงห์บุรี	036-512457 09-2127287	จ.สิงห์บุรี (กลุ่มชาเขียวใบหม่อน 32/5 ม.5 ต.บ้านจ่า อ.บางระจัน จ.สิงห์บุรี)
18	นางสมจิตร บุญแตง	ประธานกลุ่มปลูกหม่อน อ.บางระจัน จ.สิงห์บุรี	036-534049	จ.สิงห์บุรี (กลุ่มชาเขียวใบหม่อน 32/5 ม.5 ต.บ้านจ่า อ.บางระจัน จ.สิงห์บุรี)
19	นางเอื้อมพร กานกระโทก	ประธานกลุ่มผลิตน้ำส้ม จ.สระบุรี		จ.สระบุรี (กลุ่มน้ำส้มคั้น ม.8 บ.คลองระบัง ต.มิตรภาพ อ.มวกเหล็ก จ.สระบุรี)
20	น.ส.เตือนใจ มาศศิริทรัพย์	เจ้าพนักงานเคหกิจเกษตร อ.เมือง จ.ปทุมธานี	02-5815830 09-0227362	จ.ปทุมธานี (กลุ่มน้ำส้มบรรจุขวด ชุมชนเมือง ซอย 61 ม.3 ต.ประชาธิปัตย์ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี)

ที่	ชื่อ	ตำแหน่ง / สถานที่ทำงาน	โทรศัพท์	พื้นที่รับผิดชอบ
21	นายไชยา บุณญาธิการโสภณ	กลุ่มงานส่งเสริม/พัฒนา พอช. จ.อยุธยา	01-9158164	จ.อยุธยา (กลุ่มกล้วยกวน ม.3 ต.บ้านขวาง อ.มหาราช จ.อยุธยา)

5.2 แผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์

จากศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ 8 กลุ่มร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตทั้งในด้านของวัตถุดิบ อาคาร-สถานที่ อุปกรณ์/เครื่องมือ การขนส่ง/การลำเลียงผลิตภัณฑ์ เทคนิค/กรรมวิธี ผู้ปฏิบัติงานและลักษณะของบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำข้อมูลปัญหาที่เกิดขึ้นมาจัดทำแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตให้ถูกสุขลักษณะและมีมาตรฐานคุณภาพกระบวนการผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง โดยได้กำหนดระยะเวลาและผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานปรับปรุงแก้ไข ซึ่งแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของแต่ละกลุ่มเป็นการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่สามารถปฏิบัติได้จริง ซึ่งวิทยากรท้องถิ่นได้มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตเพิ่มเติม โดยมีรายละเอียดแผนการปรับปรุงแก้ไขของแต่ละกลุ่ม ดังนี้

กรณีที่ 1 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านใหม่ หมู่ 3 ต.บ้านใหม่ อ.เมือง จ.ปทุมธานี

ตารางที่ 12 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านใหม่

ปัจจัย	ปัญหา	แผนการปรับปรุงแก้ไข	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
วัตถุดิบ	-ไม่มีภาชนะจัดเก็บ -การจัดเก็บไม่เป็นระเบียบ	-จัดหาภาชนะที่เหมาะสม -จัดหาชั้นวางของ	1 เดือน	ประธาน ฝ่ายจัดซื้อ
อาคาร-สถานที่	-ทึบแสง -ระบบน้ำทิ้งยังไม่ดี -พื้นไม่สะอาด -มีสัตว์เลี้ยง -ผนังไม่เรียบเกิดฝุ่นละออง	-ติดหลอดไฟ -ปรับปรุงระบบน้ำทิ้ง -เช็ดถูเป็นประจำ -กั้นบริเวณที่ผลิต -ทำความสะอาดสม่ำเสมอ	ทันที	ประธาน ฝ่ายผลิต
อุปกรณ์/ เครื่องมือ	-เก็บไม่เป็นหมวดหมู่ -อุปกรณ์ไม่สะอาด	-เก็บให้เป็นหมวดหมู่ -ทำความสะอาดสม่ำเสมอ	1 เดือน	ฝ่ายผลิต
การขนส่ง ลำเลียง	-ไม่มีภาชนะที่เหมาะสมในการขนย้าย	-จัดหาภาชนะที่เหมาะสม -มีผ้าคลุม	ทันที	ฝ่ายตลาด
เทคนิค/ กรรมวิธี	-ผลิตภัณฑ์มีกลิ่นหืน	-ตรวจสอบวัตถุดิบที่นำมาใช้	ทันที	ฝ่ายผลิต
คน/ผู้ปฏิบัติงาน	-ขาดความรู้เรื่อง GMP / GHP	-ให้ความรู้ประสานงานกับหน่วยงาน	1 เดือน	ประธานและสมาชิก
บรรจุภัณฑ์	-รายละเอียดในฉลากไม่ชัดเจน -ปิดผนึกไม่เรียบร้อย	-เพิ่มเติมข้อมูล -ตรวจสอบให้ละเอียด	ทันที	ฝ่ายตลาด ฝ่ายผลิต

ข้อเสนอแนะ

(1) แผนกระบวนการผลิตถั่วทอดมีการเชื่อมโยง มีการแสดงจุดที่ลด ฆ่า และคุมที่ชัดเจน

(2) ควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกถั่วอย่างมาก เนื่องจากจะเกิดเชื้อราได้ง่าย

(3) น้ำกะทิที่ได้จากการคั้นควรนำมาใช้ผลิตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากกะทิจะเกิดการบูดและเน่าเสียได้ง่าย

กรณีที่ 2 กลุ่มขนมไทยบางสระคู หมู่ 11 ต.บางสระ อ.เมือง จ.ปทุมธานี

ตารางที่ 13 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มขนมไทยบางสระคู

ปัจจัย	ปัญหา	แผนการปรับปรุงแก้ไข	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
วัตถุดิบ	- วัตถุดิบวางบนพื้น - วัตถุดิบไม่มีภาชนะใส่ - วัตถุดิบอมน้ำมัน - ขึ้นราง่าย	- หาชั้นวาง - หาภาชนะใส่ - ซับด้วยกระดาษซับมัน - ล้างจัดเก็บดี	1 เดือน 1 เดือน 1 สัปดาห์ 1 สัปดาห์	ประธาน สมาชิก
อาคาร/ สถานที่	- ทึบไม่สว่าง - ไม่มีมุ้งลวด - มีฝุ่นละออง - พื้นที่ไม่เป็นสัดส่วน - เพดานไม่เรียบ	- เพิ่มแสงสว่าง - ติดมุ้งลวด - เช็ด ถู - กั้นรั้ว - ทำฝ้า	1 เดือน 1 เดือน ทันที 2 เดือน 2 เดือน	ประธาน สมาชิก
อุปกรณ์/ เครื่องมือ	- ไม่เป็นระเบียบ - การจัดเก็บไม่เป็นสัดส่วน - ไม่มีเครื่องกวน	- จัดเก็บเป็นหมวดหมู่ - ทำชั้นวางของ - สร้างเครื่องกวน	1 เดือน ทันที 1 เดือน	ประธาน สมาชิก
การขนส่ง / ลำเลียง	- ขาดการปิดคลุมเวลาขนย้าย	- หาพลาสติก/ผ้าคลุม	ทันที	สมาชิก
เทคนิค / กรรมวิธี	- ขนาดขนมไม่เท่ากัน - สายการผลิตไม่เป็นระบบ - คุณภาพไม่สม่ำเสมอ - ขนาดใหญ่เกินไป	- ชั่ง/ตวงใส่พิมพ์ - ใช้แบบ U LINE - กำหนดมาตรฐาน - ลดขนาดลง	1 เดือน	ประธาน สมาชิก
คน / ผู้ปฏิบัติงาน	- ขาดความรู้เรื่อง GMP - ไม่สวมหมวก - ไม่ใส่ผ้ากันเปื้อน - ไม่สวมถุงมือ	- อบรมให้ความรู้เรื่อง GMP - จัดหาหมวกสวม - จัดหาผ้ากันเปื้อน - จัดหาถุงมือ	1 เดือน	ประธาน สมาชิก
บรรจุภัณฑ์	- ไม่น่าสนใจและไม่เหมาะสม - ฉลากไม่ชัดเจน - การผนึกไม่หนาแน่น	- เปลี่ยนรูปทรงใหม่ - เพิ่มข้อมูล/ตัวอักษรในฉลากไม่ชัดเจน - หาเครื่องบรรจุ	1 เดือน	ประธาน สมาชิก

ข้อเสนอแนะ

(1) กระบวนการผลิตขนมกระทกรกมีความเชื่อมโยงและมีการแสดงจุด ลด ฆ่า และคุมที่ชัดเจน

(2) ไข่แดงควรมีการชั่ง/ตวง สัดส่วนที่แน่นอน

(3) แผนการปรับปรุงมีความละเอียดและชัดเจน สามารถนำกลับไปใช้เป็นแผนการปรับปรุงของกลุ่มได้

กรณีที่ 3 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเชียงงา - ผลิตปลาส้ม ต.เชียงงา อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี

ตารางที่ 14 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเชียงงา

ปัจจัย	ปัญหา	แผนการปรับปรุงแก้ไข	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
วัตถุดิบ	- ปลาสดมีขนาดไม่เท่ากัน	- ทำข้อตกลงกับกลุ่มเลี้ยงปลา - ศึกษาแหล่งข้อมูลเลี้ยงปลา	3 เดือน	ประธาน
อาคาร/สถานที่	- การผลิตไม่แยกสายงาน	- ให้ความรู้กับกลุ่มผู้ผลิตเรื่อง GMP - ปรับปรุงกระบวนการผลิต	1 เดือน ทันที	สมาชิก
อุปกรณ์/เครื่องมือ	- การขอดเกร็ดปลายังไม่ทันเวลา	- ซื้อเครื่องมือขอดเกร็ดปลา	1 เดือน	เหรัญญิก
การขนส่ง /ลำเลียง	- ปลาส้มมีรสเปรี้ยวเร็ว	- ใช้ถังแช่	3 เดือน	ประธาน
เทคนิค / กรรมวิธี	- ผลิตภัณฑ์เปรี้ยวเร็ว - ก้างปลาแข็ง	- ปรับปรุงส่วนผสม - ปรับปรุงให้ก้างนิ่ม	3 เดือน	ประธาน สมาชิก
คน / ผู้ปฏิบัติงาน	- ขาดความรู้เรื่อง GMP/ GHP - ไม่ได้สวมหมวก ผ้ากันเปื้อนและถุงมือ	- ให้ความรู้เรื่อง GMP/ GHP - จัดหาหมวกสวม ผ้ากันเปื้อนและถุงมือ - ออกกฎกติกา	1 เดือน	ประธาน สมาชิก
บรรจุภัณฑ์	- ผนึกฉลากไม่เรียบร้อย - ข้อมูลรายละเอียดไม่ชัดเจน	- ตรวจสอบให้ละเอียด - เพิ่มเติมข้อมูลหั้ดเจน	1 เดือน	สมาชิก

ข้อเสนอแนะ

(1) แผนกระบวนการผลิตปลาส้มยังไม่เชื่อมโยงกับแหล่งวัตถุดิบที่ชัดเจน

(2) ควรมีการตรวจสอบความเรียบร้อยของถุงพลาสติกและฉลาก ก่อนนำมาใช้ในการผลิต

(3) การผลิตปลาส้มไม่มีการฆ่าที่สมบูรณ์ ควรมีการตรวจสอบความสะอาดของวัตถุดิบ และลดสิ่งปนเปื้อน

(4) แผนการปรับปรุงการผลิตมีความละเอียดพอควร สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงของกลุ่มได้

กรณีที่ 4 กลุ่มผลิตน้ำส้ม หมู่ 8 ต.คลองระบัง อ.มวกเหล็ก จ.สระบุรี

ตารางที่ 15 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มผลิตน้ำส้ม

ปัจจัย	ปัญหา	แผนการปรับปรุงแก้ไข	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
วัตถุดิบ	- ผลส้มจัดเก็บไว้ในห้องผลิตทำให้เศษฝุ่นละอองติดอยู่ในห้องผลิต	- จัดทำห้องเก็บวัตถุดิบ	1 เดือน	สมาชิก
อาคารสถานที่	- มีฝุ่นละออง	- เช็ดถู ฝุ่นละออง	ทันที	สมาชิก
อุปกรณ์เครื่องมือ	- การทำความสะอาดยังไม่พอเพียง - ไม่เช็ดอุปกรณ์ให้แห้งหลังการผลิต	- ให้มีการตรวจสอบความสะอาดของอุปกรณ์เครื่องมือ - เช็ดอุปกรณ์ให้แห้งก่อนเก็บ	ทุกครั้ง	สมาชิก
การขนส่ง/ลำเลียง	- ขาดการระวังระหว่างขนส่งทำให้บรรจุภัณฑ์แตก	- ตรวจสอบการขนย้าย	ทันที	สมาชิก
คน/ผู้ปฏิบัติงาน	- ขาดความรู้เรื่อง GHP	- อบรมความรู้เรื่อง GHP	15 วัน	สมาชิก
เทคนิคกรรมวิธี	- บางครั้งรสชาติไม่เหมือนเดิม	- ชั่งวัตถุดิบ - ตรวจวัดรสชาติ	ทันที	สมาชิก
บรรจุภัณฑ์	- ลักษณะบอบบางแตกง่าย	- จัดทำบรรจุภัณฑ์ที่รูปแบบแข็งแรง	4 เดือน	สมาชิก

ข้อเสนอแนะ

(1) แผนกระบวนการผลิตน้ำส้มสดพร้อมดื่มมีความเชื่อมโยงและแสดงการ ลด ฆ่า และควบคุมที่ชัดเจน

(2) การกรองควรตรวจสอบความสะอาดและฆ่าเชื้ออุปกรณ์ที่ใช้ทุกครั้ง

(3) การใช้น้ำแข็งแช่ในกระบวนการผลิต ควรคัดเลือกจากแหล่งที่สะอาดและควรตรวจสอบอย่างละเอียด เนื่องจากจะเกิดการบนเปื้อนได้ง่าย

(4) แผนการปรับปรุงมีความละเอียดและชัดเจน สามารถนำกลับไปใช้กับกลุ่มได้

กรณีที่ 5 กลุ่มไวน์ 116 ม. 3 ถนนพหลโยธิน ต.สุขสำราญ อ.ตากฟ้า จ.นครสวรรค์

ตารางที่ 16 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มไวน์

ปัจจัย	ปัญหา	แผนการปรับปรุงแก้ไข	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
วัตถุดิบ	- ผลองุ่นมีคุณภาพต่ำ	- ทำการคัดแยกองุ่น - มีการตรวจสอบความหวานขององุ่น	ทันที 1 สัปดาห์	เจ้าของสวนและผู้ผลิต
อาคารสถานที่	-	-	-	-
อุปกรณ์เครื่องมือ	-	-	-	-
การขนส่ง/ลำเลียง	-	-	-	-
คน/ผู้ปฏิบัติงาน	- คนละเลยความสะอาด	- มีการออกกฎระเบียบเช่น ไม่ใส่ผ้ากันเปื้อน 5 บาท ไม่เปลี่ยนรองเท้า 2 บาท ไม่สวมหมวก 2 บาท	ทันที	ผู้ผลิต
เทคนิคกรรมวิธี	- รสชาติของไวน์ไม่สม่ำเสมอ 100% - การบ่มยังไม่ได้มาตรฐาน	- ต้องควบคุมการผลิตตั้งแต่ขั้นแรกถึงขั้นตอนสุดท้าย - ปรึกษาผู้รู้และหาความรู้เพิ่มเติม	6-12 เดือน	ผู้ผลิต
บรรจุภัณฑ์	- การติดฉลากไม่เรียบ - จุกครอ๊กขาดตลาดเพราะเป็นสินค้านำเข้า	- ติดฉลากให้เรียบร้อย - ควบคุมสต๊อกของจุก ครอ๊กโดยตรวจสอบเสมอ	ทันที	ผู้ผลิต

ข้อเสนอแนะ

(1) แผนกระบวนการไวน์องุ่น มีความเชื่อมโยงและมีการแสดงจุด ลดฆ่า และคุม

(2) ควรมีระบบการจัดเก็บกากที่เหลือจากการคั้นน้ำองุ่น

(3) ควรมีการควบคุมปริมาณการใช้สารเคมี (KMS) ที่นำไปใช้ในการยับยั้งจุลินทรีย์ให้อยู่ในปริมาณที่กำหนด

(4) แผนการปรับปรุงกระบวนการผลิตมีความชัดเจน แต่ในบางหัวข้อยังไม่ได้ระบุรายละเอียดเท่าที่ควร

กรณีที่ 6 กลุ่มชาใบหม่อน 32\5 ม. 5 ต.บ้านจ่า อ.บางระจัน จ.สิงบุรี

ตารางที่ 17 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มชาใบหม่อน

ปัจจัย	ปัญหา	แผนการปรับปรุงแก้ไข	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
วัตถุดิบ	- ใบหม่อนและใบเตยไม่มีภาชนะในการจัดเก็บและไม่เป็นหมวดหมู่ - ไม่มีการคัดเลือกคุณภาพของใบหม่อนและใบเตย	- หาภาชนะที่มิดชิดเหมาะสมกับการเก็บวัตถุดิบ - คัดเลือกคุณภาพใบหม่อนและใบเตยเพื่อลดสารปนเปื้อน	20 วัน ทันที	สมาชิก
อาคารสถานที่	- ไม่มีระบบการกำจัดน้ำเสีย - พื้นไม่สะอาดมีฝุ่น - มีสัตว์เลี้ยง - ไม่มีรั้วกันสถานที่ผลิตและไม่มีมุ้งลวด	- ทำร่องน้ำกำจัดน้ำเสีย - ดูแลความสะอาดเช็ดถู - กันบริเวณสัตว์เลี้ยงให้เป็นสัดส่วน - หารั้วกั้นให้เป็นสัดส่วน	1 เดือน ทันที 1 เดือน 1 เดือน	ประธาน สมาชิก
อุปกรณ์ เครื่องมือ	- ไม่ใช้โต๊ะในการผลิต - ที่ตากใบหม่อนไม่มีภาชนะคลุม - การจัดเก็บไม่เป็นหมวดหมู่ - กระทะและหม้อไม่สะอาด	- จัดหาโต๊ะเพื่อการผลิต - จัดหาพลาสติกและภาชนะคลุม - จัดเก็บภาชนะให้เป็นหมวดหมู่และเขียนป้ายบอก - ทำความสะอาดทุกครั้งหลังใช้งาน	1 เดือน 1 สัปดาห์ 1 สัปดาห์ ทันที	สมาชิก
การขนส่ง/ ลำเลียง	- ภาชนะในการขนส่งไม่เหมาะสม	- จัดหากล่องพลาสติกหรือกล่องกระดาษในการขนส่ง	1 สัปดาห์	สมาชิก
คน/ ผู้ปฏิบัติงาน	- ขาดความรู้ด้านGMP - ไม่สวมหมวกและผ้ากันเปื้อนขณะที่ผลิต	- อบรมให้ความรู้ - จัดหาและสวมใส่ให้เรียบร้อย	1 เดือน	ประธาน
เทคนิค กรรมวิธี	- ระดับความแห้งของใบหม่อนไม่เท่ากัน	- ใช้เครื่องอบโดยตั้งระยะเวลาที่เหมาะสมและปริมาณที่ใส่ไม่มากจนเกินไป	ทันที	สมาชิก
บรรจุภัณฑ์	- สีของอักษรบนฉลากไม่ชัดเจน - ไม่มีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ	- ควรเปลี่ยนสีให้ชัดเจนขึ้น - ระบุข้อความเพิ่มเติม	1 เดือน	สมาชิก

ข้อเสนอแนะ

(1) แผนกระบวนการผลิตชาใบหม่อนมีความเชื่อมโยงและมีการลด ฆ่า คุม ที่ชัดเจน

(2) แผนการปรับปรุงมีความระเอียดและชัดเจน สามารถนำไปใช้เป็นแผนการปรับปรุงของกลุ่มได้

กรณีที่ 7 กลุ่มสตรีบ้านสหกรณ์พัฒนา – ผลิตขนมสามเกลอ ม.5 ต.นพรัตน์ อ.หนองเสือ จ.ปทุมธานี

ตารางที่ 18 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มสตรีบ้านสหกรณ์พัฒนา

ปัจจัย	ปัญหา	แผนการปรับปรุงแก้ไข	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
วัตถุดิบ	- การบดใช้เวลานาน - เกิดการเหม็นหืนได้ง่าย	- จัดหาอุปกรณ์ - จัดเก็บในภาชนะที่ปิดสนิท	3 วัน	สมาชิก
อาคารสถานที่	- ไม่มีเขตกันบริเวณผลิต - ไม่มีฝาครอบหลอดไฟ - ไม่มีชั้นวางของให้เป็นระเบียบ	- ทำรั้วกั้นบริเวณผลิต - จัดหาฝาครอบหลอดไฟ - จัดหาชั้นวางให้เป็นหมวดหมู่	7 วัน	ฝ่ายถานที่
อุปกรณ์เครื่องมือ	- อุปกรณ์ผลิตไม่ครบการผลิตทำได้ช้า - โต๊ะใช้ในการผลิตไม่เพียงพอ - จัดเก็บไม่เป็นหมวดหมู่	- จัดหาอุปกรณ์เพิ่ม - จัดให้เป็นระบบเน้นความสะอาด	ทันที	ฝ่ายผลิต
การขนส่ง/ลำเลียง	- เส้นทางการขนส่งสินค้าไกลทำให้สินค้าเสียหาย	- จัดทำกล่องบรรจุผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการกระทบกระเทือนน้อย	ทันที	ฝ่ายผลิต
คน/ผู้ปฏิบัติงาน	- ขาดความรู้เรื่อง GHP\GMP - ไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยีการผลิต - ความเคยชิน - การคิดต้นทุนกำไร	- ให้ความรู้	1 เดือน	ประธาน สมาชิก
เทคนิคกรรมวิธี	- การผลิตใช้แรงคนเป็นส่วนใหญ่ทำให้การผลิตเป็นไปได้ช้า - ชิ้นขนมใหญ่ทานยาก - เกิดการเหม็นหืนของขนม	- นำความรู้จากการอบรมมาประยุกต์ใช้ในการผลิต - ลดขนาดให้เล็กลงทานง่าย - ทำในปริมาณที่มียอดสั่งและจัดเก็บให้ถูกวิถี	ทันที	ประธาน สมาชิก
บรรจุภัณฑ์	- ข้อมูลรายละเอียดในฉลากไม่ชัดเจน - การปิดผนึกไม่เรียบร้อย - ตัวบรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ	- เพิ่มเติมข้อมูลให้ชัดเจน - ตรวจสอบให้ละเอียด - หาบรรจุภัณฑ์รูปแบบตรงกับความต้องการของผู้บริโภค	ทันที	ประธาน สมาชิก

ข้อเสนอแนะ

(1) แผนกระบวนการผลิตขนมสามเกลอมีความเชื่อมโยงและมีการลด ฆ่าและการคุมที่ชัดเจน

(2) มีการชั่ง/ตวงในกระบวนการผลิต ทำให้เกิดความสม่ำเสมอและได้มาตรฐาน

(3) แผนการปรับปรุงมีความละเอียดและชัดเจน นำไปใช้เป็นแผนการปรับปรุงของกลุ่มได้

กรณีที่ 8 กลุ่มแม่บ้านท่าข้าวโพด ม.2 ต.บ้านกล้วย อ.เมือง จ.ชัยนาท

ตารางที่ 19 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มแม่บ้านท่าข้าวโพด

ปัจจัย	ปัญหา	แผนการปรับปรุงแก้ไข	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
วัตถุดิบ	- เปลือกส้มโอตากแห้งรับซื้อจากแม่ค้าไม่สะอาด - เปลือกส้มโอตากแห้งอาจเกิดเชื้อรา	- ให้คำแนะนำแม่ค้าในการตากส้มโอให้ถูกลักษณะ - ติดตามผลการปฏิบัติ - รับซื้อเฉพาะรายที่ตากถูกสุขลักษณะ - เลือกซื้อโดยการคัด - เก็บรักษาอย่างถูกสุขลักษณะ - ใช้ระบบ First In First Out	2 เดือน 1 สัปดาห์	ฝ่ายจัดซื้อ
อาคารสถานที่	- บริเวณที่ผึ่งและปั้นเปิดโล่งอยู่ริมถนน	- ย้ายเข้าไปทำในห้อง - ล้อมรั้วบริเวณเปิดโล่ง	1 สัปดาห์ 3 เดือน	ฝ่ายผลิต
อุปกรณ์เครื่องมือ	- บางอย่างจัดเก็บไม่เป็นระเบียบ	- นำเก็บบนชั้นวาง - แยกเป็นหมวดหมู่	1 สัปดาห์	สมาชิก
การขนส่ง/ลำเลียง	-	-	-	-
คน/ผู้ปฏิบัติงาน	- บางครั้งไม่สวมหมวกและผ้ากันเปื้อน - อาจล้างมือไม่สะอาด	- ให้ความรู้เรื่อง GMP - ติดตามผล	1 เดือน	สมาชิก
เทคนิคกรรมวิธี	-	-	-	-
บรรจุภัณฑ์	- ฉลากไม่โดดเด่น - บรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูดลูกค้า	- ปรับปรุงฉลากให้มีเอกลักษณ์ของกลุ่ม - ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม สะดวกแก่การขนย้าย รักษาคุณภาพ สินค้าน่าซื้อเป็นของฝาก	3 เดือน 3 เดือน	ฝ่ายตลาด

ข้อเสนอแนะ

(1) กระบวนการผลิตส้มโอแก้วรวมรสมีความเชื่อมโยงและมีการแสดงการลด ฆ่า และคุมที่ชัดเจน

(2) แผนการปรับปรุงยังไม่ละเอียดเท่าที่ควร ยังไม่ได้ระบุด้านการขนส่ง และเทคนิคกรรมวิธี ควรนำไปปรับปรุงเพื่อใช้เป็นแผนของกลุ่มต่อไป

กรณีที่ 9 กลุ่มกล้วยกวนกรุงศรี ม. 3 ต.บ้านขวาง อ.มหาราช อ.มหาราช จ.อยุธยา

ตารางที่ 20 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มกล้วยกวนกรุงศรี

ปัจจัย	ปัญหา	แผนการปรับปรุงแก้ไข	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
วัตถุดิบ	- กล้วยวางบนโต๊ะ - น้ำตาล,เกลือและแบะแซ ยังไม่มีภาชนะจัดเก็บที่เหมาะสม	- หาที่เก็บกล้วย - หาภาชนะจัดเก็บและหาโต๊ะวาง	1 เดือน	ประธาน สมาชิก
อาคารสถานที่	- ผลิตใต้ถุนบ้าน - เป็นดินไม่ได้กั้นบริเวณมีฝุ่นละออง	- ปรับปรุงสถานที่ให้เป็นส่วน - กั้นบริเวณและติดมุ้งลวด - ทำความสะอาด	1 เดือน 2 เดือน ทันที	ประธาน สมาชิก
อุปกรณ์เครื่องมือ	- เก็บไม่เป็นระเบียบหมวดหมู่ - หม้อ กระทะยังไม่สะอาด	- เก็บให้เป็นระเบียบ - หาที่คลุมมิดชิด	ทันที	ประธาน สมาชิก
การขนส่ง/ลำเลียง	- ขาดการป้องกันเวลาขนย้าย	- ควรหาพลาสติกปิดคุมให้มิดชิด	ทันที	ประธาน สมาชิก
คน/ผู้ปฏิบัติงาน	- ยังขาดความรู้เรื่อง GMP - ไม่ได้สวมหมวกและผ้ากันเปื้อน	- อบรมให้ความรู้ - จัดหาหมวกและผ้ากันเปื้อน	1 เดือน	ประธาน สมาชิก
เทคนิคกรรมวิธี	- รสชาติยังไม่ได้มาตรฐานพอ	- ต้อง ชั่ง/ตวง สัตส่วนวัตถุดิบทุกครั้ง	ทันที	ประธาน สมาชิก
บรรจุภัณฑ์	- ฉลากไม่ชัดเจน - ปิดผนึกยังไม่เรียบร้อย - ข้อมูลรายละเอียดในฉลากยังไม่ชัดเจน	- พิมพ์ให้ชัดเจน - ตรวจสอบให้ละเอียด - เพิ่มเติมข้อมูลให้ชัดเจน	1 เดือน	ประธาน สมาชิก

ข้อเสนอแนะ

(1) แผนการผลิตกล้วยกวนมีการเชื่อมโยง แต่ยังไม่แสดงการลด ฆ่า และคุมเท่าที่ควร

(2) หลังจากการคั้นกะทิแล้ว ควรนำมาใช้ในการผลิตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเกิดการเน่าเสียได้ง่าย

(3) ควรมีการตรวจสอบความสะอาด และข้อมูลลายละเอียดในฉลาก ก่อนนำมาใช้

(4) แผนการปรับปรุงมีความละเอียดและชัดเจน สามารถนำมาใช้ในแผนการปรับปรุงของกลุ่มได้

กรณีที่ 10 กลุ่มผลิตน้ำลูกสำรอง จ.จันทบุรี

ตารางที่ 21 แสดงปัญหาและแผนการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการผลิตของกลุ่มน้ำลูกสำรอง

ปัจจัย	ปัญหา	แผนการปรับปรุงแก้ไข	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
วัตถุดิบ	- ความสะอาดของลูกสำลอง - การจัดเก็บวางกับพื้น	- นำมาอบฆ่าเชื้อ - หาภาชนะที่มิดชิดมาจัดเก็บ	1 เดือน	สมาชิก
อาคารสถานที่	- ห้องน้ำอยู่ในตัวอาคาร - เพดานมีใยแมงมุม ฝุ่นละออง - ไม่ได้ติดมุ้งลวด	- นำฉากมากั้นให้เป็นสัดส่วน - ทำความสะอาด - ติดตั้งมุ้งลวด	1 เดือน ทันที 1 เดือน	ประธาน สมาชิก
อุปกรณ์เครื่องมือ	- การจัดเก็บไม่เป็นหมวดหมู่ - อุปกรณ์ไม่สะอาด	- ทำชั้นเก็บให้เป็นหมวดหมู่ - ทำความสะอาดก่อน หลังการใช้งาน	1 เดือน ทันที	สมาชิก
การขนส่ง/ลำเลียง	- ขาดภาชนะใส่ ปกคลุม	- จัดภาชนะใส่ที่เหมาะสม	1 สัปดาห์	สมาชิก
คน/ผู้ปฏิบัติงาน	- ขาดความรู้เรื่อง GMP - ไม่ได้สวมหมวกและอุปกรณ์ป้องกัน	- อบรมให้ความรู้เรื่อง GMP - จัดหาหมวกและอุปกรณ์อื่น ๆ	1 เดือน	ประธาน สมาชิก
เทคนิคกรรมวิธี	- ขาดความสม่ำเสมอในด้านรสชาติ	- ชั่ง/ตวงวัตถุดิบและเขียนสูตรให้สมาชิกทุกคนได้ทราบ	1 สัปดาห์	ประธาน สมาชิก
บรรจุภัณฑ์	- ไม่น่าสนใจ - ขาดรายละเอียด - ฉลากไม่ชัดเจน	- ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจ - เพิ่มเติมข้อมูลให้ชัดเจน - พิมพ์ฉลากให้ชัดเจน	1 เดือน	ประธาน สมาชิก

ข้อเสนอแนะ

(1) กระบวนการผลิตน้ำลูกสำลองยังไม่เชื่อมโยงและไม่ได้แสดงการลด ฆ่าและคุมที่ชัดเจนเท่าที่ควร

(2) แผนการปรับปรุงมีความละเอียดและชัดเจนสามารถนำมาใช้เป็นแผนการปรับปรุงของกลุ่มได้

5.3 ผลการตรวจประเมินและการแก้ปัญหาของวิทยากรท้องถิ่นด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์

จากการปฏิบัติการของวิทยากรท้องถิ่นพบว่าได้เข้าไปแก้ไขปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

ตารางที่ 22 แสดงปัญหาและวิธีการแก้ไขจากการปฏิบัติงานของคณะวิทยากรท้องถิ่น

สภาพปัญหา และวิธีการแก้ไข	**น้ำดื่ม**	**กล้วยกวน**	**กระทกรก**	**ปลาส้ม**	**น้ำส้ม**	**ไวน์องุ่น**	**แปรรูปเนื้อสัตว์**	**ชาใบหม่อน**	**สามเกลอ**	**กล้วยกรอบแก้ว**	**กระยาสารท**	**กล้วยอบน้ำผึ้ง**
การตรวจสอบ ไม่สามารตรวจสิ่งบนเปื้อนในวัตถุดิบ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การผลิตจนถึงนำมาแปรรูป ส่วนประกอบวัตถุดิบไม่ผลิตเองทั้งหมด	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
การแก้ไข สามารถนำไปรับการตรวจวิเคราะห์	●	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	●	⊘	⊘	⊘	⊘
วัตถุดิบ ขึ้นราง่าย มีเชื้อราในวัตถุดิบ	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เก็บวัตถุดิบไม่มิดชิด อากาศเข้าได้	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่มีภาชนะกันฝุ่นละออง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
จัดเก็บวัสดุไม่เป็นที่/วางกับพื้น	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การแก้ไข มีการตรวจวัตถุดิบเสมอ	●	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘
หาภาชนะปิดสนิทไม่รั่วชำรุด	●	●	●	⊘	●	●	●	●	⊘	●	⊘	●
มีสถานที่จัดเก็บไว้เป็นระบบ /หมวดหมู่	●	●	●	●	●	●	●	●	⊘	●	⊘	●
มีป้ายบอกตำแหน่ง	●	⊘	⊘	⊘	⊘	●	●	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘
ไม่วางวัตถุดิบกับพื้น	●	●	●	⊘	●	●	●	●	●	●	●	●
คัดแยกขนาด/คุณภาพก่อนการผลิต	●	⊘	⊘	●	⊘	●	●	●	⊘	●	⊘	⊘
การขนส่ง/ลำเลียง ใช้ถังพลาสติกสีดำใส่ผลิตภัณฑ์	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

สภาพปัญหา และวิธีการแก้ไข	น้ำดื่ม	กล้วยกวน	กระทกรก	ปลาส้ม	น้ำส้ม	ไวน์องุ่น	แปรรูปเนื้อสัตว์	ชาใบหม่อน	สามเกลอ	กล้วยกรอบแก้ว	กระยาสารท	กล้วยอบน้ำผึ้ง
ขาดการระมัดระวังระหว่างขนส่งทำให้ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เสียหาย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่มีการปิดคลุมระหว่างการขนส่งลำเลียง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การจัดเก็บไม่เป็นระเบียบ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่ติดป้ายบอกถึงสิ่งของด้านใน	✘	✓	✓	✓	✓	✘	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่มีผู้ตรวจสอบคอยดูแลของทั้งหมด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ผลิตภัณฑ์เปลี่ยนสภาพหลังการพักสินค้าไว้	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่มีการคำนวณเวลาและระยะทาง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การแก้ไข												
ใช้ถังพลาสติกที่เป็นสีขาวใช้สำหรับอาหาร	●	⊘	⊘	⊘	●	●	●	●	●	●	⊘	●
ฝึกปฏิบัติให้เกิดความชำนาญ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
จัดหาสิ่งปิดคลุมขณะขนส่ง	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
จัดเก็บให้เป็นระบบและเข้าเป็นหมวดหมู่	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ควรติดป้ายบอกถึงสิ่งของด้านใน	●	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	●	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘
จัดคนดูแลตรวจสอบผลิตภัณฑ์	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
คำนวณช่วงเวลาและระยะทางจัดส่งให้ชัดเจน	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘
อาคาร/สถานที่												
ห้องน้ำมีน้ำท่วมขัง	✓	✘	✘	✓	✘	✘	✓	✘	✘	✘	✘	✘
อาคารไม่มีความแข็งแรง	✘	✘	✘	✓	✘	✘	✘	✘	✘	✘	✘	✘
พื้นไม่สะอาด มีฝุ่นละออง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ผนังมีช่องโหว่	✓	✓	✓	✓	✓	✘	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่มีฝาครอบหลอดไฟ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
สายการผลิตไม่ต่อเนื่อง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

สภาพปัญหา และวิธีการแก้ไข	น้ำดื่ม	กล้วยกวน	กระทกรก	ปลาส้ม	น้ำส้ม	ไวน์องุ่น	แปรรูปเนื้อสัตว์	ชาใบหม่อน	สามเกลอ	กล้วยกรอบแก้ว	กระยาสารท	กล้วยอบน้ำผึ้ง
ไม่มีท่อระบายน้ำ	✓	✓	✓	✘	✘	✘	✘	✘	✘	✘	✘	✘
รอบๆ สถานที่ผลิตยังมีกลิ่นเหม็น	✘	✘	✘	✓	✘	✘	✓	✘	✘	✘	✘	✘
มีสัตว์เลี้ยงในสถานที่ผลิต	✘	✓	✓	✓	✓	✘	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การแก้ไข												
ทำทางระบายน้ำให้สะดวก	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ทำการปรับปรุง	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
จัดตารางการทำความสะอาด	●	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	●	⊘	⊘	⊘	⊘
ทำการปิดหรืออุดช่องโหว่	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
จัดทำฝาครอบดวงไฟ	●	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	●	●	●	●	⊘	⊘
จัดทำฝังสายการผลิต	●	⊘	⊘	●	⊘	⊘	●	●	⊘	⊘	●	⊘
จัดทำท่อระบายน้ำ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
กำจัดกลิ่นเหม็น	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
จัดหาสิ่งป้องกั้นสัตว์เลี้ยง	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
อุปกรณ์ / เครื่องมือ												
เก็บไม่เป็นหมวดหมู่เก็บไม่เป็นสัดส่วนจัด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
อุปกรณ์/เครื่องมือขาดการทำความสะอาดอย่างต่อเนื่อง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
มีอุปกรณ์ไม่ครบ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ขาดภาชนะในการคลุมเพื่อป้องกันฝุ่นละอองจัดหา	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เครื่องมือที่มีความซับซ้อนในการใช้งาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การแก้ไข												
เก็บให้เป็นหมวดหมู่	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ทำความสะอาดทุกครั้งหลังการผลิตเช็ดอุปกรณ์ให้แห้งก่อนเก็บเข้าที่	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
จัดหาให้ครบ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ใช้ผ้าขาวหรือพลาสติกคลุม	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ปรึกษาผู้รู้ที่มีความเชี่ยวชาญ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

สภาพปัญหา และวิธีการแก้ไข	น้ำดื่ม	กล้วยกวน	กระทกรก	ปลาส้ม	น้ำส้ม	ไวน์องุ่น	แปรรูปเนื้อสัตว์	ชาใบหม่อน	สามเกลอ	กล้วยกรอบแก้ว	กระยาสารท	กล้วยอบน้ำผึ้ง
เทคนิค / กรรมวิธี												
ไม่แสดงขั้นตอนการผลิตให้เห็น	✘	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ผลิตภัณฑ์ออกมาไม่สม่ำเสมอ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ผลิตภัณฑ์มีกลิ่น	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่มีการคัดขนาดและคุณภาพของผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
ไม่มีการตวง วัดที่แน่นนอน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่มีความรู้ในเรื่องกรรมวิธีที่ดีและถูกต้อง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่มีมาตรฐานแน่นอน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การแก้ไข												
จัดทำขั้นตอนแสดงให้เห็นชัดเจน	●	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘
จัดทำบร๊อกเพื่อกำหนดขนาด	●	●	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘
ควบคุมวัตถุดิบก่อนการผลิตไม่ให้เน่าเสีย	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
คัดขนาดและคุณภาพของวัตถุดิบ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ตวงวัตถุดิบทุกครั้งที่ทำการผลิต	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ปรึกษาผู้รู้และผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ตั้งเกณฑ์ที่แน่นนอนให้กับผลิตภัณฑ์	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
คน / ผู้ปฏิบัติงาน												
เครื่องแต่งกายเพื่อป้องกันการติดเชื้อยังไม่ครบ	✓	✓	✓	✓	✓	✘	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่มีความรู้เรื่องการทำบัญชี ขาดทุน กำไร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยีการผลิตที่ถูกต้อง	✓	✓	✘	✓	✓	✓	✓	✘	✘	✘	✓	✘
ไม่มีความรู้เรื่องสุขลักษณะที่ดี	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

สภาพปัญหา และวิธีการแก้ไข	น้ำดื่ม	กล้วยกวน	กระทกรก	ปลาส้ม	น้ำส้ม	ไวน์องุ่น	แปรรูปเนื้อสัตว์	ชาใบหม่อน	สามเกลอ	กล้วยกรอบแก้ว	กระยาสารท	กล้วยอบน้ำผึ้ง
เคยชินกับนิสัยแบบเดิมๆ ไม่ยอมเปลี่ยน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การแก้ไข จัดหาเครื่องแต่งกายเพื่อป้องกันการติดเชื้อให้ครบ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
อบรมให้ความรู้เรื่องการทำบัญชี ขาดทุนกำไร ศึกษาดูงาน ฝึกปฏิบัติการบ่อยๆ จนเป็นความเคยชิน	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
อบรมให้ความรู้เทคโนโลยีการผลิตที่ถูกต้อง ศึกษาดูงาน ฝึกปฏิบัติการบ่อยๆ จนเป็นความเคยชิน	●	⊘	⊘	⊘	⊘	●	●	●	⊘	⊘	⊘	⊘
อบรมให้ความรู้สุขลักษณะที่ดีศึกษาดูงานฝึกปฏิบัติการบ่อยๆ จนเป็นความเคยชิน	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
อบรมให้ความรู้ ศึกษาดูงาน ฝึกปฏิบัติการบ่อยๆ จนเป็นความเคยชิน	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
บรรจุภัณฑ์ ฉลากยังใช้สีที่มองเห็นชัดเจน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่ครอบคลุมลายละเอียดทั้งหมด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ฉลากที่ใช้ไม่มีความคงทน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บรรจุภัณฑ์บอบบางจึงทำให้ชำรุดง่าย	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่สะดุดตา /จูงใจ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้น	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บรรจุภัณฑ์ขาดตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่ทำการทดลองก่อนบรรจุจริง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

สภาพปัญหา และวิธีการแก้ไข	น้ำดื่ม	กล้วยกวน	กระทกรก	ปลาส้ม	น้ำส้ม	ไวน์องุ่น	แปรรูปเนื้อสัตว์	ชาใบหม่อน	สามเกลอ	กล้วยกรอบแก้ว	กระยาสารท	กล้วยอบน้ำผึ้ง
การแก้ไข กำหนดสีที่สามารถมองเห็นได้ชัด	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ใส่รายละเอียดให้ครบ	⊘	⊘	⊘	●	●	●	●	●	●	●	⊘	⊘
ทำการคัดเลือกกระดาษก่อนซื้อและใช้งาน	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	●	⊘	●	⊘	●	⊘	⊘
หาแหล่งจำหน่ายให้ได้มากกว่า 2 แหล่ง ขึ้นไป	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	●	⊘	●	⊘	●	⊘	⊘
ทำการทดลองบรรจุก่อนบรรจุจริง	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
การบริหารจัดการ คนรับผิดชอบการผลิตไม่จริงจัง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
มีการวางแผน เพื่อดำเนินงานไม่สมบูรณ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ไม่มีผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ขาดการมีส่วนร่วมของสมาชิก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การแก้ไข สร้างขวัญและกำลังใจให้ผู้ผลิต	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ร่วมกันปรับปรุงแผนให้สมบูรณ์	●	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	●	●	⊘	●	⊘	⊘
วางผู้รับผิดชอบให้ชัดเจนและทำเป็นรายลักอักษร	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	⊘	●
จัดเวทีร่วมกันทั้งหมดอย่างน้อยปีละ 2-3 ครั้ง	●	⊘	⊘	⊘	●	●	●	●	⊘	●	⊘	●
การตลาด ไม่มีการคำนวณต้นทุนกำไรที่ถูกต้อง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ขาดการประสานงานกับผู้ที่มีความรู้ในเรื่องของการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

สภาพปัญหา และวิธีการแก้ไข	น้ำดื่ม	กล้วยกวน	กระทกรก	ปลาส้ม	น้ำส้ม	ไวน์องุ่น	แปรรูปเนื้อสัตว์	ชาใบหม่อน	สามเกลอ	กล้วยกรอบแก้ว	กระยาสารท	กล้วยอบน้ำผึ้ง
การแก้ไข												
คำนวณต้นทุนกำไร	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ปรึกษาผู้ที่มีความชำนาญ	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

หมายเหตุ : เครื่องหมาย ✓ หมายถึง เป็นปัญหา
เครื่องหมาย ✘ หมายถึง ไม่เป็นปัญหา
เครื่องหมาย ● หมายถึง แก้ไขได้
เครื่องหมาย ⊘ หมายถึง ยังไม่ได้แก้ไข

5.4 การเปลี่ยนแปลงของกลุ่มผลิตภัณฑ์

1. กลุ่มกระยาสารท : ในเบื้องต้นกลุ่มไม่ยอมรับการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสังคม เช่น บรรจุภัณฑ์ รูปลักษณ์ที่แข็งเกินไป การเพิ่มคุณค่าทางอาหาร การปรับปรุงรสชาติ เพื่อให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนไป ซึ่งได้มีการพูดคุยกันหลายครั้ง การให้เหตุผล ยกตัวอย่างจากที่อื่นๆ ให้ฟัง โดยมีความคิดว่า “ฉันขายในบ้านก็พอแล้ว” ผู้ผลิตรายนี้ไม่เคยออกไปภายนอก ไม่ยอมรับรู้การเปลี่ยนแปลงของสังคม ขายดีบ้างไม่ดีบ้างก็ไม่สนใจ โดยมีรายได้ส่วนอื่นทดแทน เช่น มะพร้าว อ้อย ที่แปรรูปเป็นน้ำอ้อย เก็บของในสวนขาย

วิธีการแก้ไข คือ สร้างรูปลักษณ์ใหม่ เรียกชื่อใหม่ ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ กระยาสารท ธัญญาพืช ซึ่งไม่หวาน ไม่แข็ง รูปทรงพอคำและมีผู้แปลงสารให้เกิดการยอมรับกับผู้ผลิต คือ สามีของผู้ผลิตมาเรียนหนังสือและได้รับความรู้ใหม่ประกอบกับการได้พบได้เห็นกับสิ่งใหม่ๆ และเห็นช่องทางการตลาด จึงสามารถเปลี่ยนแปลงความคิดเหล่านั้นได้และยอมรับการเปลี่ยนแปลง เปลี่ยนชื่อผลิตภัณฑ์จากเดิมเรียกว่า “กระยาสารท” เป็น “ธัญญาพืชกวน” ขณะนี้กำลังพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์อยู่

ข้อดีของการผลิตในชุมชนคือ วงจรของการผลิต มีวัตถุดิบในชุมชน สมารถผลิตน้ำตาลได้เอง โดยทำจากอ้อยที่ปลูกเอง ไม่ใช้สารเคมีในการปลูก สามารถควบคุมการผลิตได้ เป็นการดำเนินกิจการโดยเจ้าของเป็นผู้ผลิตเอง ส่งขายเอง และเก็บเงินเอง

ข้อเสีย คือ มีส่วนผสมบางตัว ได้แก่ งา ข้าวตอกที่ต้องซื้อมาจากตลาด ทำให้ไม่สามารถตรวจสอบได้ว่ามีสารพิษหรือไม่

ดังนั้นสิ่งที่ค้นพบ คือ ความเชื่อที่ยังมีอยู่ในชุมชน ความภาคภูมิใจในสิ่งที่ทำกันมายาวนาน มีการสืบทอดจากปู่ ย่าและวิทยากรต้องให้คุณค่ากับตัวบุคคลด้วยไม่ควรไปขัดขวาง

การเปลี่ยนแปลงในกลุ่ม คือ การสร้างโรงเรือนที่ถูกสุขลักษณะตรงตามที่ได้รับความรู้และมีการประสานกับเจ้าหน้าที่ที่ดูแลเรื่องนี้โดยตรง มีการพูดคุยพิจารณาความเป็นไปได้และวางแผนการทำงานในการพัฒนาเข้าสู่ GMP ตามแผนที่วางไว้และได้ปฏิบัติไปบางส่วนแล้ว คือ การต่อเติมบ้านบางส่วน

เป็นสถานที่ผลิต มีการกั้นห้องเป็นสัดส่วน มีช่องระบายอากาศ มีแท่นปูนในการตัดกระยาสารทเป็นชิ้นพอคำ มีโต๊ะในการจัดเตรียมส่วนผสม มีการวางแผนตามสายการผลิต คือ เลียงตามลำดับก่อนและหลังการผลิตจนจบกระบวนการ ในส่วนของผู้ผลิต มีการปิดปาก สวมหมวก ชุดคลุมร่างกาย เพื่อป้องกันเชื้อจุลินทรีย์ที่จะเข้าสู่อาหาร มีการลำเลียงวัตถุดิบที่ได้มาจากสวน มีการปิดคลุม มีสถานที่ในการบรรจุที่ปลอดภัยจากจุลินทรีย์ มีการจัดวางอุปกรณ์อย่างมีระเบียบมากขึ้น หลังจากการใช้งานมีกรรมวิธีในการทำความสะอาดก่อนเก็บรักษาและมีป้ายบอกสถานที่เก็บเพื่อความสะดวกในการใช้งาน จากสภาพเดิมที่มีของวางระกะระกะไม่เป็นระเบียบไม่มีการปิดบังฝุ่นที่เกิดจากรถยนต์วิ่งผ่านเพราะใช้เพิงข้างถนนเป็นที่ผลิต

2. กลุ่มชาใบหม่อน : ผู้ผลิตนั้นเป็นผู้นำที่มีบทบาทและได้รับการยอมรับในชุมชน มีอาชีพเลี้ยงหม่อนเป็นของตนเอง นำใบหม่อนมาทำชา นำไหมมาขาย นำตัวมาขาย ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาด ทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้ในการยังชีพและเหลือเก็บ นอกจากนี้ยังมีการสืบทอดไปจนถึงหลานชายในการนำสินค้าไปจำหน่ายยังตลาดในที่ต่างๆ โดยมีการประสานความร่วมมือกับอุตสาหกรรมจังหวัดในการจัดอบรมมาตรฐานให้แก่สมาชิกในกลุ่ม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงหลังจากผ่านการฝึกอบรม ได้แก่ เกิดการปรับปรุงโรงเรือนจากไม่มีรั้วก็มีการตัดไม้ไผ่ที่มีอยู่มาทำเป็นรั้วชั่วคราวเพื่อป้องกันสัตว์เข้ามาบริเวณผลิตอาหาร ซึ่งเป็นบ่อเกิดจุลินทรีย์ได้ และดำเนินการพัฒนากั้นด้วยปูนพื้นเป็นกระเบื้อง การตากใบหม่อนเมื่อนำมาแปรรูปมีการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนและมีการอบก่อนที่จะบรรจุ จากที่เคยกองกับพื้นมีการจัดภาชนะใส่ บริเวณที่ทำการเก็บวัตถุดิบเดิมไม่มีการป้องกันฝุ่นเปลี่ยนมามีสิ่งป้องกันฝุ่น เกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะค่อยเป็นค่อยไปและมีการนำเอาสิ่งที่มีอยู่มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อลดค่าใช้จ่ายและการที่ค่อยเป็นค่อยไปทำให้ไม่ขัดกับความเป็นอยู่และไม่เครียดกับการที่จะต้องได้ อย. ซึ่งไม่สามารถทำได้ในทันที

จากการอบรมและพัฒนากลุ่มชาใบหม่อน พบว่า การคัดเลือกคนที่เข้ารับการอบรมถ้ามีใจที่พร้อมจะพัฒนา มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าคิดกล้าทำจะทำให้การอบรมไม่สูญเปล่า สามารถปฏิบัติได้จริงและนำไปสู่การขยายผลเป็นประโยชน์ต่อชุมชน

3. กลุ่มผลิตน้ำดื่ม : การบริหารงานกลุ่มเริ่มจากภาคเอกชนเข้ามาสนับสนุนร้านค้าชุมชน ซึ่งมีสมาชิกจำนวน 80 คน ต่อมาพัฒนาเป็นสหกรณ์บริการ กิจกรรมที่ดำเนินการ คือ การกระจายข้าวสารในชุมชนเพื่อตัดพ่อค้าคนกลางและเป็นการสร้างเครือข่ายข้าวในชุมชน นอกจากนี้สหกรณ์ยังมีกิจกรรมการผลิตน้ำดื่ม เนื่องจากที่ตั้งของชุมชนอยู่ติดทะเลและน้ำในการอุโภคบริโภคเป็นน้ำเค็มและน้ำกร่อย ทำให้ชุมชนประสบปัญหาเรื่องน้ำดื่ม ดังนั้นกิจกรรมนี้จึงเกิดขึ้นจากการประชุมสมาชิกสหกรณ์บริการที่ต้องการให้มีการผลิตน้ำดื่มจำหน่ายในชุมชน

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายหลังจากการฝึกอบรมวิทยากรท้องถิ่น พบว่า ผู้เข้ารับการอบรมได้รับความรู้ตรงกับงานที่ทำจึงสามารถนำไปปฏิบัติได้ทันที มีการกำหนดขั้นตอนการทำงานศึกษาการขอ GMP จากหน่วยงานสาธารณะสุขจังหวัด มีการออกแบบโรงเรือนให้ถูกสขลักษณะ อย่างไรก็ตามสหกรณ์ยังคงประสบกับปัญหาในเรื่องบุคลากร คือ คนที่ทำงานในสถานที่ผลิต ยังขาดความรู้และพฤติกรรมในการรักษาความสะอาดและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การป้องกันการติดเชื้อ

ระหว่างผู้ผลิตกับผลิตภัณฑ์ จึงได้มีการกำหนดระเบียบในการแต่งกายของผู้ผลิต คือ ต้องมีเครื่องป้องกัน ถุงมือ ที่ปิดปาก ชุดคลุม รองเท้า การวางสิ่งของ และตรวจสอบการปฏิบัติงานทุกวัน โดยมีการปิดป้ายระบุทุกขั้นตอนในการผลิต

ข้อเสีย กลุ่มผู้ผลิตไม่สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้สอดคล้องกับหลักการและระเบียบที่กำหนดได้เท่าทัน ดังนั้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจึงต้องมีการสร้างความรู้ความเข้าใจกับกลุ่มผู้ผลิตในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งต้องใช้เวลาในการดำเนินการ

4. กลุ่มผลิตปลาส้ม : มีลักษณะเป็นเอกชน เจ้าของคนเดียว เป็นการทำงานในระบบเครือญาติ มีคนงานจำนวน 100 คน สินค้าได้รับความนิยมจากผู้บริโภค โดยส่งออกจำหน่ายในตลาดทุกวัน ปัญหาที่กลุ่มประสบ คือ ความไม่เข้าใจระหว่างผู้ผลิตด้วยกัน การปรับเปลี่ยนที่ค่อนข้างยาก โดยมีหน่วยงานเข้ามาช่วยเรื่องการขอ อย. เพราะต้องการส่งออกไปยังต่างประเทศ และขยายตลาดภายในประเทศ แต่เมื่อส่งปลาส้มไปตรวจ พบว่า มีจุลินทรีย์ จึงเป็นปัญหาที่ต้องดำเนินการแก้ไข

นอกจากนี้กลุ่มยังประสบปัญหาเรื่องโรงเรือน คือ เจ้าหน้าที่มาแนะนำให้ทำบ่อพักน้ำล้างปลาและสร้างเอาไว้ใกล้กับโรงผลิตและหมักปลา แม้จะมีมุ้งปิดมิดชิดแต่ยังส่งกลิ่น ทำให้วิทยากรต้องแสวงหาคำตอบ จากกรณีนี้พบว่าเมื่อผลิตภัณฑ์ที่มีอนาคตทางการตลาดเช่นนี้ แต่พบว่าเจ้าหน้าที่ที่เข้าไปส่งเสริมสนับสนุนขาดความรู้ความเข้าใจในการแก้ไขปัญหาที่กลุ่มประสบ จึงต้องมีการประสานความร่วมมือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการขอ อย. ในการร่วมกันแก้ไขปัญหา ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่างการประสานงาน

5. กลุ่มแปรรูปเนื้อสัตว์ : เป็นกลุ่มที่ตั้งขึ้นมาด้วยการรวมกลุ่มของชาวบ้านในชุมชน มีระบบการบริหารจัดการที่ดีและผลผลิตที่ผลิตได้นำไปจำหน่ายในหมู่บ้าน ตลาดนัดและร้านค้าต่างๆ มีการจำหน่ายทั้งในระบบเงินสดและเครดิต สามารถจำหน่ายได้อาทิตย์ละ 60 กก. แต่กำลังการผลิตสามารถผลิตได้มากกว่านั้น ซึ่งกลุ่มนี้เป็นเพียงการเริ่มต้นเท่านั้น เป็นกลุ่มที่มีความต้องการเรียนรู้และมีความตั้งใจที่จะพัฒนากลุ่ม

กลุ่มมีความต้องการจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน อย. โดยวิทยากรท้องถิ่นได้ให้ความรู้เรื่องการพัฒนากระบวนการผลิตให้ถูกสุขลักษณะก่อนที่จะทำการขอ อย. และวางแผนปฏิบัติร่วมกัน จากนั้นเริ่มดำเนินการ โดยขั้นแรกเป็นการพัฒนาอาคารที่ทำการผลิต ในการทำฝากั้นทั้งอาคาร การจัดวางอุปกรณ์เครื่องปรุง เครื่องจักรตามสายการผลิต กำหนดทางเข้าออกที่เป็นมาตรฐาน อบรมผู้ปฏิบัติ สาธิต การปฏิบัติทุกขั้นตอน ร่วมกันปรับปรุงและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน ขอคำปรึกษาจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขที่เกี่ยวข้องโดยตรง จากนั้นดำเนินการรวบรวมเอกสารเพื่อทำการขอ อย. โดยเจ้าหน้าที่ได้มีการตรวจประเมินและให้มีการปรับปรุงในส่วนของการพื้นปูกระเบื้อง ในส่วนผลิตภัณฑ์ที่ส่งไปก็ตรวจทางเคมีไม่พบเชื้อจุลินทรีย์เพราะการมีระบบการทำงานที่เป็นขั้นตอนและการวางแผนการดำเนินการชัดเจน ความตั้งใจของกลุ่มที่ร่วมมือกันทุกขั้นตอน นอกจากนี้การที่สามารถนำเจ้าหน้าที่เข้ามาร่วมกระบวนการได้นั้นเป็นเรื่องที่ดีมากและเป็นไปได้อย่างสูงที่จะได้ อย. มา เพราะเป็นการดำเนินการตามหลักการที่กำหนดไว้

6. กลุ่มน้ำพริก : วิทยากรที่ดูแลกลุ่มนี้เป็นเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนที่เข้าร่วมเวทีอบรม GHP และเป็นบทบาทหน้าที่ จะต้องเข้าไปทำงานกับชุมชนอยู่แล้ว ดังนั้นเมื่อได้รับความรู้ในเรื่องนี้แล้ว มีกลุ่มเป้าหมายที่สามารถลงปฏิบัติได้ทันที ตามสถานการณ์วิทยากรมีกลุ่มเป้าหมายมาก มีคนรู้จักมาก และเป็นหน่วยงานที่สามารถประสานงานกับสาธารณสุขได้อย่างสะดวก มีสำนักงานที่สามารถพบตัวได้ทันที ชาวบ้านสามารถไปหาได้ที่สำนักงาน และมีการร่วมกิจกรรมอื่นๆกันอยู่เสมอ จึงเป็นที่คุ้นเคยกับชุมชนในในนามที่รู้จักกันว่าพัฒนากร เป็นเจ้าหน้าที่ต้องมาพัฒนาชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

พบว่า หลังการฝึกอบรม วิทยากรก็ต้องปฏิบัติงานประจำ ตกเย็นก็ต้องกลับบ้าน ซึ่งอยู่คนละพื้นที่กับชุมชน จึงทำให้เป็นปัญหาเกี่ยวกับเวลาในการที่จะพบกันกับชุมชน บ้างก็อาศัยยามมีกิจกรรมอื่นที่พอจะพบกันบ้าง แต่ก็ถูกจำกัดด้วยหน้าที่ๆจะต้องทำขณะนั้น จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ผลิตกับวิทยากรจะ ต้องช่วยเหลือตนเองในการเข้าสู่มาตรฐานการผลิตเพื่อไปสู่เป้าหมาย วิทยากรทำได้จริงจัง คือ การประสานงานให้ และการส่งต่อให้กับผู้รู้ต่อไป และเป็นที่ปรึกษาเมื่อมีปัญหาก็สามารถโทรมาได้ เป็นต้น มองว่าประสบการณ์ในการปฏิบัตินั้นวิทยากรลักษณะนี้ไม่มีเท่าที่ควร ซึ่งต่างกับวิทยากรที่เป็นชาวบ้าน หรือ เกษตร อุตสาหกรรม ที่เป็นหน้าที่โดยตรงที่ต้องทำ แต่พัฒนาชุมชนมีงานมากอยู่แล้วจึงทำให้เป็นการเพิ่มงานให้กับเขาอีกทางหนึ่ง เขาสามารถทำได้แต่ไม่ลึกซึ้งเท่าที่ควรจะเป็น

การเปลี่ยนแปลงของกลุ่มน้ำพริก คือ ได้พูดคุยกับวิทยากรบ้าง และเรียนรู้ด้วยตนเองบ้าง ในฐานที่เขาเป็นผู้นำชุมชน เขาจึงเอาความรู้ความสามารถที่มี และการประสานงาน ขับเคลื่อนกลุ่ม จนได้รับ อย. พบว่า ผู้นำที่มีความรู้สามารถเรียนรู้และนำกลุ่มไปได้เร็วกว่า คนที่ไม่มีความรู้ความสามารถและต้องเป็นคนมีคนรู้จักมาก จนถึงเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต่างๆ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้กลุ่มนี้ประสบความสำเร็จ

7. กลุ่มขนมกระทกรก กลุ่มนี้ดูแลโดยวิทยากรท้องถิ่นเป็นคนในท้องถิ่นนั้น การทำขนมที่เขาทำอยู่นั้นเป็นวิถีที่เขาทำกันอยู่แล้วทุกวัน และลูกค้าก็เป็นคนในพื้นที่เอง คนที่กินจะเป็นผู้สูงอายุ เพราะเป็นขนมโบราณ ไม่ค่อยมีวางจำหน่ายตามท้องตลาด คนที่จะได้ทานมักเป็น เทศกาล หรือสั่งทำ และคนในชุมชนที่รู้ว่าที่นี่มีขายอยู่เท่านั้น กลุ่มนี้มีกระบวนการผลิตสะอาด บ้านเรือนสะอาด ผลิตกันแบบเดิมๆ เพราะทำกันมาตั้งเดิมแล้ว

จากการลงพื้นที่ การรับฟังความคิดเห็นของวิทยากร และ มีแนวทางที่จะพัฒนาสินค้าของตนให้ได้มาตรฐาน และไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค มีการพูดคุย และปรับเปลี่ยนจุดที่ตั้งบ้างเล็กน้อย และสวมถุงมือ สวมผ้ากันเปื้อน สวมที่ปิดปาก จัดโต๊ะแยกออกเพื่อเตรียมบรรจุและบุคคลที่ทำการผลิตนั้น ก็มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน ว่าปฏิบัติตนอย่างไรจึงจะถูกต้องตามมาตรฐาน เพื่อความสะอาด

ด้วยนิสัยของคนที่นี่เป็นคนรักสะอาดอยู่แล้วสังเกตได้จากการดำรงชีวิต การแต่งกาย และเป็นบ้านที่อยู่ในสวน ดังนั้นปัญหาเรื่องป้องกันฝุ่นมีน้อย และสภาพกลุ่มเป็นลักษณะเครือญาติ ที่มีหลายคน อยู่ในบริเวณใกล้เคียง

8. กลุ่มกล้วยอบเนย : กลุ่มนี้ดูแลโดยเจ้าหน้าที่อุตสาหกรรม เช่นเดียวกับกลุ่มชาใบหม่อน และสภาพที่ตั้งของกลุ่ม เป็นบ้าน แต่ยังไม่มีโรงเรือนสำหรับทำการผลิต ไม่มีประตูกันสัตว์ และวางของไม่เป็นสัดส่วน บริเวณทำการผลิตยังมีหยากไย่ และมีสัตว์อยู่บริเวณทำการผลิต เปลือกกล้วยที่ไม่ใช้

แล้วทิ้งไม่เรียบร้อย และกลุ่มนี้ไม่เคยผ่านการฝึกอบรมในเรื่องมาตรฐานอาหารมาก่อน ดังนั้น การจัดให้เข้าสู่ระบบมาตรฐานก็จึงเกิดขึ้น

วิทยากรได้ร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในชุมชน และมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้เรื่อง อย. กับชุมชน ในกลุ่มนี้ทั้งหมด รวมถึงเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ต้องส่งเสริมด้านอาชีพ ให้กับชุมชน และเป็นความต้องการของกลุ่มนั้นที่ต้องการความรู้ในเรื่องมาตรฐานอาหาร และการก้าวไปสู่ อย. ได้ในอนาคต จากนั้นร่วมกันสำรวจพื้นที่ และจัดวางสิ่งของให้เกิดความสะดวกในการใช้งาน จากนั้น วางแผนการดำเนินงานตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ทำอย่างไร ใช้เวลาเท่าไร ใครรับผิดชอบ เมื่อร่วมกันทำแผนออกมาก็เริ่มลงมือที่ละขั้นตอน ขณะนี้ถึงขั้นการปรับปรุงพื้นที่

ผลที่ได้พบ คือ ชาวบ้านมีความตั้งใจ และเป็นการทำอยู่แล้วเป็นทุนเดิม เพียงปรับนิดหน่อยก็ได้รับความสำเร็จ แต่ต้องต่อเนื่อง วิทยากรเป็นที่ต้องการของชุมชน วิทยากรมีความตั้งใจในการปฏิบัติ เกิดเครือข่าย กับหน่วยงานอื่นๆ และชุมชนเอง

9. กลุ่มผลิตไวน์ : เป็นกลุ่ม ที่สนใจที่จะขอ อย. จึงเข้าร่วมอบรม สถานที่ในการดำเนินการผลิตเป็นระบบและมีการดูแลรักษาความสะอาดเป็นอย่างดี บริเวณของสถานที่ผลิตติดกับโรงงานผลิตอุปกรณ์น้ำหยดเพื่อการเกษตร จึงมีการดูแลเป็นอย่างดี พบว่า สิ่งแวดล้อมดี สถานที่สะดวก บริเวณการผลิตแยกเป็นสัดส่วน แสงสว่างมีเพียงพอ มีมุ้งลวด สามารถถอดล้างได้ เครื่องมือเครื่องจักรทำจากวัสดุที่ไม่มีปฏิกิริยากับอาหาร มีการจัดเก็บเป็นหมวดหมู่ อุปกรณ์ที่ใช้มีหมู่ อุปกรณ์ที่ใช้แข็งแรงทนทาน มีผิวสัมผัสและรอยเชื่อมเรียบ ง่ายต่อการทำความสะอาด ไม่กัดกร่อน

ดังนั้นสิ่งที่เราได้ คือ ความต่างกันระหว่างชาวบ้านกับผู้ประกอบการ พบว่า ชาวบ้านส่วนใหญ่โลกแคบและต้องเรียนรู้กันอีกมาก ซึ่งต่างกับผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ เขาสามารถรับรู้ได้เร็วและมีประสบการณ์ในการคิดและตัดสินใจในการทำงาน วางแผน การคิดคำนวณต้นทุนกำไร มีการชั่งน้ำหนักเพื่อเลือกในสิ่งที่ถูกต้อง และไม่สร้างความเดือดร้อนมาให้กลุ่มของตนเอง ในส่วนปัญหาของเขาคือ ต้องการคนที่รู้เรื่อง Food since ซึ่ง กลุ่มนี้ไม่มีคนที่รู้และเข้าใจในเรื่องเหล่านี้ ถ้าหากเขาดำเนินการไปแล้วเกิดผิดพลาดอาจทำให้เขาเสียหายได้

ข้อสังเกต คือ การมีปฏิกิริยากันระหว่างส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ในอาหาร กรณีการทำของหมักดอง เช่น ไวน์ เป็นเรื่องที่ต้องใช้ผู้รู้เฉพาะทางเท่านั้น เนื่องจากเกี่ยวข้องกับเรื่องทางเคมี ดังนั้นจุดนี้เป็นประเด็นที่วิทยากรท้องถิ่นต้องมีการเชื่อมประสานกับผู้รู้เฉพาะทางให้ และเราก็ต้องไปร่วมเรียนรู้กับเขาด้วยเพื่อเป็นความรู้เบื้องต้นในการปฏิบัติงานต่อไป

10. กลุ่มผลิตน้ำผลไม้ : เป็นกลุ่มที่ทำอยู่เดิม มีการส่งขายในพื้นที่บ้าง วิทยากรจึงหยิบเอาเรื่องนี้เข้ามาเป็นเช่นในการฝึกอบรม และได้รับคำแนะนำจึงลงไปปฏิบัติ

ลงพื้นที่ นัดหมายร่วมเข้าให้ความรู้เรื่องมาตรฐานอาหารและยา กับกลุ่มสมาชิก หลังจากนั้นให้ทุกคนนำเสนอผลงานที่กลุ่มเคยทำมาก่อนหน้านี้ และกระบวนการผลิต เริ่มตั้งแต่ วัตถุดิบ อาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องมือ การขนส่งลำเลียง คน/ผู้ปฏิบัติ เทคนิค/กรรมวิธี บรรจุภัณฑ์ ทุกขั้นตอนและมาร่วมกันปรับปรุงให้สมบูรณ์และได้มาตรฐาน ตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด ใช้เวลาเท่าไร ใครดูแลส่วนไหน มีความเป็นไปได้หรือไม่ ทุกคนตกลงร่วมกัน และดำเนินงานตามแผนที่วางไว้

ผลที่ได้รับ คือ ทุกคน เห็นด้วยเพราะต้องการที่จะได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP และเขาอยากเป็นที่ยอมรับในสังคม เพราะกระแสของ อย.มาแรง ทั้งสื่อต่างๆ คำบอกเล่า ชาวบ้านมีความเชื่อว่า ถ้าได้รับ อย. แล้ว ของจะขายดีขึ้น และกลุ่มก็จะมีความมั่นคงขึ้น

กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่นำวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นมาทำให้เกิดประโยชน์สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตนั้น ทำให้วิถีการเกษตรเขาอยู่ได้และไม่ทิ้งที่ดินให้ว่างเปล่า ไม่ทิ้งถิ่นที่เกิดไปทำงานที่อื่น ในขณะนี้กลุ่มอยู่ในช่วงของการปรับปรุงสถานที่ และ ฝึกผู้ผลิตให้มีวินัยในการผลิตตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข

11. กลุ่มกล้วยกรอบแก้ว : มีลักษณะเป็นกลุ่มและขอความช่วยเหลือไปตามหน่วยงานต่างๆ ซึ่ง 1 ในนั้น คืออุตสาหกรรมจังหวัด มีการจัดเวทีเพื่อให้ความรู้กับกลุ่มนั้น โดยมีเกษตรเข้ามาร่วมในการเสริมความรู้เพิ่มเติมทำให้ชุมชนได้รับความรู้มากขึ้นแนะนำขั้นตอนต่างในการผลิตและแลกเปลี่ยนกับกลุ่ม โดยให้กลุ่มสาธิตให้ดูและมีข้อเสนอแนะไปพร้อมๆกัน ได้ผลดีมาก จากนั้นกลุ่มก็นำไปปฏิบัติและมีการเชิญชวนให้มาเยี่ยมดู เพื่อปรับปรุง และจะได้ดำเนินการเพื่อขอ มาตรฐานอาหารและยาต่อไป

ในการปฏิบัติหน้าที่ของวิทยากรซึ่งมีเป็นเจ้าหน้าที่อุตสาหกรรม หน้าที่กับภารกิจวิทยากรนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกัน แต่มีงานเพิ่มมากขึ้นจากหน้าที่ประจำ และเชื่อว่า คุณภาพผลิตภัณฑ์ ชาวบ้านสามารถทำได้ แต่ต้องมีการประสานงานกันบ่อยครั้ง เพื่อทำความเข้าในกับขั้นตอนการขอ อย. และเอกสารลายละเอียดต่างๆที่ต้องส่งให้กับเจ้าหน้าที่ สาธารณสุข แต่ สามารถมอบงานให้กับสาธารณสุขดูแลได้เลย

12. กลุ่มขนมสามเกลอ : กลุ่มนี้ดูแลโดยวิทยากรท้องถิ่น และกลุ่มเองก็เป็นคนในท้องถิ่นนั้น มีความคุ้นเคยกับวิทยากรดีและการทำขนมที่เป็นวิถีที่ทำกันอยู่แล้วทุกวันและลูกค้าก็เป็นคนในพื้นที่เอง คนที่กินจะเป็นคนที่มีอายุ เพราะเป็นขนมโบราณ ไม่ค่อยมีวางจำหน่ายตามท้องตลาด คนที่จะได้ทานมักเป็นช่วงเทศกาลหรือสั่งทำและคนในชุมชนที่รู้ว่าที่นี่มีขายอยู่เท่านั้น กลุ่มนี้เป็นคนสะอาด บ้านเรือนสะอาด

จากการลงพื้นที่ กลุ่มนี้รับฟังความคิดเห็นของวิทยากร และ มีแนวทางที่จะพัฒนาสินค้าของตนให้ได้มาตรฐาน และไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค มีการพูดคุย และปรับเปลี่ยนจุดที่ตั้งบ้างเล็กน้อย และสวมถุงมือ สวมผ้ากันเบื้อน สวมที่ปิดปาก จัดโต๊ะแยกออกเพื่อเตรียมบรรจุ และบุกคนที่ทำการผลิตนั้น ก็มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน ว่าปฏิบัติตนอย่างไรจึงจะถูกต้องตามมาตรฐาน เพื่อความสะอาด

จากการศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์ข้างต้น พบว่า การดำเนินการต่าง ๆ จำเป็นต้องมีเวทีในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในกลุ่ม เพื่อร่วมกันระดมความคิดเห็นและช่วยกันแก้ไขปัญหาที่กลุ่มประสบ โดยทุกคนจะต้องมีส่วนร่วมในการร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิด รับชอบ และมีวิทยากรทำหน้าที่เป็นผู้ประสานเชื่อมโยง ตลอดจนให้คำแนะนำ ซึ่งการฝึกปฏิบัติการจริง จะทำให้เห็นรูปธรรมมากกว่าการฝึกอบรมหรือให้ความรู้ในเชิงเนื้อหาเพียงด้านเดียว

จากการปฏิบัติการพื้นที่ของวิทยากรท้องถิ่น พบว่า ชาวบ้านยังขาดองค์ความรู้ที่จะพัฒนา ดังนั้นถึงแม้ว่าภาครัฐจะได้พยายามฝึกอบรมแต่ชาวบ้านไม่สามารถมาปรับใช้ได้เนื่องจากระเบียบปฏิบัติของ อย. แนวทาง สภาพพื้นที่แตกต่างกัน ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ขั้นตอนกระบวนการผลิตแตกต่างกัน โดยวิทยากรท้องถิ่นที่มีความรู้ความเข้าใจผ่านการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การ

กำหนดคุณสมบัติ การกำหนดภารกิจที่ชัดเจน การอบรมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงาน การวางแผนตลอดจนการปฏิบัติการจริงและมีพันธะสัญญาร่วมกัน สามารถลงไปช่วยให้ชาวบ้านปฏิบัติได้และเป็นความรู้ที่ฝังเป็นพฤติกรรมแห่งการรักษาคุณภาพของกระบวนการผลิต กระบวนการที่จะพัฒนาโรงเรือนอย่างเป็นขั้นเป็นตอนของชาวบ้าน และการเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งในส่วนของภาคชุมชน หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบต. อบจ. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง สถาบันการศึกษาและนักวิชาการจะทำให้เกิดกระบวนการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ถูกสุขลักษณะอันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้บริโภค

5.5 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากกระบวนการเรียนรู้อย่างเป็นระบบตั้งแต่การคัดเลือกวิทยากร การเรียนรู้ในหลักการทางวิชาการ การปฏิบัติการที่เป็นจริง ซึ่งต้องอาศัยมิติทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ทำให้ได้แนวทางการปฏิบัติงานที่เป็นกลไกในการที่สร้างเสริมผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพอันจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดี ดังนั้นการนำนโยบายการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์จึงจำเป็นที่ต้องใช้วิทยากรท้องถิ่นในการสนับสนุนงานของภาครัฐและควรเป็นบุคลากรที่อยู่ในท้องถิ่น มีการศึกษา มีจิตใจและความต้องการที่จะพัฒนาท้องถิ่นมาร่วมพัฒนากับกลุ่มจึงจะเกิดประสิทธิผลในการดำเนินงาน

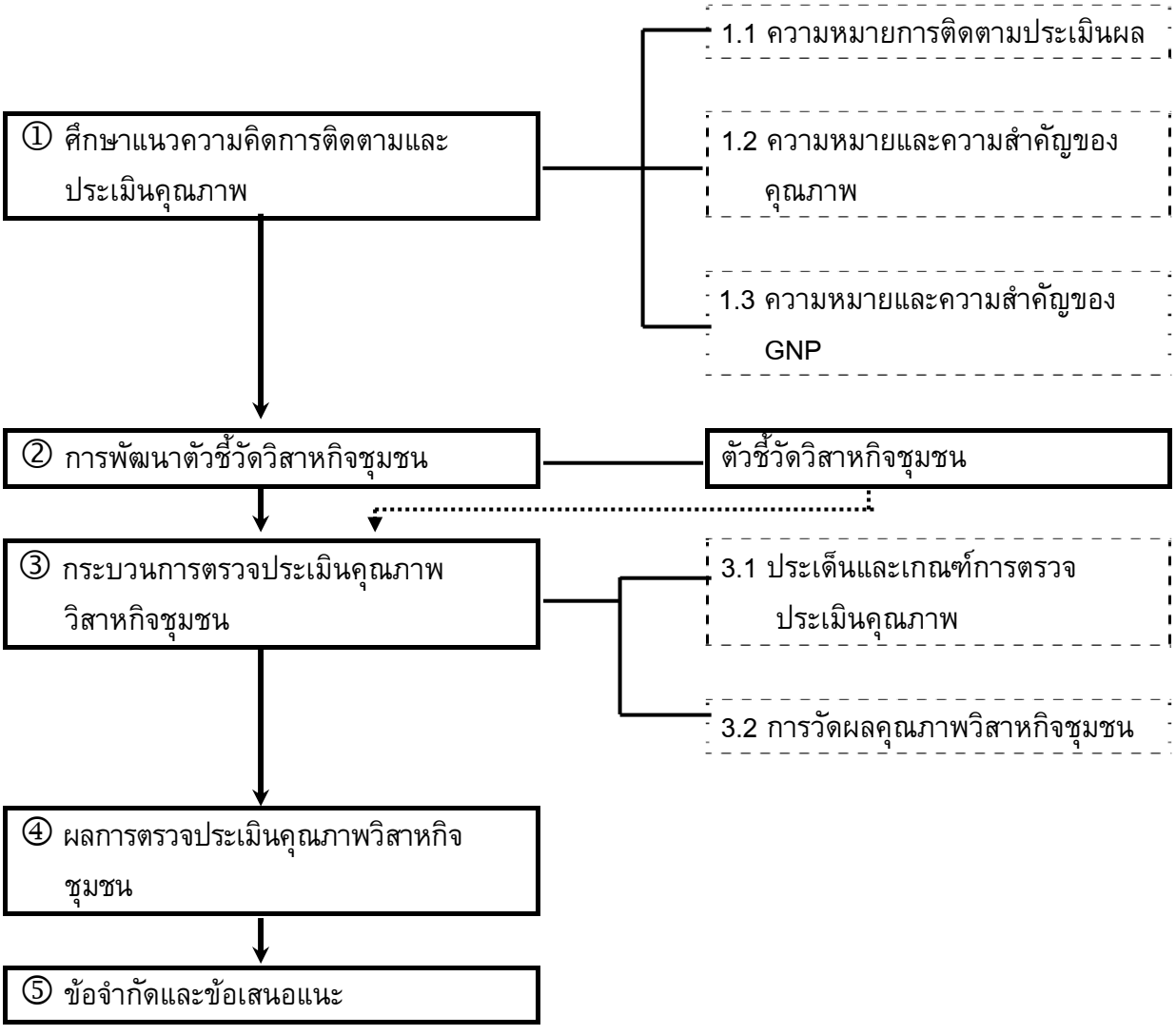
ในขณะเดียวกันหน่วยงานที่รับผิดชอบควรพิจารณาถึงมาตรฐานของชุมชนที่ไม่ควรใช้มาตรฐานเดียวกันทั้งประเทศควรพิจารณาตามลักษณะผลิตภัณฑ์ บริบทความเป็นจริงของท้องถิ่นนั้นๆ ดังนั้นควรมีการทำการศึกษาวิจัยมาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพที่เหมาะสมกับแต่ละท้องถิ่นต่อไป

บทที่ 6
การพัฒนาระบบการติดตามประเมินคุณภาพวิสาหกิจชุมชน

ระบบการติดตามและประเมินคุณภาพ นับเป็นระบบที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการองค์กร ทำให้ทราบถึงความก้าวหน้า ปัญหาอุปสรรค และผลกระทบที่เกิดขึ้น และเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งในการศึกษาการพัฒนาระบบติดตามและประเมินคุณภาพในบทนี้จะเป็นการศึกษาในเชิงวิจัยประเมินผล โดยมีจุดหมายเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่จะพัฒนาระบบการติดตามและประเมินคุณภาพ

6.1 แนวทางการติดตามประเมินผล

แนวทางการติดตามและประเมินคุณภาพในบทนี้ เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคกลาง ดังนั้นเกณฑ์หรือตัวชี้วัดในการติดตามและประเมินคุณภาพจะเป็นลักษณะเฉพาะในด้านของวิสาหกิจชุมชนเป็นสำคัญ โดยมีแนวทางสำคัญในการพัฒนาระบบติดตามและประเมินผล ดังนี้



การพัฒนาระบบติดตามและประเมินผล จะครอบคลุมการติดตามประเมินความพร้อมและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนใน 4 ด้าน คือ

(1) ด้านปัจจัย/สภาพแวดล้อม (Context) ที่มีผลต่อการทำวิสาหกิจชุมชน

(2) ด้านปัจจัยนำเข้า (Input)

(3) ด้านกระบวนการ (Process)

(4) ด้านผลผลิตที่เกิดขึ้น (Output)

ดังนั้น การติดตามและประเมินคุณภาพจึงเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน โดยการติดตามเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการกำกับดูแล แก้ไข และป้องกันปัญหาอุปสรรคระหว่างการดำเนินงาน ขณะที่การประเมินคุณภาพเป็นการตัดสินคุณค่า (Determining of Worth or Value) เพื่อหาแนวทางตัดสินใจ (Decision Making)

นอกจากนี้การติดตามและการประเมินคุณภาพมีลักษณะคล้ายคลึงกับการวิจัยในแง่ของกระบวนการทำ แต่แตกต่างกันที่วัตถุประสงค์และประโยชน์ใช้สอยซึ่งการประเมินคุณภาพไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการสร้างทฤษฎีสำหรับอธิบายปรากฏการณ์ แต่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้มีการนำความรู้จากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าการประเมินคุณภาพจะไม่ก่อให้เกิดความรู้ใหม่ ๆ เพียงแต่เน้นด้านการปฏิบัติมากกว่าด้านทฤษฎี ดังนั้น การติดตามและประเมินคุณภาพจึงเป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างความสามารถในการวิเคราะห์ การตัดสินใจ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ตลอดจนการสร้างพลังอำนาจให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะการติดตามและประเมินคุณภาพแบบมีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องกับปรัชญา หลักการ และกระบวนการพัฒนาที่มุ่ง ***"คน"*** เป็นศูนย์กลางของการพัฒนาและการพึ่งตนเองของกลุ่มเป้าหมาย

ในการพัฒนาระบบการติดตามและประเมินคุณภาพวิสาหกิจชุมชน คณะผู้ศึกษาแบ่งการติดตามและประเมินคุณภาพเป็น 2 ระบบคือ

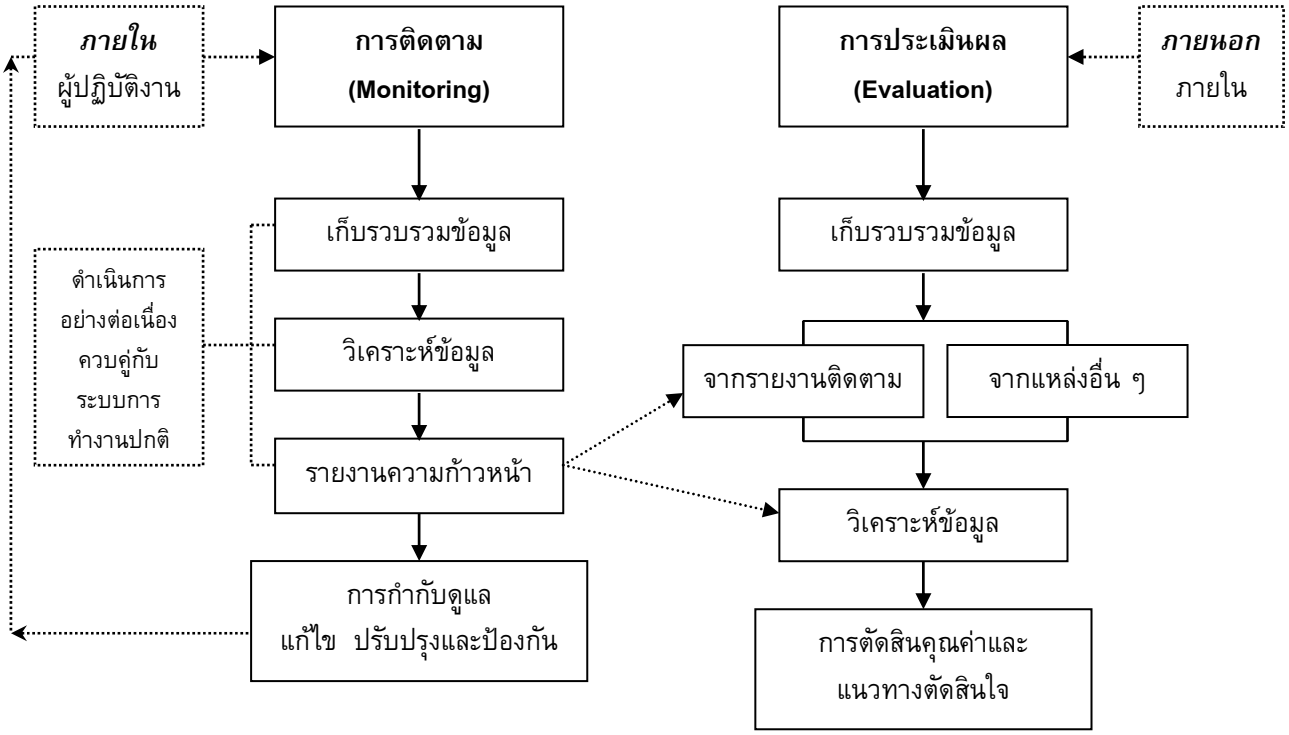
1) ***ระบบภายใน (Internal)*** หมายถึง การประเมินตนเอง โดยผู้ติดตามประเมินเป็นบุคคลที่ปฏิบัติงานรับผิดชอบโดยตรง เป็นการเสริมสร้างระบบธรรมาภิบาล ซึ่งมีหลักการพื้นฐาน (Basic principles) คือ ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ มีความเป็นกลางปราศจากอคติและมีระบบข้อมูลที่ถูกต้อง ซึ่งระบบภายในของการศึกษาครั้งนี้หมายถึง การติดตามประเมินโดยกลไก/สมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ

2) ***ระบบภายนอก (External)*** หมายถึง ผู้ติดตามประเมินเป็นบุคคลภายนอกที่ไม่ได้ปฏิบัติงานหรือมีส่วนในการดำเนินงานโดยตรง ซึ่งอาจเป็นบุคคลจากหน่วยงาน/องค์กรอื่น และในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง คณะผู้ศึกษาจะทำการติดตามประเมินกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ดังนั้น หากพิจารณาการบริหารจัดการหรือกระบวนการทำงานเชิงระบบ (Systems Approach) จะพบว่าการติดตามประเมินคุณภาพเป็นส่วนหนึ่งของระบบการทำงานไม่ว่าจะเป็นการติดตามประเมินภายนอกหรือการติดตามประเมินภายใน ซึ่งในทางปฏิบัติการประเมินภายในหรือการประเมินตนเองต้องมีการประเมินทุกขั้นตอนด้วยตนเอง จึงจะก่อให้เกิดการยอมรับ เห็นคุณค่า/ประโยชน์จากผลการประเมิน และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริง ดังนั้น การติดตามประเมินคุณภาพจึงต้องทำ

ควบคู่ไปกับระบบการทำงานในลักษณะของการแทรกเข้าไปในระบบการทำงานให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกว่าเป็นระบบปกติของการทำงาน ดังที่ สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ ได้ให้แนวคิดว่า การประเมินเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหาร ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อการปรับปรุงและพัฒนา ทำให้เกิดการยอมรับผลการประเมินและนำผลการประเมินไปใช้เพื่อการปรับปรุง และพัฒนาให้ทุกอย่างดีขึ้นจนได้มาตรฐาน ซึ่งการประเมินในลักษณะดังกล่าวมักไม่ต้องการให้ผู้อื่นมาเป็นผู้ประเมิน แต่ให้ผู้ปฏิบัติงานเป็นผู้ประเมินตนเองโดยจะต้องใช้ข้อมูลทั้งภายในและภายนอกประกอบกับพิจารณาตัดสินใจ หมายความว่า มีผู้อื่นประเมินและตนเองก็ประเมินด้วย เพื่อจะได้รู้ว่ามีความก้าวหน้าเพียงใดและมีปัญหาอุปสรรคเรื่องใดบ้าง ดั่งแผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระบบการติดตามกับระบบการประเมินผล

แผนภูมิที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระบบการติดตามกับระบบการประเมินผล



หลักการสำคัญประการหนึ่งของการติดตามประเมินคุณภาพ คือเน้นการประเมินสภาพที่เป็นจริง ซึ่งจะสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างสาเหตุและผลในเชิงวิเคราะห์ โดยเฉพาะการนำข้อมูลเชิงปริมาณเชื่อมโยงกับข้อมูลเชิงคุณภาพจะทำให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

หัวใจสำคัญของการติดตามประเมินคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นการติดตามประเมินตนเองหรือการติดตามประเมินจากภายนอก คือ การพัฒนาคนให้สามารถติดตามประเมินผล ซึ่งบุคคลที่จะทำการติดตามประเมิน ควรจะมีลักษณะดังนี้

1) มีความต้องการพัฒนาตนเองและพร้อมจะเรียนรู้ โดยมองประสบการณ์ทุกอย่างเป็นการเรียนรู้ ไม่ถือว่าการประเมินเป็นเรื่องของการจับผิด แต่มองว่าการประเมินทำให้ตนเองได้รับความรู้ ทราบข้อดีและข้อจำกัดของตนเอง เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ก่อให้เกิดผลดีด้านจิตใจ กล่าวคือ มองทุก

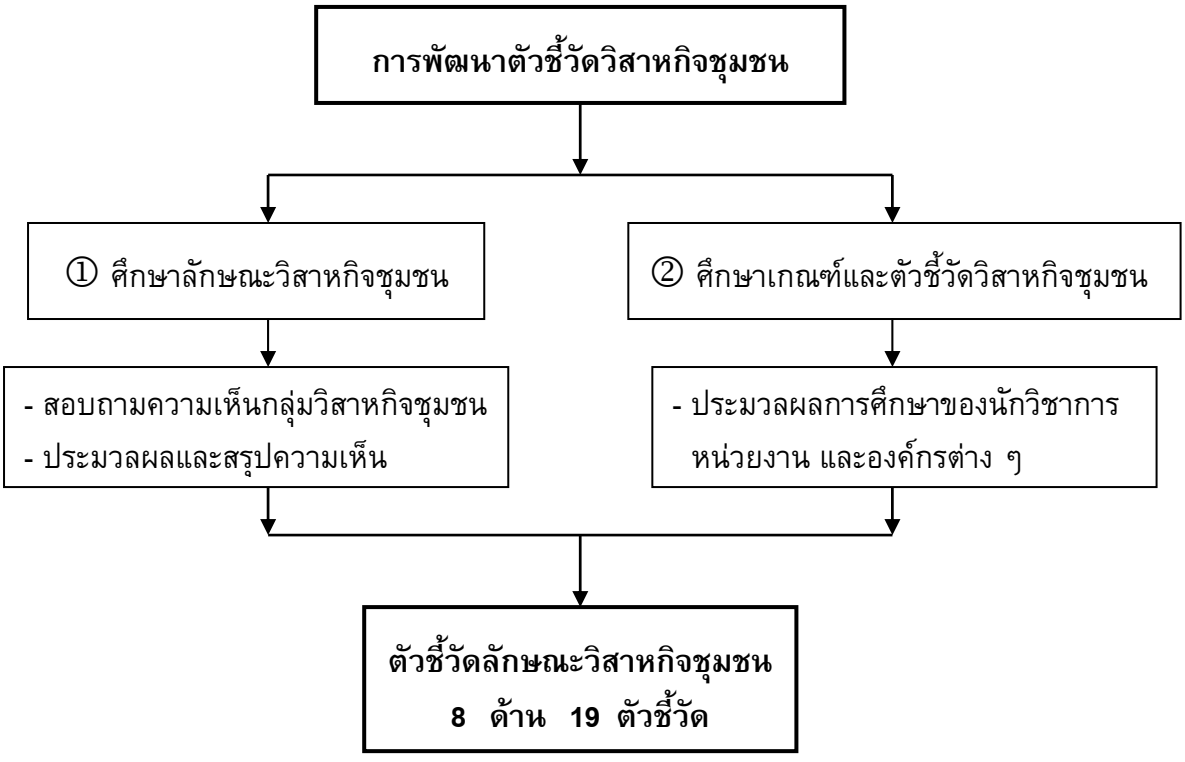
อย่างเป็นการเรียนรู้ ไม่ก่อให้เกิดความหวาดระแวง และเป็นการใช้ปัญญาพิจารณาทุกอย่าง อย่างมีเหตุผล

2) ต้องทำใจให้เป็นกลางไม่ลำเอียงหรือมีอคติ เพื่อลดการป้องกันตัวเอง มีความซื่อสัตย์เป็นธรรม
3) มีความเข้าใจในประเด็นที่จะติดตามประเมินอย่างชัดเจน เพื่อนำไปสู่การวางแผนและดำเนินการประเมินผลอย่างมีประสิทธิภาพ และได้ผลตามเป้าหมายที่ต้องการ
4) ควรเป็นนักวิจัยที่ดี เพราะข้อมูลที่ใช้ในการประเมินเกิดจากกระบวนการวิจัย ซึ่งการติดตามประเมินผลจะเริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการได้มาซึ่งข้อมูลที่มีคุณภาพ เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ
5) ต้องรู้จักการประนีประนอม เพราะนักประเมินต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย ทั้งทีมผู้ประเมิน คณะกรรมการ / ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติ ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินงานหรือผู้มีส่วนได้เสีย ตลอดจนหน่วยงาน/องค์กรอื่น ๆ ภายนอก จึงต้องรู้จักการประสานประโยชน์บนพื้นฐานของความยุติธรรมให้เกิดแก่ทุกฝ่ายอย่างเหมาะสม

6.2 การพัฒนาตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชน

การพัฒนาตัวชี้วัดเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการติดตามประเมินคุณภาพ ซึ่งจะต้องใช้ตัวชี้วัดความสำเร็จในหลายมิติและหลายระดับ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินงาน/กิจกรรมของแต่ละองค์กร ดังนั้น ในการพัฒนาตัวชี้วัดจึงต้องอาศัยการมีส่วนร่วมในการกำหนดและจัดทำตัวชี้วัดของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละองค์กรและชุมชน โดยในการพัฒนาตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชน มีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการติดตามประเมินคุณภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นสำคัญ ซึ่งคณะผู้ศึกษามีขั้นตอนในการศึกษา ดังนี้

แผนภูมิที่ 4 แสดงการพัฒนาตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชน



1) ด้านปัจจัยการผลิต
2) ด้านบริหารจัดการองค์กร
3) ด้านการบริหารบุคลากร
4) ด้านการเงิน
5) ด้านการผลิต
6) ด้านการตลาด
7) ด้านการติดตามตรวจสอบ
8) ด้านการเชื่อมโยงเครือข่าย

① ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน **:** เพื่อให้การพัฒนาตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชนสอดคล้องกับองค์กร/ชุมชนที่ประกอบการในลักษณะของวิสาหกิจชุมชน คณะผู้ศึกษาได้ประมวลแนวคิดความหมายของวิสาหกิจชุมชน และศึกษาลักษณะกิจกรรมของกลุ่มองค์กรชุมชนต่าง ๆ ที่มีการทำกิจกรรมในลักษณะเชิงธุรกิจ พบว่า มีตัวบ่งชี้ที่เป็นลักษณะเด่นของการประกอบการในลักษณะของวิสาหกิจชุมชน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะหรือรูปแบบการผลิต ด้านรูปแบบการจัดการ และด้านการเชื่อมโยงเครือข่ายการตลาด ซึ่งแต่ละด้านประกอบด้วยตัวบ่งชี้ย่อย จากนั้นได้สอบถามความเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับลักษณะของการเป็นวิสาหกิจชุมชน จำนวน 86 องค์กร และได้ดำเนินการประมวลผลความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเชิงสถิติ พบว่า

- ***ด้านลักษณะหรือรูปแบบการผลิต*** ซึ่งจะครอบคลุมทั้งในส่วนของปัจจัยการผลิต (Input) และกระบวนการ (Process) ในประเด็นของการใช้วัตถุดิบในการผลิต วิธีการผลิต ลักษณะและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต ซึ่งชุมชนมีความเห็นว่า ลักษณะของวิสาหกิจชุมชนในแง่ของผลิตภัณฑ์ควรจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59) โดยจะต้องมีการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะของการสร้างสรรค์หรือคิดค้นประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ ที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้น ทั้งนี้มีตัวชี้วัดที่ชุมชนมีความเห็นว่าไม่ใช่ตัวบ่งชี้การเป็นวิสาหกิจชุมชน คือ การที่ต่างคนต่างทำและการมีระบบรับรองคุณภาพโดยองค์การอาหารและยา (อย.)

- ***ด้านรูปแบบการจัดการ*** โดยภาพรวมชุมชนเห็นด้วยกับรูปแบบการบริหารจัดการในลักษณะของการร่วมกันจัดการ โดยมีการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม พร้อมทั้งมีการเสริมกระบวนการเรียนรู้ไปด้วย ประเด็นตัวชี้วัดที่เป็นข้อสังเกต คือ เรื่องการจัดสวัสดิการชุมชน แม้ว่าชุมชนจะเห็นด้วยแต่ก็อยู่ในระดับต่ำกว่าข้ออื่น ๆ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76)

- ***ด้านการเชื่อมโยงเครือข่ายการตลาด*** พบว่า ชุมชนมีความเห็นว่าควรจะเป็นในลักษณะของการร่วมกันขาย ทั้งการขายในงานนิทรรศการ ตลาดภายในและภายนอกพื้นที่ โดยชุมชนเห็นว่า ตัวชี้วัดที่ไม่บ่งชี้การเป็นวิสาหกิจชุมชน คือ การขายรายบุคคลและเรื่องของการขยายตลาดต่างประเทศ ซึ่งมองว่าเป็นเชิงธุรกิจของเอกชนหรืออุตสาหกรรมขนาดย่อมมากกว่า

ตารางที่ 23 แสดงความเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับลักษณะของการเป็นวิสาหกิจชุมชน

ประเด็นหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความเห็น
ลักษณะ/รูปแบบการผลิต	(1) วัตถุดิบในท้องถิ่น	3.22	เห็นด้วย
	(2) วัตถุดิบธรรมชาติ	3.28	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(3) ร่วมผลิต	3.35	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(4) ต่างคนต่างผลิต	2.47	ไม่เห็นด้วย
	(5) มีแกนประสานการผลิต	3.15	เห็นด้วย
	(6) ภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(7) มีการสร้างสรรค์/คิดค้นประดิษฐ์ใหม่ๆ	3.58	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(8) อนุรักษ์สืบทอด	3.31	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(9) มีเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์	3.49	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(10) ปลอดสารพิษ	3.20	เห็นด้วย
	(11) มีการออกแบบผลิตภัณฑ์	3.48	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(12) มีระบบรับรองคุณภาพ/อย.	2.34	ไม่เห็นด้วย
	(13) สร้างต้นแบบและผลิตเครื่องมือ	2.71	เห็นด้วย

ประเด็นหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความเห็น
รูปแบบการจัดการ	(1) มีการร่วมจัดการ	3.35	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(2) มีกระบวนการเรียนรู้	3.38	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(3) มีข้อมูลผลิตภัณฑ์	3.31	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(4) มีการจัดการการเงิน-บัญชี	3.23	เห็นด้วย
	(5) แบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม	3.53	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(6) มีคณะกรรมการบริหาร	3.20	เห็นด้วย
	(7) จัดสวัสดิการชุมชน	2.76	เห็นด้วย
การเชื่อมโยงเครือข่ายตลาด	(1) มีเครือข่าย	3.07	เห็นด้วย
	(2) ขายรายบุคคล	2.50	ไม่เห็นด้วย
	(3) ร่วมกันขาย	3.34	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(4) ขายผ่านเครือข่าย	2.83	เห็นด้วย
	(5) ขายตลาดพื้นที่	3.17	เห็นด้วย
	(6) ขายนอกตลาดพื้นที่	3.08	เห็นด้วย
	(7) ขายห้างสรรพสินค้า	2.67	เห็นด้วย
	(8) ขายในงานนิทรรศการ	3.33	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(9) ขยายตลาดต่างประเทศ	1.85	ไม่เห็นด้วย

เกณฑ์การวัด
1.00 – 1.75 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.76 – 2.50 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
2.51 – 3.25 หมายถึง เห็นด้วย
3.26 – 4.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

② *เกณฑ์และตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชน*

จากการศึกษาเอกสารข้อมูลต่าง ๆ พบว่า มีหน่วยงาน/องค์กรต่าง ๆ ทั้งในส่วนของหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา นักวิชาการ และภาคชุมชนได้ทำการศึกษาตัวชี้วัดธุรกิจชุมชนและวิสาหกิจชุมชนไว้จำนวนมาก ซึ่งคณะผู้ศึกษาได้ดำเนินการประมวลตัวแปรและตัวชี้วัดของหน่วยงาน/องค์กรต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการศึกษา ดังนี้

2.1 ตัวชี้วัดธุรกิจชุมชน :

เป็นการดำเนินการโดยประสานความร่วมมือ 3 ฝ่าย คือ ชุมชนในเขตจังหวัดภาคกลาง สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลงกรณ์ฯ และสำนักงานพัฒนาชุมชนเมือง ปัจจุบัน คือ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน โดยเริ่มจากการหารือร่วมกันในการกำหนดตัวชี้วัดนำตัวชี้วัดที่ได้ทดลองดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย คือ องค์กรชุมชนที่มีการทำกิจกรรมในด้านธุรกิจชุมชนจาก 8 จังหวัดได้แก่ปทุมธานี นครนายก สิงห์บุรี สุพรรณบุรี ชัยนาท พระนครศรีอยุธยา นครนายก และวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือและการให้การยอมรับตัวชี้วัดแต่ละตัวจากกลุ่มเป้าหมาย จากนั้น

ดำเนินการปรับปรุงและนำลงไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายอีกครั้ง เพื่อให้ได้ตัวชี้วัดที่ สอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริงของชุมชน โดยได้ตัวชี้วัด จำนวน 50 ตัวชี้วัด

จากการศึกษาตัวชี้วัดศักยภาพขององค์กรที่ดำเนินการในด้านของธุรกิจชุมชน พบว่า จะมุ่งเน้นการติดตามประเมินผลสภาพแวดล้อมหรือบริบทของชุมชน (Context) เป็นสำคัญ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน โครงสร้างพื้นฐาน โครงสร้างอำนาจในชุมชน พื้นฐานวัฒนธรรม ค่านิยม ภูมิปัญญา เป็นต้น ขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับการประเมินผลเชิงกระบวนการ (Process) ปัจจัยนำเข้า (Input) และผลผลิตที่เกิดขึ้น (Output) ซึ่งไม่ใช่เฉพาะมิติผลตอบแทนที่เป็นรายได้ของตนเองเท่านั้น แต่ยังมุ่งไปที่การกระจายผลประโยชน์สู่สมาชิกและชุมชน ทั้งในลักษณะของสวัสดิการและสาธารณประโยชน์

ตารางที่ 24 แสดงประเด็นและตัวชี้วัดการประเมินผล

ประเด็นการประเมิน/ตัวแปร	ตัวชี้วัด
บริบทแวดล้อม (Context)	
1. ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน 2. โครงสร้างพื้นฐานทางสาธารณูปโภค 3. โครงสร้างพื้นฐานทางสังคม 4. นโยบาย 5. หน่วยงาน/องค์กรในท้องถิ่น 6. โครงสร้างอำนาจในชุมชน 7. พื้นฐานวัฒนธรรม ค่านิยม ภูมิปัญญา และจิตลักษณะ	1) ความพร้อมของทรัพยากรการผลิต 2) ความพร้อมในด้านปัจจัยพื้นฐาน 3) ความพร้อมด้านทำเลที่ตั้ง 4) ความสอดคล้องของนโยบาย 5) บทบาทของหน่วยงาน/องค์กรในท้องถิ่น 6) ลักษณะโครงสร้างอำนาจในชุมชน เช่น พึ่งพาเครือญาติ ฝักฝ่าย 7) กลุ่มผู้มีอิทธิผลทางการค้า 8) วัฒนธรรมและค่านิยม 9) ภูมิปัญญาท้องถิ่น 10) จิตลักษณะ
ปัจจัยนำเข้า (Input)	
1. การลงทุน 2. การมีส่วนร่วม 3. ปัจจัยการผลิต	1) จำนวนสมาชิก 2) จำนวนหุ้น/การระดมทุนจากสมาชิก 3) การกำหนดเพดานหุ้น 4) เงินทุนหมุนเวียน/เงินกองทุนขององค์กร 5) การก่อเกิด 6) ทิศทางและการวางแผน 7) การร่วมมือปฏิบัติ 8) ปัจจัย/วัตถุดิบในท้องถิ่น

ประเด็นการประเมิน/ตัวแปร	ตัวชี้วัด
กระบวนการ (Process)	
1. แผนงาน	1) การสำรวจปัญหาความต้องการ
	2) มีการวางแผน/ใช้แผนงาน
2. การบริหารองค์กร	3) โครงสร้างองค์กร
	4) มีกฎระเบียบข้อบังคับ
	5) มีการแบ่งบทบาทหน้าที่
	6) การมีส่วนร่วมของสมาชิก
3. การบริหารบุคลากร	7) ลักษณะของผู้นำที่ดี
	8) มีเจ้าหน้าที่ชัดเจนเต็มเวลา
4. การบริหารการเงิน	9) การจัดทำระบบบัญชี
	10) งบดุล
	11) ต้นทุนการผลิต
	12) การพัฒนาผลิตภัณฑ์
	13) การควบคุมคุณภาพ/รับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์
5. การบริหารการตลาด	14) ประเภทสินค้าและตัวเลือก
	15) สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
	16) รูปแบบบรรจุภัณฑ์
	17) ความต่อเนื่องของตลาด
	18) การเปิดเผยราคาทุนขั้นตอน
	19) ช่องทางการจัดจำหน่าย/การตลาด
6. การสนับสนุน	20) ก่อให้เกิดการพึ่งตนเอง
	21) เป็นไปตามความต้องการของกลุ่ม
7. การอำนวยการ การควบคุม	22) ความถี่ในการประชุม
	23) มีวาระการประชุม รายงานการประชุม รายงานปฏิบัติประจำเดือน
8. การประชาสัมพันธ์	24) ฉลาก/ตรา
	25) การโฆษณาเผยแพร่
ผลผลิต (Output)	
9. รายได้	1) รายได้จากการขาย/กำไร
	2) รายได้ของสมาชิกที่ทำเป็นอาชีพหลัก
	3) รายได้สมาชิกที่เป็นทำอาชีพเสริม
10. การจัดสรรรายได้และผลประโยชน์	4) ประโยชน์ที่สมาชิก/ผู้ถือหุ้นได้รับ

ประเด็นการประเมิน/ตัวแปร	ตัวชี้วัด
11. ความเข้มแข็งขององค์กร	5) การกระจายผลประโยชน์ - การบริหารจัดการ - ทุนสำรอง - สวัสดิการ - สาธารณประโยชน์ 6) การเพิ่มสมาชิก 7) การเพิ่มทุน/การขยายกิจการ

จากตัวบ่งชี้ลักษณะของการเป็นวิสาหกิจชุมชนและการศึกษาการจัดทำตัวชี้วัดของนักวิชาการ หน่วยงาน/องค์กรต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่าขอบเขตและลักษณะเด่นของวิสาหกิจชุมชนที่แตกต่างจากอุตสาหกรรมขนาดย่อม (SME) และนำไปสู่การพัฒนาตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชน โดยคณะผู้ศึกษาได้นำตัวชี้วัดร่วมของนักวิชาการ หน่วยงาน/องค์กรต่าง ๆ และการมองมิติบริบทหรือปัจจัยแวดล้อมของชุมชนและสภาพสังคมปัจจุบันมาประมวลเข้าด้วยกัน ซึ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนและการพึ่งตนเองภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวทางพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พบว่า มีตัวชี้วัดร่วมที่สามารถกำหนดเป็นตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชนได้ 8 ด้าน 19 ตัวชี้วัด ดังนี้

ตารางที่ 25 แสดงตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชน

ประเด็นวัดผล	ตัวชี้วัด
1. ด้านปัจจัยการผลิต	- การใช้ปัจจัย/วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น - แรงงานในการผิตเป็นแรงานในท้องถิ่น - มีเงินทุนในการดำเนินกิจกรรม
2. ด้านการบริหารจัดการองค์กร	- มีโครงสร้างเป็นระบบ - มีระเบียบกฎเกณฑ์ข้อบังคับที่ชัดเจน - สมาชิกมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทุกขั้นตอน
3. ด้านการบริหารบุคลากร	- แกนนำหรือผู้นำมีคุณธรรม/จริยธรรม - มีการเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่สมาชิก
4. ด้านการเงิน	- มีการวางแผนทางการเงิน - มีการจัดทำระบบบัญชีเป็นปัจจุบัน
5. ด้านการผลิต	- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - มีควบคุมคุณภาพ/รับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่เหมาะสม

ประเด็นวัดผล	ตัวชี้วัด
6. ด้านการตลาด	- มีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย - จำนวนแหล่งจำหน่าย/ตลาด - ความต่อเนื่องของตลาดในการรับรองผลิตภัณฑ์
7. ด้านการติดตามตรวจสอบ	- ความถี่ในการประชุม - มีการรายงานผลการปฏิบัติงานประจำเดือน
8. ด้านการเชื่อมโยงเครือข่าย	- มีการเชื่อมโยงกับหน่วยงาน/องค์กรอื่นๆ ในการทำกิจกรรมร่วมกัน

ตารางที่ 26 แสดงการเปรียบเทียบการพัฒนาเครื่องชี้วัดธุรกิจชุมชนและนำไปใช้ในการลงศึกษาพื้นที่ขององค์กร/หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ประเด็นการประเมิน/ตัวแปร	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน/องค์กรที่มีการศึกษาเครื่องชี้วัด				
		ชุมชน	ศ.ดร.อภิชัย พันธเสน	1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์	สมาคมพัฒนาสังคม	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
Context						
1. ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน	1) **ความพร้อมของทรัพยากรการผลิต**	✓				
2. โครงสร้างพื้นฐานทางสาธารณูปโภค	2) ความพร้อมในด้านปัจจัยพื้นฐาน	✓				
3. โครงสร้างพื้นฐานทางสังคม	3) ความพร้อมด้านทำเลที่ตั้ง	✓				✓
4. นโยบาย	4) ความสอดคล้องของนโยบาย	✓				✓
5. หน่วยงาน/องค์กรในท้องถิ่น	5) บทบาทของหน่วยงาน/องค์กรในท้องถิ่น	✓				✓
6. โครงสร้างอำนาจในชุมชน	6) ลักษณะโครงสร้างอำนาจในชุมชน เช่น พึ่งพา เครือญาติ ฝักฝ่าย	✓				✓
	7) กลุ่มผู้มีอิทธิพลทางการค้า	✓				✓
7. พื้นฐานวัฒนธรรม ค่านิยม ภูมิปัญญา และจิตลักษณะ	8) วัฒนธรรมและค่านิยม	✓				✓
	9) ภูมิปัญญาท้องถิ่น	✓		✓	✓	
	10) จิตลักษณะ	✓				
Input						
1. การลงทุน	1) จำนวนสมาชิก	✓	✓			
	2) จำนวนหุ้น/การระดมทุนจากสมาชิก	✓	✓			✓
	3) การกำหนดเพดานหุ้น	✓				
	4) เงินทุนหมุนเวียน/เงินกองทุนขององค์กร	✓		✓		
	5) แหล่งเงินทุน		✓			✓

ประเด็นการประเมิน/ตัวแปร	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน/องค์กรที่มีการศึกษาเครื่องชี้วัด				
		ชุมชน	ศ.ดร.อภิชัย พันธเสน	1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์	สมาคมพัฒนาสังคม	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
2. การมีส่วนร่วม	6) การก่อเกิด	✓				
	7) ทิศทางและการวางแผน	✓				
	8) การร่วมมือปฏิบัติ	✓				
3. ปัจจัยการผลิต	9) ปัจจัย/วัตถุดิบในท้องถิ่น	✓	✓	✓	✓	✓
	10) แรงงาน/จำนวนสมาชิกผู้ผลิต		✓	✓	✓	
	11) เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิต		✓			
	12) อายุขององค์กร			✓	✓	
Process						
1. แผนงาน	1) การสำรวจปัญหาความต้องการ	✓				
	2) มีการวางแผน/ใช้แผนงาน	✓			✓	
2. การบริหารองค์กร	3) โครงสร้างองค์กร	✓		✓	✓	
	4) มีกฎระเบียบข้อบังคับ	✓		✓	✓	✓
	5) มีการแบ่งบทบาทหน้าที่	✓				✓
	6) การมีส่วนร่วมของสมาชิก	✓	✓		✓	✓
3. การบริหารบุคลากร	7) ลักษณะของผู้นำที่ดี	✓			✓	✓
	8) มีการพัฒนาผู้นำ					✓
	9) มีเจ้าหน้าที่ชัดเจนเต็มเวลา	✓				
	10) มีการพัฒนาสมาชิก				✓	✓
4. การบริหารการเงิน	11) การจัดทำระบบบัญชี	✓	✓	✓	✓	✓
	12) งบดุล	✓				

ประเด็นการประเมิน/ตัวแปร	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน/องค์กรที่มีการศึกษาเครื่องชี้วัด				
		ชุมชน	ศ.ดร.อภิชัย พันธเสน	1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์	สมาคมพัฒนาสังคม	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
	13) สภาพคล่องทางการเงิน					✓
	14) การวางแผนทางการเงิน		✓		✓	✓
5. การบริหารการผลิต	15) ความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบ				✓	✓
	16) ต้นทุนการผลิต	✓		✓		✓
	17) เทคโนโลยีการผลิต		✓			✓
	18) กำลังการผลิต/ความต่อเนื่องการผลิต			✓		✓
	19) การพัฒนาผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓		✓
	20) การควบคุมคุณภาพ/รับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์	✓			✓	✓
6. การบริหารการตลาด	21) ประเภทสินค้าและตัวเลือก	✓			✓	✓
	22) การเพิ่มขึ้นของยอดจำหน่าย	✓	✓	✓		
	23) สอดคล้องกับความต้องการของตลาด	✓	✓			
	24) รูปแบบบรรจุภัณฑ์	✓		✓		✓
	25) ความต่อเนื่องของตลาด	✓		✓		✓
	26) การเปิดเผยราคาทุกขั้นตอน	✓				✓
	27) ช่องทางการจัดจำหน่าย/การตลาด	✓	✓	✓	✓	✓
	28) จำนวนแหล่งจำหน่าย/ตลาด		✓	✓	✓	
7. การสนับสนุน	29) ก่อให้เกิดการพึ่งตนเอง	✓				
	30) เป็นไปตามความต้องการของกลุ่ม	✓				
	31) จำนวนองค์กรที่ให้การสนับสนุน				✓	
	32) บทบาทขององค์กร/หน่วยงานท้องถิ่น					✓

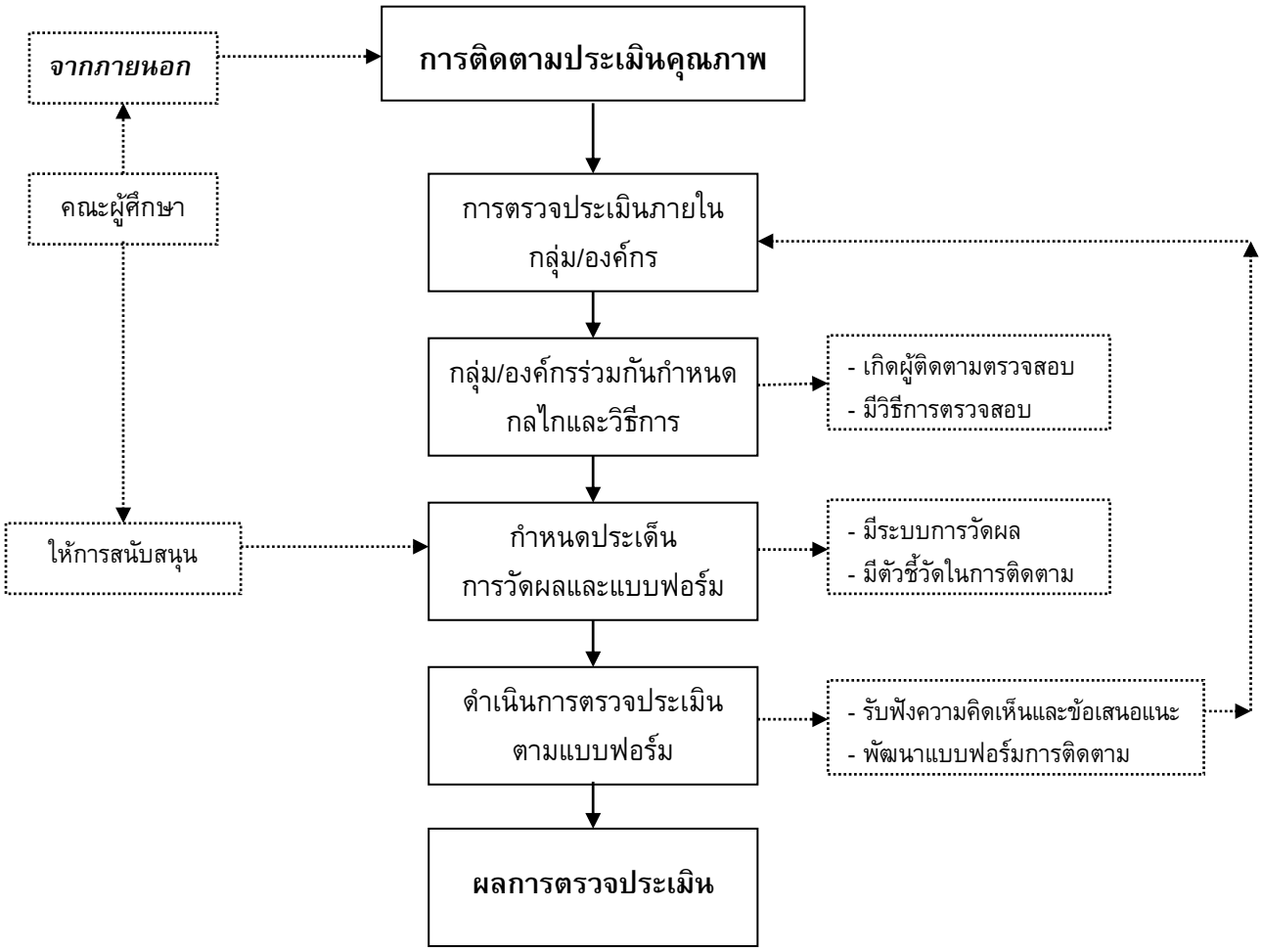
ประเด็นการประเมิน/ตัวแปร	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน/องค์กรที่มีการศึกษาเครื่องชี้วัด				
		ชุมชน	ศ.ดร.อภิชัย พันธเสน	1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์	สมาคมพัฒนาสังคม	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
8. การอำนวยการ การควบคุม	33) ความถี่ในการประชุม	✓			✓	✓
	34) มีวาระการประชุม รายงานการประชุม	✓				
	35) รายงานปฏิบัติประจำเดือน					
	36) มีระบบการติดตาม/ตรวจสอบ				✓	✓
9. การประชาสัมพันธ์	37) ฉลาก/ตรา	✓				✓
	38) การโฆษณาเผยแพร่	✓				✓
	39) การกระจายข่าวสารข้อมูล					✓
10. การสร้างกระบวนการเรียนรู้	40) การศึกษาดูงาน การอบรม สัมมนา				✓	✓
	41) การสรุปบทเรียนการทำงาน				✓	
	42) การสนับสนุนความรู้และทักษะ				✓	
11. การเชื่อมโยงเครือข่าย	43) การเชื่อมโยงกับองค์กรอื่นๆ			✓		✓
	44) จำนวนองค์กรที่เป็นเครือข่าย				✓	
Output						
12. รายได้	1) รายได้จากการขาย/กำไร	✓			✓	
	2) รายได้ของสมาชิกที่ทำเป็นอาชีพหลัก	✓				
	3) รายได้สมาชิกที่เป็นทำอาชีพเสริม	✓				
13. การจัดสรรรายได้และผลประโยชน์	4) ประโยชน์ที่สมาชิก/ผู้ถือหุ้นได้รับ	✓		✓	✓	✓
	5) การกระจายผลประโยชน์					✓
	- การบริหารจัดการ	✓				
	- ทุนสำรอง	✓				

ประเด็นการประเมิน/ตัวแปร	ตัวชี้วัด	หน่วยงาน/องค์กรที่มีการศึกษาเครื่องชี้วัด				
		ชุมชน	ศ.ดร.อภิชัย พันธเสน	1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์	สมาคมพัฒนาสังคม	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
	- สวัสดิการ	✓	✓		✓	
	- สาธารณประโยชน์	✓			✓	
14. ความเข้มแข็งขององค์กร	6) การเพิ่มสมาชิก	✓			✓	
	7) การเพิ่มทุน/การขยายกิจการ	✓			✓	
	8) จำนวนเงินทุนสะสม/เงินออม			✓		
15. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	9) กระบวนการผลิตที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชน			✓		
	10) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการแก้ปัญหาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม			✓		

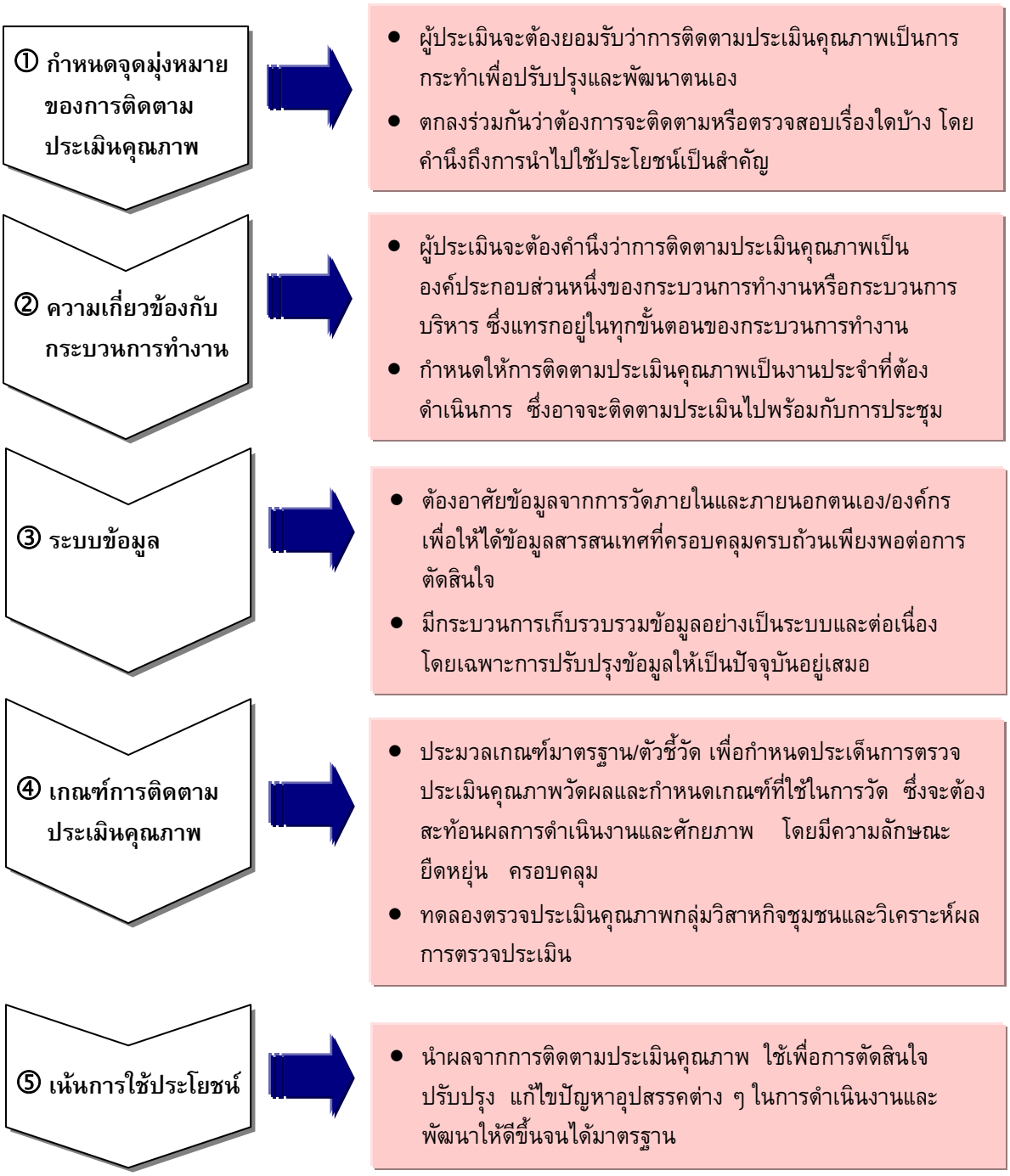
6.3 กระบวนการตรวจประเมินคุณภาพวิสาหกิจชุมชน

การตรวจประเมินคุณภาพวิสาหกิจชุมชน มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพทั้งในด้านการบริหารจัดการของกลุ่ม กระบวนการผลิต คุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง เป็นการจัดระบบกลไกและกระบวนการติดตามตรวจสอบภายในกลุ่มวิสากิจชุมชนให้มีการพัฒนาคุณภาพของกลุ่มให้ได้มาตรฐาน ทั้งในด้านของปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลผลิตที่เกิดขึ้น (Produce) ซึ่งจะนำมาสู่การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน และปัญหาอุปสรรคจากการดำเนินงาน ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถกำกับดูแล แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง ซึ่งในการกำหนดประเด็นการติดตามประเมินผล คณะผู้ศึกษาได้นำเกณฑ์การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ดีของ GMP (Good Manufacturing Practice) หลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน และตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชนมาประยุกต์เป็นประเด็นในการตรวจประเมินคุณภาพวิสาหกิจชุมชน

แผนภูมิที่ 5 แสดงกระบวนการพัฒนาระบบติดตามและประเมินคุณภาพ



ทั้งนี้ การติดตามประเมินคุณภาพทั้งการประเมินโดยภายนอกและการประเมินตนเอง นับเป็นนวัตกรรมที่ทำความเกิดการเปลี่ยนแปลงภายในตนเอง/องค์กรและส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยเฉพาะการติดตามประเมินตนเองไม่ใช่จุดเริ่มต้นหรือจุดสุดท้ายของการดำเนินงาน แต่เป็นกลไกของกระบวนการพัฒนา (Mechanical Process) ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีกระบวนการและขั้นตอนการติดตามประเมินคุณภาพ ดังนี้



6.4 ประเด็นและเกณฑ์การตรวจประเมินคุณภาพ

จากเกณฑ์การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ดีของ GMP (Good Manufacturing Practice) หลักเกณฑ์การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน และตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชนคณะผู้ศึกษาได้นำมาประยุกต์เป็นประเด็นในการตรวจประเมินคุณภาพวิสาหกิจชุมชน โดยแต่ละประเด็นคณะผู้ศึกษาได้กำหนดเกณฑ์ในการวัดผล ดังนี้

ตารางที่ 27 แสดงเกณฑ์วัดผลคุณภาพวิสาหกิจชุมชน

ประเด็นการตรวจประเมิน	เกณฑ์การวัด
1.การควบคุมกระบวนการผลิต ตั้งแต่มีการวางแผน การควบคุมคุณภาพการผลิต วัตถุดิบ ความสะอาดเรียบร้อยของอาคารสถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ และสุขลักษณะของบุคลากร	1) มีการวางแผนก่อนการผลิต 2) มีการชั่ง/ตวงหรือกำหนดสัดส่วนส่วนประกอบในการผลิต 3) มีการจัดหา/จัดซื้อวัตถุดิบในการผลิต 4) มีการคัดเลือกวัตถุดิบก่อนการผลิต เช่น เชื้อรา แมลง สิ่งปลอมปน 5) มีการทำความสะอาด/ฆ่าเชื่อวัตถุดิบก่อนนำไปผลิต 6) มีการทำความสะอาดอาคารสถานที่ผลิต 7) มีการทำความสะอาดเครื่องมือ และอุปกรณ์ในการผลิตก่อนและหลังใช้งาน 8) มีการจัดเก็บเครื่องมือ/อุปกรณ์แยกเป็นหมวดหมู่ 9) มีการทำลายของเสียที่เกิดจากการผลิต 10) สุขลักษณะของสถานที่และอุปกรณ์การผลิต (1) มีการแยกสถานที่/อาคารที่ผลิตเป็นสัดส่วนจากที่พักอาศัย (2) มีการติดมุ้งลวดสถานที่/อาคารที่ผลิต (3) มีการแยกห้องน้ำ/ห้องส้วมออกจากอาคารที่ผลิต (4) มีการแยกภาชนะในการรองรับขยะ/สารเคมี (5) มีชั้นวางวัตถุดิบและภาชนะที่ใช้ในการบรรจุ (6) มีโต๊ะที่ใช้ในกระบวนการผลิต (7) มีช่องระบายอากาศ (8) มีแสงสว่างเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน (9) มีการแยกภาชนะสำหรับใส่อาหาร สารเคมีและสิ่งที่ไม่ใช่อาหาร 11) สุขลักษณะของบุคลากร (1) มีการสวมเสื้อกันเปื้อนขณะปฏิบัติงาน (2) มีการสวมถุงมือขณะปฏิบัติงาน (3) มีการสวมหมวกคลุมผมหรือตาข่ายคลุมผมขณะปฏิบัติงาน (4) มีการทำความสะอาดล้างมือก่อนการผลิต (5) มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ในการผลิต

ประเด็นการตรวจประเมิน	เกณฑ์การวัด
2. ระบบการเงิน-บัญชี เป็นระบบที่บ่งชี้สถานะทางการเงินของกลุ่มและเป็นการสะท้อนความโปร่งใสในการบริหารจัดการ	12) มีการบันทึกรายจ่ายในการซื้อวัตถุดิบ 13) มีการบันทึกรายได้จากการขาย 14) มีการเช็คยอดบัญชี(ต้นทุน-กำไร) 15) มีการจ่ายค่าตอบแทนแก่สมาชิก/ผู้ปฏิบัติงาน
3. ระบบการควบคุมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ เป็นการสะท้อนให้ผู้ผลิตเกิดความตระหนักในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนระบบการควบคุมการขนส่งที่สะอาดปลอดภัย	16) มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 17) มีการพัฒนา/ปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ 18) มีการจัดทำฉลากรายละเอียดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ เช่น คุณประโยชน์ คุณสมบัติ 19) มีการตรวจเช็คคุณภาพของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาด หีบห่อ 20) มีการระบุวัน/เดือน/ปีที่ผลิตและหมดอายุของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ 21) มีการควบคุมการขนส่งสินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่สะอาดปลอดภัย (1) มีภาชนะในการบรรจุสินค้า/ผลิตภัณฑ์ในการขนส่ง (2) มีการตรวจเช็คสินค้า/ผลิตภัณฑ์ก่อนการส่งมอบ (3) มีพาหนะในการขนส่ง
4. การพัฒนาการตลาด เป็นการตรวจสอบช่องทางการจัดจำหน่ายและความต่อเนื่องในการขายผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นตัวบ่งชี้ความยั่งยืนของกลุ่ม กล่าวคือหากกลุ่มมีการพัฒนาช่องทางในการจำหน่ายต่อเนื่องและเพิ่มขึ้น ย่อมจะหมายถึงการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มและการดำรงอยู่ของกลุ่ม ที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่สมาชิก	22) มีการสั่งสินค้า/ใบสิ่งสินค้า/ผลิตภัณฑ์ 23) มีการจัดส่งสินค้า 24) มีพ่อค้าคนกลางมาซื้อ/สั่งสินค้า/ผลิตภัณฑ์ 25) มีการนำสินค้า/ผลิตภัณฑ์ไปขายในตลาดชุมชน 26) มีการนำสินค้า/ผลิตภัณฑ์ไปขายในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ 27) มีการหาช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น
5. การพัฒนาบุคลากร บุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การผลิตและผลผลิตมีคุณภาพ ซึ่งการพัฒนาบุคลากรจะส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มด้วย	28) มีการพัฒนาส่งเสริมความรู้และทักษะฝีมือในการผลิต 29) มีการศึกษาและอบรมเพิ่มเติมในการพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ 30) มีการศึกษาและอบรมเพิ่มเติมในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย 31) มีการศึกษาและอบรมเพิ่มเติมในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ประเด็นการตรวจประเมิน	เกณฑ์การวัด
6. การเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ เป็นวิธีการเปิดโลกทัศน์ของกลุ่มให้กว้างขวางขึ้นในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ตลอดจนเทคโนโลยีหรือวิธีการใหม่ ๆ ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในกลุ่ม	32) มีการไปศึกษาดูงานในสถานที่ต่าง ๆ 33) มีการส่งบุคลากรไปฝึกอบรมเทคโนโลยีใหม่ ๆ 34) มีการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีในกลุ่มผู้ผลิต
7. ระบบการควบคุมภายใน เป็นการจัดทำบันทึกผลดำเนินงานของกลุ่ม เพื่อเป็นหลักฐานในการติดตามตรวจสอบของสมาชิกภายในกลุ่มและภายนอกกลุ่ม ตลอดจนเป็นข้อมูลที่แสดงความก้าวหน้าในการดำเนินงาน	35) มีการตรวจนับสินค้า/ผลิตภัณฑ์ 36) มีการบันทึกการรับเข้า-จ่ายออกของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ 37) มีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงาน 38) มีการประชุมร่วมกัน

6.5 การวัดผลคุณภาพวิสาหกิจชุมชน

จากประเด็นและเกณฑ์การตรวจประเมินคุณภาพ คณะผู้ศึกษาได้กำหนดการวัดผลคุณภาพวิสาหกิจชุมชน โดยพิจารณาจากความถี่ในการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ตามเกณฑ์การวัดและได้กำหนดเป็นค่าคะแนน ดังนี้

- ไม่มีการปฏิบัติกิจกรรมตามเกณฑ์การวัด ได้ 0 คะแนน
- ไม่ค่อยมีการปฏิบัติกิจกรรมตามเกณฑ์การวัด หรือมีการปฏิบัตินาน ๆ ครั้ง หรือทำบ้างไม่ทำบ้าง(ปีละ 1-2 ครั้ง) ได้ 1 คะแนน
- มีการปฏิบัติกิจกรรมตามเกณฑ์การวัดค่อนข้างบ่อย หรือเดือนละครั้ง ได้ 2 คะแนน
- มีการปฏิบัติกิจกรรมตามเกณฑ์การวัดเป็นประจำทุกครั้ง หรือทุกวัน/ทุกอาทิตย์ ได้ 3 คะแนน

ในกรณีของประเด็นเรื่องสุขลักษณะของสถานที่และอุปกรณ์การผลิตและการควบคุมการขนส่งสินค้า/ผลิตภัณฑ์ เป็นการตรวจเช็คว่ากลุ่มได้มีการปฏิบัติตามกิจกรรมเหล่านี้หรือไม่ โดยกำหนดค่าคะแนน ดังนี้

การแปลความหมายค่าคะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย	**0.00≤X≤ 0.60**	**0.61≤X≤ 1.20**	**1.21≤X≤ 1.80**	**1.81≤X≤ 2.40**	**2.41≤X≤ 3.00**
ระดับคุณภาพ	ไม่มีคุณภาพ	ต่ำมาก	ต่ำ	ปานกลาง	ดี/เหมาะสม

<u>หมายเหตุ</u> X หมายถึง ค่าเฉลี่ย

ผลการตรวจประเมินคุณภาพวิสาหกิจชุมชน

จากประเด็นการตรวจประเมินคุณภาพ คณะผู้ศึกษาได้จัดทำแบบตรวจประเมินคุณภาพกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน โดยให้กลุ่มตรวจเช็คการปฏิบัติกิจกรรมตามประเด็นการวัดว่ากลุ่มมีการปฏิบัติมากน้อยเพียงใด ซึ่งแบบตรวจประเมินคุณภาพดังกล่าวคณะผู้ศึกษาคาดหวังที่จะให้กลุ่มได้ใช้เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบการดำเนินงานของกลุ่ม เพื่อกลุ่มจะได้ทราบจุดแข็งและจุดอ่อนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน ตลอดจนการนำข้อบกพร่องจากผลการตรวจประเมินมาปรับปรุงและพัฒนากลุ่มให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้น ซึ่งจากการทำทดลองให้กลุ่มตรวจประเมิน ปรากฏว่า

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีคุณภาพในระดับที่ต่ำถึงปานกลาง โดยมีการทำกิจกรรมตามประเด็นการตรวจประเมินซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีความถี่ในการทำกิจกรรมที่แตกต่างกันตามลักษณะของผลิตภัณฑ์และความพร้อมของกลุ่ม โดยเฉพาะในประเด็นที่ 1,2 และ 7 กลุ่มจะให้ความสำคัญในการปฏิบัติ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มมีการพัฒนาและควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์และกระบวนการดำเนินงานของกลุ่ม แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าในประเด็นที่ 7 การควบคุมภายใน พบว่า ทุกกลุ่มไม่มีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานแม้ว่าจะมีการประชุมกลุ่มก็ตาม ซึ่งบางกลุ่มมีความถี่ในการประชุมร่วมกันค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับกิจกรรมที่ทำร่วมกันทุกวัน

ในส่วนประเด็นการพัฒนาบุคลากรและการเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ พบว่า กลุ่มให้ความสำคัญน้อยมาก บางกลุ่มหวังพึ่งความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งการที่กลุ่มให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าวน้อยจะส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและการดำเนินงานของกลุ่มในอนาคตที่จะพัฒนาศักยภาพต่อไป

นอกจากนี้ จากการใช้แบบตรวจประเมินคุณภาพ ประเด็นที่กลุ่มได้สะท้อนกลับมา ก็คือ บางประเด็นย่อยในประเด็นการตรวจประเมินไม่สอดคล้องกับกิจกรรมของกลุ่ม และการไม่สามารถระบุความถี่ในการทำกิจกรรมได้แน่นอนในบางเรื่องทางคณะผู้ศึกษาจึงปรับปรุงแบบตรวจประเมินในลักษณะของการตรวจสอบเช็คว่ากลุ่มมีการทำกิจกรรมตามประเด็นการตรวจประเมินหรือไม่พร้อมทั้งให้กลุ่มเป็นผู้ระบุความถี่ในการทำกิจกรรมแต่ละประเด็นเอง เพื่อให้กลุ่มสามารถใช้เป็นแบบติดตามตรวจเช็คการทำงานในแต่ละครั้งว่ากลุ่มได้ดำเนินการหรือไม่ และสามารถใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาประเด็นที่กลุ่มยังปฏิบัติได้ค่อนข้างน้อยให้สามารถพัฒนาคุณภาพได้เพิ่มขึ้นต่อไป

ตารางที่ 28 แสดงค่าคะแนนเฉลี่ยการตรวจประเมินในแต่ละด้าน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	ค่าคะแนนเฉลี่ยประเด็นการตรวจประเมินแต่ละด้าน							ผลการตรวจประเมินคุณภาพ (ค่าเฉลี่ยรวม)
	1. การควบคุมกระบวนการผลิต	2. ระบบการเงิน-บัญชี	3. ระบบการควบคุมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์	4. การพัฒนาการตลาด	5. การพัฒนาบุคลากร	6. การเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้	7. การควบคุมภายใน	
1. มะม่วงแช่อิ่ม	2.55	2.25	1.80	1.00	1.00	1.00	2.00	2.02 (ปานกลาง)
2. กล้วยอบ	2.55	2.25	1.80	1.00	1.00	1.00	2.00	1.66 (ต่ำ)
3. ขนมนางเล็ด	3.00	3.00	1.80	2.60	0.75	0.67	1.75	1.94 (ปานกลาง)
4. ปลาแหนม	3.00	3.00	1.80	2.60	0.75	0.67	1.75	1.94 (ปานกลาง)
5. ข้าวตู	3.00	3.00	1.80	2.60	0.75	0.67	1.75	1.94 (ปานกลาง)
6. ขนมชั้นดอกอัญชัน	3.00	3.00	1.80	2.60	0.75	0.67	1.75	1.94 (ปานกลาง)
7. ข้าวกล้อง	2.33	2.00	0.40	1.40	0.51	0.33	1.75	1.25 (ต่ำ)
8. ข้าวกระยาคู	2.33	2.00	0.40	1.40	0.51	0.33	1.75	1.25 (ต่ำ)
9. กล้วยม้วนอบ	2.55	2.25	1.80	1.00	1.00	1.00	2.00	1.66 (ต่ำ)
10. เครื่องปั้นดินเผา	2.78	2.00	1.00	1.80	1.00	0.33	2.00	1.56 (ต่ำ)
11. จักรสานผักตบชวา	2.44	2.00	1.80	1.60	0.75	0.67	2.00	1.61 (ต่ำ)
12. กระยาสารทน้ำอ้อย	2.11	1.25	1.80	1.25	1.00	1.00	2.00	1.49 (ต่ำ)
13. กล้วยกรอบแก้ว	2.56	1.25	1.80	1.25	1.00	1.00	2.00	1.55 (ต่ำ)
14. ขนมกระทกรก	3.00	3.00	1.80	2.60	0.75	0.67	1.75	1.94 (ปานกลาง)
15. ปลาส้ม	3.00	3.00	1.80	2.60	0.75	0.67	1.75	1.94 (ปานกลาง)
16. ขนมสามเกลอ	3.00	3.00	1.80	2.60	0.75	0.67	1.75	1.94 (ปานกลาง)
17. แปรรูปเนื้อสัตว์	3.00	3.00	1.80	2.60	1.75	0.67	1.75	2.08 (ปานกลาง)
18. น้ำส้มพร้อมดื่ม	2.33	2.00	0.20	1.40	0.50	0.33	1.75	1.22 (ต่ำ)
19. ไวน์องุ่น	2.33	2.00	0.20	1.40	0.50	0.33	1.75	1.22 (ต่ำ)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	ค่าคะแนนเฉลี่ยประเด็นการตรวจประเมินแต่ละด้าน							ผลการตรวจประเมินคุณภาพ (ค่าเฉลี่ยรวม)
	1. การควบคุมกระบวนการผลิต	**2. ระบบการเงิน-บัญชี**	**3. ระบบการควบคุมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์**	**4. การพัฒนาการตลาด**	**5. การพัฒนาบุคลากร**	**6. การเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้**	**7. การควบคุมภายใน**	
20. กล้วยอบน้ำผึ้ง	2.56	2.25	1.80	1.25	0.75	1.00	2.00	1.66 (ต่ำ)
21. ชาใบหม่อน	2.78	2.25	1.20	1.80	1.00	0.33	2.00	1.62 (ต่ำ)
22. กล้วยกวน	2.44	2.00	1.80	1.60	0.50	0.67	2.00	1.57 (ต่ำ)
23. น้ำดื่มบรรจุสนิท	2.44	2.00	1.80	1.60	0.50	0.67	2.00	1.57 (ต่ำ)
24. ปุ๋ยหมักชีวภาพ	2.89	1.75	2.40	1.60	1.75	1.33	2.50	2.03 (ปานกลาง)
25. ข้าวสาร	1.78	1.75	1.40	1.20	2.00	1.00	1.75	1.55 (ต่ำ)
26. ขนมไทย	2.78	3.00	1.00	0.40	1.50	1.00	2.75	1.77 (ต่ำ)
27. กล่อง	2.00	3.00	1.80	1.20	2.00	1.67	2.50	2.02 (ปานกลาง)
28. เข็มขัด	3.00	2.75	2.40	2.60	2.20	2.00	3.00	2.56 (ดี)
29. ถ่านอัดแท่น	2.22	2.00	1.60	2.40	2.00	1.33	2.75	2.04 (ปานกลาง)
30. แปรรูปอาหาร	3.00	2.50	2.00	2.40	1.80	1.33	2.50	2.22 (ปานกลาง)
31. เครื่องหนัง	2.33	2.75	1.40	2.20	1.75	1.33	2.50	2.04 (ปานกลาง)
32. บ้านเรือนไทย	2.33	2.50	1.40	2.20	2.00	0.00	2.50	1.85 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.61 (ดี)	2.37 (ปานกลาง)	1.54 (ต่ำ)	1.80 (ต่ำ)	1.11 (ต่ำมาก)	0.82 (ต่ำมาก)	2.05 (ปานกลาง)	1.77 (ต่ำ)

6.6 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะ

จากประเด็นวัดผลข้างต้น เป็นเพียงประเด็นร่วมที่สะท้อนวิสาหกิจชุมชนในภาพกว้าง ซึ่งแต่ละประเด็นจะต้องประกอบด้วยตัวชี้วัดย่อยประมาณ 2- 3 ตัวชี้วัด ที่จะสะท้อนให้เห็นลักษณะเด่นหรือเป็นตัวชี้วัดที่สนับสนุนประเด็นวัดผลข้างต้น และเป็นตัวชี้วัดที่ผู้วิจัยเห็นว่าสามารถใช้กับวิสาหกิจชุมชนประเภทต่างๆ ได้ แต่ไม่ใช่ตัวชี้วัดที่เฉพาะเจาะจงรายละเอียดของกิจกรรม เนื่องจากประเภทของวิสาหกิจชุมชนมีหลายประเภทด้วยกัน และแต่ละประเภทมีลักษณะที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นเรื่องของอาหาร งานหัตถกรรม เกษตรกรรม อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งแต่ละประเภทจะมีกิจกรรมย่อยที่หลากหลาย จึงเป็นข้อจำกัดในการที่จะทำตัวชี้วัดในเชิงรายละเอียดของกิจกรรม นอกจากนี้ การสะท้อนความคิดเห็นของผู้นำ/ตัวแทนชุมชนในการประชุม/สัมมนาเกี่ยวกับเรื่องการกำหนดตัวชี้วัดไม่ว่าจะเป็นตัวชี้วัดชุมชนเข้มแข็งหรือตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชน พบว่า ผู้นำ/ตัวแทนชุมชนส่วนใหญ่จะเห็นสอดคล้องร่วมกันว่าการกำหนดตัวชี้วัดควรจะเป็นตัวชี้วัดร่วมที่เป็นภาพกว้างๆ เท่านั้น ไม่ควรจะเฉพาะเจาะจงหรือลงรายละเอียดเพราะแต่ละชุมชนแต่ละกิจกรรมย่อยจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน ชุมชนจึงควรจะเป็นผู้ที่กำหนดตัวชี้วัดที่เป็นเชิงกิจกรรมหรือรายละเอียดของชุมชนเอง

ดังนั้น การกำหนดตัวชี้วัดของชุมชนหนึ่งหรือกิจกรรมหนึ่งไม่สามารถนำมาใช้วัดหรือตัดสินกับอีกชุมชนหรืออีกกิจกรรมหนึ่งได้ นอกจากนี้ปัจจัยแวดล้อมและศักยภาพของแต่ละพื้นที่ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งผลต่อตัวชี้วัด แม้ว่าจะมีการทำกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันก็ไม่ได้หมายความว่ากระบวนการทำ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะเหมือนกัน จึงเป็นสาเหตุให้ทางคณะผู้ศึกษาศึกษาตัวชี้วัดในภาพกว้าง อย่างไรก็ตาม สิ่งที่พึงตระหนักก็คือตัวชี้วัดจะต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับระยะเวลาการเปลี่ยนแปลงและการดำเนินงาน ตลอดจนศักยภาพของชุมชน/องค์กรนั้นตลอดเวลา

บทที่ 7
การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานในการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

จากนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากตามยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาความยากจนและยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ยั่งยืนและนโยบายการพัฒนาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นับเป็นมิติใหม่แห่งการพัฒนาโครงสร้างของสังคมฐานรากและเป็นโอกาสที่เอื้ออำนวยในการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคมและชุมชน โดยเป็นการประสานความร่วมมือในลักษณะของการปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับภารกิจหน้าที่ ซึ่งในการศึกษาการประสานความร่วมมือผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบที่แตกต่างในแต่ละจังหวัดทั้งจังหวัดปทุมธานี กาญจนบุรี และจันทบุรี ดังจะได้กล่าวถึงประเด็นแห่งการประสานประโยชน์ร่วมกันระหว่างภารกิจหน่วยงาน นโยบาย รูปแบบการปะสานความร่วมมือในพัฒนาและการสร้างการเรียนรู้แก่กลุ่มผู้ผลิต ดังนี้

7.1 ภารกิจของหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

จากการศึกษาภารกิจของหน่วยงานต่างๆ พบว่า แต่ละหน่วยงานมีบทบาทหน้าที่และศักยภาพที่แตกต่างกัน โดยบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้

1) กรมการพัฒนาชุมชน มีศักยภาพการทำงานเชิงกระบวนการประสานงานการทำกิจกรรมทั้งกองทุนหมู่บ้าน นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ องค์กรชุมชนตามภารกิจเดิม (กลุ่มสตรี กลุ่มอาชีพ กลุ่มเยาวชน เป็นต้น) รวมทั้งการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานพื้นที่ เช่น พาณิชย์ สาธารณสุข เป็นต้น แต่ขาดความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดสมัยใหม่ การจัดการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้พบว่าปัจจุบันเจ้าหน้าที่ของกรมพัฒนาชุมชนในระดับพื้นที่มีภารกิจเชิงปฏิบัติในระดับพื้นที่จำนวนมาก ซึ่งลักษณะการทำงานเป็นการประสานงานเชื่อมโยงกับหน่วยงานและกลุ่มองค์กรชุมชนที่มีศักยภาพ รวมทั้งเป็นแหล่งในการให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่แก่บุคคลทั่วไป

2) กรมส่งเสริมการเกษตร มีศักยภาพในการเข้าใจด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการแปรรูปโดยมีเครือข่ายกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำงานใกล้ชิดกับกรมส่งเสริมการเกษตร แต่ขาดความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การบริหารจัดการธุรกิจ ซึ่งในปัจจุบันได้มีกลุ่มงานพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเป็นโครงสร้างใหม่ ประกอบด้วย นักวิชาการเคหกิจเกษตรทำงานร่วมกับศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล ซึ่งมีเกษตรกรเป็นประธานศูนย์ เน้นการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ การแปรรูปเบื้องต้นเพื่อให้ได้คุณภาพมาตรฐาน (GMP/GAP) นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นหน่วยงานเลขานุการของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน โดยที่ผ่านมาได้มีการพิจารณาเห็นชอบในหลักการของสภาผู้แทนราษฎรในวาระที่ 1 เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2546 และอยู่ในระหว่างการพิจารณาในชั้นกรรมมาธิการวิสามัญ

3) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีศักยภาพด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการบริหารในลักษณะห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) แต่ขาดมิติการทำงานทางสังคมวัฒนธรรม ในขณะที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีภารกิจตามยุทธศาสตร์ในการเพิ่มศักยภาพ การยกระดับความสามารถในการผลิตผ่านโครงการยกระดับวิสาหกิจชุมชนและสินค้าภูมิปัญญาสู่สากล จึงควรมีการประสานภารกิจกับความรู้ทักษะที่มีในการเสริมจุดเด่นซึ่งกันและกัน

4) กรมการพาณิชย์ มีศักยภาพในการจัดหาช่องทางการตลาด การจัดการด้านบัญชีการเงิน ในขณะเดียวกันภารกิจที่ผ่านมามุ่งเน้นการดำเนินธุรกรรมร่วมกับผู้ประกอบการทำหน้าที่จดทะเบียนการค้า แต่ในปัจจุบันยุทธศาสตร์ในการเพิ่มศักยภาพยกระดับวิสาหกิจชุมชน ทำให้มีโครงสร้างหน่วยงานใหม่ในการจดลิขสิทธิ์ภูมิปัญญาในการสร้างเครือข่ายการพัฒนาโดยการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น แต่ยังการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง

อนึ่งในแต่ละจังหวัดได้ให้ความสำคัญกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังเช่นในจังหวัดปทุมธานี พาณิชย์จังหวัดที่รับผิดชอบงานด้านการตลาดของสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ตามนโยบายของรัฐบาล โดยพาณิชย์จังหวัดเป็นประธานคณะทำงานส่งเสริมด้านการตลาด ซึ่งสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ได้จัดทำโครงการสนับสนุนตลาดผลิตภัณฑ์ภูมิภาคให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศดำเนินการ โดยกำหนดกิจกรรมหลักที่ดำเนินการ 5 กิจกรรม คือ

(1) กิจกรรมการประสานกลุ่มเป้าหมายขยายตลาดสินค้า OTOP
(2) กิจกรรมการพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ การฝึกอบรมผู้ผลิต/ผู้ประกอบการด้านการตลาด การเยี่ยมชมการแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ
(3) กิจกรรมการพัฒนาช่องทางและขยายตลาดสินค้า ได้แก่ การจัดงานแสดงสินค้าร่วมกับภาคเอกชน การนำกลุ่มผู้ผลิตเข้าร่วมงานการสนับสนุนการตกแต่งร้านจำหน่ายสินค้าถาวร การพัฒนาตลาดแบบ E-Commerce
(4) กิจกรรมการเผยแพร่ การประชาสัมพันธ์
(5) กิจกรรมการติดตามและประเมินผล

5) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จัดทำโครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในชุมชน โดยมีการประสานความร่วมมือกับสาธารณสุขจังหวัด และปรับเปลี่ยนการทำงานร่วมกับชุมชน มีการจัดตรวจประเมินให้กับชุมชนในลักษณะที่เป็นกลุ่มโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ แต่ข้อจำกัดคือเจ้าหน้าที่ในพื้นที่โดยเฉพาะในระดับอำเภอ ระดับตำบล มีฐานความรู้ไม่เท่ากันในด้านมาตรฐานสินค้า (GMP/GHP) การขาดความเข้าใจในมิติทางสังคมวัฒนธรรมท้องถิ่น เศรษฐกิจในชุมชน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างความรู้ความเข้าใจที่ชัดเจน อนึ่งจากการศึกษาวิจัยวิทยากรท้องถิ่นพบว่า บุคคลที่คณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ควรนำมาพิจารณาคือวิทยากรท้องถิ่นที่เป็นอาสาสมัครในท้องถิ่นที่มีความรู้ความเข้าใจ ผ่านการฝึกอบรม การปฏิบัติ การประสานกับหน่วยงานสาธารณสุข การเขียนรายงานตามแบบฟอร์มการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพราะการพัฒนามาตรฐานเหล่านี้ต้องเป็นผู้ที่เกาะติดการดำเนินการทุกขั้นตอนของการพัฒนาแหล่งผลิตพฤติกรรมสุขภาพอนามัยของผู้ผลิต การบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการประกันคุณภาพด้วยตนเอง

6) กรมส่งเสริมสหกรณ์ มีความสามารถด้านการบริหารการเงิน บัญชีและประสานงานด้านตลาด ดังจะพบได้จากกลุ่มธุรกิจเครือข่ายข้าวสารเมื่อมีการจดทะเบียนเรียนรู้กระบวนการจัดการและนำสู่การปฏิบัติ มีเจ้าหน้าที่ที่เอาใจใส่ในการติดตามการดำเนินการ การให้คำแนะนำอย่างเด่นชัดทำให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการการเงินได้ชัดเจน และเมื่อพิจารณาความสามารถของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ พบว่า ขาดความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการการเงิน ดังนั้นจึงควรพิจารณาถึงศักยภาพของหน่วยงานนี้ แต่ในขณะเดียวกันควรมีการทบทวนระเบียบการดำเนินการในรูปแบบสหกรณ์ให้เหมาะสมกับบริบท สภาพความเป็นจริงของท้องถิ่น เพราะในทัศนคติของชุมชนยังปฏิเสธระเบียบปฏิบัติที่ไม่เอื้อต่อการปฏิบัติ

จากการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน ส่งผลให้เกิดการใช้งบประมาณที่ซ้ำซ้อน โดยเฉพาะการเกิดกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน ทั้งจากการจัดตั้งโดยหน่วยงานภาครัฐและเกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชน ซึ่งบางกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐมากกว่าหนึ่งหน่วยงาน นอกจากนี้ยังเกิดปัญหาการส่งเสริมด้านการตลาด ซึ่งในชุมชนเดียวกัน พบว่า บางกลุ่มได้รับเชิญจากหน่วยงานภาครัฐในการออกงานแสดงสินค้า เช่น งานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ขณะที่บางกลุ่มไม่ได้ออกงานแสดงสินค้า ก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้งระหว่างกลุ่มในชุมชน ดังนั้นด้วยภารกิจและศักยภาพที่แตกต่างกัน จึงควรมีการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางประสานเชื่อมโยงและกำหนดขอบเขตภารกิจงานให้ชัดเจนตลอดจนการบูรณาการงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน

7.2 รูปแบบการประสานความร่วมมือ

1) การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานสนับสนุน กรณีศึกษาในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งได้มีการจัดประชุมหารือร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชนที่สามารถนำไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ได้ พบว่า การทำงานที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน จะต้องเริ่มจากการวางแผนการผลิตโดยการใช้ฐานความรู้ การนำทุนที่มีในชุมชนมาใช้อย่างเหมาะสมเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีในท้องถิ่น ทั้งนี้การทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องมีหน่วยงานภาครัฐ ภาคชุมชนในฐานะหน่วยการผลิต และหน่วยงานทางวิชาการร่วมดำเนินการ ซึ่งทุกส่วนต้องมีความเข้าใจในบทบาทภารกิจและมีการบูรณาการกิจกรรมร่วมกันจึงจะทำให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจ โดยมีขั้นตอนดังนี้

(1) การศึกษาข้อมูลที่เป็นฐานท้องถิ่น ตั้งแต่ลักษณะกายภาพ ประวัติศาสตร์ชุมชน ทุนชุมชน (ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม) สิ่งแวดล้อม การประกอบอาชีพ ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาทั้งที่ดำรงอยู่และที่กำลังจะสูญหาย ซึ่งควรมีการรื้อฟื้น

(2) การจัดเวทีระหว่างหน่วยงาน ผู้นำท้องถิ่น ชุมชนเพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลทั้งประวัติชุมชน ประชากร การศึกษา ภูมิปัญญา ผลิตภัณฑ์ในแต่ละอำเภอ และรวบรวมจัดทำเป็นเอกสารแผ่นพับ แผนที่ศักยภาพระดับอำเภอ

(3) การร่วมวางแผนบูรณาการระดับจังหวัดโดยการประสานความร่วมมือกับสำนักงานจังหวัดและทุกหน่วยงานในจังหวัดใช้ฐานข้อมูลร่วมกันในการวางแผน

(4) การจัดสมัชชาภูมิปัญญาเพื่อสุขภาพจังหวัดปทุมธานี โดยประสานความร่วมมือระหว่างพัฒนาชุมชน สาธารณสุขจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบลทุกอำเภอ กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา การแพทย์แผนโบราณ

(5) การจัดสมัชชาเด็กและเยาวชนจังหวัดปทุมธานี สืบเนื่องจากการทำวิจัยโครงการประสานความร่วมมือในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ซึ่งผู้วิจัยเล็งเห็นว่า เยาวชนน่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายกลุ่มหนึ่งที่จะได้รับการเรียนรู้ถึงฐานทรัพยากร ภูมิปัญญา ปราชญ์ของชุมชน จึงได้จัดกิจกรรมในการนำผลิตภัณฑ์ของชุมชนมาเป็นฐานการเรียนรู้ ตั้งแต่การนวดแผนโบราณ ขนมโบราณ ก๋วยเตี๋ยวเรือ เครื่องปั้นดินเผา ลำตัด

(6) การเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานกับผู้ผลิตในการพัฒนาขีดความสามารถ เช่น การตรวจประเมินเพื่อขอการรับรองมาตรฐาน การแนะนำการพัฒนาด้านทุนจากสถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ความรู้ความเข้าใจด้านการตลาดในมิติต่างๆ เช่น ระเบียบวิธีการขายในห้างสรรพสินค้า ร้านค้าเครือข่ายแฟรนด์ชายส์ การสร้างองค์ความรู้ที่จำเป็นโดยการพัฒนาผู้รู้ในท้องถิ่น จากการศึกษาพบว่า จำเป็นต้องใช้ผู้ที่มีจิตใจในการรักและเข้าใจท้องถิ่น มีภาวะความเป็นผู้นำและพร้อมที่จะเรียนรู้ อาจจะเป็นผู้นำท้องถิ่น เช่น สมาชิกองค์กรบริหารส่วนตำบล ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ผู้ที่มีทักษะการเรียนรู้หลากหลายสาขา

2) การประสานความร่วมมือกับภาคธุรกิจเอกชน เพื่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยได้เข้าร่วมในการปฏิบัติการในจังหวัดกาญจนบุรี โดยมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนโดยการประสานความร่วมมือระหว่างชุมชน ภาคเอกชนและผู้นำท้องถิ่น ในการจัดตั้งบริษัทภูมิปัญญา ซึ่งนายแพทย์สมชัย วิเศษมงคลชัย นายกสมาคมอนุรักษ์สัตว์ป่าในพื้นที่เขตตำบลไทรโยค อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี เป็นแกนนำสำคัญในการร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี นักธุรกิจที่มีความสนใจวิสาหกิจชุมชน ผู้ผลิตสินค้าจากสมุนไพรหารือแนวทางในการจัดตั้งบริษัทร่วมกัน โดยได้มีการดำเนินการดังนี้

(1) ระดมทุนจากท้องถิ่นและนอกท้องถิ่นในลักษณะหุ้นส่วน โดยกำหนดเกณฑ์ดังนี้ ชาวบ้านในท้องถิ่น มีราคาหุ้นละ 100 บาท ส่วนบุคคลภายนอกท้องถิ่น ราคาหุ้นละ 200 บาท จนสามารถระดมหุ้นได้ 2,000,000 บาท

(2) จัดตั้งคณะกรรมการที่มีทั้งบุคคลในท้องถิ่นและภายนอกอย่างละเท่ากันร่วมกันวางแผนการดำเนินงาน

(3) จัดซื้อที่ดินในบริเวณตำบลสิงห์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรีและสร้างอาคารในการจัดทำร้านค้าด้วยการระดมหุ้น

(4) เปิดร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการนำผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีมาตรฐานคุณภาพ และสรรหาผลิตภัณฑ์ของชุมชนจากที่ต่างๆ มาร่วมจัดจำหน่าย โดยคำนึงถึงมาตรฐานการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก

(5) มีการบริหารจัดการร้านค้าอย่างมีมาตรฐาน การกำหนด Code ผลิตภัณฑ์ การใช้เครื่องมือเก็บเงินอิเล็คโทนิค และการทำบัญชี

(6) การให้บุคคลากรในท้องถิ่นเป็นผู้ปฏิบัติงานทั้งการวางแผนธุรกิจ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานของจังหวัด การจดทะเบียนบริษัทร้านค้า การจัดวางสินค้า รวมทั้งการส่งเสริมการผลิตสินค้าที่เกิดจากฐานทรัพยากรในท้องถิ่น เช่น การผลิตน้ำตาลจากอ้อย การแปรรูปผลไม้ งานหัตถกรรมจักสาน เป็นต้น โดยการสร้างการเรียนรู้จากหุ้นส่วนจากภายนอกที่มีความรู้ที่หลากหลายสู่ท้องถิ่น ตั้งแต่การจัดแต่งสวนเกษตร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ การจัดการด้านการตลาด การทำบัญชี

(7) การจัดหาลูกค้าโดยอาศัยการศึกษาสภาพพื้นที่ ซึ่งพบว่า ทำเลที่ตั้งร้านค้าเป็นเส้นทางสัญจรของนักท่องเที่ยว โดยมีพาหนะของบริษัททัวร์ทั้งต่างประเทศและทัวร์ในประเทศผ่านพื้นที่ เนื่องจากจังหวัดกาญจนบุรีเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นจึงได้มีการประสานให้บริษัททัวร์เข้าเยี่ยมชมโครงการและสร้างความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ในการแวะซื้อสินค้าในร้านภูมิปัญญา นอกจากนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะเป็นลูกค้าหลักแล้วยังพบว่ากลุ่มลูกค้าเหล่านี้ได้เสนอความคิดเห็นในด้านรสนิยมของผู้บริโภคที่สามารถนำไปพัฒนาและจัดหาผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว

(8) การสนับสนุนจากหน่วยงานในจังหวัด ตั้งแต่ผู้ว่าราชการจังหวัด พัฒนาชุมชนเกษตรจังหวัดในการเยี่ยมชมให้กำลังใจ อำนวยความสะดวกในด้านข้อมูล การจดทะเบียนพาณิชย์ การก่อสร้างอาคารร้านค้าและการนำผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นเข้าร่วมโครงการ

จากแนวทางที่เกิดความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจเอกชน องค์การบริหารส่วนตำบลและชุมชนในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นรูปแบบที่มีการเรียนรู้แบบมืออาชีพ ซึ่งน่าจะเหมาะสมกับการจัดการเศรษฐกิจในชุมชนที่ไม่สามารถจะปฏิเสธทุนนิยมได้ และขาดเงินทุน ทักษะความรู้ในด้านการบริหารจัดการที่จะดำเนินการ

จากการศึกษาพบว่า การระดมทุนเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องได้รับการช่วยเหลือ เพราะในขณะที่ท้องถิ่นถูกกำหนดให้เป็นผู้ผลิตภายใต้ระบบเศรษฐกิจที่มีความซับซ้อนและมีความจำเป็นต้องใช้เงินทุนในการดำเนินงาน ดังนั้นการความพอเพียงและความยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการจัดสรรที่เป็นธรรม การมีตลาดรองรับ การไม่เอารัดเอาเปรียบระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ ตลาด และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะต้องได้รับการจัดสรรที่เป็นธรรมและแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม ทั้งนี้นอกจากผลประโยชน์ในรูปของเงินตรา ยังก่อให้ความสมานฉันท์ การเกื้อกูลระหว่างกันและเป็นการสร้างการเรียนรู้ที่เหมาะสมให้กับท้องถิ่นนำไปสู่วงจรที่ยั่งยืน ได้แก่ การผลิต การบริโภค และการแลกเปลี่ยนสินค้า

3) การประสานความร่วมมือในลักษณะการบูรณาการงานร่วมกัน เช่นกรณีจังหวัดจันทบุรีหน่วยงานราชการที่หนุนเสริมได้มีการดำเนินการดังนี้

(1) การบูรณาการภารกิจของหน่วยงาน โดยนำภารกิจของหน่วยงานมาบูรณาการและวางแผนร่วมกัน ตั้งแต่ผู้ว่าราชการจังหวัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะภารกิจที่เร่งด่วน เช่น กรมการศึกษานอกโรงเรียนถูกกำหนดให้จัดการอบรมการบริหารจัดการธุรกิจในทุกจังหวัด

(2) การประชุมหารือกับวิทยากรในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน โดยมีเกณฑ์ว่าจะต้องเป็นวิทยากรที่เข้าใจท้องถิ่นอย่างแท้จริง ตลอดจนสามารถสร้างการเรียนรู้จนสามารถนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างแท้จริง ทั้งนี้เมื่อผู้วิจัยได้รับเชิญให้เป็นวิทยากร จึงได้ดำเนินการในการวางแผนการจัดการอบรมดังนี้

(2.1) การประสานความร่วมมือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ อุตสาหกรรมจังหวัด พัฒนาชุมชน เป็นต้น เพื่อเข้าร่วมเป็นวิทยากรในการแนะนำ

(2.2) การดำเนินการสร้างการเรียนรู้ โดยใช้การจำลองบทบาทสมมติที่สื่อถึงสภาพความเป็นจริง ประสบการณ์ของผู้ผลิตจนได้รับบทเรียนทั้งการอบรมและเปรียบเทียบกับสิ่งที่ต้องปฏิบัติ ซึ่งต้องพิจารณาถึงศักยภาพในการทำธุรกิจอันนำไปสู่การวิเคราะห์ เพื่อการตัดสินใจในการวางแผนธุรกิจชุมชนด้วยตนเอง ตั้งแต่กระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน การบริหารจัดการธุรกิจ การเงินการบัญชี การตลาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ การหาแนวทางการประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกลไกที่เกี่ยวข้องในการทำธุรกิจ

(2.3) ผู้เข้าร่วมอบรม ทั้งผู้ผลิต วิทยากร และหน่วยงานหนุนเสริมได้ร่วมกันถอดบทเรียนการดำเนินการและนำไปสู่การสร้างสัมพันธภาพ การลดช่องว่างระหว่างหน่วยงานหนุนเสริมกับผู้ผลิต จนกระทั่งการสร้างสัญญาพันธมิตรร่วมพัฒนา การให้สัญญาต่อการปฏิบัติการตามแผนที่ตนเองเป็นผู้กำหนด

(2.4) จากการอบรมเชิงปฏิบัติการ นับเป็นเครื่องมือหนึ่งในการลดช่องว่างระหว่างบุคคลและสร้างความร่วมมือการพัฒนาของหน่วยงานหนุนเสริมในการบูรณาการพันธกิจร่วมกันทำให้เกิดกระบวนการนำไปสู่การพัฒนา โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ปัญหา ประสบการณ์บทเรียนที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน

จากการติดตามประเมินผลกลุ่มผู้ผลิต พบว่า กลุ่มผู้ผลิตได้มีการนำความรู้ที่ได้จากการอบรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ จัดหาช่องทางทางกรตลาดที่เหมาะสม การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์โดยประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน ซึ่งมีผลิตภัณฑ์หลายชนิดได้รับการจดทะเบียนมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำผลไม้ ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง เป็นต้น ขณะเดียวการทำงานของหน่วยงานรัฐสามารถตอบสนองและสอดคล้องกับแนวทางของชุมชนที่จะพัฒนาตนเอง

กรณีศึกษานี้ถึงแม้ว่าการอบรมเชิงปฏิบัติการเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างการเรียนรู้จากการปฏิบัติการที่เป็นจริง ซึ่งพบว่าถ้าบุคคลได้เรียนรู้ด้วยตนเอง (Self – Direct Learning) โดยวิทยากรทั้งผู้วิจัยและหน่วยงานหนุนเสริมในจังหวัด มีการปรับเปลี่ยนบทบาทจากผู้สั่งการมาทำหน้าที่เพียงเป็นผู้สนับสนุนช่วยเหลือ (Facilitator) ที่ปรึกษา (Consultant) จะทำให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพตลอดจนเกิดสำนึกความภูมิใจในการเป็นเจ้าของ และมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน นำไปสู่การการตัดสินใจอย่างมีอิสระในการพัฒนาความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่ ทั้งนี้กระบวนการเช่นนี้ต้องการอาศัยเครือข่ายความร่วมมือที่มีคุณลักษณะ บทบาท ภารกิจ ประสบการณ์และความรู้ที่แตกต่างกันมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

ตารางที่ 29 แสดงภารกิจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน

ภารกิจ	พัฒนารวมกลุ่ม	แหล่งเงินกู้	พัฒนาวัตถุดิบ	ส่งเสริมการผลิต	พัฒนาคุณภาพ	ปัจจัยการผลิต	บรรจุภัณฑ์	ออกแบบ	อบรมเรียนรู้	สร้างตลาด	กำหนดมาตรฐาน	รับรองคุณภาพ	จัดระบบข้อมูล	วิจัยและพัฒนา	ประสานนโยบาย
ระดับนโยบาย			เกษตร	เกษตร				อุตฯ	เพิ่มผล มหาวิท	พาณิชย์ อุตฯ	สมอ. กสอ.	อย.	NECTEC มหาดไทย	มหาวิทยาลัย	
ระดับทั่วไป		SME อุตสาหกรรม						กสอ. วท.	SME	เกษตร พช. สหกรณ์		อย.	พัฒนาชุมชน	ราชมงคล วท.	สว.ทช สกว
ระดับพื้นที่	พัฒนาเกษตร							กสอ.	ราช มงคล กศน. พช.	พช. พาณิชย์ เอกชน อุตฯ		สาธารณสุขจังหวัด	ราชภัฏ	ผู้รู้ ท้องถิ่น	กองทุน
ระดับกลุ่ม	อบต.	ธกส. ออมสิน กองทุน หมู่บ้าน	เกษตร รพช.		ศูนย์พันธุ	เกษตร	ราช มงคล พช.	ราช มงคล อุตฯ	อบต. พช. กศน.	พช. อบต. เอกชน ชุมชน		สาธารณสุขจังหวัด ผู้รู้ ท้องถิ่น		สว.ทช. ราชภัฏ สกว. ผู้รู้ ท้องถิ่น	
ระดับเครือข่าย	พอช. ผู้รู้ ท้องถิ่น				ผู้รู้ ท้องถิ่น	ผู้รู้ ท้องถิ่น	ผู้รู้ ท้องถิ่น	ผู้รู้ ท้องถิ่น	พช.	สหกรณ์	สหกรณ์	สหกรณ์		ผู้รู้ ท้องถิ่น	

หมายเหตุ : ผู้รู้ท้องถิ่น หมายถึง ผู้ที่เข้าไปประสานเพื่อการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น บัณฑิตกองทุน เจ้าหน้าที่จากมูลนิธิต่างๆ กลุ่มองค์กรชุมชนเช่น อสม. เป็นต้น

7.3 การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

การดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนเป็นกระบวนการที่อาศัยการมีส่วนร่วมจากหลายฝ่าย ดังนั้นจึงต้องมีการเชื่อมโยงในลักษณะเครือข่าย โดยจากการศึกษาวิจัยพบว่า การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมีแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

1) การประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในลักษณะพหุภาคี เป็นการทำงานร่วมกันจากหลายฝ่าย ซึ่งที่ผ่านมาการทำงานของหน่วยงานต่างๆ จะเป็นในลักษณะแยกกันดำเนินการต่างคนต่างทำ แต่การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นการพัฒนาที่ต้องบูรณาการจากสหสาขาวิชา ไม่สามารถที่จะดำเนินการโดยส่วนใดส่วนหนึ่งเพียงส่วนเดียวได้อย่างครบวงจร ดังจะเห็นได้จากศักยภาพของหน่วยงาน ซึ่งจะมีความรู้ความสามารถและทักษะที่แตกต่างกัน เช่น พัฒนาชุมชนมีความสามารถในการสร้างพลังกลุ่ม ในด้านการพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์เป็นภารกิจของหน่วยงานทางด้านสาธารณสุข ในส่วนของการผลิต การแปรรูปเป็นภารกิจของเกษตร อุตสาหกรรม และด้านการตลาดเป็นภารกิจของพาณิชย์ ดังนั้นการเชื่อมโยงเครือข่ายแรกที่ต้องดำเนินการ คือ การเชื่อมโยงเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน ซึ่งในปัจจุบันพบว่าหน่วยงานต่างๆ มีการร่วมมือกันปฏิบัติงานทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เด่นชัด ลดการซ้ำซ้อนได้มากขึ้น เช่น การพัฒนาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การจัดทำแผนบูรณาการจังหวัด

2) การเชื่อมโยงกลุ่มผู้ผลิตในลักษณะของเครือข่ายภาคชุมชน จากการศึกษาพบว่าการจะเชื่อมโยงกลุ่มผู้ผลิตเป็นกลุ่มที่มีสาระที่เกี่ยวเนื่องกัน ทั้งด้านการตลาด การจัดหาวัตถุดิบ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ผู้ผลิตไม่สามารถ คิดคนเดียวทำคนเดียวไม่ได้ หรือ การคิดในกลุ่มเล็กๆ ทำในกลุ่มเล็กๆ อาจจะไม่สามารถดำเนินได้ตลอด ซึ่งการทำกิจกรรมในลักษณะของวิสาหกิจชุมชนเป็นเรื่องต้องคิดร่วมกันและปฏิบัติร่วมกัน ตลอดจนบริโภคและใช้ร่วมกันด้วย จึงต้องมีการคิดและดำเนินการในรูปแบบของเครือข่าย ในลักษณะเครือข่ายที่ร่วมหุ้น ร่วมทุน ร่วมสมอง ระดมทรัพยากร วัตถุดิบ ผลผลิตจากสมาชิกเครือข่าย เรียนรู้ร่วมกัน และเกื้อกูลกัน นำไปสู่การสร้างกระบวนการวางแผนและตัดสินใจร่วมกัน แต่ในขณะเดียวกันสิ่งที่สำคัญ คือ การสร้างองค์ความรู้ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการทดลองปฏิบัติจริง

3) การเชื่อมโยงภารกิจร่วมในรูปแบบของเครือข่าย โดยนักธุรกิจ ผู้ผลิตในชุมชนและนอกชุมชนมาร่วมกันลงทุนร่วม บริหารร่วม มีกติการ่วมกัน เช่น กรณีบริษัทภูมิปัญญาไทย จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งได้มีการระดมทุน ระดมความคิด ระดมแรงงาน มีการจัดผลประโยชน์ภายใต้กติการ่วมกันอย่างเป็นธรรม ซึ่งพบว่า การที่ท้องถิ่นได้รับการเรียนรู้การบริหารจัดการตลาดสมัยใหม่ นักธุรกิจได้แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น ในขณะเดียวกันกระบวนการดำเนินการสอดคล้องกับกลไกทางการค้าของรัฐ ตั้งแต่การจัดตั้งบริษัทที่ถูกต้อง การจัดหาสถานที่เพื่อการทำการตลาดด้วยทุนที่ร่วมกัน มีการจดทะเบียนการค้าที่ถูกต้อง มีการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การนำผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเข้ามาจัดจำหน่าย ทำให้เกิดเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของวิสากิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 หมายถึง

กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจกรรมดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน

ทั้งนี้การเป็นเครือข่ายสามารถมีรูปแบบหรือลักษณะการเชื่อมโยงและการก่อเกิดในรูปแบบต่าง ๆ แต่มีจุดร่วม คือ กระบวนการทำงานที่ต้องเชื่อมโยงกันและมีเป้าหมายที่เกี่ยวเนื่องกัน เกิดการจัดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและกระบวนการผลิต เกิดเพื่อให้เกิดพลังร่วม (synergy) และสามารถขยายตัวออกไปสู่วงกว้าง โดยอาศัยจุดแข็งขององค์กรชุมชนและเครือข่ายในท้องถิ่นใกล้เคียงไปจนถึงระหว่างชุมชน ตำบล อำเภอ จังหวัด และระหว่างภาค

7.4 บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน

1) บทบาทสถาบันการศึกษา หน้าที่หนึ่งของสถาบันการศึกษา คือ การให้บริการสังคมและการพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งสถาบันการศึกษาทุกแห่งควรทำให้การศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตจริง ทำให้มีการเรียนรู้ไม่แปลกแยกจากชีวิตจริงของผู้คนในชุมชน โดยเฉพาะชุมชนในท้องถิ่นต้องการความช่วยเหลือจากสถาบันการศึกษา ในการพัฒนาความรู้และทักษะในการจัดการทรัพยากรของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพและให้เกิดประโยชน์แก่ท้องถิ่น และพัฒนาสู่วิสาหกิจชุมชน สถาบันการศึกษาในท้องถิ่นจึงมีส่วนร่วมในการพัฒนา และค้นหาองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นได้ ภายใต้พื้นฐานของสัมพันธภาพระหว่างชุมชนกับธรรมชาติและวัฒนธรรม

2) บทบาทภาครัฐ การให้ความสำคัญในการส่งเสริม สนับสนุน ให้วิสาหกิจชุมชนกลายเป็นหัวใจของระบบเศรษฐกิจรากหญ้าอย่างแท้จริง เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้ การจัดสวัสดิการ และการมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ซึ่งจะต้องมีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นภายใต้หลัก "ธรรมรัฐ" (good governance) ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อมให้เกิดขึ้นในพื้นที่ให้มากที่สุด

3) บทบาทของวิทยากรพี่เลี้ยงหรือคุณอำนวยท้องถิ่น จากการศึกษาพบว่า บทบาทของวิทยากรพี่เลี้ยงท้องถิ่นเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพราะความรู้ ระบบคิดทางวิทยาศาสตร์ ความเข้าใจต่อวิถีชีวิตท้องถิ่นและอาศัยอยู่ในท้องถิ่นเป็นพลังผลักดันในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในแนวระนาบ (Horizon)

7.5 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) ควรมีการจัดตั้งสถาบันพัฒนาการเรียนรู้และวิสาหกิจชุมชน เพื่อทำหน้าที่เป็นหน่วยงานในการฝึกอบรม พัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในฐานะผู้การประกอบการ โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจในทุกมิติของการเรียนรู้ศักยภาพของชุมชน การค้นหาภูมิปัญญา ทรัพยากรท้องถิ่นในการคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อประโยชน์ใช้สอยในชุมชน ส่งเสริมกระบวนการผลิตอย่างมีคุณภาพมาตรฐาน และทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงกลุ่มผู้ผลิต แหล่งวัตถุดิบ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและช่องทางการตลาด

2) ควรมีการสนับสนุนกองทุนหมู่บ้าน ให้มีบทบาทในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างครบวงจรมิใช่ทำหน้าที่เป็นการเงินการคลังของชุมชนแต่เพียงอย่างเดียว

3) การจัดการระบบฐานข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวกับภูมิปัญญา กระบวนการพัฒนาของท้องถิ่น การพัฒนาองค์ความรู้โดยใช้ฐานข้อมูลในการศึกษา การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงข้อมูลในแต่ละช่วงเวลา แต่ละสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงในเป็นปัจจุบัน การสนับสนุนการสร้างฐานข้อมูลที่ชุมชนสามารถใช้ประโยชน์ในการวางแผนของชุมชน

4) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนควรมีลักษณะเป็นองค์รวมที่บูรณาการความรู้ ภารกิจ ทรัพยากร การจัดการร่วมกันในทุกมิติ ตั้งแต่การศึกษาค้นหาภูมิปัญญาบนรากฐานทรัพยากรท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการกองทุน การบริหารจัดการ การเงินการตลาด การพัฒนามาตรฐานเพื่อคุณภาพชีวิต การจัดสวัสดิการแก่ชุมชนเพื่อการคุ้มครองทางสังคม ตลอดจนการดูแลรักษาทรัพยากรในท้องถิ่น

บทที่ 8
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

8.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาระบบการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนภาคกลาง พบว่า กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องสร้างการเรียนรู้อย่างเป็นระบบตั้งแต่ ข้อมูลท้องถิ่น การค้นหาและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ การจัดการด้านการตลาดในลักษณะห่วงโซ่อุปทาน และการให้ชุมชนประกันคุณภาพของตนเอง มีกระบวนการดำเนินการประสานเครือข่ายที่เชื่อมโยงกันจะทำให้เกิดการพัฒนาที่ฝังรากถึงท้องถิ่นอย่างแท้จริง โดยมีปัจจัยที่เอื้อและเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

8.1.1 ปัจจัยที่เอื้อต่อการพัฒนาขีดความสามารถวิสากิจชุมชน

(1) การรวมกลุ่มของสมาชิก มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ การประสานความร่วมมือ

(2) การระดมต้นทุนการผลิตของชุมชน

(3) การมีตลาดที่มีศักยภาพสามารถรองรับผลิตภัณฑ์ชุมชน

(4) การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

(5) รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาและวัสดุในท้องถิ่น ช่วยทำให้ลดต้นทุนการผลิต การลอกเลียนแบบ และความมีเอกลักษณ์เฉพาะผลิตภัณฑ์

(6) การมีผู้นำชุมชนที่มีความตั้งใจในการพัฒนาพื้นที่ มีความเสียสละ ซื่อสัตย์และมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับชุมชน

(7) การจัดทำแผนชุมชน โดยการมีส่วนร่วมเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพชุมชน และการกำหนดทิศทางการพัฒนาร่วมกัน ซึ่งจะเชื่อมโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

(8) การใช้กองทุนหมู่บ้านเป็นเครื่องมือสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชน ในการร่วมคิดร่วมดำเนินการ

8.1.2 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาขีดความสามารถวิสากิจชุมชน

(1) ปัญหาการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งยังไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับประโยชน์ในการใช้สอย ความเข้าใจในการคิดต้นทุนการผลิต การจัดทำบัญชี การควบคุมมาตรฐานการผลิต และการร่วมกันรักษาสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะสุขภาพอนามัยทั้งของผู้ผลิตและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ และการเป็นทั้งผู้ผลิตและการจัดจำหน่ายในบุคคลคนเดียวกัน ยังไม่มีการแบ่งหน้าที่เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

(2) ปัญหาการผลิตสินค้าจากต่างประเทศที่มีราคาถูกกว่า เช่น เครื่องจักสานจากประเทศจีน เขมร ลาว ที่เข้ามาแข่งขัน ซึ่งอาจลักลอบเข้ามาโดยไม่เสียภาษี

ทำให้จำนวนการผลิตสินค้าของชุมชนลดลง และมีราคาแพงกว่าสินค้าจากต่างประเทศ เช่น เครื่องจักสาน อ.เสนา จ. พระนครศรีอยุธยา

8.2 อภิปรายผลการศึกษา

การพัฒนากระบวนการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในภาคกลาง จากผลการศึกษาการจะพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชน ต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ โดยมีปัจจัยสำคัญในการพัฒนาดังนี้

1) ความคิดสร้างสรรค์ ความคิดใหม่ที่มีพลังสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรม ถ้าหากย้อนมองไปในอดีตรวมถึงปัจจุบันจะพบว่า ในสมัยโบราณคนไทยมีความสามารถในการสร้างสรรค์ประดิษฐ์สรรพสิ่งต่างๆ ไว้ให้ลูกหลานสืบทอดต่อกันมา แต่ก็มักจะถูกดูหมิ่นถิ่นแคลน อีกทั้งการรับศาสตร์แบบแยกส่วนจากประเทศทางตะวันตก ผลิตภัณฑ์อันเกิดจากภูมิปัญญาในลักษณะแบบองค์รวมกลับถูกทอดทิ้ง แต่ในภาวะการเปลี่ยนแปลงในยุคสมัยที่คนไทยได้รวมพลังในการรื้อฟื้นภูมิปัญญาของคนไทยในอดีตกลับคืนมา ดังนั้นกระบวนการหนึ่งของการเสร้างการเรียนรู้ที่ถูกต้องคงมิใช่ไปสอนให้ชาวบ้านผลิตสินค้าให้เหมือนกันแต่เพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องสร้างให้มีวิธีคิดที่สร้างสรรค์ ยอมรับการเปลี่ยนแปลง

จากการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตท้องถิ่นใดที่ไม่ไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงจะไม่สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้ เช่น ผู้ผลิตกระยาสารทที่ยืนยันรูปแบบกระยาสารทแบบดั้งเดิมที่หวานจัด ซึ่งใช้เวลายาวนานก็ไม่สามารถจะปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานเพื่อสุขภาพหรือการยกระดับได้ แต่ในขณะเดียวกันเขาเหล่านั้นก็พึงพอใจในการผลิตและซื้อขายในชุมชนของตนเองได้ต่อเนื่อง ในขณะที่กลุ่มดอกไม้จากกระดาษสา กลุ่มจักสานผักตบชวา รับฟังความคิดเห็น ความต้องการของผู้บริโภคและมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ดังนั้นกลุ่มดังกล่าวจึงมีรูปแบบผลิตภัณฑ์อยู่เรื่อยๆ ถึงแม้จะถูกลอกเลียนแบบ ผู้ผลิตก็มิได้ย่อท้อยังมีผลิตรูปแบบใหม่ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง โดยได้มีการสอบถามบุคคลภายนอกถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ

นอกจากนี้เมื่อนำกลุ่มที่มีคุณสมบัติในความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มาเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดในลักษณะเชิงสร้างสรรค์ซึ่งกันและกันและสามารถบ่งบอกได้ถึงบทเรียนการผลิตที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค สังคมและสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดี กลายเป็นผลิตภัณฑ์ผลงานที่มีเสน่ห์ มีพลัง มีเอกลักษณ์ มีความแตกต่างจากผลงานอื่นๆ

ดังนั้นการปฏิรูปการเรียนรู้ในสถาบันการศึกษา โดยการสร้างบุคลากรให้มีคุณลักษณะสร้างสรรค์ มีวิธีคิดที่เป็นระบบและมีหลักธรรมมาภิบาลประจำใจเป็นสิ่งที่สำคัญ

2) การถ่ายทอดองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการรื้อฟื้น ฟื้นฟู พัฒนาและถ่ายทอดประสบการณ์ ความรู้สู่ชุมชนให้เกิดทักษะ ฝีมือและความชำนาญ โดยจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการในท้องถิ่นสามารถผลิตสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะพิเศษอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีการผลิตที่มีคุณภาพโดยใช้องค์ความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอด และมีการคิดปรับปรุงรูปแบบการผลิตและรูปแบบสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด มีการปรับตัวให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงทาง

สังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อม ดังนั้นการที่ชาวบ้านสามารถคิดได้เองและนำมาใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหาและพัฒนาเป็นองค์ความรู้ที่ที่เกิดจากศักยภาพที่มีอยู่ในตนเองและชุมชน

3) การจัดการด้านทุน จากการศึกษาพบว่า การระดมทุนเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องได้รับการช่วยเหลือ เพราะในขณะที่ท้องถิ่นถูกกำหนดให้เป็นผู้ผลิต ภายใต้ระบบเศรษฐกิจที่มีความซับซ้อนไม่สามารถปฏิเสธได้ ดังนั้นความพอเพียงและความยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการจัดสรรที่เป็นธรรม การมีตลาดรองรับ การไม่เอารัดเอาเปรียบระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ ตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต้องได้รับการจัดสรรที่เป็นธรรมและนำไปสู่วงจรที่ยั่งยืนได้แก่ การผลิต การบริโภค การแลกเปลี่ยน

4) การจัดการตลาด จากการรับฟังความคิดเห็นของผู้ผลิต นักวิชาการ ภาครัฐ เอกชนที่เกี่ยวข้องมักจะกล่าวถึงปัญหาการตลาด โดยมองช่องทางการตลาด คือ ออกงานขายสินค้าในงานต่าง ๆ ที่จัดขึ้น ซึ่งตลาดเหล่านี้มิใช่ตลาดถาวรแต่เป็นเพียงจุดเชื่อมต่อระหว่างผู้ผลิตกับผู้ขาย ขณะที่ตลาดที่ถาวรโดยแท้จริงคือ ตลาดที่อยู่ในชุมชน และตลาดเครือข่ายระหว่างตำบล อำเภอ จังหวัด และภาค ส่งผลให้กลุ่มผู้ผลิตหันมาพิจารณาช่องทางการตลาดใหม่ โดยการหาตลาดที่ใกล้ตัวเองและมีศักยภาพในการผลิตที่เพียงพอทำให้ไม่สิ้นเปลืองค่าโสหุ้ยมาก และมีกำไรจากการขาย

5) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ ในอดีตที่ผ่านมากระบวนการพัฒนาเป็นการรับความรู้จากประเทศที่พัฒนาแล้ว พึ่งพาความรู้เทคโนโลยีจากต่างประเทศ รวมทั้งหลักสูตรในการเรียนการสอน ส่งผลให้ระบบเรียนการสอนไม่ได้ตอบสนองต่อความต้องการของท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง จากผลการวิจัยพบว่า เมื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับชุมชนจะเห็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน ดังนั้นการที่ชุมชนจะยั่งยืนจึงจำเป็นต้องอาศัยการร่วมกันค้นหาศักยภาพของตนเองและตอบคำถามให้ได้ด้วยวิธีคิดใหม่ว่าจะเอา ๑) ทุน ๒) ความรู้ ๓) ตลาด มาจากไหน ที่ไหน อย่างไร และต้องเป็นอะไรที่ใหม่แตกต่างจากเดิม โดยระบบการคิดใหม่การค้นหา "ทุน" คือ การค้นหาที่มีภายในชุมชนเอง ทุนซึ่งชุมชนจำนวนมากได้ค้นพบว่า มีอยู่มากมาย ทั้งทุนทรัพยากร ทุนโภคทรัพย์ ทุนทางสังคม เมื่อค้นพบเช่นนี้ชุมชนหลายแห่งจึงตระหนักถึงความสำคัญและพร้อมที่จะลงทุนลงหุ้นเพื่อเริ่มวิสาหกิจชุมชน ด้วยความเชื่อมั่นว่าจะไม่มีทางขาดทุนอย่างแน่นอน เพราะพวกเขามีทุนจำนวนมากที่มีพร้อมในชุมชน สิ่งที่ขาดก็สามารถเรียนรู้ได้ และมีบุคลากรที่พร้อมจะให้ความรู้ เพื่อพัฒนาวิสาหกิจของชุมชน

6) การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ จากการดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่า เป็นการทำงานที่แยกส่วนทั้งระหว่างหน่วยงานด้วยกันและระหว่างชุมชน ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนในการทำงานทั้งในด้านการสนับสนุนและงบประมาณ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาปัญหาธุรกิจในชุมชนจากการศึกษาของบวรรัตน์ ศุกระกาญจน์ (2544) พรจิต สมบัติพาณิช (2545) สุคนธา ปริญญาตร (2545) กนกวรรณ จินานุวัฒนา (2546) และนที สนธิโสภณ (2547) พบว่าจะมีปัญหาคล้ายคลึงกัน คือ ขาดความรู้การจัดการ ขาดลักษณะผู้ประกอบการ หน่วยงานต่างๆ ทำงานไม่ประสาน ไม่มีแผนงานร่วม ชุมชนขาดหลักวิชาการ ทั้งด้านตลาด วัตถุดิบ พัฒนาผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อและขาดการสืบทอดภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ ดังนั้นเพื่อให้เกิดการทำงานที่เชื่อมโยงกันและเกิดการบูรณาการศักยภาพของ

แต่ละหน่วยงาน และแต่ละชุมชน จึงควรสนับสนุนให้มีการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้โดยเป็นเครือข่ายที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างบุคคล กลุ่มที่มีความเกี่ยวเนื่องกัน ทั้งในส่วนของภาครัฐ ชุมชน ภาคธุรกิจ และภาคประชาสังคมอย่างต่อเนื่อง จนเป็นระบบเชื่อมโยงในการพัฒนาและนำมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงขีดความสามารถวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การพัฒนามาตรฐาน โดยมีกิจกรรมที่มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งตั้งแต่การตัดสินใจ การปฏิบัติการ การได้รับประโยชน์ และการติดตามประเมินผล

8.3 ข้อเสนอแนะ

1) การพัฒนาระบบฐานข้อมูลวิสาหกิจชุมชน โดยให้ชุมชนเป็นผู้จัดทำข้อมูลชุมชน เพื่อให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าและสามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนและจัดทำแผนพัฒนาของชุมชนที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนภายใต้พื้นฐานข้อมูลที่เป็นจริงของชุมชน ซึ่งการพัฒนาฐานข้อมูลต้องมีความต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน และมีการเชื่อมโยงบูรณาการฐานข้อมูลของหน่วยงานรัฐและหน่วยงานภาคเอกชน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อชุมชน หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนในการสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจในชุมชน

2) การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิทยากรท้องถิ่นในการสนับสนุนงานของภาครัฐและควรเป็นบุคลากรที่อยู่ในท้องถิ่น มีการศึกษา มีจิตใจและความต้องการที่จะพัฒนาท้องถิ่นร่วมกับกลุ่มผู้ผลิตในชุมชนจึงจะเกิดประสิทธิผลในการดำเนินงาน

3) การกำหนดตัวชี้วัดชุมชนเข้มแข็งหรือตัวชี้วัดวิสาหกิจชุมชน ควรเป็นตัวชี้วัดร่วม ไม่ควรเฉพาะเจาะจงหรือลงรายละเอียด เพราะแต่ละชุมชนแต่ละกิจกรรมย่อยจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน ชุมชนจึงควรจะเป็นผู้ที่กำหนดตัวชี้วัดที่เป็นเชิงกิจกรรมหรือรายละเอียดของชุมชนเอง

4) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนควรมีลักษณะเป็นองค์รวมที่บูรณาการความรู้ ภารกิจ ทรัพยากร การจัดการร่วมกันในทุกมิติ ตั้งแต่การศึกษาค้นหาภูมิปัญญาบนรากฐานทรัพยากรท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการกองทุน การบริหารจัดการ การเงินการตลาด การพัฒนามาตรฐานเพื่อคุณภาพชีวิต การจัดสวัสดิการแก่ชุมชนเพื่อการคุ้มครองทางสังคม ตลอดจนการดูแลรักษาทรัพยากรในท้องถิ่น

5) การทำการศึกษาวิจัยมาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพที่เหมาะสมกับแต่ละท้องถิ่น เนื่องจากแต่ละท้องถิ่นจะมีลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณะและแตกต่างกัน ดังนั้นจึงไม่ควรใช้มาตรฐานผลิตภันฑ์ชุมชนเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งประเทศ แต่ควรพิจารณาตามลักษณะผลิตภัณฑ์ บริบทความเป็นจริงของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งจำเป็นต้องทำการศึกษาวิจัยมาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพที่เหมาะสมกับแต่ละท้องถิ่นต่อไป

6) การจัดตั้งสถาบันพัฒนาการเรียนรู้และวิสาหกิจชุมชน เพื่อทำหน้าที่เป็นหน่วยงานในการฝึกอบรม พัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในฐานะผู้การประกอบการ โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจในทุกมิติของการเรียนรู้ศักยภาพของชุมชน การค้นหาภูมิปัญญา ทรัพยากรท้องถิ่นในการคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อประโยชน์ใช้สอยในชุมชน ส่งเสริมกระบวนการผลิตอย่างมีคุณภาพ

มาตรฐาน และทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงกลุ่มผู้ผลิต แหล่งวัตถุดิบ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและช่องทางการตลาด

บรรณานุกรม

กนกวรรณ จินานุวัฒนา. **โครงการศึกษาทุนทางสังคมในฐานะปัจจัยการผลิตของเศรษฐกิจชุมชน**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2546.

กาญจนา แก้วเทพ และ กนกศักดิ์ แก้วเทพ. **การพึ่งตนเอง ศักยภาพการพัฒนาของชนบท.** กรุงเทพฯ สภาคาทอลิคแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา, 2530.

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545 – 2549.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 2544.

คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐานหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์. **เอกสาร"หลักเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์"**, 2545.

ใจมนัส พลอยดี. **"ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชมชนเปรียบเทียบระหว่างภาพรวมและภาพย่อย (อำเภอเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร และอำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช)."** วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และ พิทยา ว่องกุล. **เศรษฐศาสตร์การเมือง วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก. กรุงเทพฯ ,** 2545.

นที สนธิโสภณ. **การพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษากลุ่มแปรรูปผ้าฝ้าย อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น.** วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์, 2547.

นันทิยา หุตานุวัตรและณรงค์ หุตานุวัตร. **SWOT :การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน.** กรุงเทพมหานคร : สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา, 2540.

บวรรัตน์ ศุกระกาญจน์. **การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาตำบลโคกสะอาด อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์.** วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์, 2544

บุษบา สุรชัยโชติพันธ์. **ปัจจัยที่มีผลต่อการนำนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไปปฏิบัติ : กรณีศึกษาเขตพื้นที่อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์, 2544.

ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา.** กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

พรจิต สมบัติพาณิช. **การประเมินโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ในเขตภาคกลาง** The evaluation on "One tambon one product" in eastern region / โดย บริษัท ชูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ; ผู้ร่วมวิจัย พรจิต สมบัติพานิช, ชวนะ ภวกานันท์, อุบลวรรณ ภวกานันท์ กรุงเทพฯ : บริษัท, 2546.

พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต). **พัฒนาการแบบองค์รวมของเด็กไทย.** กรุงเทพฯ : สหธรรมิก, 2545.

ปรีชา อุยตระกูล และชื่น ศรีสวัสดิ์. **ศักยภาพและเครือข่ายผู้นำชาวบ้าน : คู่มือและทิศทางการพัฒนาผู้นำชาวบ้านเพื่อแก้ปัญหาในชนบท.** พิมพ์ครั้งที่2.กรุงเทพฯ : เจริญวิทย์การพิมพ์ ,2537.

ศิริชัย กาญจนวาสี. **ทฤษฎีการประเมิน.** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2536.

สมาคมพัฒนาสังคม. **รายงานการศึกษาเครื่องชี้วัดธุรกิจชุมชน.** กรุงเทพมหานคร : สมาคมพัฒนาสังคม, 2542.

สุคนธา ปริญญาตร. **ลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มแม่บ้านตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : ศึกษากรณีกลุ่มแม่บ้านทองเหลืองสาน จังหวัดฉะเชิงเทรา.** วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์, 2545.

สุรวี วงศ์ใฝ. **การประเมินผลการดำเนินงานด้านวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้า บ้านป่าแดง ตำบลหนองพยอม อำเภอตะพานหิน จังหวัดพิจิตร,** 2546.

อภิชัย พันธเสน. **เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง "การยกระดับอุตสาหกรรมไทยอย่างก้าวกระโดดด้วยวิธีปฏิบัติเป็นเลิศและการเปรียบเทียบเพื่อการปรับปรุงและพัฒนา" (BEST PRACTICE & BENCHMARKING).** ณ โรงแรมเชี่ยวหัตถพงษ์ ถนนงามวงศ์วาน จ.นนทบุรี. วันที่ 27 – 28 กรกฎาคม 2545.

อุทัย ดุลยเกษมและอรศรี งามวิทยาพงศ์.**ระบบการศึกษากับชุมชน : กรอบความคิดและข้อเสนอเพื่อการวิจัย.** กรุงเทพฯ : แปลน พริ้นติ้ง, 2540.

อำพล ทิมาสาร. **เทคนิคการติดตามและการประเมินผลโครงการ.** กรุงเทพมหานคร : สำนักประเมินผล สำนักงบประมาณ, 2538.

Ammodt , Michael G. & Raynes . **Bobbie L. Human Relation in Business.** U.S.A. : WadsworthThomson, 2001.

Boissevain, Jeremy and J. Clyde Mitchell. **Network Analysis : Studies in Human Interaction.** Netherlands : Mouton & Co, 1973.

Burke, Adam. **Communications & Development : a practical guide.** London : Social Development Division Department for International Development, 1999.

David, Fred R. Strategic. **Management.** 6th ed. U.S.A. : Prentice Hall, 1997.

Davis , Keith. **Human Relation in Business.** New York : McGraw-Hill, 1957.

Kemm , John & Close , Ann. **Health Promotion : Theory and Practice.** London : Macmillan, 1995.

Popenoe , David. **Sociology.** 6th ed. U.S.A. : Prentice – Hall, 1986.

Ritzer , George. **Sociological Theory.** 3rd ed. U.S.A. : McGraw-Hill, 1992.

Richardson , Douglas B. **Networking.** New York : John Wiley &Sons, 1994.

Scriven, Angela & Orme,Judy. **Health Promotion : Professional Perspectives.** London, 1996. :

Starkey, Paul. **Networking for Development,** IFRTD (The International Forum for Rural Transport and Development), 1997.

Turner, Jonathan H. **The Structure of Sociological Theory.** 6th ed. U.S.A.: Wadsworth Publishing, 1998.

Weiss,C.H. **Evaluation Research.** New Jersey : Prentice-Hall, 1973.

ภาคผนวก ก

กรณีศึกษา
การปฏิรูปการเรียนรู้ : น้ำนมข้าวกระยาคู

จากการที่ผู้วิจัยรับผิดชอบการสอนนักศึกษาที่เป็นกลุ่มผู้นำท้องถิ่นในฐานะหัวหน้าโปรแกรมพัฒนาชุมชน (กลุ่มผู้นำท้องถิ่น) ได้ใช้แนวคิดการดำเนินการในการเรียนการสอนเพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษา จนเกิดผลผลิตต่างๆ มากมาย โดยใช้วิธีการเรียนรู้ในลักษณะที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง การฟื้นรากฐานภูมิปัญญาดั้งเดิมมาพัฒนาให้ตรงกับเปลี่ยนแปลงของสังคม จะเกิดผลอเนกอนันต์ที่เป็นการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ทั้งอาจารย์ นักศึกษา ท้องถิ่น ดังจะเสนอในรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 กระบวนการปฏิรูปการเรียนรู้ : กลไกการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

การวิจัยแบบมีส่วนร่วม : กลไกปฏิรูปการเรียนรู้ของผู้นำท้องถิ่น

ท่ามกลางกระแสการพัฒนารูปแบบต่างๆที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้คนไทยจำเป็นต้องเสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดเวลา และการเรียนรู้ที่ผ่านการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านต่างๆนี้เอง หลายท่านที่เคยเข้าร่วมเวทีระดมความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ จะพบว่าทุกปัญหาที่เกิดขึ้นผู้คนจะพยายามหาแนวทางการแก้ไขปัญหา**ด้วยการปรับเปลี่ยนรูปแบบการศึกษาที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง**

การปฏิรูปการศึกษาที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง มักถูกตั้งตำถามจากนักศึกษาว่า “ การเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางหรือเพราะครูขี้เกียจกันแน่ ” เมื่อสถาบันราชภัฏฯ ประสานความร่วมมือระหว่างกรมการปกครอง กรมการศึกษานอกโรงเรียน ที่จะพัฒนาความรู้ของผู้นำท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็น อบต. เทศบาล ผู้นำองค์กรชุมชน เป็นที่คาดหมายว่าจะได้มีการพัฒนาผู้นำเหล่านี้ไปพัฒนาท้องถิ่นของตนได้จริง สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ จึงได้เปิดสาขาวิชาการพัฒนาชุมชนให้กับโครงการนี้ด้วยหลักการ ดังนี้

1. **การจัดการศึกษาดำเนินการร่วมกับกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นได้จริง** ซึ่งมีรูปแบบการพัฒนาที่แตกต่างกัน เนื่องจากบริบทแต่ละพื้นที่มีสภาพปัญหาไม่เหมือนกัน ในขณะที่สังคมคาดหวังการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นจะทำให้การพัฒนาบ้านเมืองดีขึ้น แต่การสร้างความรู้ให้กับท้องถิ่นมักแยกส่วนกับการศึกษา เรียนเพียงทฤษฎีที่ไม่เป็นรูปธรรม แต่ถ้าหากมีการจัดการเรียนรู้ให้ผู้เรียนสามารถนำสิ่งที่เรียนไปพัฒนาท้องถิ่นตามบทบาทของตนได้ในขณะที่มาเรียนได้แล้ว ก็ไม่ต้องรอจนกว่าจะได้ปริญญาบัตร ดังนั้นการศึกษาในลักษณะเช่นนี้คือ การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ของผู้เรียนหลาย ๆ ด้านพร้อมกันไป

2. **การศึกษาเน้นกระบวนการในชีวิตจริงมากกว่าการยึดตำราเรียน** ผู้นำท้องถิ่นเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในพื้นที่ สามารถแก้ปัญหาประเด็นต่างๆของชุมชนด้วยกระบวนการทางสังคมและภูมิปัญญาที่มีอยู่โดยไม่ทราบว่าเป็นหลักการทางวิชาการอย่างไร ดังนั้นการนำความจริงของชีวิตมา

เชื่อมโยงกับประสบการณ์จริงในพื้นที่ และหลักวิชาของอาจารย์ผู้สอน เพิ่มให้ผู้เรียนมีโอกาสเห็นตนเองในแง่มุมที่แตกต่างจากเดิม หลักการการเรียนรู้นี้ไม่เพียงเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้เท่านั้น แต่ยังมุ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในตัวผู้เรียน อันจะทำให้ผู้นำปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยความมั่นใจ

3. **การศึกษาเน้นทักษะการเชื่อมโยงประสานเป็นเครือข่าย** จัดการศึกษาให้มีการประสานความร่วมมือ การระดมสรรพทรัพยากรที่มีอยู่หลากหลายทั้งในชุมชนเองกับชุมชนอื่นในท้องถิ่น และกับหน่วยงาน องค์กรต่างๆ ทั้งด้านความรู้ เทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสาร งบประมาณ เพื่อให้มีการปฏิบัติงานที่เอื้อประโยชน์ต่อกัน

4. **การศึกษาที่เน้นความจริงตามธรรมชาติของผู้เรียน** ผู้นำท้องถิ่นต้องการเสริมสร้างความรู้เพื่อนำไปแก้ไขปัญหาและการพัฒนาท้องถิ่น มิใช่เพื่อไปเป็นนักวิชาการ เนื่องจากผู้นำท้องถิ่นมีภารกิจทั้งส่วนตัวและสาธารณะ โดยเฉพาะช่วงเสาร์อาทิตย์ในท้องถิ่นต้องทำกิจกรรมประเพณีประชาคม และกิจกรรมมากมาย

5. **การศึกษาที่เน้นการเปลี่ยนบทบาทอาจารย์** ด้วยการเรียนที่ต้องอาศัยความรู้ที่หลากหลาย การให้นักศึกษาปฏิบัติการที่เป็นจริง อาจารย์จึงต้องทำหน้าที่อำนวยความสะดวก ในการส่งเสริมความรู้ ทักษะและเจตนคติ การฝึกฝน อีกทั้งเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างภูมิปัญญาประสบการณ์ของผู้นำท้องถิ่น อาจารย์ และชุมชน ดังนั้นอาจารย์จะต้องมีคุณสมบัติและทักษะบางด้านที่แตกต่างจากแบบเก่า ครูจะต้องมีความสามารถที่จะค้นพบความต้องการที่แท้จริงของผู้เรียน สามารถคิดได้หลากหลายแบบ เป็นแหล่งความรู้ที่ทรงคุณค่าของเรียนและสามารถค้นคว้าหาสื่อวัสดุอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับผู้เรียน สิ่งสำคัญที่จะช่วยให้การสื่อสารระหว่างบุคคลในการเรียนรู้ประสบผลคือ ปฏิภาณไหวพริบ ทักษะ และความเต็มใจที่จะเรียนของผู้เรียน แต่สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ความเต็มใจของครูที่จะช่วยเหลือโดยไม่มีเงื่อนไข ครูจะให้ทุกอย่างแก่ผู้เรียนไม่ว่าจะเป็น ความเชี่ยวชาญ ความรู้ เจตคติ และการฝึกฝน โดยผู้เรียนจะมีอิสระที่จะรับหรือไม่รับการให้นั้นก็ได้ ซึ่งจำเป็นที่ตระหนักถึงข้อความจริง 2 ข้อคือ การเปลี่ยนแปลงไม่ได้เกิดขึ้นชั่วข้ามคืน อาจจะต้องใช้เวลาเพื่อให้ครูและกลุ่มผู้เรียนได้เรียนรู้วิธีทำงานในลักษณะผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง และกระบวนการวัดผลเดิมอาจไม่ตรงกับการเรียนรู้ในลักษณะเช่นนี้

6. **การศึกษาที่เน้นกระบวนการวิจัยและพัฒนา** การสอนให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าตามกระบวนการทางวิทยาศาสตร์เพื่อให้ผู้เรียนสรุปข้อความรู้ได้ด้วยตนเอง ผู้เรียนตั้งคำถามเป็นหลักแล้วพยายามหาคำตอบเพื่อตอบคำถามหรือแก้ปัญหา โดยผู้สอนมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดคำถามคำตอบและแนะนำให้เกิดการศึกษาค้นคว้าให้ได้มาซึ่งความรู้หรือคำตอบเพื่อแก้ปัญหาด้วยตนเองและสรุปข้อความได้ด้วยตนเอง ประเด็นที่นำสอน ผู้สอนต้องตั้งปัญหาเพื่อให้ผู้เรียนเกิดความอยากรู้ และเน้นการเรียนรู้จากทดลองกระทำหรือการปฏิบัติซึ่งจะทำให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ตรงในการปฏิบัติได้มีโอกาสในการศึกษาค้นคว้าลงมือปฏิบัติจริง เป็นวิธีการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้กระทำโดยการฝึกหัดให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะย่อยๆทีละน้อยอย่างเป็นลำดับขั้นตอนจะทำให้ผู้เรียนมีความสามารถและมีความชำนาญในงานนั้นๆ ผู้เรียนได้ค้นพบกฎเกณฑ์หรือความจริงที่สำคัญด้วยตนเอง

7. **การส่งเสริมให้นักศึกษาและอาจารย์มีปฏิสัมพันธ์กัน** การที่นักศึกษาและอาจารย์มีการติดต่อทั้งในและนอกห้องเรียน เป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในการจูงใจนักศึกษาเพื่อก่อให้เกิดความฝักใฝ่ในการศึกษา อาจารย์จะช่วยนักศึกษาให้ผ่านพ้นช่วงวิกฤติและมุ่งไปสู่การประกอบอาชีพ เป็นที่รู้กันว่าอาจารย์ที่ดีแม้เพียงจำนวนน้อยแต่จะช่วยพัฒนานักศึกษาด้านสติปัญญากระตุ้นให้เกิดค่านิยมที่ดีและการวางแผนในอนาคตได้

8. **การส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในกลุ่มนักศึกษา** การอยู่รวมกันเป็นกลุ่มกระตุ้นให้สร้างความหมายด้านการเรียนได้มากกว่าอยู่ตามลำพัง การเรียนรู้ที่ดีกับการทำงานที่ดีต้องอาศัยความร่วมมือและการอยู่ในสังคมโดยไม่มีการแยกตัว การทำงานร่วมกับผู้อื่นกระตุ้นให้เพิ่มความฝักใฝ่ในการเรียนรู้ได้มาก เกิดการแบ่งปันความคิด รับรู้พฤติกรรมที่ดีและเกิดความเข้าใจลึกซึ้ง

9. **จัดให้มีการวิเคราะห์และแก้ปัญหาในพื้นที่** จากการศึกษาสภาพปัญหาในท้องถิ่นและนำมาร่วมกันวิเคราะห์ แก้ปัญหาด้วยตนเอง ทำให้มีการจัดกิจกรรมในพื้นที่ โดยอาจารย์ให้คำปรึกษาและอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้สามารถดำเนินการได้ภายใต้ศักยภาพของท้องถิ่น เช่น การเชิญผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก และประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ผลการจัดกิจกรรมในพื้นที่เช่นนี้ทำให้นักศึกษาสามารถวิเคราะห์และแก้ปัญหาด้วยตนเอง และขยายขอบเขตของการศึกษาค้นคว้าในเรื่องนั้นๆให้กว้างขวางยิ่งขึ้น มีการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ ตัวอย่างเช่น การศึกษาชุมชน ตำบลบึงชำอ้อ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี พื้นที่ของนักศึกษาที่เป็นประธานอบต. พบว่าจากปัญหาสวนส้มเสียหาย และเกิดผลกระทบต่อชุมชนเป็นวงจร ทั้งความยากจน ยาเสพติด เยาวชนไม่ได้รับการศึกษา

นักศึกษา(ผู้นำท้องถิ่น)จึงต้องการให้มีการศึกษาผลกระทบของสิ่งแวดล้อม อาจารย์ได้ประสานหน่วยงานต่างๆทั้งทางด้าน การศึกษาสิ่งแวดล้อม การฟื้นฟูสภาพดิน ปุ๋ยชีวภาพ การจัดการโรคและแมลงศัตรูพืช จากนั้นนักศึกษา(ผู้นำท้องถิ่น)ได้นำข้อเสนอแนะจากนักวิชาการ ไปวิเคราะห์และเลือกวิธีการแก้ปัญหาร่วมกับชุมชน โดยเลือกการทดลองใช้ปุ๋ยชีวภาพปรับระบบการผลิตในสวนส้ม (แทนการเข้าร่วมกับกลุ่มประท้วงโรงไฟฟ้าวังน้อย) พบว่าสามารถทำให้พื้นที่สวนส้มที่ทดลองใช้ปุ๋ยชีวภาพมีสภาพดีขึ้น จึงคิดที่จะพัฒนากระบวนการผลิตปุ๋ยชีวภาพภายในชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง

10. **ส่งเสริมให้นักศึกษาเป็นวิทยากรกระบวนการในชุมชนและประชาคม** เป็นผู้กระตุ้นให้ชุมชนมีการระดมความคิดวิเคราะห์ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับชุมชนตนเอง อาจารย์วางแผนการจัดเวทีร่วมกับนักศึกษา หลังการจัดเวทีแต่ละครั้งจะนำประเด็นที่มาวิเคราะห์ในห้องเรียน เพื่อคิดค้นหาวิธีการใหม่ๆ ส่งผลให้นักศึกษามีการเรียนรู้นอกห้องเรียน เป็นการฝึกพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agents)

ด้วยกระบวนนี้ทำให้มีการเข้าร่วมเวทีกับประชาคมจังหวัดอื่นๆในภาคกลาง เช่นจังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการร่วมกันพัฒนาโครงการวิจัยแบบมีส่วนร่วม เกิดเป็นเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาท้องถิ่น จึงเห็นภาพของการเชื่อมโยงระหว่างสถาบันราชภัฏฯกับท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด **ดังนั้นการศึกษาจึงไม่มีขอบเขตเฉพาะในห้องเรียน และการมาลงทะเบียนเป็นนักศึกษาเท่านั้น แต่สามารถเผื่อแผ่ไปทุกกลุ่ม ทุกเวลา ทุกโอกาส และทุกสถานที่**

จากการจัดการศึกษาในลักษณะดังกล่าว ทำให้เกิดกระบวนการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยนักศึกษาเป็นผู้กำหนดประเด็นร่วมกับคนในชุมชนของตนเอง และจากการศึกษาข้อมูลชุมชน วิเคราะห์ปัญหา ค้นหาวิธีการแก้ปัญหาร่วมกับชุมชน และกำหนดกิจกรรมที่สมาชิกชุมชนเป็นผู้ปฏิบัติ

จากการเข้าร่วมกระบวนการเรียนรู้ของนักศึกษา ๓ ภาคเรียน ทำให้เกิดกิจกรรมรดำเนินการโดยการสนับสนุนความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ และได้รับการสนับสนุนจากสกว. ด้านการวิจัยเพื่อท้องถิ่น อาทิเช่น

(1) โครงการวิจัยเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งด้วยกิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อม ตำบลบางพูด อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ประสานงานโดยนักศึกษาที่เป็นอสม.

(2) โครงการวิจัยการมีส่วนร่วมของอบต.ในการบริหารจัดการพัฒนากลุ่มอาชีพสตรี ตำบลคลองสาม อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ประสานงานโดยนักศึกษาที่เป็นประธานกลุ่มอาชีพสตรีตำบลคลองสาม

(3) โครงการวิจัยการมีส่วนร่วมของอบต.ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านเกาะปากจั่น ตำบลปากจั่น อำเภอนครหลวง จังหวัดนครศรีอยุธยา ประสานงานโดยผู้นำการเปลี่ยนแปลงประชาคมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

(4) โครงการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้นำชุมชนในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนตามหลักเศรษฐกิจแบบพอเพียง อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประสานงานโดยผู้นำการเปลี่ยนแปลงประชาคมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

(5) การจัดพิพิธภัณฑ์ควายไทย จังหวัดสุพรรณบุรีด้วยองค์ความรู้ท้องถิ่น ด้วยการฝังตัวในการจัดวางเครื่องใช้ที่สมจริงกับวิถีชีวิตที่เป็นจริงของชาวนาไทย

(6) การวิจัยประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์พื้นที่และผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาล ได้แก่ นโยบายกองทุนหมู่บ้าน สามสิบบาทรักษาทุกโรค ประกาศสงครามกับยาเสพติด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

(7) กระบวนการวิจัยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ลุ่มเจ้าพระยาสายเก่า ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

(8) โครงการจัดทำแผนชุมชนนำร่องด้วยความร่วมมือระหว่างสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ยังมีนักศึกษาอีกจำนวนหนึ่งกำลังประสานงานกับชุมชนให้มีการพัฒนาโครงการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับสกว. ได้แก่ โครงการศึกษาพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมมอญ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โครงการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตชุมชน จังหวัดปทุมธานี เช่น กลุ่มแปรรูปข้าวกระยาคู ข้าวเม่ากระยาสารท ผลิตภัณฑ์จากต้นตาล เครื่องปั้นดินเผา การพัฒนาเครือข่ายผู้ผลิตชุมชนช่างสิบหมู่ศูนย์ศิลปาชีพ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น อีกทั้งการเป็นแกนประสานงานวิจัยวิสาหกิจชุมชน ภาคกลาง

โครงการที่ดำเนินการความร่วมมือกับสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (พอช.) ได้แก่ โครงการพัฒนาอภิบาลธุรกิจชุมชนปทุมธานี (นักส่งเสริมธุรกิจชุมชนจังหวัดปทุมธานี) โครงการพัฒนาองค์กรชุมชนจังหวัดปทุมธานี โครงการข้อมูลชุมชน โครงการศึกษาศักยภาพประชาสังคม เป็นต้น

ผลการจัดการเรียนการสอนโดยบูรณาการทั้งกระบวนการ และการจัดการการศึกษาจากสภาพพื้นที่จริงทำให้สามารถประสานร่วมกับกระบวนการพัฒนาโครงการวิจัยเพื่อท้องถิ่น ดังนั้น**นักจัดการการศึกษาในสถาบันจึงมิใช่ผู้ตัดสินให้คะแนน ให้สอบได้สอบตก แต่เป็นผู้ให้การสนับสนุน ประสานเชื่อมโยงประสบการณ์จากผู้เรียน ได้เรียนรู้ภูมิปัญญา ทุนเดิมของท้องถิ่น และสามารถจัดการกับความรู้จากภายนอกให้กลมกลืนกับท้องถิ่น นำไปแก้ปัญหาตามศักยภาพของท้องถิ่น** จากการดำเนินงานดังกล่าวจึงเชื่อว่า “การวิจัยแบบมีส่วนร่วม” เป็นกลไกหนึ่งของการปฏิรูปการเรียนรู้ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ท้องถิ่นในการบริหารจัดการพัฒนาท้องถิ่นของตนได้อย่างยั่งยืน

อัตลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นที่มีผลต่อการศึกษาท้องถิ่น

การพัฒนาชุมชนที่อาศัยบทบาทของผู้นำชุมชนที่เป็นบุคคลพื้นที่ที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมกับชุมชนอย่างแนบแน่น มีความรู้ เป็นผู้นำทางความคิด เข้าใจวิธีคิดแบบชาวบ้าน รู้สภาพปัญหาของชุมชน อีกทั้งบุคลิกส่วนตัวที่ได้รับการคัดเลือกมาจากชุมชนที่เป็นที่รักเคารพและไว้เนื้อเชื่อใจจากชาวบ้าน มีความเสียสละช่วยเหลืองานสังคมเป็นตัวแทนของชาวบ้านในการประสานกับหน่วยงาน

ผู้นำชุมชนมีอิทธิพลทั้งทางบวกและทางลบต่องานพัฒนา เป็นได้ทั้งสร้างความเข้มแข็งและทำลายของชุมชน และมักจะถูกมองว่ามีทั้งอำนาจและทรัพย์สินสูงกว่าคนอื่น แต่ในความเป็นจริงหาเป็นเช่นนั้นเสมอไปไม่ เพราะผู้นำก็คือบุคคลในท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศที่ผ่านมาเหมือนกัน

จากกระแสทุนนิยมที่ทำให้ชุมชนล่มสลาย ทำลายสังคม ทำลายภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำลายวัฒนธรรมชุมชน ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมตลอดจนทำลายจิตวิญญาณวิถีชีวิตวัฒนธรรมการดำรงชีพของชาวบ้านเปลี่ยนไปจากเกษตรกรรมเป็นภาคอุตสาหกรรม เปลี่ยนสภาพจากการอยู่กันครบหน้า ปู่ ย่า ตายาย พ่อ แม่ลูก กลายเป็นความล่มสลายเพราะการทำงานในภาคอุตสาหกรรม การออกนอกพื้นที่ ทิ้งคนแก่และเด็กไว้ในหมู่บ้านทำให้เกิดผลกระทบต่อสังคมอีกคณานับเช่น ปัญหาอาชญากรรม โสเภณี ยาเสพติด เอดส์ ดังนั้นการฟื้นฟูสภาพสังคมที่แตกสลาย (Social disintegration) จึงต้องใช้แนวทางเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชนโดยเน้นการพึ่งตนเองในการประกอบสัมมาอาชีพบนพื้นฐานจุดแข็งศักยภาพของท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ ทั้งด้านแรงงาน ทุนสังคม ทรัพยากรธรรมชาติแต่ละชุมชน สอดคล้องกับขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมประเพณีชีวิต ความเป็นอยู่ความหลากหลายของภูมิปัญญาท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะความหลากหลายทางชีวภาพของท้องถิ่นนั้นๆโดยเน้นการพอมีพอกินที่ชาวบ้านสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตของตนได้ตลอดปีเป็นฐานชีวิตของชาวบ้าน ที่พึ่งพิงตนเองเลี้ยงครอบครัวได้ อีกทั้งการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ร่วมกันของประชาชนโดยร่วมคิด ร่วมผลิตใช้ทรัพยากรของท้องถิ่นเพื่อให้เพียงพอต่อการบริโภค ดังนั้นการที่จะทำให้เกิด

การมีส่วนร่วม ต้องอาศัยผู้นำเป็นแกนหลักและเป็นหัวใจที่สำคัญในการบริหารการพัฒนา ดังนั้นการสร้างการเรียนรู้เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์ชุมชนของตนให้ดำรงอยู่ได้โดยสามารถตอบสนองความต้องการปัจจัยขั้นพื้นฐานในอย่างพออยู่พอกิน โดยสอดคล้องกับการดำเนินวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมที่ประยุกต์ให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปแต่อยู่บนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้การที่มีกลุ่มผู้นำท้องถิ่นมาเรียนในสายพัฒนาชุมชนจึงน่าที่จะได้มีการปฏิรูปกาเรียนรู้จาการปฏิบัติจริงภายใต้แนวทางที่ได้กล่าวมาแล้ว อีกทั้งการบูรณาการวิชาต่างๆเข้าด้วยกัน การรู้จักการศึกษาข้อมูลพื้นฐานนำมาวิเคราะห์สังเคราะห์ และหาแนวทางการพัฒนาที่เป็นรูปธรรม มีกระบวนการผลิต การจัดการ การตลาด จะสามารถดำเนินการไปได้อย่างไร จึงน่าที่จะให้มีการเรียนการสอนแบบวิจัยเพื่อการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมไปด้วย อันน่าจะเกิดประโยชน์ทั้งนักศึกษา อาจารย์และคนในชุมชน ในการเสริมสร้างการเรียนรู้ต่อไป ในขณะเดียวกันเป็นการเสริมสร้างคุณสมบัติของผู้นำที่สอดคล้องกับกลักสัปปุริสธรรม 7 ของพระพุทธศาสนา (พระธรรมปิฎก, 2541 : 18-20)

(1) รู้หลักการ เมื่อดำรงตำแหน่งมีฐานะหรือทำอะไรก็ตาม ต้องรู้หลักการ รู้หน้าที่ รู้กฎกติกาที่เกี่ยวข้อง

(2) รู้จุดหมาย ต้องมีความชัดเจนในจุดหมายและต้องมีความแน่วแน่มุ่งมั่นที่จะไปถึงจุดหมายด้วย

(3) รู้ตน คือต้องรู้ว่าตนคือใคร มีภาวะเป็นอะไร อยู่ในสถานะใด มีคุณสมบัติ มีความพร้อม มีความถนัด สติปัญญาความสามารถอย่างไร มีกำลังแค่ไหน จุดอ่อนจุดแข็งอย่างไร ซึ่งจะต้องสำรวจตนเองและเตือนตนเองอยู่เสมอทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงตนเอง

(4) รู้ประมาณตน คือรู้ความพอดี ต้องรู้จักขอบเขต ขีดขั้นความพอเหมาะพอที่จะจัดการเรื่องต่างๆ

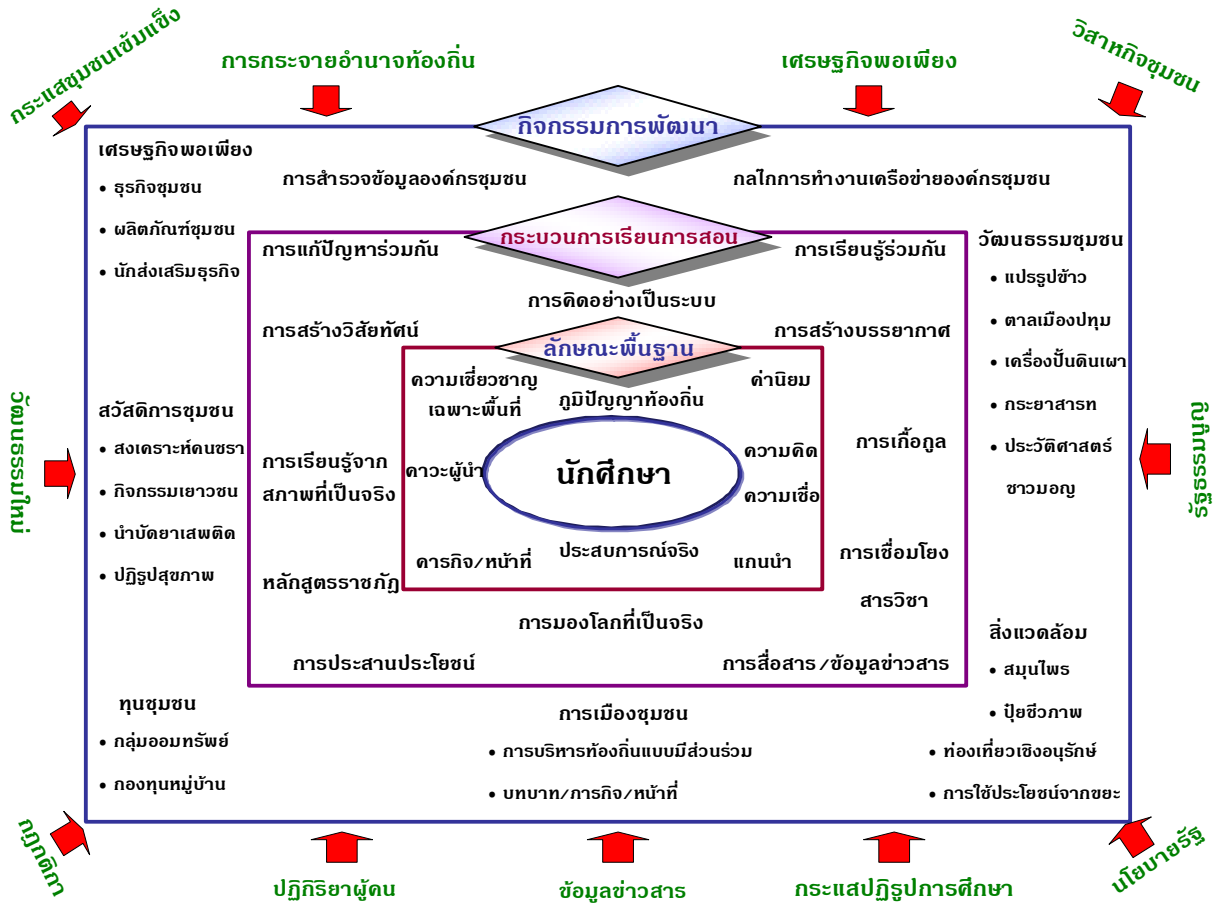
(5) รู้กาล คือรู้จักเวลา เช่นรู้ลำดับ ระยะ จังหวะ ปริมาณ ความเหมาะของเวลา รู้จักวางแผน

(6) รู้ชุมชน คือรู้สังคมตั้งแต่ขอบเขตที่กว้าง คือรู้สังคมโลก รู้สังคมของประเทศชาติว่าอยู่ในสถานการณ์ใด มีปัญหาอย่างไร รู้ความต้องการของเขา แม้แต่ชุมชนย่อยๆ ถ้าจะช่วยเหลือเขา เราก็ต้องรู้ความต้องการเพื่อสนองความต้องการได้ถูกต้องหรือแก้ปัญหาได้ถูกจุด

(7) รู้บุคคล คือรู้จักบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะคนที่มาร่วมงานร่วมการไปด้วยกันและคนที่เราไปให้บริการตามความแตกต่างเฉพาะตัวเพื่อปฏิบัติต่อเขาได้ถูกต้องเหมาะสมและได้ผล

ดังนั้นการนำผู้นำท้องถิ่นมารับการศึกษาจะเป็นการพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารงานพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนเพื่อการพัมนาที่ยั่งยืน ในการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้วยภูมิปัญญาในชุมชนเพราะทุนทางสังคมที่มีอยู่และความรู้ทักษะของผู้นำมีหลายด้าน หลายกิจกรรมจะทำให้สามารถแก้ปัญหาของชุมชนตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งต่อไป

แผนภาพ แสดงกระบวนการเรียนการสอนนักศึกษาแบบมีส่วนร่วมโดยยึดท้องถิ่นเป็นศูนย์กลาง



ตอนที่ 2 การฟื้นฟูภูมิปัญญาน้ำนมข้าวกระยาคู

ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลง จากอดีตชาวปทุมธานีที่เคยมีอาชีพทำนา ท้องทุ่งที่เต็มไปด้วยนาข้าวเขียวขจีสุดลูกหูลูกตา ปัจจุบันได้พลิกผันมาเป็นบ้านจัดสรรที่ทันสมัย ถนนพาดผ่านการจราจรที่ติดขัด มองเห็นแต่ตึกรามบ้านช่อง โรงงานอุตสาหกรรม ผู้คนแต่งชุดเครื่องแบบโรงงานคอยขึ้นรถไปทำงาน น้ำเน่าเสีย ฝุ่นละอองจากควันรถเห็นเป็นหมอกอยู่ตลอดวัน จนเรียกได้ว่าเป็นเมืองที่เกิดจากผลพวงของการพัฒนาเศรษฐกิจไทยอย่างแท้จริง ดังนั้นคำขวัญของคนปทุมธานีที่ว่า “ถิ่นรวงข้าว” อยู่ตรงไหน จนกระทั่งเมื่อเราเข้าไปในท้องถิ่นแถวคลองรังสิต ถนนเลียบคลองตั้งแต่คลองสี่ไปจนกระทั่งถึงคลองสิบเราจะยังพบว่าวิถีชีวิตชาวนายังไม่ได้หมดไปจากคลองรังสิตอย่างแท้จริง รวมทั้งเขตอื่นๆทั้งอำเภอเมือง สามโคก ลาดหลุมแก้ว หนองเสือ คลองหลวงก็ยังมีวิถีชีวิตที่ยึดมั่นต่ออาชีพดั้งเดิมคือการปลูกข้าว จึงน่าศึกษาว่านาข้าวมีมนต์เสน่ห์ใดจึงยังสามารถทำให้ดำรงอยู่ได้ จนมีพันธ์ข้าวที่มีชื่อเสียงคือข้าวหอมมะลิปทุม 1 ที่หน่วยงานของภาครัฐนำลงไปส่งเสริมให้กับเกษตรกรในพื้นที่อื่นๆ และถ้าชาวนาทุกวันนี้ที่เป็นคนส่วนใหญ่ในชุมชนปทุมธานียังยากจนหลังสู้ฟ้าหน้าสู้ดินและ

ยังไม่สามารถปลดหนี้สินได้ ในฐานะสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นอย่างราชภัฏจะมีบทบาทอย่างไรได้บ้างกับการแก้ปัญหาตรงนี้

รากเหง้าแห่งปัญหาของชาวนาจากอดีตสู่ปัจจุบัน

การทำนาเป็นอาชีพดั้งเดิมที่สืบทอดมาหลังจากมีการขุดคลองรังสิตที่มีความกว้าง 6 วา ลึก 6 ศอก ยาว 33,400 เส้น (ตั้งแต่ พ.ศ. 2433- พ.ศ.2436) ซึ่งมีผลมาจากสนธิสัญญาบราวน์ลิ่งที่รัฐบาลทำการค้ากึ่งควบคู่ไปกับระบบราชการ โดยมีนโยบายที่จะเปิดคลองสร้างระบบชลประทานเพื่อส่งน้ำในการเปิดที่ดินใหม่เพื่อปลูกข้าวและนำส่งขายให้กับประเทศทางตะวันตก ดังนั้นจึงมีการตั้งถิ่นฐานที่สำคัญของไพร่และทาสที่มาบุกเบิกโดยมาเช่าที่นาจากเจ้าขุนมูลนายที่เป็นผู้ครอบครองที่ดิน นอกจากนี้ยังมีผู้อพยพมาจากฝั่งทะเลตอนใต้ที่ดินเค็มเพาะปลูกไม่ได้ คนอยุธยา นครนายก ลาวจากหัวเมืองตะวันออกเฉียงเหนือ มอญ ญวณ แขกที่กวาดต้อนจากสงครามรวมทั้งคนจีนที่อพยพมาจากแผ่นดินใหญ่ ก็มามีอาชีพในการทำนา ดังนั้นจึงไม่แปลกใจเลยว่าชาวนาในจังหวัดปทุมธานีทุกวันนี้จะมีเชื้อสายที่หลากหลายและยังดำรงอาชีพทำนาสืบต่อจากบรรพบุรุษมาถึงทุกวันนี้ จะเห็นได้จากความผูกพันของชาวนากับการสร้างวัดที่เป็นที่รวมการทำกิจกรรมร่วมกันของชาวบ้านจะมีชื่อที่เกี่ยวข้องกับข้าว อาทิเช่น วัดธัญญผล (พ.ศ 2410) วัดหว่านบุญ (พ.ศ. 2424) วัดนาบุญ (พ.ศ. 2427) วัดอู่ข้าว(ไม่ปรากฏปีที่สร้าง) วัดกล้าชอุ่ม (ไม่ปรากฏปีที่สร้าง) ในขณะเดียวกันการที่ชาวนาไม่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเองก็มีปัญหามาตั้งแต่ในประวัติศาสตร์เพราะที่ดินเป็นของเจ้าขุนมูลนายที่เอารัดเอาเปรียบภายใต้การว่าจ้างนายกองนาเข้ามาควบคุม อีกทั้งการผลิตที่มุ่งเพื่อการขายอย่างเดียวจึงทำให้ต้องอาศัยปัจจัยการผลิตสมัยใหม่ มีการใช้ปุ๋ยเคมี ยากำจัดศัตรูพืช เครื่องจักรกลทางการเกษตรเพื่อเพิ่มผลผลิต ในขณะเดียวกันชาวนาไม่มีความรู้ในเรื่องกลไกทางการตลาด จะมีก็แต่พ่อค้าคนกลางที่เข้ามารับซื้อ และได้กลายเป็นเจ้าหนี้เงินกู้ให้กับชาวนาแล้วหักผลผลิตข้าวเพื่อใช้หนี้แทน

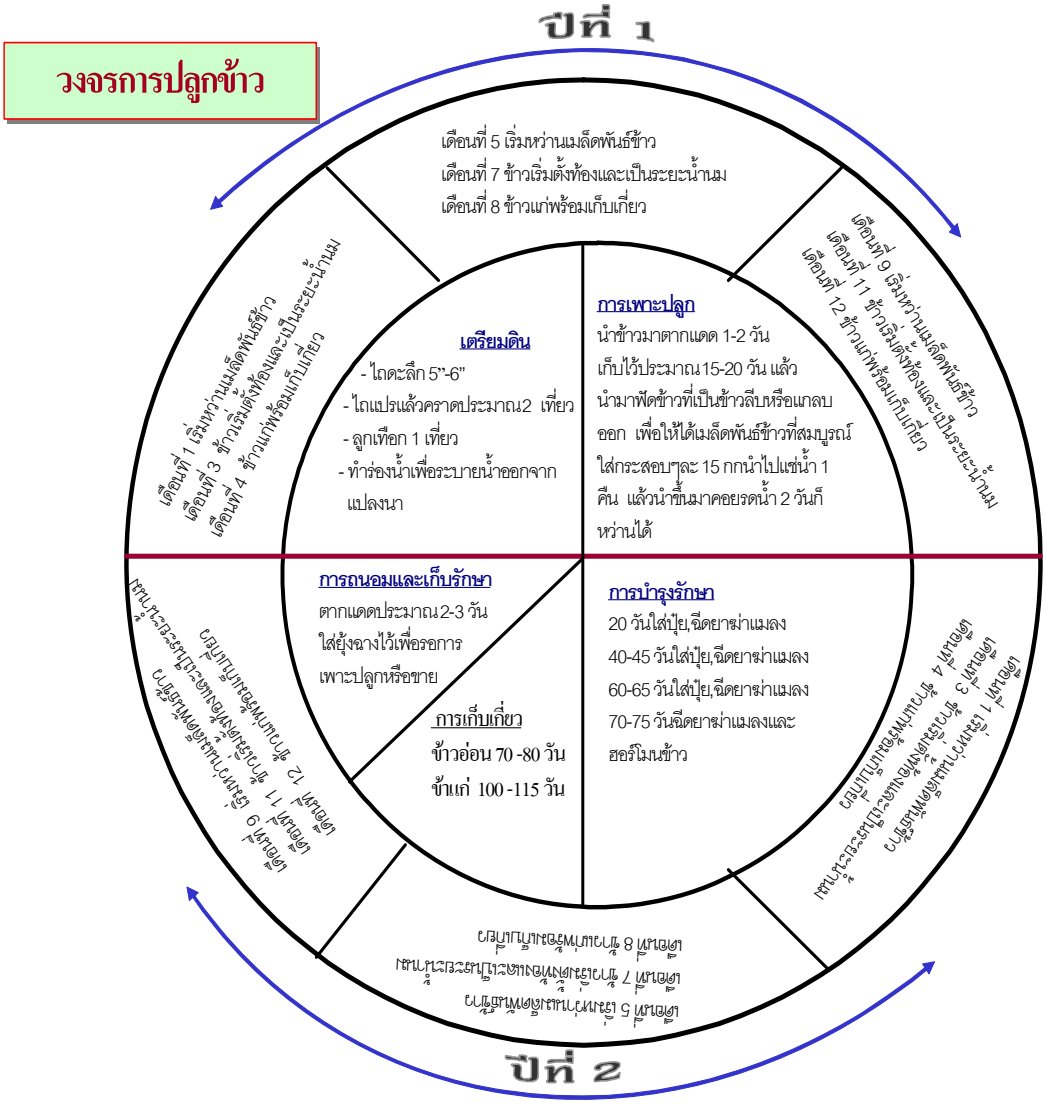
ภูมิปัญญาการปลูกข้าว

ระบบความรู้ในการทำนาจะเกี่ยวข้องกับการเลือกพันธุ์ข้าว การเลือกพื้นที่ปลูกข้าว การทำอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการทำนา รวมไปถึงกระบวนการหว่าน การไถ เตรียมดินเพื่อเพาะปลูก การดูแลการเจริญเติบโตของข้าว การเก็บเกี่ยวและการเก็บรักษาข้าวไว้บริโภคระบบความรู้เหล่านี้ล้วนมีพื้นฐานมาจากการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ และกับมนุษย์ด้วยตนเอง ระบบความรู้เป็นสิ่งที่ได้รับการสะสมสืบทอดและปรับเปลี่ยน เช่น การรู้จักเลือกพันธุ์ข้าว ในการอพยพย้ายถิ่น ชาวบ้านจะขนเอาพันธุ์ข้าวจากบ้านเดิมมาด้วย พันธุ์ที่รู้จักกันดีได้แก่ ข้าวงาช้าง ข้าวปล้อง ข้าวขาวน้อย ข้าวขาวใหญ่ ข้าวกลาง ข้าวคำ เป็นต้น ในบางแห่งยังนิยมกันอยู่ เพราะมีอายุการเก็บเกี่ยวตามระยะเวลาที่เหมาะสม ซึ่งพันธุ์ข้าวพื้นบ้านชนิดต่างๆ นี้ยังนิยมอยู่จนถึงทุกวันนี้ เพราะได้มีการลองผิดลองถูก พิสูจน์มานานแล้วว่าแข็งแรง ทนโรคต่างๆ และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและเหมาะแก่พื้นที่ การรู้จักเลือกพื้นที่ในการปลูกข้าว ชาวนามักเลือก

นาแปลงที่อยู่ใกล้น้ำ การรู้จักวิธีการทำมาหากินให้เหมาะสมกับสภาพโดยทั่วไปใช้แรงงานควายผูกติดกับไถ ซึ่งทำด้วยไม้ที่มีลักษณะคดงอแล้วนำมาดัดแปลงให้ได้รูปทรงเพื่อใช้ไถนา โดยเริ่มไถฮุด (ไถดะ) ไว้ก่อน ขังน้ำทิ้งไว้อย่างน้อย 3 วัน เพื่อให้รากหญ้าเน่าเปื่อยและทำให้ดินร่วนขึ้น จากนั้นจึงไถคัน (ไถแปร) เป็นการไถครั้งที่สอง สับหัวคันนา หลังจากเสร็จแล้วก็จะมีการคราดดินที่นาให้เป็นโคลนตม เพื่อเอารากต้นหญ้าออกทิ้ง ทำให้ดินเป็นเทือกและทำให้ดินที่ไถซุยขึ้น เสร็จแล้วใช้ไม้มอบผูกเชือกให้ควายหรือคนลากลูบผิวหน้าดินให้เรียบเสมอ ไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ ไม่มีรอยเท้า เสร็จแล้วเอาไหผูกเชือกลากทำร่องตรงกลางและข้างๆ แปลง เพื่อเป็นทางระบายน้ำออกจากแปลงกล้า ชาวบ้านจะแบ่งที่ดินส่วนนี้ไว้ประมาณ 1-2 แปลงเพื่อหว่านกล้า เมื่อต้นกล้าอายุได้ประมาณ 1 เดือนก็จะถอนต้นกล้าไปดำในที่นา ในช่วงเดียวกันก็จะมีการเตรียมดินเพื่อใช้ในการ ทำนาด้วย ในบางหมู่บ้านจะมีวิธีการทำพันธุ์กล้า โดยการเอาเมล็ดข้าวหยอดลงหลุมเล็กๆ โดยจะปลูกข้าวหยอดหรือนาหว่านหนึ่งฤดูกาล ก่อนจะถึงฤดูทำนาน้ำฝนในเดือน 6 (พฤษภาคม) เดือน 7 (มิถุนายน) ในเดือน 3 ขึ้น 3 ค่ำ (กุมภาพันธ์) อันเป็น “วันฟ้าเปิดประตูน้ำ” หรือ “วันฟ้าไขประตูน้ำฝน” ชาวนาจะเอาปุ๋ยคอกมากระจายใส่นาไว้ ต่อเมื่อฝนมาหลังสงกรานต์ เดือน 5 (เมษายน) จึงจะไถหว่าน ซึ่งเมื่อถึงเวลานั้นดินก็พอที่จะทำให้ปลูกข้าวได้ผลดี มีการลงกล้าไว้พอต้นข้าวโตจึงนำไปดำในที่นา วิธีนี้เรียกว่าการหยุ่นข้าว สำหรับการเตรียมแปลงนั้นมีวิธีการเตรียมเหมือนกับการเตรียมแปลงตกกล้า แต่ต้องมีพิธีแรก ไถนาและเลี้ยงตาแฮกหรือเลี้ยงพระแม่ธรณี โดยจะประกอบพิธีในวันดีตามความเชื่อ หลังจากนั้นจึงเริ่ม ไถฮุด (ไถดะ) ที่นาแต่ละแปลงแล้วชักน้ำเข้าที่นา เมื่อต้นกล้าโตพอจะถอนไปปักดำได้ ก็มาไถคัน (ไถแปร) แล้วจึงปักดำจากนาที่ลุ่มกว่าขึ้นมาหานาแปลงที่ดอนไปสิ้นสุดที่นาโคก และมีการกำจัดวัชพืชโดยการถาง การถาก การถอน ทำหุ่นไล่กา ใช้กับดักไล่หนู ใช้คาถาอาคมภาวนาเพื่อแผ่เมตตา ใช้เครื่องรางต่างๆ และพิธีไสยศาสตร์ หรือบนบานผีตาแฮก แม่พระธรณี ให้ช่วยปกปักรักษาและขับไล่ศัตรูข้าวเหล่านั้นไป หรือใช้ผ้าขี้ริ้วควั่นแล้วจุดไฟปักไว้ในที่นา จะมีการดูแลจนกว่าข้าวจะออกรวงเก็บเกี่ยวได้ ช่วงนี้ชาวนาจะเตรียมตอกไว้มัดฟ่อนข้าว ซึ่งทำจากไม้ไผ่ ขั้นตอนเริ่มต้นจากการทาบข้าว เกี่ยวข้าว แผ่ข้าว มัดฟ่อนข้าว ย่นข้าว ล้อเลื่อนขนข้าวขึ้นสู่ลาน ก่อนหน้าจะชักลากข้าวสู่ลาน ก็จะต้องมีการเตรียมลานโดยการถากถางหญ้าออกจากลาน ลานนวดข้าวส่วนใหญ่อาศัยบริเวณหลังบ้านหรือข้างบ้านของตนเองใช้พื้นที่ราว 40-50 ตารางวา จะทุบดินให้แน่นโดยอาศัยครกซ้อมข้าวกลิ้งทับ พรมน้ำให้ทั่วเพื่อให้ลานดินแน่นไม่แตกระแหง ครั้นดินแน่นแล้วก็ถึงขั้นตอนการรวบรวมขี้ควายที่ยังเปียกใส่ถังผสมน้ำข้นๆ แล้วเทราดลงบนดินให้มีความหมาดครึ่งนิ้ว ใช้ไม้กวาดเกลี่ยให้ทั่ว เรียกว่า เป็นการยาลานนวดข้าวและจะต้องตากลานนวดข้าวให้แห้ง สาเหตุที่ต้องใช้ขี้ควายเพราะทำให้พื้นดินนุ่ม (สุจริต บัวพิมพ์. 2536 : 9-16) กีบของควายจะไม่ย่ำข้าวจนข้าวแตกหักเสียหายเพราะพื้นลานนวดจะหยุ่นตัว ก่อนนวดข้าวต้องทำพิธีปลงข้าว เมื่อปลงแล้วจึงเริ่มนวดใช้ไม้ตีข้าวหรือค้อนฟาดข้าวเป็นเครื่องมือ กองข้าวรอบๆ ลานให้เป็นรูปสามเหลี่ยมมุมฉากซ้อนให้สูงขึ้นไป เมื่อฝนชะลาน ตกโดนข้าวจะได้ไม่เปียกชื้น ตกค่ำก็เริ่มนวดข้าวด้วยแรงงานของควาย 2-3 ตัว วนรอบกองข้าวที่ตัดฟอนแผ่กระจายอยู่กลางลาน จากหนึ่งรอบไปจนเมล็ดข้าวหล่นจากรวงข้าว คันฉายที่โก่งงอนก็จะสงฟางให้เมล็ดข้าวร่วงกองอยู่บนลาน แล้วจึงเริ่มนวดซ้ำอีกครั้งสงฟางซ้ำอีกเที่ยวก็พานฟางออกจากลาน เมล็ดข้าวก็จะกองอยู่กลางลาน ชาวนา

จะช่วยกันใช้ไม้กระดานชักข้าวออกจากลานทากองไว้ริมลาน (เอี่ยม ทองดี. 2538 : 157) เพื่อรอฝัดข้าวต่อไปและขั้นตอนสุดท้ายคือเก็บข้าวเข้ายุ้ง เมื่อนวดข้าวเสร็จจะมีพิธีบุญคูนลานหรือไม่ก็ประกอบพิธีเลี้ยงผีตาแฮก โดยเลือกวันฟูตอนเช้าเป็นวันประกอบพิธีทำขวัญยุ้ง (งามพิศ สัตย์สงวน. 2539 : 25) เสร็จแล้วจึงขนข้าวขึ้นยุ้ง โดยใช้เกวียนใช้หาบหรือทูนด้วยกระสอบ กระบุงข้าวถังแรกที่จะเอาใส่ยุ้งต้องให้เจ้าของเอาขึ้นไปเอง พร้อมกับเอาใบยอ ใบคูน ใบเกล็ดลิ่น และเครือไส้ตันไปไว้ในยุ้งข้าวด้วย จากนั้นจึงขนข้าวอื่นๆ ขึ้นไปใส่ยุ้ง โดยใครจะช่วยขนก็ได้ ส่วนข้าวที่จะเก็บไว้ทำพันธุ์ก็เอาใส่ภาชนะไว้ต่างหากเก็บไว้จนถึงวันกินข้าวใหม่คือวัน 3 ค่ำ เดือน 3 ซึ่งจะตักข้าวออกจากยุ้งมากินได้ ทั้งนี้เพราะถือว่าเป็นวันดี ก่อนกินข้าวใหม่จะต้องเอาข้าวเปลือกไปทำทานถวายให้วัด แล้วเอาข้าวใหม่แจกจ่ายให้แก่ผู้ที่พวกเขาเคารพนับถือเสียก่อนจึงกินได้ ในช่วงที่มีการทำงานร่วมกันชาวบ้านมักเอาข้าว เอาครกตำข้าวไป (ปราณี วงศ์ยะรา. 2538 : 18) นำข้าวปลาอาหารไปหุงกินกันและพักค้างคืนในทุ่ง โดสร้างเถียงนาไว้เป็นที่พัก (สมชาย นิลอาธิ. 2541 : 14-21)

ด้วยภูมิปัญญา ประสบการณ์ที่สั่งสมมาจากการเรียนรู้จากบรรพบุรุษที่ถ่ายทอดมายังอนุชนรุ่นหลังรวมทั้งมีการพัฒนาเครื่องมือต่าง ๆที่ทุ่นแรงสดวก การปรับปรุงสายพันธ์ให้มีน้ำหนักมากขึ้นและต้นข้าวไม่สูงใหญ่จนสามารถปรับฤดูกาลปลูกข้าวได้มากขึ้นจากเดิมปลูกปีละครั้งมาเป็นปีละ 2 ครั้ง ปัจจุบันสามารถปลูกได้ 6 ครั้งใน 2ปี เป็นวงจรละประมาณ 4 เดือน คือ เริ่มหว่านเดือนที่ 1 ข้าวจะเริมตั้งท้องเมื่ออายุประมาณ 3 เดือน ระหว่างวันที่ 1 –5 ซึ่งจะมีระยะที่เป็นน้ำนมอยู่ประมาณ 10 - 15 วัน จะออกรวงหมดทุกต้น(110 –115 วัน) และสามารถเก็บเกี่ยวได้ประมาณวันที่25ของเดือนที่ 3 – วันที่ 5 ของเดือนที่ 4 (120 วัน) ต่อจากนั้น เริ่มเตรียมดินประมาณ 15 –25 วัน หว่านประมาณ เดือน 5 ซึ่งใช้วิธีที่เรียกว่านาหว่านน้ำตมคือกักเก็บน้ำขังไว้ในแปลงนาตลอดจนถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยว ซึ่งในปัจจุบันชาวปทุมธานีจะทำนาหว่านน้ำตม เพราะสามารถนำน้ำมาขังไว้ในนาได้ตลอดจนถึงฤดูเก็บเกี่ยว ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีการปลูกข้าวได้ตลอดปี



แผนภาพ แสดงวงจรการปลูกข้าว : สรุปจากประสบการณ์ผู้ปลูกข้าวในปัจจบัน

สารเคมี ปุ๋ย ยาฆ่าแมลงในนาข้าวและการปรับเปลี่ยนใช้ปุ๋ยชีวภาพ

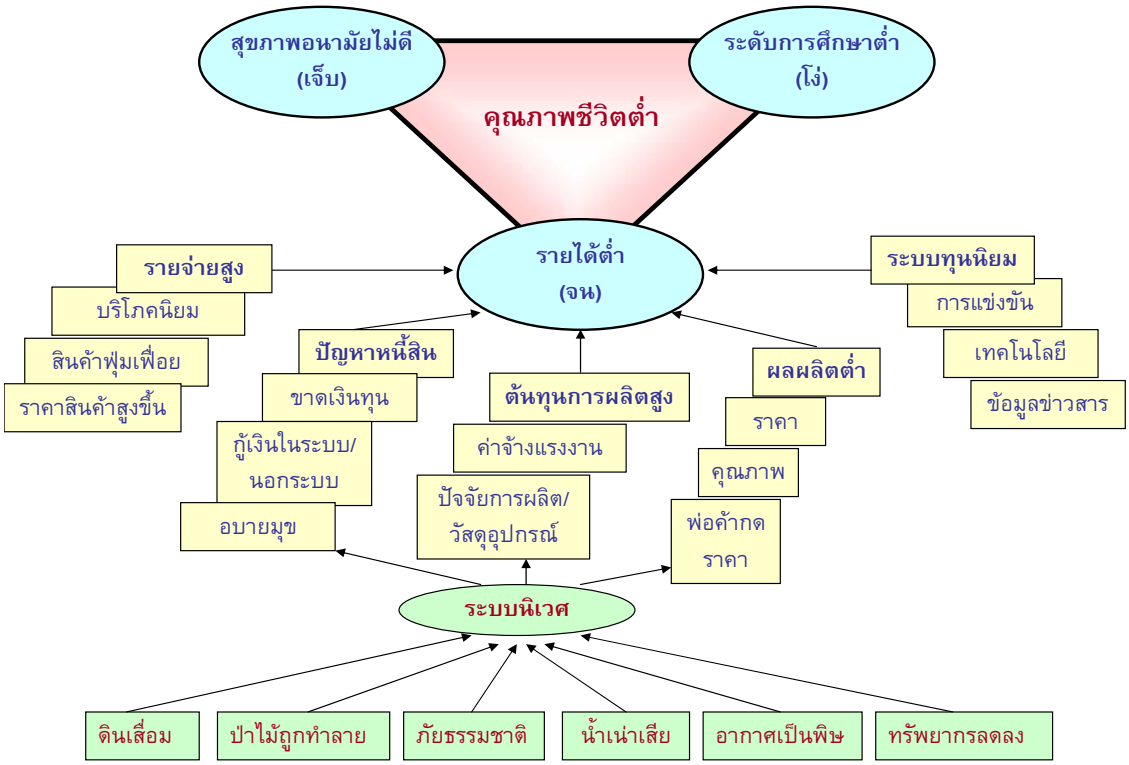
การปลูกข้าวเป็นเชิงพาณิชย์เพื่อให้ได้ผลผลิตเพื่อทำการค้า ดังนั้นชาวนาจึงใช้ปุ๋ยและสารเคมีและปุ๋ยเพื่อเพิ่มผลผลิตตั้งแต่เริ่มเตรียมดินจนกระทั่งก่อนหว่าน โดยหลังจากที่หว่านข้าวได้ 1 คืนชาวนาจะปล่อยน้ำในแปลงข้าวให้แห้ง ประมาณ 2 –4 วันจะฉีดยาคุมหญ้าที่เรียกว่า “โซฟิด ” หลังจากนั้น 2 –3 วันก็จะวิดน้ำใส่ในนาเพื่อให้หญ้าเน่าตายซึ่งอยู่ในระหว่าง 6 –10 วัน เพื่อให้หญ้าเน่าตาย

หลังจากฉีดยาปราบวัชพืชและหญ้าแล้วประมาณ 20 วันใส่ปุ๋ยสูตร 16 – 20 –0 และ 20-00 ในอัตราส่วนปุ๋ย 20 –0 –0 3ส่วน ปุ๋ย 16 – 20 – 0 1ส่วนในอัตราครึ่งลูกหรือ 25 กิโลกรัม : ไร่ หลังจากนั้น 5 วันจะฉีดยาฆ่าแมลงหรือป้องกันโรคและฮอร์โมนชนิดต่างๆ (ผสมกัน)

เมื่อข้าวอายุประมาณ 60 –65 วันใส่ปุ๋ยสูตร 16 – 20 –0 และ 20 – 0 –0 โดยนำปุ๋ยมาผสมหรือคลุกเข้ากันในอัตราส่วน 10 –15 กิโลกรัม : ไร่ ใส่ปุ๋ยได้ 1 –5 วันก็ฉีดยาฆ่าแมลงปละป้องกันโรคและฮอร์โมนเร่งการออกดอก *(จากข้อมูลชาวนาที่ปลูกข้าว.)*

ในปัจจุบันกระแสของอาหารปลอดสารพิษทำให้มีการส่งเสริมการใช้ปุ๋ยชีวภาพในนาข้าวซึ่งสามารถดำเนินการได้ตั้งแต่การเตรียมดิน (ทำเทือก) ในการเตรียมดินขั้นสุดท้ายหรือการทำให้หน้าดินเรียบเสมอ (ลูบเทือก) ก่อนที่จะลูปเทือกจะมีการใส่ปุ๋ยชีวภาพลงไปประมาณ 100 กิโลกรัมต่อไร่แล้วลูปเทือกกลบ วันรุ่งขึ้นก็จะหว่านข้าวที่เตรียมไว้พร้อมแล้วลงไปในแปลงนาซึ่งมีน้ำอยู่ประมาณ 3 – 5 เซนติเมตรปล่อยทิ้งไว้ 1 คืนแล้วระบายน้ำออก และทิ้งไว้อีก 5 วันจึงจะปล่อยน้ำเข้านาอีกครั้ง และเมื่ออายุข้าว 25 วันจะใส่ปุ๋ยครั้งที่ 2 และใส่ครั้งที่ 3 เมื่อข้าวเริ่มตั้งท้องมีรวงข้าวอ่อนในท้องประมาณ 2 เซนติเมตร โดยมีอัตราส่วน 1ไร่ต่อปุ๋ยชีวภาพไร่ละ 150 กิโลกรัมซึ่งจะทำให้ข้าวเม็ดใหญ่สมบูรณ์เมื่อสีเป็นข้าวสารสวยปลายข้าวน้อยและเม็ดไม่หัก แต่ข้อจำกัดของชาวนาปทุมธานีต่อการใช้ปุ๋ยชีวภาพทำให้มีโรคแมลงและโรคข้าวสูงและมีราคาสูงกว่าการใช้ปุ๋ยและสารเคมี

ดังนั้นการที่ชาวนาต้องใช้ปุ๋ยเคมีจึงทำให้เกิดปัญหาวัฏฏจักรแห่งความยากจน ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพ แสดงวัฏฏจักรแห่งความยากจนของชาวนาไทย

คติความเชื่อ : ประเพณีทำขวัญแม่โพสพ

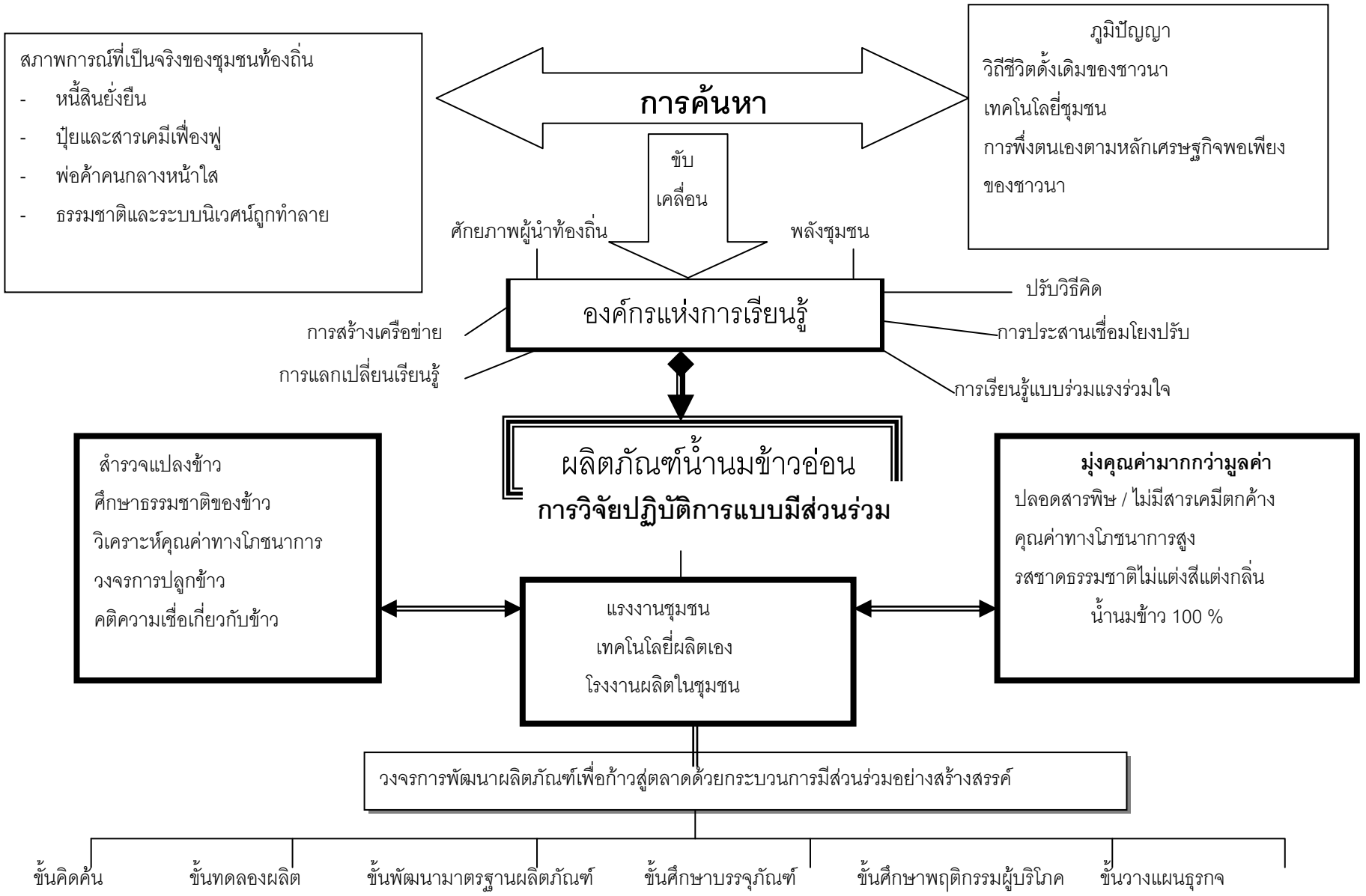
แม่โพสพ เทพธิดาแห่งข้าวที่ชาวนาจะมีรูปปั้นไว้บนหิ้งแทบทุกบ้านไว้บูชาเพื่อเป็นสิริมงคลทำให้ทำมาค้าขึ้นปลูกข้าวได้มากๆ ชาวนาจะไม่เหยียบย่ำแม่โพสพจะไม่ทิ้งขว้าง และจะมีพิธีทำขวัญข้าวซึ่งนิยมทำในวันศุกร์ เริ่มตั้งแต่**การทำขวัญนา** จะทำก่อนไถ 1 เดือนในวันศุกร์ตอนเย็น ชาวนาบางรายจะสร้างกระท่อมหรือกระต๊อบเล็กๆ เรียกว่า “เดียงนา” กว้างยาวประมาณ 1-2 เมตร จะใช้ใบจากทำหลังคา ใช้ระยะเวลาในการสร้าง 30 นาที พอสร้างเสร็จจะใช้จอบขุดหรือฟันดิน พร้อมทั้งหว่านเมล็ดข้าว ถั่วเขียว งา ขอให้เทวดาช่วยดลบันดาลให้ทำนางอกงาม ผลผลิตดีพร้อมกับปักดำด้วยสีต่าง ๆ บริเวณมุมที่นาแต่ละแห่ง และเมื่อรวงข้าวออกก็จะมีการทำพิธีอีกสองครั้งคือตอนข้าวออกดอกหรือระยะตั้งท้องกับครั้งที่สองตอนนวดข้าวเสร็จและเก็บข้าวเข้ายุ้งฉางเรียบร้อยแล้ว การทำขวัญข้าวหรือทำขวัญแม่โพสพครั้งแรกเป็นระยะที่ข้าวออกดอกหรือข้าวตั้งท้องชาวนาถือว่าต้นข้าวมีแม่โพสพประจำอยู่คอยปกป้องรักษาต้นข้าว ระยะที่ต้นข้าวออกดอกเปรียบเหมือนคนแพ้ท้องอยากกินอาหารต่างๆ วิธีการทำขวัญข้าวใช้ผู้หญิงนำอาหารเครื่องเซ่น (อาหารที่หาได้ในท้องถิ่นเช่น ปลา ไก่ ผักผลไม้ โดยเฉพาะผลไม้เปรี้ยวเช่นส้ม มะขาม) ใส่ชะลอมมีเฉลาปัก ธงสามสี แป้งหอม น้ำมันหอม หวีและกระจกไปที่หัวคันนาของแปลงนาที่ทำศาลไว้ในเวลาเช้าหรือเย็นก็ได้ โดยใช้ไม้ปักชะลอมใส่อาหารเครื่องเซ่นไว้ข้าวเสาของศาลที่สร้างขึ้นอย่างง่ายๆและธงสามสีไว้ที่ยอดเสา

โดยเฉพาะคนปทุมธานีมีความเชื่อในเรื่องของต้นข้าวที่ตั้งท้องจะไม่ตัด และเมื่อออกรวงในระยะแรกก็จะนำมาผลิตข้าวกระยาคูเพื่อถวายพระสงฆ์จะได้อานิสงส์สูง นอกจากนี้คนโบราณจะทำให้ลูกหลานรับประทานในช่วงปลายฝนต้นหนาวเพื่อป้องกันไข้หัวลม และถือว่าเป็นอาหารวิเศษ ผู้ใดมีวาสนาได้รับประทานจะรอดพ้นจากโรคภัย มีร่างกายแข็งแรงอุดมด้วยปัญญา

นอกจากน้ำนมข้าวแล้วชาวปทุมธานียังนำข้าวอ่อนมากวนจนเหนียวข้นและราดด้วยน้ำกะทิคล้ายขนมเปียกปูน และนำไปถวายพระถือเป็นอานิสงส์ของชาวนาโดยความเชื่อตามพุทธศาสนาที่ได้กล่าวถึงอัญญาโกณฑัญญะเป็นคนที่ทำน้ำนมข้าวถวายให้องค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าเสวยเป็นมื้อแรกหลังจากที่พระองค์ทรงตรัสรู้ ส่วนนางสุชาดาทำข้าวมะธุปายาสมาถวายด้วยโดยการนำข้าวอ่อนมาผสมกับนมและมะพร้าวโดยใช้สาวพรมจรรย์เป็นผู้กวน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าถึงแม้จะทราบว่าการทำน้ำนมข้าวจะมีผลต่อการยกระดับเศรษฐกิจแต่ชาวบ้านก็ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมความเชื่อที่จะไม่ตัดข้าวระยะตั้งท้อง แต่จะทำเพื่อเป็นการบูชาและเสริมศิริมงคล มากกว่า ดังนั้นจึงต้องสร้างความเชื่อความมั่นใจว่าการผลิตน้ำนมข้าวขึ้นมาก็เป็นกุศลให้กับผู้คนที่จะได้รับสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพแทนที่จะไปถวายภัตตาหารแต่พระสงฆ์เท่านั้น ขณะนี้ชุมชนร่วมมือกับกลุ่มนักศึกษาเอกพัฒนาชุมชนได้ร่วมกันคิดนำข้าวกระยาคูแต่ครั้งโบราณมาทำการปรับปรุงจนเป็นน้ำนมข้าวที่มีคุณค่า ซึ่งจะได้กล่าวถึงต่อไป

แผนภาพ แสดงการปฏิรูปการเรียนรู้สู่กระบวนการพัฒนาน้ำนมข้าวกระยาคู (ทุนการเรียนรู้ ทุนจริยธรรม ทุนแรงงาน ทุนธรรมชาติ ทุนปัญญา)



ภาคผนวก ข

ระบบการติดตามประเมินผลคุณภาพวิสาหกิจชุมชน
แบบตรวจประเมินคุณภาพ “กลุ่มวิสาหกิจชุมชน”

<u>ประเภทผลิตภัณฑ์</u>

- ☐ **1.อาหาร** (โปรดระบุสินค้าด้วย).....
- ☐ **2.หัตถกรรม** (โปรดระบุสินค้าด้วย).....
- ☐ **3.เกษตรกรรม** (โปรดระบุสินค้าด้วย).....
- ☐ **4.อุตสาหกรรม** (โปรดระบุสินค้าด้วย).....
- ☐ **5.การท่องเที่ยว** (โปรดระบุสินค้าด้วย).....
- ☐ **6.อื่น ๆ** (โปรดระบุสินค้าด้วย).....

ชื่อกลุ่ม.....
ที่อยู่ (ผู้ผลิต/กลุ่ม)..... **หมู่ที่**.....**ตำบล**.....
อำเภอ.....**จังหวัด**.....**โทรศัพท์**.....

ชื่อผู้ตรวจประเมิน .....

วันที่ตรวจ .....

ความถี่ในการทำกิจกรรมต่อไปนี้

โปรดระบุความถี่ในการทำกิจกรรม เช่น

- ทำทุกวัน/ทุกครั้งที่ผลิต
- ทุกอาทิตย์
- ทุกเดือน
- ฯลฯ

ประเด็นการตรวจประเมิน	ไม่ปฏิบัติ	มีการปฏิบัติ (โปรดระบุความถี่)
1.การควบคุมกระบวนการผลิต		
1. มีการวางแผนก่อนการผลิต		
2. มีการชั่ง/ตวงหรือกำหนดสัดส่วนส่วนประกอบในการผลิต		
3. มีการจัดหา/จัดซื้อวัตถุดิบในการผลิต		
4. มีการคัดเลือกวัตถุดิบก่อนการผลิต เช่นเชื้อรา แมลง สิ่งปลอมปน		
5. มีการทำความสะอาด/ฆ่าเชื่อวัตถุดิบก่อนนำไปผลิต		
6. มีการทำความสะอาดอาคารสถานที่ผลิต		
7. มีการทำความสะอาดเครื่องมือ และอุปกรณ์ในการผลิตก่อนและหลังใช้งาน		
8. มีการจัดเก็บเครื่องมือ/อุปกรณ์แยกเป็นหมวดหมู่		
9. มีการทำลายของเสียที่เกิดจากการผลิต		
10. สุขลักษณะของสถานที่และอุปกรณ์การผลิต		
(1) มีการแยกสถานที่/อาคารที่ผลิตเป็นสัดส่วนจากที่พักอาศัย		
(2) มีการติดมุ้งลวดสถานที่/อาคารที่ผลิต		
(3) มีการแยกห้องน้ำ/ห้องส้วมออกจากอาคารที่ผลิต		
(4) มีการแยกภาชนะในการรองรับขยะ/สารเคมี		
(5) มีชั้นวางวัตถุดิบและภาชนะที่ใช้ในการบรรจุ		
(6) มีโต๊ะที่ใช้ในกระบวนการผลิต		
(7) มีช่องระบายอากาศ		
(8) มีแสงสว่างเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน		
(9) มีการแยกภาชนะสำหรับใส่อาหาร สารเคมีและสิ่งที่ไม่ใช่อาหาร		
11. สุขลักษณะของบุคลากร		
(1) มีการสวมเสื้อกันเปื้อนขณะปฏิบัติงาน		
(2) มีการสวมถุงมือขณะปฏิบัติงาน		

ประเด็นการตรวจประเมิน	ไม่ปฏิบัติ	มีการปฏิบัติ (โปรดระบุความถี่)
(3) มีการสวมหมวกคลุมผมหรือตาข่ายคลุมผมขณะปฏิบัติงาน (4) มีการทำความสะอาดล้างมือก่อนการผลิต (5) มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ในการผลิต		
2. ระบบการเงิน-บัญชี 12) มีการบันทึกรายจ่ายในการซื้อวัตถุดิบ 13) มีการบันทึกรายได้จากการขาย 14) มีการเช็คยอดบัญชี(ต้นทุน-กำไร) 15) มีการจ่ายค่าตอบแทนแก่สมาชิก/ผู้ปฏิบัติงาน		
3. ระบบการควบคุมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ 16) มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 17) มีการพัฒนา/ปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ 18) มีการจัดทำฉลากรายละเอียดของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ เช่น คุณประโยชน์ คุณสมบัติ 19) มีการตรวจเช็คคุณภาพของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาด หีบห่อ 20) มีการระบุวัน/เดือน/ปีที่ผลิตและหมดอายุของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ 21) มีการควบคุมการขนส่งสินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่สะอาดปลอดภัย (1) มีภาชนะในการบรรจุสินค้า/ผลิตภัณฑ์ในการขนส่ง (2) มีการตรวจเช็คสินค้า/ผลิตภัณฑ์ก่อนการส่งมอบ (3) มีพาหนะในการขนส่ง		
4. การพัฒนาการตลาด 22) มีการสั่งสินค้า/ใบสิ่งสินค้า/ผลิตภัณฑ์ 23) มีการจัดส่งสินค้า 24) มีพ่อค้าคนกลางมาซื้อ/สั่งสินค้า/ผลิตภัณฑ์ 25) มีการนำสินค้า/ผลิตภัณฑ์ไปขายในตลาดชุมชน 26) มีการนำสินค้า/ผลิตภัณฑ์ไปขายในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ 27) มีการหาช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น		
5. การพัฒนาบุคลากร 28) มีการพัฒนาส่งเสริมความรู้และทักษะฝีมือในการผลิต 29) มีการศึกษาและอบรมเพิ่มเติมในการพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ 30) มีการศึกษาและอบรมเพิ่มเติมในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย 31) มีการศึกษาและอบรมเพิ่มเติมในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์		

ประเด็นการตรวจประเมิน	ไม่ปฏิบัติ	มีการปฏิบัติ (โปรดระบุความถี่)
6. การเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ 32) มีการไปศึกษาดูงานในสถานที่ต่าง ๆ 33) มีการส่งบุคลากรไปฝึกอบรมเทคโนโลยีใหม่ ๆ 34) มีการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีในกลุ่มผู้ผลิต		
7. ระบบการควบคุมภายใน 35) มีการตรวจนับสินค้า/ผลิตภัณฑ์ 36) มีการบันทึกการรับเข้า-จ่ายออกของสินค้า/ผลิตภัณฑ์ 37) มีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงาน 38) มีการประชุมร่วมกัน		