

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 กระบวนการผลิต
- 2.2 การจำแนกต้นทุนการผลิต
- 2.3 การลดต้นทุนการผลิต
- 2.4 ความเหมาะสมของกระบวนการผลิต
- 2.5 วิธีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น
  - 2.5.1 ลักษณะประชากร
  - 2.5.2 ปัญหาการผลิตและการออกแบบ
- 2.6 ลักษณะของสิ่งแวดล้อมการทำงาน
  - 2.6.1 ด้านการจัดการ
  - 2.6.2 ด้านการผลิต
  - 2.6.3 ด้านคุณภาพและมาตรฐาน
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญา
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 กระบวนการผลิต

##### 2.1.1 ความหมายของกระบวนการผลิต

ลัดดา สุขปรีดา (2532 : 8-9) ได้กล่าวถึง กระบวนการผลิตในชุมชน ประกอบด้วยพื้นฐาน

3 ประการ คือ

1. ทรัพยากร (Input) หมายถึง จุดมุ่งหมายและวัตถุดิบที่ได้
2. กระบวนการ (Process) หมายถึง การดำเนินการนำทรัพยากรหรือวัตถุดิบมาจัดสรรให้เป็นกระบวนการที่เหมาะสม
3. ผลที่ได้รับ (Output) หมายถึง หลังจากวัตถุดิบที่ป้อนเข้าไป (Input) ผ่านกระบวนการ (Process) แล้วจะได้ผลออกมา (Output)

ทั้งนี้นอกจากองค์ประกอบทั้ง 3 ส่วนแล้ว ยังต้องมีความสัมพันธ์กันจึงจะทำให้ผลที่ได้รับมีประสิทธิภาพ การตรวจสอบประสิทธิภาพของระบบ โดยอาศัยการประเมินผลจากผลที่ได้รับ (Output) หลังจากการประเมินผลแล้วจะเป็นข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) มาตรวจสอบองค์ประกอบทั้ง 3 ว่ามีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด

พัทยา สายหู และคนอื่นๆ (2534 : 221-222) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีของกระบวนการผลิตในระบบผลิตเชิงธุรกิจ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

1. ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ คน วัสดุ เงินทุน เทคนิคและวิธีการจัดการ
2. กระบวนการผลิต ได้แก่ การเตรียมวัสดุ การผลิต การควบคุมกระบวนการผลิต การขนย้าย และการบรรจุผลิตภัณฑ์

3. ผลลัพธ์ ซึ่งผลลัพธ์ทางตรง ได้แก่ ผลผลิต ผลิตภัณฑ์ ผลลัพธ์ ทางอ้อม ได้แก่ ผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และทรัพยากร

รวมทั้งกระบวนการผลิตของชุมชน ยังมีปัจจัยที่สนับสนุนการผลิต ได้แก่ ผู้รู้ การฝึกอบรม และการถ่ายทอดความรู้

สรุปได้ว่า กระบวนการผลิต หมายถึง การนำทรัพยากรหรือวัตถุดิบมาจัดสรรโดยผ่านกระบวนการที่เหมาะสม แล้วจะได้ผลผลิตออกมา ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ คน วัสดุ การผลิต การควบคุมกระบวนการผลิต การขนย้ายและการบรรจุภัณฑ์ ผลผลิตหรือผลลัพธ์ทางตรง ได้แก่ ผลผลิต ผลิตภัณฑ์ ทางอ้อม ได้แก่ ผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและทรัพยากร (สำราญ พรพลทอง, 2548 : 12)

## 2.2 การจำแนกต้นทุนการผลิต

ในการวิจัยเพื่อลดต้นทุนการผลิต ต้องมีการศึกษาต้นทุนของการผลิตเพื่อทราบต้นทุนที่แท้จริงด้วยการจำแนกต้นทุนต่าง ๆ เพื่อนำไปจัดทำบัญชีต้นทุน การผลิตผ่านบาติกระบายสี ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (เพียงจันทร์ จริงจิตร. 2536 : 30 – 35)

### 2.2.1 ระบบต้นทุนการผลิต

อัตราผลิตภาพ (productivity) เป็นอัตราที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากกระบวนการผลิตกับทรัพยากรที่ใช้ไปในการผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์นั้น การเปลี่ยนแปลงของอัตราผลิตภาพจะเกิดขึ้นก็เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ออกมาจากกระบวนการผลิตหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต

อัตราผลิตภาพสามารถแสดงให้เห็นได้ในรูปอัตราส่วนหรือสมการระหว่างผลิตผลที่ได้มาจากกระบวนการผลิต (out-put) ต่อทรัพยากรที่ใช้ไปหรือปัจจัยนำเข้า (in-put) ดังต่อไปนี้

$$\text{อัตราผลิตภาพ} = \frac{\text{ผลิตผลที่ออกมาจากกระบวนการผลิตซึ่งอาจเป็นได้ทั้งสินค้าหรือบริการ (out-put)}}{\text{ทรัพยากรที่ใช้ไปหรือปัจจัยนำเข้าทั้งหมด (in-put)}}$$

productivity

In-put นั้น ประกอบด้วย กำลังแรงงาน วัสดุดิบ ทูน พลังงาน และตลอดจนเครื่องมือหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ จะเห็นได้ว่า อัตราผลิตภาพนั้นก็คือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่าของผลิตผล ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งสินค้าหรือบริการที่ผลิตออกมาต่อมูลค่าของทรัพยากรต่าง ๆ อันเป็นปัจจัยนำเข้าทั้งหลายที่ใช้ไปในกระบวนการผลิต กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ อัตราผลิตภาพเท่ากับ ผลิตผล (out-put) หารด้วยปัจจัยการผลิต (in-put) นั่นเอง

ในการวัดผลิตภาพดังกล่าวนี้จะต้องวัดถึงความสัมพันธ์ระหว่างผลิตผลและทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตโดยสามารถวัดหรือกำหนดค่าให้ผลิตผล (out-put) และทรัพยากรที่ใช้ผลิต (in-put) 2 แบบ คือ

การวัดในเชิงกายภาพ คือ การวัดโดยการกำหนดเป็นชิ้น น้ำหนัก เวลา หรือจำนวนคน

การวัดในเชิงมูลค่า คือ การวัดในรูปแบบเชิงเศรษฐศาสตร์ ตัวเลข รายรับ จ่าย

## 2.2.2 ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิต หมายถึง ยอดรวมค่าใช้จ่ายสำหรับการแปรรูปหรือแปรสภาพวัสดุดิบเพื่อผลิตภัก์อย่างหนึ่ง หลักการในการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตคือแยกค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการผลิตออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ วัสดุดิบทางตรง ค่าแรงทางตรง และค่าใส่หุ่ยการผลิต การจัดแยกประเภทเช่นนี้จะให้รายละเอียดแก่ฝ่ายบริหารในการนำไปคำนวณราคาสินค้าคงเหลือและคำนวณต้นทุนขายของสินค้าเพื่อวัดผลการดำเนินงาน สำหรับองค์ประกอบของต้นทุนการผลิตมีดังต่อไปนี้

2.2.2.1 ต้นทุนวัสดุดิบทางตรง คือ ต้นทุนค่าวัสดุดิบที่เป็นส่วนสำคัญของการผลิตสินค้านั้นโดยตรง

2.2.2.2 ต้นทุนแรงงานทางตรง คือ จำนวนเงินที่กิจการได้จ่ายเป็นค่าตอบแทนแรงงานในการเปลี่ยนสภาพวัสดุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปโดยตรง การจ่ายค่าแรงอาจจะอยู่ในรูปต่าง ๆ

2.2.2.3 ต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ คือ ต้นทุนการผลิตอื่นที่เกิดขึ้นทั้งหมด แบ่งออกเป็น 3 ประเภทย่อย คือ

(1) วัตถุดิบทางอ้อม คือ ต้นทุนค่าวัตถุดิบที่มีใช้ส่วนสำคัญโดยตรงในการผลิต แต่มีส่วนช่วยในการผลิตนั้นให้สำเร็จลงได้

(2) แรงงานทางอ้อม คือ ค่าแรงงานที่ไม่ได้ใช้หรือเกี่ยวข้องกับการผลิตโดยตรง

(3) ค่าใช้จ่ายทางอ้อมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตในโรงงาน เช่น พลังงานไฟฟ้า แก๊ส น้ำ ค่าขนส่ง ค่าติดต่อประสานงาน

## 2.3 การลดต้นทุนการผลิต

### 2.3.1 การศึกษาการทำงาน (เพียงจันทร์ จริ่งจิตร. 2536 : 43 – 44)

ซึ่งเป็นวิธีการที่ลดเวลาการทำงานแต่ละขั้นตอน เป็นผลทำให้ต้นทุนการผลิตในส่วนต้นทุนค่าแรงงานทางตรงและต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ลดลง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

2.3.1.1 การศึกษาวิธีการทำงาน (method study) เป็นการศึกษาขั้นตอนและวิธีการผลิตโดยจัดการเคลื่อนไหวหรือการทำงานที่ไม่จำเป็นออกไปแล้วทำการเปลี่ยนขั้นตอนและวิธีการทำงานใหม่ การลดต้นทุนการผลิตด้วยวิธีการศึกษาการทำงานนี้เป็นการลดต้นทุนทางด้านแรงงานทางตรง โดยศึกษาถึงการทำงานของบุคคลและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น โครงร่างของมนุษย์ การจัดตำแหน่งสิ่งของในสถานที่ปฏิบัติงาน ตำแหน่งการนั่ง-ยืนของพนักงาน เป็นต้น เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น ในการศึกษาการทำงานนี้ทำได้โดยการใช้แผนภูมิกระบวนการผลิต

2.3.1.2 การวัดผลงาน (work measurement) เป็นการหาเวลาการทำงานของแต่ละขั้นตอนคำนวณหาเวลามาตรฐานในการทำงานของพนักงานในเวลาที่สามารถปฏิบัติงานได้โดยไม่เมื่อยล้า

### 2.3.2 การลดต้นทุนการผลิต (Katayama. 1999 : 1 – 149)

2.3.2.1 การสั่งงาน คือ การแบ่งงานและสั่งงานที่จำเป็นสำหรับการผลิตให้กับผู้ปฏิบัติงานและเครื่องจักร การสั่งงานมักจะใช้ใบสั่งงาน ซึ่งจะแสดงไว้ที่แผงควบคุมการปฏิบัติงานของหน่วยงานนั้นประกอบด้วยรายละเอียดลักษณะงาน คน และเครื่องจักรที่ปฏิบัติงาน การเตรียมวัสดุชิ้นส่วนต่าง ๆ เครื่องมือในการผลิต และการตรวจสอบ

2.3.2.2 การควบคุมความก้าวหน้าของงาน คือ การควบคุมดูแลงานที่วางแผนไว้มีความก้าวหน้าตามแผนงาน เครื่องมือที่ใช้ในการควบคุม ได้แก่ ตารางหรือกราฟแสดงความก้าวหน้าของงาน

2.3.2.3 การควบคุมผลผลิต ผู้ควบคุมการผลิตจะต้องรู้สภาพผลผลิตและคุณภาพของผลผลิตอย่างต่อเนื่อง

2.3.2.4 การทำรายงานการควบคุมการผลิตต้องมีระบบป้อนกลับจากหน่วยปฏิบัติงาน ดังนั้น จึงต้องมีการทำรายงานในแต่ละขั้นตอนการผลิตว่ามีผลงานในแง่ของผลผลิตที่ได้คุณภาพ ต้นทุนผลิตอัตราการทำงานของคนและเครื่องจักร เป็นต้น

### 2.3.3 การลดต้นทุนวัตถุดิบและอุปกรณ์การผลิต (Akiyama. 1998 : 26)

การลดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผ่านบาติกระบายสี ได้แนวความคิดด้านการลดต้นทุน โดยใช้การวิเคราะห์วัสดุหรือวิศวกรรมคุณค่า (value engineering) มี 3 ขั้นตอนดังนี้

#### 2.3.3.1 การกำหนดค่าจำกัดความของประโยชน์การใช้งาน

การวางแผนเพื่อกำหนดความต้องการของการใช้ โดยการนำแผนการผลิตผลิตภัณฑ์มาแยกตัวออกเป็นส่วน ๆ องค์ประกอบหลักและหาว่าส่วนประกอบต่าง ๆ แต่ละชนิดนั้นจะต้องนำไปใช้ในการผลิตเป็นปริมาณจำนวนเท่าใดต่อการผลิตหนึ่งหน่วย เพื่อคำนวณหาได้ว่า ความต้องการในการใช้วัตถุดิบ ซึ่งเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์แต่ละส่วนนั้นเป็นจำนวนเท่าใดในแต่ละช่วงระยะเวลาของการผลิตหนึ่ง ๆ จากนั้นก็สามารถออกไปสั่งซื้อวัสดุนั้น ๆ ในปริมาณที่เหมาะสมกับระยะเวลาแต่ละช่วงซึ่งเป็นการลดการสูญเสียของวัตถุดิบได้โดยตรง

#### 2.3.3.2 การประเมินประโยชน์การใช้งาน

คือ กล่าวคือเป็นการวิเคราะห์การใช้วัตถุดิบว่ามีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการผลิตหรือมีคุณสมบัติเหมาะสมกับผลผลิตในการนำไปใช้งานหรือไม่ เราสามารถที่จะเลือกใช้วัตถุดิบชนิดอื่นที่มีคุณสมบัติที่ดีเยี่ยมหรือดีกว่า แต่มีราคาต้นทุนถูกกว่าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตในปัจจุบันหรือไม่หรือมีวัตถุดิบชนิดใดบ้างที่นำมาใช้ในการผลิตและจะเกิดการสูญเสียในกระบวนการผลิตน้อยลง และทำให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพดีขึ้นหรือไม่

#### 2.3.3.3 การจัดทำข้อเสนอใช้ทดแทน

ขจัดการสูญเสียของวัตถุดิบด้วยการเปลี่ยนวิธีการผลิต เพื่อให้ของเสียจากกระบวนการผลิตลดลง จัดระบบของการจัดเก็บและควบคุมวัสดุคงคลังให้มีประสิทธิภาพเพื่อการลดการค้างค้างของวัสดุที่เก็บอยู่ในคลัง ซึ่งนอกจากจะทำให้ง่ายต่อการทำงานของพนักงานแล้วจะช่วยลดเวลาในการตรวจสอบหรือลดปริมาณวัสดุที่เสื่อมคุณภาพอันเนื่องมาจากถูกทิ้งให้ค้างอยู่ในคลังเป็นเวลานานเกินไปอีกด้วย

การนำวัตถุดิบที่ผ่านการใช้งานแล้วกลับมาใช้ใหม่ เป็นการนำวัสดุที่บกพร่องจากการผลิตหรือวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้เป็นวัตถุดิบอีกครั้งหนึ่งในการผลิต

**2.3.4 การลดต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการผลิตด้านทรัพยากรพลังงาน โดยใช้**  
การศึกษาระยะเวลาที่พลังงาน โซลาร์ ฮีทปั๊ม (อ้างอิงใน พลชัย ลิ้มวิภาวัฒน์ และคณะ. 2530 : 223 – 225)

พลังงาน จัดเป็นต้นทุนอย่างหนึ่งของกระบวนการผลิต เพราะฉะนั้นการบริหารการใช้พลังงานเพื่อให้เกิดการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าหรือการลดความสูญเสียพลังงานโดยไม่จำเป็น จึงเป็นการประหยัดพลังงานและทำให้เพิ่มผลผลิตในองค์การได้

การบริหารการใช้พลังงานจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการในการประหยัดพลังงานต่าง ๆ เช่น การใช้พลังงานไฟฟ้าในสำนักงาน โรงงาน หรือกระบวนการผลิต การใช้เชื้อเพลิงในการเดินเครื่องจักร หรือการลดพลังงานความร้อนที่สูญเสียเปล่า

วิธีการในการประหยัดพลังงาน มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

2.3.4.1 กำหนดส่วนที่จะต้องประหยัดพลังงาน

2.3.4.2 จัดลำดับความสำคัญของส่วนงานต่าง ๆ ในระบบการผลิตที่สามารถประหยัดพลังงานได้ก่อน

2.3.4.3 ศึกษาและวิเคราะห์แต่ละส่วนงานที่สามารถประหยัดพลังงานได้ตามลำดับความสำคัญ

2.3.4.4 พัฒนาและหาวิธีการวัดผลการประหยัดพลังงาน

2.3.4.5 ดำเนินการตามวิธีการประหยัดพลังงานที่คิดค้นและพัฒนาขึ้นมาได้

2.3.4.6 ติดตามหลังการดำเนินงานในการประหยัดพลังงาน

2.3.4.7 รายงานการประหยัดพลังงานในส่วนของการเพิ่มอัตราผลิตภาพด้านวัตถุดิบงาน เงินลงทุน พลังงาน และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

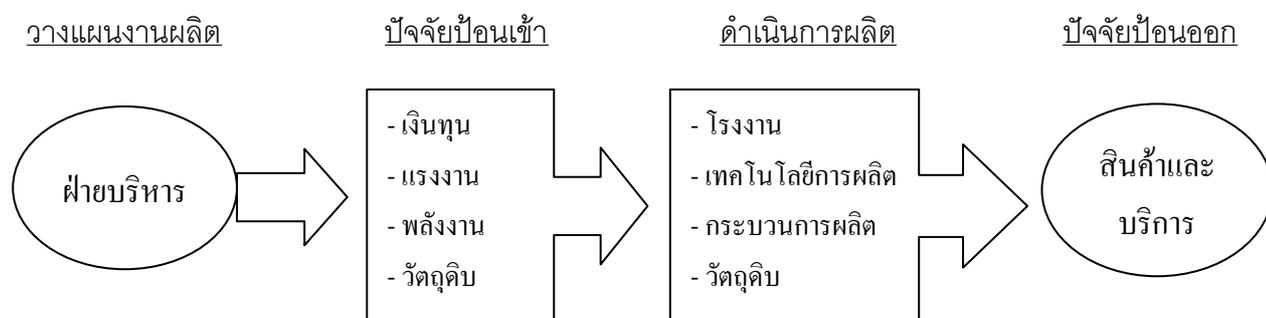
การเพิ่มผลผลิตจากเทคนิคการประหยัดพลังงานนั้นจะขึ้นกับอัตราส่วนที่สามารถประหยัดได้ต่อค่าของการลงทุน ถ้าอัตราส่วนนี้มีค่าสูงมากเท่าใดก็หมายถึงว่า การเพิ่มผลผลิตเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

## 2.4 ความเหมาะสมของกระบวนการผลิต

### 2.4.1 องค์ประกอบของกระบวนการผลิต

ธีรวุฒิ บุญโสภณ และวีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2540 : 60 – 61) กล่าวว่า การใช้หลักการจัดระบบงานมาช่วยในการบริหารการผลิต ประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายผลิต ฝ่ายวิศวกร ฝ่ายการเงิน ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบุคคล เป็นต้น จะต้องประสานงานให้สอดคล้องกัน มีการควบคุมภายในสายงาน จะช่วยให้รักษากระบวนการดำเนินงานให้คล่องตัว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การผลิต คือ การเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบต่าง ๆ มาเป็นสินค้าและบริการ โดยมีองค์ประกอบหลัก คือ เงินทุน แรงงาน เครื่องจักรและอุปกรณ์ และพลังงาน เป็นปัจจัยช่วยในกระบวนการผลิต ดังนี้



ภาพที่ 2.1 ปัจจัยในการผลิต

### 2.4.2 การควบคุมกระบวนการผลิต

ธีรวุฒิ บุญโสภณ และวีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2540 : 60 – 61) กล่าวถึงการควบคุมกระบวนการผลิต เพื่อให้เหมาะสมกับการผลิตและองค์ประกอบต่าง ๆ ของกระบวนการผลิต สอดคล้องกับการประเมินเรื่องความเหมาะสมของกระบวนการผลิตไว้ว่าจุดประสงค์ของการควบคุมกระบวนการผลิต คือ เพื่อรักษาความสม่ำเสมอของการไหลของวัตถุดิบให้ผ่านกระบวนการไปอย่างรวดเร็วจนกระทั่งเป็นผลสำเร็จด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุดและเวลาการผลิตน้อยที่สุด ผลผลิตที่ได้ตามนี้จำเป็นต้องมีการประสานงานกันอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างปัจจัยในการผลิตทั้งหมด 4 ประเด็น คือ

- (1) วัตถุดิบ
- (2) อุปกรณ์การผลิต
- (3) แรงงาน
- (4) กรรมวิธีการผลิต

## 2.5 วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น

กระบวนการสร้างรายได้ด้วยการพึ่งตนเองเป็นแนวคิดที่เน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้านหรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ (Product) และตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์นี้โดยเฉพาะ โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self-reliance) เป็นหลัก ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องในขบวนการนี้จำเป็นต้องอุทิศพลังงาน (Energy) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และความปรารถนา (Desire) ที่จะใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะสร้างการกินดีอยู่ดีและคุณภาพชีวิตมุ่งสู่ตลาดสากล พร้อม ๆ กับการเน้นท้องถิ่น สิทธิธรรมาภิบาล, 2547 : 16 – 21

ขบวนการนี้พยายามที่จะเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะของท้องถิ่นเป็นหลักให้เข้าสู่มาตรฐานสากล เพื่อจะขยายขอบเขตตลาดไปสู่ตลาดโลก เสริมกับการตลาดในประเทศ การคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แต่ละท้องถิ่นผลิตขึ้นให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ มีการจัดการทางด้านการตลาดอย่างเหมาะสม สามารถเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนนั้น ๆ ได้ทางหนึ่ง โดยที่คนในท้องถิ่นให้ความร่วมมือร่วมใจกันให้คำแนะนำและให้กำลังใจซึ่งกันและกัน มีจุดประสงค์ไปในทางเดียวกัน จึงจะสามารถทำให้ความคิดนั้น ๆ สำเร็จได้ สิ่งที่มีมองเห็นได้ชัดก็คือ การคิดค้นและการสร้างผลิตภัณฑ์บนรากฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม สิ่งที่มีมองไม่เห็นคือพลังแห่งความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในท้องถิ่นซึ่งจะเกิดจากความเชื่อมั่นซึ่งกันและกันนั่นเอง

แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นนี้เป็นการสืบสายวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมให้คงอยู่ตลอดไป สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนรุ่นต่อ ๆ ไป แนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกันกับธรรมชาติจะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตให้สูงขึ้น อยู่กับธรรมชาติอย่างชาญฉลาดและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ช่วยสร้างกำลังใจให้เกิดขึ้น รวมทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับหน่วยงานที่จะให้การสนับสนุนแนวทางการพัฒนานี้จึงเป็นแนวทางการส่งเสริมและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารการจัดการ และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านการผลิต ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาชนบท เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมายของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรและวางรากฐานที่สำคัญของประเทศและสังคมไทย

แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภทเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว นอกจากนี้กิจกรรมทางเศรษฐกิจ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” นี้จะเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เกิดการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์

การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนา (Unit of Development) เบื้องต้น และรวมเป็นเครือข่ายภายใต้ตำบล

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ถือเป็น การปรับปรุงและพัฒนา มาจากการนำแนวคิดของอุตสาหกรรมในครัวเรือนที่ทำเฉพาะในครัวเรือนนำมาพัฒนาให้เป็นระบบของธุรกิจชุมชนที่มีวัตถุประสงค์ การรวมกลุ่ม การบริหารจัดการ และการมีส่วนร่วมของสมาชิก มารวมกันในรูปแบบของธุรกิจเพื่อชุมชนของตนเอง

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางอันหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน จะสามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย และสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก ประกอบด้วยหลักการ 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พุ่มพักประชาชนให้สู้ชีวิตด้วยความท้าทายและจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

หลักการของขบวนการนี้ ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุน (Subsidy) แก่ท้องถิ่น เพราะมักจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเอง รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนแก่ชุมชนต่าง ๆ ด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือในด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการตลาดท้องถิ่นจะได้รับความช่วยเหลือเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์อย่างเต็มที่ เช่น จากศูนย์วิจัยและแนะแนวทางการเกษตรและประมง (Agricultural and Marine Product Processing Research and Guidance Center) ในด้านการตลาด เพื่อจะเพิ่มยอดขาย อาจจัดตั้งบริษัทหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Product Corporation) เพื่อให้เป็นช่องทางในการกระจายสินค้าสู่ตลาด 4 ประการ

แนวนโยบายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วยนโยบายหลัก 3 ประการ ดังนี้

1. มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นต้องมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะ เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศและตลาดโลก

2. การมีเอกลักษณ์เป็นที่ยอมรับเพียงหนึ่งเดียว ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องอย่างเหมาะสมไม่ซ้ำแบบกัน และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับทั่วไป

3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการ โดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

กิจกรรมหลักของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบไปด้วย กิจกรรมหลัก 3 ประการ

1. การขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และเป็นจุดเด่นของท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพเพื่อขยายตลาดออกสู่เครือข่ายท้องถิ่น ภาคเมือง และตลาดโลก

2. การผลิตและคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่นโดยอาศัยความรู้ความสามารถของคนในชุมชน ให้ความร่วมมือรับผิดชอบมีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง กรม และกอง ให้คำแนะนำและคอยให้การสนับสนุนในด้านของเทคโนโลยีและการคิดค้นอุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ

3. การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น ในท้องถิ่นนั้น ๆ ต้องมีการคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ สามารถมองการณ์ไกล สามารถวางแผนงานในระยะยาวเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น และเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อช่วยกันแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตขึ้น

ขั้นตอนในการดำเนินงานของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเรียนรู้และสร้างสรรค์ ประกอบด้วยกิจกรรม การสนับสนุนการสร้างสรรค์และประชาสัมพันธ์ การเปิดตัวต่อสาธารณะ การฝึกอบรม และการประกาศเกียรติคุณ

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยกิจกรรมกำหนดผลิตภัณฑ์เป้าหมาย และวิธีการผลิต การทำวิจัย และการผลิต

ขั้นตอนที่ 3 การกระจายสินค้า ประกอบด้วย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การประเมินความต้องการของตลาด และการจำหน่ายสินค้า อ้างใน กรมพัฒนาชุมชน 2544 : 1 – 13

การเลือกผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐาน หลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์เป็น 1 ใน 8 ของคณะอนุกรรมการส่วนกลางที่แต่งตั้งโดยคณะกรรมการอำนาจการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) มีมติในการประชุมครั้งที่ 1/2544 เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2544 กำหนดเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์

หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสินค้า และกลุ่มศิลปวัฒนธรรม สถานที่และ บริการ ซึ่ง กอ.นตผ. ได้มีมติเห็นชอบแล้วเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2544

หลักเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ที่จะกล่าวต่อไปนี้ใช้ในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม สินค้าที่ผลิตโดยชุมชนเท่านั้น ซึ่งชุมชนในที่นี้จะนิยามในความหมายถึงกลุ่มคนที่มีการรวมกลุ่มกันประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งที่จัด ทะเบียนอย่างเป็นทางการ หรือที่ไม่มีการจดทะเบียนเป็นการรวมกลุ่มเองโดยธรรมชาติ ได้แก่ กลุ่ม ชมรม สมาคม สหกรณ์ และมูลนิธิ เป็นต้น

หลักเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” มีหลัก 5 ประการ

1. เกณฑ์เบื้องต้น เป็นเกณฑ์ที่สินค้าทุกประเภทที่นำมาพิจารณาจะต้องผ่าน ก่อน ซึ่งจะต้องเป็นสินค้าที่ไม่มีลักษณะข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้

- 1) วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ 100%
- 2) วัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นของผิดกฎหมายหรือเลียงพาณิชย์
- 3) เป็นสินค้าที่เลียนแบบหรือละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
- 4) เป็นสินค้าที่ก่อให้เกิดอันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม

2. เกณฑ์ที่นำมาใช้ในการคัดเลือกสินค้าที่มีศักยภาพหรือมีความพร้อมที่จะขึ้น บัญชีโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เกณฑ์ที่นำมาพิจารณาแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ

1. ด้านตัวสินค้า ประกอบด้วย ปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ คือ ปัจจัยที่ใช้ในการผลิต แบ่งเป็นสัดส่วนการใช้วัตถุดิบในการผลิต หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตที่ได้มาจาก พื้นที่ในจังหวัดนั้น ๆ ต่อปริมาณวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิต (อาจคิดในแง่ของมูลค่าวัตถุดิบ หรือปริมาณก็ได้)

2. การผลิตแบ่งเป็น การพัฒนาแบบสินค้า หมายถึง แบบของสินค้าที่ชุมชน ผลิตอยู่ในปัจจุบันว่ามีความแตกต่างไปจากสินค้าดั้งเดิมหรือไม่ มากน้อยเพียงใด แบ่งเป็น 2 ประการ

1) คุณภาพสินค้า หมายถึง สินค้าที่มีคุณภาพสนองความต้องการของ ผู้บริโภคได้ แบ่งการพิจารณาเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสินค้าที่ต้องได้รับการรับรองคุณภาพจาก คณะกรรมการอาหารและยา และส่วนที่เป็นสินค้าทั่วไป กรณีของสินค้าทั่วไปจะต้องมีเอกสารและ แสดงที่ชัดเจน

2) กระบวนการผลิตต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง กรรมวิธี กระบวนการผลิตที่ชุมชนใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการนั้น มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชนเพียงใด และชุมชนมีส่วนร่วมหรือมีระบบเข้าไปจัดการแก้ไขผลกระทบของสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ อย่างไร

### 3. การตลาด แบ่งเป็น 5 ประการ

1) แหล่งจำหน่ายสินค้า หมายถึง ตลาดที่นำสินค้าของชุมชนไปจำหน่าย อันประกอบด้วยตลาดต่างประเทศ ตลาดภายในประเทศในระดับต่าง ๆ ได้แก่ ตลาดต่างจังหวัด ตลาดภายในจังหวัดที่ผลิต และตลาดภายในอำเภอที่ผลิต

2) จำนวนแหล่งจำหน่ายของชุมชน หมายถึง จำนวนร้านค้า แหล่งจำหน่าย ผู้รับซื้อสินค้าที่นำสินค้าของชุมชนไปจำหน่าย

3) การเพิ่มขึ้นของยอดจำหน่ายเทียบกับปีที่แล้ว หมายถึง ปริมาณหารจำหน่ายสินค้าในรอบ 12 เดือนนี้ เทียบกับปริมาณการจำหน่ายในรอบ 12 เดือนที่แล้ว

4) ความต่อเนื่องของตลาด หมายถึง มีตลาดรองรับที่แน่นอน มีการสั่งซื้อสั่งจ้างผลิตหรือจำหน่ายอย่างต่อเนื่องเพียงใด

5) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ หมายถึง บรรจุภัณฑ์ ผลักที่ชุมชนใช้ในการบรรจุสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภค หรือผู้ซื้อมองเห็นหรือสามารถนำสินค้านั้น ๆ ไปยังแหล่งอื่น ๆ ได้

4. ด้านความเข้มแข็งของชุมชน หรือการบริหารจัดการของชุมชน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านต่าง ๆ 5 ประการ

1) ปัจจัยที่ใช้ในการผลิต แบ่งเป็น จำนวนสมาชิก หมายถึง จำนวนผู้ผลิตทั้งหมดของชุมชน ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกของกลุ่ม รวมกันสมาชิกในครอบครัวหรือบุคคลอื่น ซึ่งรวมถึงลูกจ้างที่ร่วมทำการผลิต แต่มิได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม

อายุของกลุ่มที่เริ่มผลิตเพื่อจำหน่าย หมายถึง จำนวนปี นับจากที่กลุ่มเริ่มทำธุรกิจหรือเริ่มผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย ไม่นับรวมการผลิตเพื่อใช้เอง หรือเมื่อเริ่มรวมกลุ่มแต่ยังไม่มีการผลิต

2) การผลิต แบ่งเป็น ความต่อเนื่องการผลิต หมายถึง ระยะเวลาที่ทำการผลิตสินค้านั้น ๆ ในแต่ละปี ในกรณีที่การผลิตนั้นไม่ขึ้นต่อฤดูกาล หากเป็นการผลิตที่ต้องพึ่งฤดูกาล เช่น ผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น จะพิจารณาในแง่สัดส่วนพื้นที่ที่ทำการผลิตสินค้านั้น ๆ ต่อพื้นที่ที่ทำการผลิตผลเกษตรของชุมชน

การจัดการด้านกระบวนการผลิต หมายถึง ระบบการจัดการที่กลุ่มผลิตใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์/สินค้า ว่ามีกระบวนการผลิตที่ชัดเจนหรือไม่ มีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์/สินค้านั้นก่อนส่งจำหน่ายหรือเปล่า

3) การตลาด ได้แก่ ความสามารถในการตลาดของกลุ่ม หมายถึง การได้มาซึ่งแหล่งตลาดใหม่ ๆ กลุ่มหรือสมาชิกสามารถหามาได้ด้วยวิธีการใด เป็นสัดส่วนเท่าใดของยอดขาย

4) ระบบบัญชีและการเงิน แบ่งเป็น กองทุนของกลุ่ม หมายถึง เงินทุนกลุ่มที่ได้มาจากการดำเนินงานของกลุ่ม การปันผลจากการดำเนินของกลุ่ม การถือหุ้นของสมาชิก หรือการสะสมเป็นกองทุนของกลุ่มเพื่อใช้ในการดำเนินการต่าง ๆ ของกลุ่ม ซึ่งไม่รวมถึงกองทุนหมู่บ้านหรือเงินกู้ยืมจากแหล่งต่าง ๆ

ระบบการบันทึกบัญชี หมายถึง การบันทึกค่าใช้จ่าย รายรับรายจ่าย ตามระบบบัญชีอย่างชัดเจน กลุ่มสามารถรู้ได้ว่าต้นทุนการผลิตเท่าใด ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอย่างไร รวมถึงรายรับของกลุ่ม

สัดส่วนการลงทุนของกลุ่ม หมายถึง สัดส่วนของมูลค่าเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงานที่เป็นของกลุ่มเอง ต่อค่าเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินงานทั้งหมด ซึ่งอาจจะเป็นอุปกรณ์เครื่องมือที่ขี้มมาจากหน่วยงานราชการ

5) อื่น ๆ แบ่งเป็นการบริหารจัดการกลุ่ม หมายถึง การบริหารจัดการกลุ่มที่มีระเบียบ โครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน มีกฎ กติกา ระเบียบปฏิบัติของกลุ่มที่ชัดเจน ทั้งที่กำหนดเป็นลายลักษณ์อักษรหรือตกลงร่วมกันรวมทั้งกลุ่มที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ และกลุ่มรวมตัวกันเองโดยธรรมชาติ

ระบบเครือข่าย หมายถึง จำนวนกลุ่มที่มีการเชื่อมโยงการผลิตร่วมกัน อาจเป็นการรวบรวมสินค้าอย่างเดียวหรือเป็นการนำสินค้าจากกลุ่มหนึ่งเพื่อมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตของอีกกลุ่มหนึ่งก็ได้

### 2.5.1 ลักษณะประชากร

แนวความคิดในการดำเนินงานวิจัยชิ้นนี้มีพื้นฐานทางทฤษฎีมาจากนักวิชาการทางด้านพฤติกรรมมนุษย์และสภาพแวดล้อมทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทย อ้างใน Kaplan and Kaplan, 1983 ; Nasar, 1997; Rapoport, 1992; วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2541 ซึ่งได้รวบรวมและอธิบายกระบวนการความสัมพันธ์ของมนุษย์กับสภาพแวดล้อมเนื้อหาโดยรวมสามารถสรุปได้ว่าเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลัก 3 ด้าน ได้แก่

1. ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม เช่น การจัดวางที่ว่างและองค์ประกอบกายภาพ ลักษณะกายภาพ และสภาวะที่เป็นอยู่

2. ปัจจัยทางพฤติกรรม เช่น การรู้สึก (Sensation) การรับรู้ (Perception) การรู้ (Cognition) การประเมิน (Evaluation) และการแสดงออกทางพฤติกรรม (Action)

3. ปัจจัยทางมนุษย์ เช่น วัฒนธรรม ความเชื่อ ประสบการณ์ กลุ่มย่อยทางสังคม และบุคลิกภาพส่วนบุคคล

นักวิชาการทางสถาปัตยกรรมและมานุษยวิทยา อ้างใน Amos Rapport 1990; 1992; 1999 เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมและการสื่อสารแบบนี้เป็นการสื่อสารด้วยอวจนภาษา (Non-Verbal Communication โดยการสังเกต และวิเคราะห์องค์ประกอบกายภาพในสามระดับ ได้แก่ 1) องค์ประกอบถาวร (Fixed Features) ซึ่งประกอบด้วยสิ่งที่คงทนและไม่เปลี่ยนแปลง เช่น อาคาร ส่วนของอาคาร ถนน ต้นไม้ใหญ่ และองค์ประกอบกายภาพหลักที่ถาวรอื่น ๆ 2) องค์ประกอบกึ่งถาวร (Semi-Fixed Features) ประกอบด้วยองค์ประกอบที่คงอยู่ในช่วงเวลาหนึ่ง แต่สามารถเปลี่ยนแปลงและเคลื่อนย้ายได้ตามฤดูกาลหรือเทศกาล เช่น สิ่งประดับ เฟอร์นิเจอร์ และพืชพรรณขนาดย่อม และ 3) องค์ประกอบชั่วคราวบนท้องถนน แสงเงา คิวไฟ และความเปลี่ยนแปลงชั่วขณะอื่น ๆ ซึ่งความแตกต่างของการจัดวางความสัมพันธ์ และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 3 ระดับ มีผลต่อการรับรู้และพฤติกรรมของมนุษย์โดยการรับรู้ สภาพแวดล้อมจะนำไปสู่การ “ถอดรหัส” (Decode) ทางวัฒนธรรมที่แฝงมากับสภาพแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจและนำไปสู่การปฏิบัติที่สอดคล้องกับบริบทนั้น ๆ โดยสรุปแล้ว มนุษย์ที่ได้รับการอบรมทางวัฒนธรรมนั้นมักจะปฏิบัติตามบริบททางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ จะเห็นได้จากคำกล่าวหรือคำสอนดั้งเดิม เช่น “(ไม่)รู้จักกาลเทศะ” หรือ ของชาติตะวันตก เช่น “When in Rome, do as the Roman do” เป็นต้น

## 2.5.2 ปัญหาการผลิตและการออกแบบ

สภาพปัญหาและอุปสรรคในการออกแบบของอุตสาหกรรมในครัวเรือน พอสรุปได้ 5 ประการ

1. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตส่วนมากเป็นเครื่องมือแบบง่าย ๆ ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลง เช่น การทำเครื่องปั้นดินเผา การทำร่มกระดาษ เป็นต้น
2. การใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นหรือแหล่งใกล้เคียง
3. การปริมาณหรือจำนวนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในครอบครัวบางประเภทมีจำนวนมากขึ้น แต่บางประเภทอื่น ๆ มีคุณภาพดีกว่า ราคาถูกกว่า ทำให้ผู้ผลิตงานอุตสาหกรรมในครัวเรือนลดลง

4. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในครัวเรือนส่วนมากไม่มีความรู้ด้านการตลาด และขายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลางที่ปรับซื้อในพื้นที่ราคาต่ำ ทำให้ผู้ผลิตเสียเปรียบและอยู่ได้ อธิปไตยของพ่อค้าคนกลาง

5. การขาดเงินลงทุนในการทำอุตสาหกรรมในครัวเรือน แม้ว่าจะมีฝีมือและ เครื่องมือเครื่องใช้แต่ส่วนมากประสบปัญหาขาดเงินทุนที่จะทำการผลิตให้ดีขึ้น

อ้างใน รัตนะ อุทัยผล, 2523 : 18 – 19 พบว่าปัญหาที่ผู้ผลิตอุตสาหกรรมใน ครัวเรือนประสบมีความแตกต่างกันตามประเภทของอุตสาหกรรม สำหรับอุตสาหกรรมในครัวเรือน ของไทยตามที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและผู้เชี่ยวชาญระหว่างประเทศได้ทำการสำรวจและศึกษา พบว่าสภาพปัญหามี 6 ประการ

1. การขาดแคลนเงินทุนที่ใช้ในการขยายหรือปรับปรุงกิจการให้ทันสมัย
2. การขาดความชำนาญในการจัดการ เช่น การจัดการทางด้านการผลิต การเงิน
3. การขาดความรู้ทางวิชาการ
4. การประสบปัญหาเกี่ยวกับการตลาด การใช้วัตถุดิบในการผลิต
5. การประสบปัญหาเกี่ยวกับการแข่งขันกับอุตสาหกรรมที่ใหญ่กว่า
6. การประสบปัญหาเรื่องการขยายกิจการ

## 2.6 ลักษณะของสิ่งแวดล้อมในการทำงาน

สิ่งแวดล้อมคือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวมนุษย์ทั้งมีชีวิตและไม่มีชีวิต (จับต้อง ได้และจับต้องไม่ได้) และนามธรรม (วัฒนธรรม แบบแผน ประเพณีความเชื่อ) อภิปิชาติ เลยะกุล, 2546 : 26 มีอิทธิพลเกี่ยวข้องถึงทำลายอีกส่วนหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ สิ่งแวดล้อมเป็นวงจร และวัฏจักรที่เกี่ยวข้องกันไปทั้งระบบอย่างไรก็ดี สิ่งแวดล้อมอาจแยกออกเป็นลักษณะกว้าง ๆ ได้ 2 ส่วน คือ สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา ดิน น้ำ อากาศ ทรัพยากรทุก ประเภทและสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ชุมชนเมือง สิ่งก่อสร้าง โบราณสถาน ศิลปกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม อ้างใน สุวัจน์ สงวนวงศ์, 2540

สิ่งแวดล้อม หมายถึง สรรพสิ่งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติมนุษย์สร้างขึ้นให้ประโยชน์ และโทษ เห็นและไม่เห็นด้วยตาเปล่า เป็นรูปธรรม และสิ่งเป็นพิษ และไม่เป็นพิษ ซึ่งสามารถกล่าว อีกนัยหนึ่งได้ว่า สิ่งแวดล้อม หมายถึง “สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเรา” เป็นคำนิยามสั้น ๆ ง่ายต่อการ เข้าใจแต่ความหมายนี้ชี้ให้เห็นว่าสิ่งแวดล้อมในโลกนี้เป็นทุกสิ่งทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็สิ่งของ บ้านเรือน ถนน วัด แม่น้ำ ดิน ป่าไม้ น้ำ กวาระเบียบ ฯลฯ ความหมายของสิ่งแวดล้อมคำหลังนี้ สะท้อนความหมายของความหมายแรกอย่างชัดเจน อันเป็ความหมายที่ถูกใช้ในวงการ แต่มีข้อ

น่าสังเกตว่าสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรานั้น หลายสิ่งหลายอย่างมีทั้งใกล้ตัวเรา ทั้งแนวตั้งและแนวนอนเป็นทั้งทรัพยากรธรรมชาติและมลสาร ที่เป็นทั้งคุณและโทษต่อมนุษย์ หรือสิ่งแวดล้อมด้วยกันเอง อ้างใน เกษม จันทรแก้ว, 2540 : 1

สรุปสิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งของ วัตถุ สารประกอบ และกลุ่มสรรพสิ่งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต อันเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งอยู่ในรูปของเหลว ก๊าซ รูปลักษณะฟิลิกส์ และเศรษฐกิจสังคม สามารถสัมผัสด้วยอาการทั้ง 5 (ลิ้มรส ดมกลิ่น ได้ยิน ได้เห็น และรู้สึกสัมผัส)

#### ประเภทของสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้เกิดความเข้าใจง่ายต่อการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม อ้างใน เกษม จันทรแก้ว 2540 ได้จำแนกประเภทของสิ่งแวดล้อม ออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ สิริธร สารหงษ์, 2547 : 14 – 15

สิ่งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เช่น ดิน น้ำ แร่ ป่าไม้ สัตว์ มนุษย์ แสงแดด ฯลฯ ต่างก็เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ สามารถจำแนกได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น สามารถมองเห็นได้ ได้แก่ บ้านเรือน ถนน เมือง สะพาน เป็นต้น

2. สิ่งแวดล้อมทางสังคม หรือนามธรรมสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยความตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ หรือเป็นการสร้างขึ้นเพื่อความเป็นระเบียบของการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข เช่น เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา กฎหมาย ระเบียบ เป็นต้น

แนวความคิดที่สำคัญทางสิ่งแวดล้อม อ้างใน อารี สุทธิบุญ, 2540 อ้างอิงจาก Swan & Stapp, 1974, pp. 56 – 62) กล่าวถึงความคิดที่สำคัญของสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 5 ประเภท

1. ระบบนิเวศ (Ecosystem) ว่าโลกเป็นระบบที่มีชีวิตจำกัดในการรับรองสิ่งมีชีวิตได้รับพลังงานจากดวงอาทิตย์และแหล่งพลังงานอื่นที่ได้มาโดยขบวนการเทคโนโลยี มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ พื้นดิน น้ำ อากาศ โดยมีพื้นดินและทรัพยากรที่มีจำนวนจำกัด และเป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อความมั่นคงของสังคม ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่มีการกระจายไม่สม่ำเสมอ

2. ประชากรมนุษย์ (Human Population) มีบทบาทเป็นผู้ผลิตและบริโภคมีความแตกต่างกันไปตามระบบสังคมและวัฒนธรรมของมนุษยชาตินั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงบทบาทและกระหนาบดังกล่าว จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล ค่านิยม พฤติกรรมและหน้าที่ของระบบสังคมอื่น ๆ อัตราเพิ่มของประชากรเพิ่มของประชากรทำให้มีความต้องการทรัพยากร อำนาจทางเศรษฐกิจและการเมือง และปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต

3. เศรษฐกิจและเทคโนโลยี (Economics Technology) คือ การกระจายตัวของประโยชน์ทางเศรษฐกิจและการพัฒนาเทคโนโลยี มีความเกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรโดยมีปฏิสัมพันธ์ภายในต่อกัน

4. การตัดสินใจทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Decisions) เป็นกระบวนการที่พิจารณาทางเลือกและผลได้เสียต่อเศรษฐกิจสังคมของส่วนรวมสัมพันธ์กับความเป็นไปได้ของทางเลือกในนโยบายและกิจกรรมต่าง ๆ กระทำได้ทั้งบุคคล สถาบัน หรือองค์การ โดยมุ่งตรงที่จะจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เผชิญอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งเพิ่มพูนคุณภาพชีวิตของประชาชนในทุกระดับ

5. จรรยาบรรณสิ่งแวดล้อม (Environmental Ethics) มีแกนกลางความสำนึกทางนิเวศวิทยาต่อสิ่งแวดล้อมที่จะสะท้อนถึงความรับผิดชอบของบุคคลและกลุ่มบุคคล

สรุปความคิดรวบยอดของสิ่งแวดล้อม คือ ระบบสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต และเป็นระบบที่มีชีวิตจำกัด เพราะประชากรมนุษย์ซึ่งมีอัตราเพิ่มขึ้นนั้นเป็นผู้บริโภค ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการดำรงอยู่และการบำรุงรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม จึงจำเป็นต้องมีความสำนึกทางนิเวศวิทยาและกระบวนการตัดสินใจในการจัดการกับสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อมนุษย์

ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environment Impact) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นใหม่หรือการจับกลุ่มใหม่ของสิ่งแวดล้อมทั้งที่มนุษย์สร้างขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ มีผลทำให้สิ่งแวดล้อมเดิมหรือสิ่งแวดล้อมอื่นได้รับความกระทบกระเทือนจนมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางใดทางหนึ่ง อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงทางเคมีและทางฟิสิกส์หรือทางชีวภาพที่อาจจะมีผลร้ายต่อคุณภาพชีวิตและสภาพแวดล้อมนั้น ๆ อ้างใน ณรงค์ ฌ เชียงใหม่ , 2534 : 22

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environment Impact Assessment, EIA) หมายถึง การวิเคราะห์ผลกระทบจากโครงการหรือกิจการประเภทต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นต่อสภาพแวดล้อมหรือสภาพแวดล้อมที่อาจจะมีผลกระทบต่อโครงการหรือกิจการนั้น ทั้งในทางบวกและทางลบ เพื่อเป็นการเตรียมการควบคุม ป้องกัน และแก้ไขก่อนการตัดสินใจดำเนินโครงการหรือกิจการนั้น ๆ อ้างใน ทวีวงศ์ ศรีบุรี, 2542 : 10

องค์ประกอบของการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม 4 ประการ อ้างใน ณรงค์ ฌ เชียงใหม่ , 2534 : 22

1. ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) คือ การศึกษาผลกระทบ เช่น ดิน น้ำ อากาศ เสี่ยง ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร

2. ทรัพยากรทางชีวภาพ/นิเวศวิทยา (Ecological Resources) คือ การศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ที่มีต่อระบบนิเวศน์ เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า สัตว์น้ำ ปะการัง เป็นต้น

3. คุณค่าการใช้ประโยชน์ของมนุษย์ (Human Use Values) คือ การศึกษาถึงการที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทั้งกายภาพและชีวภาพของมนุษย์ เช่น การที่ใช้ประโยชน์ที่ดิน การเกษตร ระบบสาธารณสุข ปลอดภัย ว่าได้รับผลกระทบอย่างไร

4. คุณค่าคุณภาพชีวิต (Quality of Life Values) คือ การศึกษาถึงผลกระทบที่จะเกิดต่อมนุษย์ ชุมชน ระบบเศรษฐกิจ การประกอบอาชีพ วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ ค่านิยม รวมถึงทัศนียภาพ คุณค่า ความสวยงาม

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมควรมีการศึกษาประเมินผลกระทบอย่างเป็นระบบ โดยจะต้องจำแนกให้ชัดเจนดังนี้ อ้างใน ณรงค์ ธิ เชียงใหม่, 2534 : 43

- ผลกระทบทางตรง/ทางอ้อม
- ขนาดของผลกระทบ
- ผลกระทบที่แก้ไขได้/แก้ไขไม่ได้
- สิ่งที่จะได้รับผลกระทบเหล่านั้น
- เปรียบเทียบผลกระทบที่จะเกิดขึ้น หากมีมาตรการและไม่มีมาตรการต่าง ๆ

### 2.6.1 ด้านการจัดการ

การจัดการจะต้องประกอบด้วยคนตั้งแต่สองคนขึ้นไปร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน และผู้จัดการหรือผู้บริหารคือผู้ที่ประสานทรัพยากรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคน เงิน สิ่งของ และวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์โดยมุ่งหวังว่าจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุด พะยอม วงศ์สารศรี, 2542 : 53 ตัวอย่างเช่น ถ้าหากนายสมหมายลงทุนทำธุรกิจส่วนตัว ไม่ถือว่าเป็นการจัดการ แต่เมื่อนายสมหมายคนวางแผนและคอยควบคุม จะถือว่าการจัดการขึ้นแล้ว เมื่อพิจารณาในองค์การธุรกิจทั่วไปจะเห็นว่าต้องใช้คนจำนวนมากทำหน้าที่ต่าง ๆ ต้องใช้ทั้งเครื่องจักรและเครื่องมือนานาชนิด รวมทั้งยังมีการดำเนินที่อาจกระจายไปตามพื้นที่ต่าง ๆ ห่างไกลออกไป การจัดการจะทำหน้าที่เป็นระบบในการประสานสิ่งเหล่านั้นให้สัมพันธ์กัน และตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายได้

การวางแผน (Planning) เป็นการพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานรวมทั้งพิจารณาข้อจำกัดต่าง ๆ และทำการกำหนดล่วงหน้าถึงวิธีการปฏิบัติ ผู้ปฏิบัติ ทรัพยากรที่ต้องการ เวลาที่แล้วเสร็จ และผลที่ได้ พะยอม วงศ์สารศรี, 2542 : 55 ตัวอย่างเช่น ถ้าเจ้าของเงินทำธุรกิจผลิตคอมพิวเตอร์ออกจำหน่าย ก็จะต้องวางแผนจะทำอย่างไร โดยพิจารณาทั้งระบบ เริ่ม

จากจะลงทุนในธุรกิจอะไร ลงทุนเมื่อใด ด้วยวิธีใด การตลาด การผลิตจะมีแผนการอย่างไร เป็นต้น โดยในแผนจะสรุปทั้งวิธีการ ช่วงเวลาที่จะปฏิบัติ งบประมาณที่จะต้องใช้ผู้รับผิดชอบ

การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการกำหนดระบบการทำงานของหน้าที่ต่าง ๆ ในองค์การเพื่อให้เกิดการประสานงานที่ดีในการจัดการองค์การนั้นฝ่ายต่าง ๆ การวางแผนทางด้านทรัพยากรมนุษย์เพื่อปฏิบัติงานในตำแหน่งต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น เมื่อมีแผนการในขั้นตอนแรกแล้วก็ยังไม่สามารถดำเนินงานได้ จนกว่าจะได้กำหนดความรับผิดชอบและงานของฝ่ายต่าง ๆ ในองค์การ ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายตลาด ฝ่ายผลิต ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบริหารและการเงินและอำนาจหน้าที่ของแต่ละตำแหน่ง วิธีการสั่งการและการรายงานผล

การอำนวยการ(Directing) หมายถึง การมีผู้รับผิดชอบในงานด้านต่าง ๆ ขององค์การเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ โดยการนำ (Leading) หรือการจูงใจผู้ปฏิบัติ (Motivation) ในองค์การธุรกิจจะต้องมีผู้บริหารผู้จัดการ หัวหน้างานเพื่อคอยประสานงาน สั่งการ จูงใจพนักงาน และดูแลทุกข์สุขของพนักงาน เพื่อให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ตามที่องค์กรคาดหวัง

การควบคุม (Controlling) หมายถึงการติดตามผลการติดตามผลการปฏิบัติงานเมื่อระยะเวลาผ่านไป เพื่อให้ทราบว่าการที่ได้ดำเนินไปตรงตามแผนหรือไม่ เช่น การติดตามผลการปฏิบัติงานว่าเป็นตามแผนหรือไม่ พิจารณารายงานต่าง ๆ และปรึกษากับผู้เกี่ยวข้องเพื่อหาทางปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ถ้าเป็นการควบคุมระดับบริษัทก็จะได้แก่ งบประมาณต่าง ๆ ที่มีการออกแบบเพื่อรายงานผลการปฏิบัติ

อีกประการหนึ่ง เช่น บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ซึ่งรถยนต์ออกจำหน่าย จะต้องใช้เงินทุนเพื่อซื้อวัตถุดิบ จ่ายค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และค่าใช้จ่ายในการลงทุน นอกจากนี้ยังต้องใช้คนเป็นจำนวนมากเพื่อทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะผลิตรถยนต์ออกจำหน่าย และให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น งานด้านการจัดการจะทำหน้าที่ประสานทุกสิ่งเข้าด้วยกัน จนเกิดเป็นรถยนต์ออกมา และจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคจนกระทั่งให้บริการและการเกิดรายได้ นำมาเป็นเงินทุนในการผลิตต่อไปอย่างต่อเนื่อง

กระบวนการจัดการ (Management Process) เนื่องจากในการจัดการองค์การธุรกิจนั้น มักจะมีภารกิจหลายด้านแม้จะเป็นองค์การขนาดเล็ก พะยอม วงศ์สารศรี, 2542 : 60 ดังนั้น ผู้บริหารจึงต้องมีการวางแผนงานล่วงหน้า ไม่สามารถคิดเอาเฉพาะหน้าได้ รวมทั้งยังต้องมีระบบงานที่ดีจึงจะประสานหน้าที่ต่าง ๆ ได้ นอกจากนี้ยังต้องมีผู้รับผิดชอบในหน้าที่ต่าง ๆ และมีการติดตามจนปรากฏความสำเร็จที่ต้องการ กระบวนการจัดการจึงประกอบด้วยหน้าที่ทางการจัดการ

1. การวางแผน (Planning)
2. การจัดองค์การ (Organizing)
3. การอำนวยการ (Directing)
4. การควบคุม (Controlling)

#### - การจัดการเงินทุน

ทุน เป็นองค์ประกอบสำคัญทั้งในช่วงเริ่มต้น ช่วยดำเนินการและในช่วงขยายกิจการ อ้างใน โชติรัศ ชวณีย์ และคณะ 2538 : 112 อ้างใน ประพันธ์ เศรษฐนันท์ 2538 : 193 และ อ้างใน พสุ สัตถาภรณ์ 2533 : 340 กล่าวไว้ว่าพอสรุปได้ว่า ธุรกิจทุกประเภทจะต้องมีการวางแผนเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการจัดหาเงินทุนไว้ตั้งแต่เริ่มแรก จากนั้นก็วางแผนต่อไปว่าเงินทุนที่จัดหางานนี้จะนำไปใช้จ่ายอย่างไรเพื่อให้เกิดสภาพคล่องและกำไร ทั้งนี้จะต้องมีหลักที่จะมาควบคุมการจัดหาเงินทุน และการจัดสรรการใช้ทุนเพื่อให้มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ โดยคำนึงถึงสมาชิกเป็นสำคัญ จากแนวความคิดดังกล่าวจึงเห็นว่าการจัดการเงินทุนต้องเริ่มจากการวางแผนในการจัดหาเงินทุน หรือแหล่งทุน จากนั้นก็วางแผนต่อไปว่าจะใช้อย่างไรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ในการวางแผนเงินทุนนั้น จะประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ ขั้นวางแผนขั้นปฏิบัติตามแผน และขั้นตอนตรวจสอบหรือประเมินผลแผน อ้างใน พูลสุข ไทยสวัสดิ์ 2525 : 301 ได้กล่าวถึงขั้นตอนการวางแผนไว้เป็นลำดับแรก คือ

- 1) การกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ เป็นส่วนสำคัญที่สุดของแผน วัตถุประสงค์ของแผนมีอยู่อย่างไร จะทราบได้โดยพิจารณาว่าต้องการทำอะไร เพื่อให้ได้อะไร เพราะเหตุใด
- 2) กำหนดขอบเขตของแผน เมื่อกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนแล้วควรกำหนดขอบเขตของแผนลงไปให้แน่ชัดว่ามีขอบของการปฏิบัติแค่ไหน ระดับใด
- 3) การศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นอยู่โดยละเอียด ในขั้นนี้เป็นการศึกษาสถานการณ์โดยทั่วไปเพื่อเอาความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและปัจจัยต่าง ๆ มาเป็นอุปกรณ์ในการวางแผน สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม ลักษณะนิสัยใจคอของสมาชิก จำนวนคนที่จะต้องใช้ เงิน วัสดุ เครื่องมือเครื่องใช้ และด้านเวลา มีเพียงพอหรือไม่
- 4) ลงมือกำหนดแผน ซึ่งเป็นขั้นตอนท้ายของการวางแผน แบ่งออกเป็น 2 ชั้น ที่สำคัญคือ การกำหนดปัจจัยต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้และกำหนดวิธีที่จะใช้ปฏิบัติ

สรุปได้ว่า การวางแผนเงินทุนจะเกี่ยวข้องกับการจัดการหาเงินทุน และการใช้จ่ายเงินทุนให้เกิดประโยชน์สูงสุด

### - การดำเนินการเพื่อใช้จ่ายเงินทุนและการจัดหาเงินทุน

เมื่อวางแผนเสร็จเรียบร้อยแล้วจะเป็นการปฏิบัติตามแผน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติตามแผน อ้างใน พูลสุข ไทยสวัสดิ์, 2535 : 304 เห็นว่าในการปฏิบัติตามแผนการเงินการจัดหาเงินทุนและการใช้จ่าย เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้บริหารทางการเงินเพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้

### - ประเภทหรือลักษณะของเงินทุนที่ใช้

เงินทุนในที่นี้ คือ เงินสด เครดิต สินค้าและทรัพย์สินถาวร เช่น ที่ดิน อาคาร ในการเริ่มดำเนินการจำเป็นที่จะต้องซื้ออุปกรณ์การผลิต เครื่องจักรที่จำเป็น และเมื่อกิจการดำเนินการไปแล้วก็ต้องหาเงินทุนมาเพื่อนำมาขยายกิจการ อ้างใน พสุ สัตถาภรณ์, 2533 : 340 จากแนวความคิดนี้ได้แบ่งประเภทหรือลักษณะของเงินทุนที่ใช้ออกเป็นเงินทุนหมุนเวียนต่าง ๆ อ้างใน ถวิล เลิศประเสริฐ, 2523 : 212 แบ่งลักษณะของการใช้เงินทุนเป็น 2 ประเภท คือ

1) เงินทุนถาวร (Fixed Capital) หมายถึง เงินทุนในทรัพย์สินถาวร เป็นเงินทุนสำหรับจัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น อาคาร (สำนักงาน คลังสินค้า โรงงาน) และที่ดินปลูกสร้างอาคาร เครื่องจักร เครื่องติดตั้ง ยานพาหนะขนส่ง

2) เงินทุนหมุนเวียน เงินลงทุนในสินทรัพย์ระยะสั้น หรือสินทรัพย์หมุนเวียน ได้แก่ เงินสด ลูกหนี้หลักทรัพย์ชั่วคราว และสินค้าคงเหลือที่สามารถเปลี่ยนแปลงเป็นเงินสดได้ภายในหนึ่งปี เงินทุนหมุนเวียนเป็นเงินทุนที่ใช้สำหรับเป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น แรงงาน (เงินเดือน ค่าจ้าง) น้ำมันเชื้อเพลิง ค่าน้ำ ค่าไฟ ของใช้เบ็ดเตล็ด วัสดุห่อของ ค่าเครื่องเขียนแบบพิมพ์ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ซื้อสินค้าสำหรับขาย (ในกรณีองค์กรดำเนินกิจกรรมการค้า) จ่ายทดลองหรือจ่ายค่าผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกส่งมอบให้กับสหกรณ์จัดการขาย (ในกรณีดำเนินกิจกรรมการตลาด) และได้แบ่งลักษณะของเงินทุนที่ใช้ออกเป็นระยะเริ่มต้น ช่วงที่มีการดำเนินการและช่วงขยายกิจการ ซึ่งคล้ายคลึงกับแนวคิดของ อ้างใน ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิท และสุณี เลิศแสวงกิจ 2538 : 9 ที่แบ่งออกเป็นเงินทุนเพื่อเริ่มต้นธุรกิจ เงินทุนดำเนินการ เงินทุนที่ใช้ในช่วงฤดูกาลที่มียอดขายมาก เงินทุนเพื่อจัดหาอุปกรณ์ และเงินทุนที่ใช้เพื่อการเจริญเติบโตของกิจการ

### - แหล่งเงินทุน

การสร้างทุนของชุมชน มี 2 ขั้นตอน อ้างถึงในปาริชาติ วัลย์เสถียร และคณะ 2540 : 9 1) ชาวบ้านออกเงินคนละเล็กละน้อย แต่ใช้ระยะเวลายาวนานจึงจะได้เป็นก้อนใหญ่ เพื่อสร้างฐานะเศรษฐกิจของชุมชนให้ก้าวต่อไปได้ เป็นหลักประกันชีวิต ความเป็นอยู่เป็นกองทุนที่คุ้มภัยไปแก้ปัญหาความเดือดร้อน 2) การอาศัยความไว้วางใจกัน โดยชาวบ้านแบ่งเงินจากกองทุนของตนเองชุมชนละ 5 – 10% มารวมกันหลาย ๆ ชุมชน รวมกันเป็นเครือข่ายทำให้ได้เงินในจำนวน

ที่มากขึ้น แหล่งเงินทุนหรือวิธีการจัดหาเงินนั้นมีทั้งจากภายนอกชุมชนและภายในชุมชน ทั้งสองวิธีมีความแตกต่างกัน คือ ทุนจากภายใน เป็นการระดมกันเองในสมาชิก ส่วนทุนจากภายนอกเป็นเรื่องของการกู้ยืม จากหน่วยงานหรือองค์การของรัฐ/เอกชน

นอกจากนั้นในการจัดหาทุนดังกล่าว ยังมีปัจจัยที่นำมาพิจารณาตัดสินใจเลือกแหล่งทุนและวิธีการจัดหาทุน ดังนี้ อ้างใน ดารณี เชนฮอลส์, 2530 : 115

- 1) ความเหมาะสม คือ ในการตัดสินใจเลือกใช้เงินทุนประเภทไหนนั้น ต้องให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับลักษณะการใช้ เช่น หนี้สินระยะสั้น ใช้กับสินทรัพย์หมุนเวียนชั่วคราว
- 2) รายได้ รวมทั้งระยะเวลาที่จะได้รับรายได้นั้น
- 3) การควบคุม โดยพิจารณาว่า ทุนแต่ละประเภทจะก่อให้เกิดข้อจำกัดสำหรับสหกรณ์หรือไม่ เช่น เจ้าหนี้อาจกำหนดเงื่อนไขไม่ให้สหกรณ์จ่ายเงินปันผลแก่สมาชิก
- 4) ความเสี่ยง เช่น ความเสี่ยงว่าจะขาดใช้หนี้สินได้ตามกำหนดเวลาและเงื่อนไขหรือไม่
- 5) จังหวะเวลา เช่น สภาวะเศรษฐกิจ ช่วงจังหวะเวลา ตลาดการเงิน ตลาดทุน ในขณะนั้นและแนวโน้มในอนาคตว่าจะสามารถช่วยให้สหกรณ์จัดหาได้ง่ายหรือยาก
- 6) ความเป็นไปได้ในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนที่มีหนี้สินมากอยู่แล้ว การหาทุนด้วยการกู้ยืมย่อมทำได้ยาก เพราะจะทำให้โครงสร้างของทุนมีส่วนประกอบที่เป็นหนี้สินเพิ่มมากขึ้น

สรุปได้ว่า การใช้ทุนทางสังคมที่มีอยู่แล้วในชุมชนมาใช้ให้เป็นประโยชน์ เพราะทุนทางสังคมอยู่แล้วในสังคมไทยเป็นฐานชีวิตที่คนรุ่นก่อนสั่งสมไว้เป็นพลัง คือ 1) วัฒนธรรมชุมชนเป็นสิ่งที่ผูกพันกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน สะท้อนถึงวิถีคิด การมองโลก ความเชื่อ และจิตสำนึกที่สัมพันธ์กับบุคคลในระดับปัจเจกบุคคล 2) กฎ จารีต ประเพณี เป็นลักษณะเฉพาะในแต่ละท้องถิ่น เป็นสำนึกร่วมของคนในชุมชนที่มุ่งสร้างระบบขึ้นมาเพื่อดูแล ควบคุมชุมชนให้ดำเนินชีวิตไปตามระบบคุณค่า 3) ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกระบวนการเรียนรู้ที่ชุมชนสั่งสมกันมา เช่น หัตถกรรม แพทย์พื้นบ้าน และการดูแลสุขภาพธรรมชาติ และ 5) ระบบความสัมพันธ์ของคนในชุมชนที่มีลักษณะของระบบครอบครัว เครือญาติ ที่มีความเอื้อเฟื้อต่อกัน เช่น การลงแขก เป็นโครงสร้างที่สำคัญที่เชื่อมโยงชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ไม่แตกสลายได้ง่าย กล่าวได้ว่า จะเป็นประโยชน์การดำเนินงานของกลุ่มหรือองค์กรชาวบ้านในการทำกิจกรรมในชุมชน

#### - การดำเนินการผลิต

การจัดการการผลิต มีกระบวนการเป็นขั้นตอน 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวางแผนการผลิต (Planning) 2) การดำเนินการผลิต (Process) 3) การควบคุมการผลิต (Controlling)

อ้างใน สมคิด บางโม 2538 : 94 มีวัตถุประสงค์หลัก คือ การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดี มีค่าใช้จ่าย หรือต้นทุนต่ำ ปริมาณเพียงพอในระยะเวลาที่เหมาะสม ดังนั้นจึงต้องศึกษาและรู้จักวิธีที่จะนำทรัพยากรต่าง ๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูง องค์ประกอบสำคัญของการจัดการด้านการผลิต คือ 1) โรงงาน 2) การจัดการเกี่ยวกับวัสดุต่าง ๆ ในโรงงาน 3) การดำเนินการผลิต 4) การควบคุมการผลิต อ้างใน กองแก้ว อยู่สุข และพิมพา ศรายุทธ 2532 : 103

การดำเนินการผลิตเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยความชำนาญและประสบการณ์ของผู้ผลิต/ผู้ปฏิบัติงานโดยตรง โดยผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการ ดังนี้ อ้างใน สมคิด บางโม 2538 : 94

1) การจัดซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ต่าง ๆ จะต้องได้ของที่มีคุณภาพ และราคาเหมาะสม จึงจะทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง ถ้าไรก็จะเพิ่มมากขึ้น

2) วิธีการจัดซื้อ มักทำกันในรูปสัญญาซื้อขาย เพราะต้องสั่งซื้อกันครั้งละจำนวนมาก ๆ และสั่งซื้อล่วงหน้าก่อนดำเนินการผลิต เพื่อให้วัตถุดิบป้อนเข้าโรงงานผลิตทันเวลา ดังนั้นการจัดซื้อต้องมีประสบการณ์และความชำนาญในการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ อีกทั้งต้องรู้แหล่งวัตถุดิบอีกด้วย

3) การตัดสินใจซื้อ จะต้องคำนึงจำนวนที่สั่งซื้อแต่ละครั้งและคุณภาพของวัตถุดิบว่าจะสั่งซื้อครั้งเดียวจำนวนมาก ๆ หรือควรสั่งซื้อหลายครั้ง ครั้งละน้อย ๆ วิธีใดจะเกิดประโยชน์มากที่สุด สำหรับเรื่องคุณภาพของวัตถุดิบจะต้องประสานงานกับฝ่ายผลิตจึงจะได้วัตถุดิบที่ฝ่ายผลิตต้องการ

4) ระดับของพัสดุคงคลัง จะต้องรักษาระดับสินค้าที่เก็บไว้ให้เหมาะสม ไม่มากเกินไปหรือน้อยเกินไป โดยคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา

5) การบำรุงรักษาเครื่องจักร จะต้องมีการตรวจสอบดูรักษาตามกำหนดเวลาให้เครื่องจักรมีประสิทธิภาพอยู่เสมอ หากเครื่องจักรขัดข้องก็มีเครื่องจักรสำรองนำออกมาใช้ได้ทันที

6) การจัดตารางและโปรแกรมการผลิต การผลิตที่มีประสิทธิภาพจะต้องดำเนินการไปตามขั้นตอนของกิจกรรมแต่ละขั้นอย่างสัมพันธ์กัน การจัดเวลาหรือตารางการผลิต การจัดการเกี่ยวกับชิ้นส่วนประกอบและเครื่องมือ

สรุปได้ว่า การดำเนินการผลิต เริ่มจากขั้นตอนการรวบรวมวัตถุดิบ วิธีการต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการผลิต

- เป้าหมายของการดำเนินงานเป้าหมายของการดำเนินการ 3 ประการ

1) เพื่อมุ่งหวังผลกำไร กำไรเป็นผลตอบแทนกลับคืนให้กับกลุ่มชุมชนที่ได้ลงทุนในการดำเนินธุรกิจในการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ สนองความต้องการของผู้บริโภค

2) เพื่อมุ่งหวังที่จะทำให้กิจการอยู่รอด เมื่อได้ลงทุนดำเนินการต่างมุ่งหวังให้กิจการดำเนินงานต่อไปอย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดชะงักหรือปิดกิจการ สามารถผลิตสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด ขยายสาขาเพิ่มลงทุนในธุรกิจใหม่ ทำให้กิจการมีฐานะและสินทรัพย์เพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

3) เพื่อมุ่งหวังสนองความรับผิดชอบต่อสังคม องค์กรธุรกิจชุมชนต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งภายในและภายนอกของกิจการ เช่น มีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ แหล่งชุมชน ไม่เอาัดเอาเปรียบหรือสร้างปัญหาให้กับสังคม

ดังนั้น จะเห็นว่า ภาครัฐได้นำกลวิธีชุมชนมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน โดยมีกระบวนการที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1) ความร่วมมือของประชาชนด้วยศรัทธาเพื่อจะสร้างเสริมระดับความเป็นอยู่ของตนให้ดีขึ้น โดยอาศัยความริเริ่มของตนเองเป็นสำคัญ

2) การกำหนดให้มีหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคและวิธีการ เพื่อให้ความคิดริเริ่ม การช่วยตนเอง และความช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

- **กลุ่มผู้รับผลประโยชน์และกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์** มี 2 ประเภท คือ อ่างใน ปารีชาติ วลัยเสถียร และคณะ. 2541 : 98

1) กลุ่มเป้าหมายเป็นรายบุคคล คือ ผู้ประกอบการขนาดเล็ก เกษตรกรในชนบท ประชาชนที่ประกอบธุรกิจพื้นฐาน และผู้มีรายได้น้อยทั้งในเมืองและชนบท

2) กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่ม มีกลุ่ม 2 ประเภท คือ กลุ่มบุคคลและนิติบุคคล ได้แก่ กลุ่มอาชีพต่าง ๆ กลุ่มจำแนกตามเพศและวัย คือ กลุ่มสตรี กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเยาวชน กลุ่มตามลักษณะกิจกรรม เช่น กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์ประเภทต่าง ๆ

- **วิธีการรวมกลุ่มในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์** ในการนำหลักการไปปฏิบัติจะต้องมีการรวมกลุ่ม 5 ประการ

1) รวมคน คือ รวมคนที่มีปัญหาเหมือนกันหรือคล้ายกัน มีความต้องการ จุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่เหมือนกัน คนที่มาร่วมกันจะต้องพร้อมและสมัครใจที่จะร่วมแรงร่วมมือและไม่ใช่เป็นคนที่เข้ามาหวังประโยชน์ส่วนตนโดยไม่คำนึงถึงคนอื่น

2) รวมเงิน คือ การรวมเงินจากสมาชิกเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในการแก้ไขปัญหา กับสมาชิกที่เดือดร้อนในรูปการบริหารเงินกู้ที่สมาชิกร่วมกันเรียกว่า “เงินค่าหุ้น” สมาชิกจะนำเงินลงทุนหรือเงินฝากเท่าไรก็ได้ ขึ้นอยู่กับข้อตกลงกันในกลุ่ม

3) รวมความคิด คือ ในการทำงานกลุ่มองค์กรธุรกิจชุมชนต้องกำหนดความคิดของสมาชิกทุกคนเพื่อนำไปใช้ในการบริหารงาน ซึ่งสมาชิกทุกคนจะต้องร่วมกันคิด มาร่วมกันทำงาน กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตลอดจนวางแผนเพื่อพัฒนากลุ่มร่วมกัน

4) รวมใจ คือ เป็นการรวมคนที่ค่อนข้างมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ทั้งความคิด จิตใจ ฐานะทางการเงิน การศึกษา คุณวุฒิ และวัยวุฒิ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้โดยทั่วไปมักเป็นอุปสรรค จำเป็นต้องสลายความแตกต่างเหล่านี้ออกไปให้หมด โดยอาศัยความช่วยเหลือของสมาชิกทุกคนเพื่อให้เกิดพลังที่เข้มแข็ง ความร่วมมือคงเป็นไปได้ยากหากไม่เริ่มที่การ “รวมใจ” เข้าด้วยกันก่อน และการที่จะทำให้เกิดความรวมใจได้ คนที่มารวมกันคงต้องค้นหาก่อนว่าอะไรคือ “จุดมุ่งหมายสูงสุดร่วมกัน”

- การตลาด **ฟิลิปป์ คอรัสนอร์ Philip Crosser** อ้างถึงใน สุดาตวง เรื่อง รุจิระ. 2543 : 3 เห็นว่า การตลาดคือกิจกรรมที่กระทำขึ้นเป็นเรื่องของธุรกิจ ต้องมีการซื้อขายสินค้าหรือบริการในการเคลื่อนไหวของสินค้าหลังบริการ การโอน เปลี่ยนมือจากผู้ผลิตที่เป็นผู้ขายให้กับผู้บริโภคหรือใช้สินค้าหรือบริการในฐานะที่เป็นผู้ซื้อสินค้า

ในการพิจารณาด้านการตลาด หรือ 4P ของส่วนผสมการตลาด 4 ด้าน ที่นำมาเกี่ยวข้องกัน คือ

1) Product หรือผลิตภัณฑ์ ที่จะต้องมีการพิจารณาออกแบบหรือพัฒนาขึ้นมาได้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้า ความหมายของผลิตภัณฑ์นี้จะหมายถึง แบบรูปร่างของผลิตภัณฑ์และ/หรือ รวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ส่วนสำคัญที่สุดของเรื่องผลิตภัณฑ์นี้ คือ การมุ่งพยายามพัฒนาให้มีสิ่งซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

การศึกษาในหัวข้อผลิตภัณฑ์นี้ เรื่องราวที่ศึกษาจะเกี่ยวข้องกับปัญหาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) รวมถึงการพิจารณาถึงรูปร่างลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ กันเพื่อที่จะได้มีการจำแนกหรือจัดกลุ่มหรือประเภทผลิตภัณฑ์ (Product Classes) ซึ่งช่วยให้การพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดดำเนินไปได้โดยสะดวกและง่ายขึ้น

ผลิตภัณฑ์ แม้จะเป็นเพียงด้านเดียวของส่วนผสมทางการตลาด แต่นับว่ามีความสำคัญที่สุดที่ต้องหยิบขึ้นมาศึกษาหรือพิจารณาก่อน เพราะตัวผลิตภัณฑ์จะเป็นสิ่งที่ลูกค้าสนใจพิจารณามากที่สุด มากกว่าส่วนผสมการตลาดอื่น ๆ

2) Price หรือ ราคา ที่ต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสม ในเรื่องราคานี้จะเป็นใจกลางของส่วนผสมการตลาดทั้งหมด และเป็นตัวกลไกที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดขึ้นมาได้ ในการกำหนดราคานี้ จะต้องมีการพิจารณาทั้งลักษณะของการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย

และปฏิบัติการของลูกค้านำราคาที่แตกต่างกัน วิธีการที่เกี่ยวข้องในการกำหนดส่วนเพิ่ม (Markups) ส่วนลด (Discounts) และเงื่อนไขการขาย (Items of Sale) จะต้องพิจารณากำหนดให้ถูกต้อง หากลูกค้าไม่ยอมรับในเรื่องราคาเมื่อใด ปัญหา ก็จะเกิดขึ้น โดยแผนงานต่าง ๆ ที่กำหนดไว้แล้วจะเสียหายหมด นำไปใช้ปฏิบัติไม่ได้ ถึงแม้ว่าราคาจะเป็นเพียงส่วนเดียวของส่วนผสมทางการตลาดก็ตาม แต่ก็เป็นส่วนสำคัญที่ลูกค้าจะจ่ายออกมาเมื่อเขาได้พอใจในส่วนผสมทางการตลาดของบริษัทแล้ว ราคาจึงเป็นตัวตัดสินที่สำคัญที่ผู้บริหารการตลาดต้องสนใจเป็นพิเศษ

กล่าวโดยสรุป “ราคา” จะเกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาให้เหมาะสมที่สุดที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตอยู่แล้วให้ออกไปสู่ที่มีความต้องการ โดยวิธีการส่งเสริมการขายที่ตีความเหมาะกับตลาดเป้าหมาย

3) Promotion หรือ การส่งเสริมการขาย หรือการแจ้ง การบอกกล่าว และการขายความคิดความเข้าใจให้ลูกค้าได้รู้ การส่งเสริมการขายจะเกี่ยวข้องกับวิชาการต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับสื่อความ (Communicate) ให้ถึงตลาดเป้าหมายให้ได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการว่า ได้มีจำหน่าย ณ ที่ใด ณ ระดับราคาใด

การส่งเสริมการขายจะประกอบด้วยการขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) การขายโดยทั่วไป (Mass Selling) และการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ซึ่งผู้บริหารการตลาดจะต้องพิจารณาเลือกใช้วิธีต่าง ๆ เหล่านี้ประกอบเข้าด้วยกันให้เป็นการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพที่สุด

สำหรับการขายโดยพนักงาน (Personal Selling) จะหมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงแบบตัวต่อตัว (Direct Face-to-face Relationships) ระหว่างผู้ขายและลูกค้า แต่การขายแบบทั่วไป หรือ Mass Selling นั้น กลับจะเป็นวิธีการออกแบบสำหรับการสื่อความกับลูกค้าจำนวนมาก ๆ พร้อมกันในเวลาเดียวกัน หากพิจารณาจะเห็นได้ว่า การขายโดยพนักงานจะมีความสำคัญที่สุดในส่วนผสมทางการตลาดทั้งปวง เพราะตามวิธีนี้พนักงานขายจะคล่องตัว โดยสามารถปรับส่วนผสมการตลาดของบริษัท ทำให้สอดคล้องกับลูกค้าแต่ละคนได้อย่างดี แต่ต้นทุนการขายมักจะสูงตาม จึงมักจะต้องใช้เฉพาะกรณีสำคัญ หรือใช้เฉพาะเป็นส่วนเสริมหรือเพิ่มเติมหลังจากที่ได้มีการใช้วิธีการขายแบบทั่วไปและการส่งเสริมการขายแล้ว

วิธีการโฆษณา (Advertising) นับว่าเป็นแบบของการขายแบบทั่วไป (Mass Selling) ที่สำคัญที่สุดแต่การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) จะเป็นเครื่องมือที่พยายามใช้เสริมหรือสนับสนุนการขายตามวิธีการขายโดยพนักงานและการขายแบบทั่วไป

ในเรื่องของการส่งเสริมการขายนี้ มักจะเป็นภาระหน้าที่ของบุคคลสำคัญหรือผู้จัดการฝ่ายขาย ผู้จัดการฝ่ายโฆษณา ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการขาย และโดยเฉพาะจะเป็น

งานสำคัญของนักบริหารการตลาด ที่ต้องตัดสินใจกำหนดนโยบายการส่งเสริมการขายเพื่อให้  
 เหมาะกับกลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ

4) Place หรือสถานที่ หรือการไปให้ถึงเป้าหมาย กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ที่ดี หากไม่  
 สามารถไปถึงทันเวลาและในสถานที่ที่มีความต้องการแล้ว ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ก็จะไม่มีความหมาย  
 ดังนั้น ในด้านของสถานที่จึงมีการพิจารณาถึงสถานที่ เวลา และบุคคลที่สินค้าและบริการควรจะ  
 ถูกนำไปเสนอขายให้

โดยปกติการเคลื่อนตัวของสินค้าและบริการจะไม่ดำเนินไปได้ด้วยดีด้วยตนเอง  
 แต่จะขึ้นอยู่กับช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ มากมายเกี่ยวข้องอยู่ ทั้ง  
 จากสถาบันที่ทำหน้าที่ค้าขาย (Institutions) และคนกลาง (Middle Men) หลายฝ่ายด้วยกันกว่า  
 จะถึงมือผู้บริโภคสุดท้าย ทั้งสถาบันการค้าและคนกลางต่างก็เป็นช่องทางการจัดจำหน่าย  
 (Channel of Distribution) ซึ่งนักการตลาดต้องเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และโดยเฉพาะ  
 อย่างยิ่งหัวข้อนี้จะเป็นหัวข้อสำคัญที่สุดของผู้จัดการขายและผู้จัดการฝ่ายจัดส่ง รวมทั้งพ่อค้าคน  
 กลางจำนวนไม่น้อยที่ต้องสนใจเป็นพิเศษ

ในทางปฏิบัติ บางครั้งระบบการจำหน่ายอาจมีขั้นตอนสั้นนิดเดียว เป็นเพียง  
 ขั้นตอนเดียว คือ จากผู้ผลิตไปถึงผู้บริโภคเลยก็ได้อีกได้ แต่ส่วนมากแล้วการขายมักจะต้อง  
 เกี่ยวข้องกับคนกลางจำนวนมากเสมอ และตามสภาพความเป็นจริง ถ้าผู้บริหารการตลาดได้มีจุด  
 มุ่งในเป้าหมายตลาดหลาย ๆ แห่งพร้อมกันแล้ว การต้องอาศัยช่องทางการจัดจำหน่ายหลาย ๆ  
 ทางก็นับว่าเป็นสิ่งจำเป็น

สรุปได้ว่า การพิจารณาส่วนผสมการตลาดว่าด้วย “สถานที่” นี้ คือจะเกี่ยวข้องกับ  
 ปัญหาทั้งหลาย ตลอดจนหน้าที่และชนิดของสถาบันต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการ “นำ  
 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบแล้วไปยังตลาดเป้าหมาย” ดังนั้น ส่วนผสมของปัจจัยสำคัญทั้ง 4 ประการนี้  
 มีเป้าหมายทางการตลาด คือ การตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะต้องจัดความ  
 สมดุลเหมาะสมขององค์ประกอบ 4 ด้านนี้ให้เกิดประสิทธิภาพที่สุด การขาดความสมดุลของ  
 องค์ประกอบตัวใดตัวหนึ่ง คือ สาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาในการบริหารของกิจการนั่นเอง

ข้อพิจารณาในการเลือกบรรจุภัณฑ์ มีรายละเอียด 7 ประการ อ้างใน สุดาตวง  
 เรืองรุจิระ, 2540 : 157 – 161

#### 1) ลักษณะของสินค้า

สินค้าที่จำหน่ายมีลักษณะเป็น น้ำ ครีม ผง เมล็ด ก้อน หรือก๊าซ หรือลักษณะอื่น  
 ๆ มีคุณสมบัติทางฟิสิกส์ หรือทางเคมีอย่างไร เพื่อจะได้เลือกใช้วัสดุให้ถูกต้อง เพื่อให้บรรจุภัณฑ์  
 นั้นทำหน้าที่ป้องกันรักษาได้ดี การเลือกใช้วัสดุไม่ถูกต้องหรือชนิดของบรรจุภัณฑ์รูปทรงที่ไม่

ถูกต้องจะทำให้สินค้าเสียหายได้ง่าย ต้นทุนสูง อีกทั้งลูกค้าจะขาดความนิยมจำหน่ายได้ยากหรือจำหน่ายไม่ได้

## 2) ตลาดเป้าหมาย

การที่มีบรรจุกฎเกณฑ์เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจ ยอมรับในผลิตภัณฑ์มากขึ้น ดังนั้นการจะสร้างบรรจุกฎเกณฑ์ที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้ จึงต้องศึกษาความต้องการของลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่มจะมีสเนียมแตกต่างกัน พฤติกรรมในการซื้อแตกต่างกัน ซื้อทีละหน่วยหรือซื้อครั้งละหลายหน่วย นิยมไปซื้อที่ไหน ลักษณะของแหล่งขายจัดวางสินค้าอย่างไร ผู้บริโภคซื้อแล้วนำไปใช้อย่างไร พฤติกรรมการบริโภคหรืออุปโภคสินค้านั้นทำอย่างไร เก็บรักษาอย่างไร หรือเป็นโรงงานผลิตสินค้า ซื้ออย่างไร ใช้อย่างไร ยังคงเป็นพฤติกรรมที่จะต้องศึกษาให้ถ่องแท้เพื่อจะได้เลือกใช้บรรจุกฎเกณฑ์ที่จะตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมายได้

## 3) วิธีการจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์เมื่อออกจากโรงงานจะไปสู่ตลาดเป้าหมายได้โดยวิธีการจัดจำหน่าย การจำหน่ายโดยตรงไม่ผ่านคนกลางไปสู่ผู้ใช้ ผู้บริโภคย่อมต้องการบรรจุกฎเกณฑ์ลักษณะหนึ่ง หากจำหน่ายผ่านคนกลาง คนกลางประเภทใด คนกลางนั้นมีวิธีการซื้อสินค้าเข้าร้านอย่างไร วางสินค้าขายอย่างไร เช่น กรณีร้านค้าปลีก เป็นร้านขายของชำ ร้านค้าเบ็ดเตล็ด ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ หรือหาบเร่แผงลอย ลักษณะการจัดการ จัดร้าน วิธีการขาย การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง ย่อมจะปฏิบัติแตกต่างกัน ร้านค้าจำหน่ายสินค้าโดยมีพนักงานขายแนะนำหรือไม่ หรือใช้ระบบบริการตนเอง ย่อมต้องการบรรจุกฎเกณฑ์ที่จะปฏิบัติหน้าที่แทนพนักงานขายมากขึ้น สีสันรูปทรงต้องสะดุดตาเพียงพอ เมื่อไปอยู่บนชั้นวางสินค้า ลักษณะการจัดหน้าร้านมีระเบียบหรือวางไม่เป็นระเบียบ พฤติกรรมของร้านค้าย่อมมีอิทธิพลต่อโอกาสขายของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ รวมทั้งต้องพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่จำหน่ายอยู่ในแหล่งเดียวกันด้วย ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งนั้นใช้บรรจุกฎเกณฑ์ลักษณะใด ดีกว่าหรือไม่ กิจการจะต้องพยายามที่จะทำให้ได้ดีกว่า จึงจะชนะใจลูกค้าและจะจำหน่ายสินค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง

## 4) การขนส่ง

การขนส่งสินค้าออกสู่ตลาดมีหลายวิธีและพาหนะแตกต่างกันรวมทั้งระยะทางที่ต้องขนส่ง หมายถึง ความทนทาน แข็งแรงของบรรจุกฎเกณฑ์ที่ปกป้องสินค้าในระหว่างขนส่งให้ปลอดภัยได้ดีเพียงไร วิธีการเคลื่อนย้ายสินค้าด้วยอุปกรณ์แตกต่างกัน จะเกิดผลเสียหายต่อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ดังนั้น กิจการจึงต้องคำนึงถึงวิธีการขนส่งที่ใช้เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลเสียที่จะเกิดขึ้นให้น้อยที่สุด รวมทั้งความประหยัดในการขนส่งด้วยปัจจัยเรื่องดินฟ้าอากาศ

เป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาประกอบด้วยเมื่อจัดส่งสินค้าผ่านสถานที่หรือไปสู่สถานที่ที่มีดินฟ้าอากาศที่แตกต่างกัน อุณหภูมิ ความชื้นจะทำความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์ได้เมื่อบรรจุภัณฑ์คุ้มครองไม่ได้

ในปัจจุบันนิยมการขนส่งด้วยระบบตู้บรรจุทุกสำเร็จรูป (Container) ดังนั้น บรรจุภัณฑ์ของสินค้าจะต้องออกแบบให้พอดีกับขนาดของตู้ ผู้สินค้าให้ความปลอดภัยแก่สินค้าระหว่างขนส่งในเรื่องแข็งแรงป้องกันการโจรกรรมได้ดี แต่ขณะเดียวกัน หากสภาพการบรรจุภายในไม่ถูกต้อง เช่น มีช่องว่าง เมื่อเกิดการกระเทือน หรือเอียงล้ม ย่อมเกิดการเสียหายแก่สินค้าภายในได้เช่นกัน รวมทั้งความไม่ประหยัดของต้นทุนค่าขนส่งด้วย

#### 5) การเก็บรักษา (Storage)

ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ผลิตแล้วว่าจะถึงมือผู้บริโภคจะถูกนำไปเก็บรักษาไว้เป็นช่วง ๆ ตั้งแต่การเก็บรักษาไว้รอการขายของผู้ผลิต ส่งออกไปจะไปพักอยู่ในพาหนะขนส่งในระหว่างการขนส่ง ไปเก็บอยู่ที่คลังสินค้าของโรงงานที่จะนำไปใช้ผลิต หรือไปพักอยู่ที่พ่อค้าคนกลาง ทั้งพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก ดังนั้น วิธีการเก็บรักษาแต่ละสถานที่ ระยะเวลาที่ต้องเก็บรักษา จึงเป็นปัจจัยที่จะต้องหยิบยกขึ้นมาพิจารณา สินค้าหลายชนิดมีน้ำหนักเมื่อนำไปวางเรียงซ้อนเพื่อประหยัดเนื้อที่ บรรจุภัณฑ์อาจไม่แข็งแรงพอ ทำให้แตก ฉีกขาด และยังทำความเสียหายแก่สินค้าภายในได้ สภาพความชื้น อุณหภูมิของสถานที่เก็บมีอันตรายต่อสินค้าได้ เช่น มันสำปะหลังที่เก็บทับไว้นาน ๆ จะเกิดความร้อนขึ้นได้ และเมื่ออากาศร้อนเพิ่มเข้าไปด้วย อาจถูกเป็นไปใหม่ได้ หรือสภาพที่ขึ้นมากอาจทำให้สินค้าเปียกชื้นเสียหายได้ เช่น พวกวัสดุเคมีต่าง ๆ ดังนั้น การเลือกบรรจุภัณฑ์จึงต้องพิจารณาวิธีการด้านการเก็บรักษา สภาพของสถานที่การเก็บรักษา รวมทั้งวิธีการเคลื่อนย้ายในสถานที่การเก็บรักษาด้วย

#### 6) ลักษณะการนำไปใช้งาน

บรรจุภัณฑ์ที่ดีจะต้องนำไปใช้งานได้สะดวก เช่น ปิด-เปิดง่าย สามารถใช้ทั้งบรรจุภัณฑ์หรือนำไปเข้าต่อเนื่องกับกระบวนการผลิตได้ เพื่อประหยัดเวลาและแรงงาน ค่าใช้จ่าย การที่จะเลือกบรรจุภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์ดังกล่าว จึงต้องศึกษาถึงลักษณะการนำไปใช้งาน เช่น ในกรณีเป็นสินค้าอุปโภค-บริโภค ผู้บริโภคนำไปใช้อย่างไร ใช้ครั้งเดียวหมดหรือเก็บไว้ต่อไป ต้องการภาชนะถ่ายเทหรือไม่ นำไปใช้ในสถานที่หรือนอกสถานที่ ต้องการความสะดวกในการปิด-เปิดหรือไม่ น้ำหนักต้องเบาหรือไม่ ภาชนะที่บรรจุสามารถนำไปใช้ประโยชน์หรือไม่ สิ่งเหล่านี้เป็นตัวอย่งที่แสดงให้เห็นความจำเป็นที่จะต้องมีการพิจารณาเมื่อเลือกบรรจุภัณฑ์

#### 7) ต้นทุนของบรรจุภัณฑ์

ต้นทุนเป็นปัจจัยที่กิจการคงจะต้องคำนึงถึงมาก ทุกกิจการต้องการประหยัดต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ทั้งสิ้น หากแต่คงต้องคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อยอดขาย หรือความสูญเสีย

ค่าใช้จ่ายด้านอื่น ๆ มาชดเชยด้วย การเลือกบรรจุภัณฑ์ที่อาจต้องจ่ายสูงขึ้นสำหรับบรรจุภัณฑ์ หากแต่มีผลดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ ทำให้ขายสินค้าราคาสูงขึ้น หรือเพิ่มปริมาณการขายได้ ย่อมเป็นสิ่งชดเชยที่ควรเลือกปฏิบัติ หรือบรรจุภัณฑ์ที่ดีแข็งแรง ทำให้ลดความเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ ย่อมเป็นสิ่งชดเชยเช่นเดียวกัน รวมถึงชดเชยในกระบวนการผลิต การบรรจุที่เป็นที่วิจารณ์กันไม่น้อยที่ผู้ผลิตใช้ประโยชน์บรรจุภัณฑ์ในการสร้างภาพลวงตาแก่ผู้ซื้อ ให้เกิดการเข้าใจผิดในรูปทรงหรือปริมาณ หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งวัสดุหรือลักษณะของบรรจุภัณฑ์อาจเป็นอันตรายแก่ผู้ใช้ได้ สิ่งเหล่านี้และเทคโนโลยีการผลิตบรรจุภัณฑ์ใหม่ ๆ ได้ช่วยแก้ปัญหาอย่างมาก อีกทั้งความรู้ที่รับผิดชอบต่อสังคมของนักธุรกิจมีมากขึ้น ผู้ผลิตมีจริยธรรมมากขึ้น กฎหมายได้เข้ามาควบคุมโดยใกล้ชิดมากขึ้น อีกทั้งผู้ผลิตได้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าต่าง ๆ มากขึ้น การใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อการหลอกลวงผู้ซื้อย่อมจะต้องลดน้อยลง

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ความต้องการบรรจุภัณฑ์มากขึ้น ได้เกิดผลกระทบต่อนิเวศวิทยาและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมาก การเลือกสรรสร้างบรรจุภัณฑ์มาใช้เพื่อป้องกันสินค้าก็ดี เพื่อจูงใจผู้ซื้อก็ดี ทำให้มีการเลือกใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงทนทาน หรือมีการใช้วัสดุหลากหลายชนิดเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการต้องการวัตถุดิบในการบรรจุภัณฑ์เพิ่ม สิทธิธรรม สารหงษ์, 2547 : 30 – 41

## 2.6.2 ด้านการผลิต

กระบวนการผลิต (Process) หมายถึง กิจกรรมการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าให้แก่ปัจจัยนำเข้าเพื่อผลิตเป็นสินค้าหรือบริการที่พร้อมต่อการส่งมอบให้แก่ลูกค้า ในอุตสาหกรรมแต่ละประเภทจะมีกระบวนการผลิตในขั้นของรายละเอียดต่าง ๆ แตกต่างกันไป ปรามิโธย์ แสงพลสิทธิ์, 2547 : 17 เช่น กระบวนการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมประกอบด้วยกระบวนการแปรรูปวัตถุดิบ การสั่งซื้อวัตถุดิบเพิ่มเติม การควบคุมปริมาณสินค้าคงคลัง และการจัดตารางส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า เป็นต้น ส่วนกระบวนการผลิตของสายการบิน ประกอบด้วย การขนย้ายสัมภาระของผู้โดยสาร การบริการสำรองที่นั่งให้แก่ผู้โดยสาร และการจัดตารางการทำงานของลูกเรือ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงขั้นตอนในกระบวนการผลิตที่สำคัญ ๆ แล้วจะมีความเหมือนกัน กระบวนการผลิตขององค์การทุกองค์การ ไม่ว่าจะเป็นองค์การขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ โดยกระบวนการผลิตเริ่มต้นจากขั้นตอนการหาปัจจัยนำเข้าในการผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งประกอบด้วยทรัพยากรมนุษย์ ทั้งบุคลากรและฝ่ายบริหาร วัตถุดิบ ที่ดิน พลังงาน และทรัพย์สินประเภททุน เช่น เครื่องจักร และสถานประกอบการ

นอกจากนั้น ในขั้นตอนนี้ยังมีปัจจัยนำเข้าอีก 2 ประเภท ได้แก่ ความคิดเห็นของลูกค้าและข้อมูลผลประกอบการขององค์กรซึ่งมาจากแหล่งข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยความคิดเห็นของลูกค้ามาจากความคิดเห็นภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการแล้ว ดังนั้น องค์กรหลายแห่งจึงนำความคิดเห็นลูกค้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิต สำหรับข้อมูลผลประกอบการขององค์กร ได้แก่ รายงานจากศูนย์บริการลูกค้า ปริมาณสินค้าคงคลังที่เป็นข้อมูลจากแหล่งภายในขององค์กร ตลอดจนผลงานวิจัยทางการตลาด รายงานสถานการณ์รัฐบาลที่ถือเป็นข้อมูลจากแหล่งภายนอกองค์กร

หลังจากที่องค์กรได้รวบรวมปัจจัยนำเข้าทั้งหมดเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการเรียบร้อยแล้ว ขั้นต่อมาจึงเป็นการนำปัจจัยนำเข้าผ่านกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการตามลำดับขั้นตอนของงาน

#### การผลิต แบ่งออกเป็น

1. ความต่อเนื่องการผลิต หมายถึง ระยะเวลาที่ทำการผลิตภัณที่นั้น ๆ ในแต่ละปี ในกรณีที่มีการผลิตนั้นไม่ขึ้นต่อฤดูกาล หากเป็นการผลิตที่ต้องพึ่งฤดูกาล เช่น ผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น จะพิจารณาในแง่สัดส่วนที่ทำการผลิตภัณที่นั้น ๆ ต่อพื้นที่ที่ทำการเกษตรของชุมชน

2. การจัดการด้านกระบวนการผลิต หมายถึง ระบบการจัดการที่กลุ่มผลิตใช้ในการผลิตผลิตภณที่ ว่ามีกระบวนการผลิตที่ชัดเจนหรือไม่ มีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภณที่ก่อนส่งจำหน่ายหรือไม่ ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์, 2547 : 18

#### ขั้นตอนการผลิต

การผลิต คือ การแปรสภาพวัตถุดิบให้เป็นสินค้าหรือผลผลิต และบริการ ตามกระบวนการผลิต โดยมีข้อมูลพื้นฐานมาจากการพยากรณ์ การคาดการณ์ การวิเคราะห์ วิจัย แหวนเพชร, 2547 : 25

#### ระบบการผลิตหรือขั้นตอนการผลิต

โดยทั่วไปมีกลไกพื้นฐานเหมือนกับระบบทั่ว ๆ ไป ซึ่งจะประกอบไปด้วย 3 ส่วนด้วยกันคือ ปัจจัยการผลิต (Input) กระบวนการแปรสภาพ (Process) และผลผลิต (Output) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบสินค้าหรือบริการ

### ประเภทของระบบการผลิต

- 1) แบ่งในแง่ของเป้าหมายการผลิต เช่น ผลิตตามคำสั่งซื้อและผลิตรอจำหน่าย
- 2) แบ่งตามกระบวนการแปรสภาพ เช่น การแปรสภาพโดยการแยกออก การแปรสภาพโดยการรวมตัวกัน และการแปรสภาพโดยการบริการ
- 3) แบ่งตามเทคนิควิธีการจัดการผลิต เช่น การผลิตเป็นครั้งคราว การผลิตแบบต่อเนื่อง การผลิตไม่ต่อเนื่อง เป็นช่วง ๆ

### ปัจจัยการผลิต

หมายถึง ทรัพยากรที่นำมาใช้เป็นการผลิตสินค้า-บริการ

ที่ดินและทรัพยากรธรรมชาติ

ทุนหรือสินค้าทุน คือ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการผลิต เช่น เครื่องมือ

เครื่องจักร

หน้าที่ของระบบการวางแผนการผลิต มีดังนี้

- 1) การพยากรณ์จำนวนที่จะทำการผลิต และปัจจัยต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการผลิต
- 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิต
- 3) การวางแผนการผลิต
- 4) การควบคุมกระบวนการผลิต
- 5) การควบคุมระบบคลังสินค้า

### สภาพปัญหากระบวนการผลิต

การวางแผนกระบวนการผลิต เป็นกิจกรรมหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการวางระบบและตำแหน่งของเครื่องมือเครื่องจักรต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต เหตุผลหลักในการวางแผนผังกระบวนการผลิตมี 3 ประการ ดังนี้ วิชัย แหวนเพชร, 2547 : 41 – 46

1. การวางแผนผังกระบวนการผลิตเป็นสิ่งที่ต้องลงทุนและเวลา
2. เมื่อตัดสินใจกำหนดแผนผังแล้วย่อมแก้ไขยาก
3. แผนผังกระบวนการผลิตมีผลต่อประสิทธิภาพการผลิต

อย่างไรก็ตาม การปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาการวางแผนผังกระบวนการผลิตก็ต้องมีการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากสาเหตุดังต่อไปนี้

1. การผลิตขาดประสิทธิภาพ ต้นทุนการผลิตสูง และเกิดปัญหาในการดำเนินการ

2. ไม่เกิดความปลอดภัยในการทำงาน
3. มีการปรับปรุงหรือผลิตสินค้าใหม่
4. มีการเปลี่ยนแปลงเครื่องมือ เครื่องจักรในวิธีการผลิต
5. มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบหรือปริมาณการผลิต
6. เกิดปัญหาด้านพฤติกรรมของพนักงานหรือคนงาน

ดังนั้น การวางแผนผังกระบวนการผลิตจึงสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับสภาวะการณ์ได้โดยมีการวางแผนอย่างรัดกุม

### 2.6.3 ด้านคุณภาพและมาตรฐาน

คุณภาพเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมีในการสืบสานสัมพันธภาพของมนุษย์ วิทยา เมฆ ขำ, 2547 : 1 – 5 ซึ่งมีวิวัฒนาการมา โดยสรุปดังนี้

ยุคการกำหนดข้อตกลงให้ชัดเจน เป็นแนวความคิดพื้นฐานตั้งแต่สมัยโบราณ เช่น ในจีน อินเดีย อาณาจักรกรีก และโรมัน เป็นต้น ยุคนี้ถือว่าผู้เสนอจะต้องระบุสิ่งที่ตัวเองต้องการให้ชัดเจน หากระบุสิ่งที่ต้องการไม่ชัดเจน ผู้สนองได้ดำเนินการเพื่อส่งมอบสิ่งของหรือบริการไปแล้ว ไม่ตรงกับความต้องการให้ถือเป็นความผิดของผู้เสนอ ผู้เสนอไม่สามารถปฏิเสธไม่รับสินค้าหรือบริการนั้นได้ (ตามหลักกฎหมายของพระเจ้าจัสติเนียน)

ยุคการผลิตต้องมีมาตรฐาน การที่จะสนองความต้องการให้กับผู้ใช้สินค้าหรือบริการได้อย่างเหมาะสมจะผูกพันอยู่กับกระบวนการผลิต ถ้าหากผู้ผลิตใช้เครื่องจักรหรือวัตถุดิบที่ไม่มีช่าง ไม่มีฝีมือ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับก็จะไม่ดีไปด้วย ผู้ผลิตจึงต้องรับผิดชอบต่อกระบวนการผลิตที่ไม่ได้มาตรฐานนั้น

ยุคการผลิตในปริมาณมาก การปฏิวัติอุตสาหกรรมในยุโรป (ค.ศ. ที่ 18) ได้เปลี่ยนจากการผลิตที่ใช้แรงงานคนมาเป็นการใช้เครื่องจักรและผลิตในปริมาณมาก (Mass Production) ความมีมาตรฐานหรือความสม่ำเสมอในคุณภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็น การวิจัยเพื่อพัฒนาที่จะควบคุมให้เกิดความสม่ำเสมอในคุณภาพของสินค้าที่ผลิตจึงได้เริ่มขึ้น และพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาจนถึงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ซึ่งมีก้าวอย่างที่สำคัญ ดังนี้

- ศตวรรษที่ 19 การปฏิวัติอุตสาหกรรมด้วยการใช้เครื่องจักรแทนแรงงานคน
- ค.ศ. 1924 W.A.Shewhart เขียนหนังสือ The Economic Control of the Quality of manufacturing product. มีเนื้อหาที่สำคัญ คือ การควบคุมคุณภาพด้วยแผนภูมิควบคุม (Control Chart)

- ค.ศ. 1950 หลังสงครามโลกครั้งที่สอง ญี่ปุ่นต้องชดใช้ค่าเสียหายในการทำสงครามให้กับฝ่ายสัมพันธมิตร แนวทางที่จะชดใช้ค่าเสียหายให้ได้ตามสัญญา ก็โดยการผลิตสินค้าออกจำหน่ายในตลาดโลก แต่ญี่ปุ่นยังด้อยคุณภาพอยู่มาก ญี่ปุ่นจึงร้องขอความช่วยเหลือทางวิชาการควบคุมคุณภาพจากสัมพันธมิตร W.E. Deming จึงได้เดินทางมาจุดประกายการควบคุมคุณภาพในญี่ปุ่นด้วยการบรรยายเรื่อง Quality of management นับจากนั้นมาวงการอุตสาหกรรมญี่ปุ่นก็ได้พัฒนาด้านคุณภาพอย่างกว้างขวาง จนมีนักวิชาการด้านคุณภาพที่สำคัญเกิดขึ้นในญี่ปุ่นเป็นจำนวนมาก เช่น Ishikawa ผู้คิดค้นเทคนิคการผลิตการผลิตสินค้าให้ตรงกับเป้าหมายให้เกิดความสูญเสียน้อยที่สุดโดยปรับค่าตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อการผลิตอย่างเหมาะสม ยุคการประกันคุณภาพในยุคต้น ๆ คุณภาพเน้นที่การผลิตให้เป็นไปตามที่กำหนด และพัฒนาขึ้นมาเป็นการมีมาตรฐานวิธีผลิตหรือให้บริการ ต่อมาการมีแค่เพียงมาตรฐานกระบวนการอย่างเดียวเริ่มไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ของการที่มีคู่แข่งมากขึ้น ตลาดเริ่มเป็นของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการจึงเริ่มผนวก “ความพึงพอใจของลูกค้า” (Customer Satisfaction) เข้าไปในความหมายของคำว่าคุณภาพด้วย เพราะถ้าพึงสินค้าหรือบริการที่มีมาตรฐานอย่างเดียวอาจจะไม่ได้รับความสนใจที่จะซื้อหรือให้บริการอีกต่อไป

ดังนั้น “ความพึงพอใจ” จึงเริ่มเข้ามาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของคุณภาพ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการในสินค้าหรือบริการตลอดเวลาที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้บริโภคหรือได้ใช้บริการนั้นจึงจำเป็นต้องมีการควบคุมคุณภาพสินค้าหรือบริการว่าจำเป็นต้องมีมาตรฐานและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้ การที่สามารถควบคุมคุณภาพได้อย่างสม่ำเสมอโดยไม่มีควมบกพร่องหรือผิดพลาดเลยเรียกว่า การประกันคุณภาพ (Quality Assurance) และการที่จะให้เกิดคุณภาพโดยเสมอจึงจำเป็นต้องมีการบริหารคุณภาพ (Quality Management)

จากวิวัฒนาการดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้ความหมายของคำว่า “คุณภาพ” เปลี่ยนแปลงไปตามลำดับโดยสรุปดังนี้

คุณภาพ หมายถึง สิ่งที่ถูกผลิตหรือทำขึ้นตรงตามที่คุณผลิตหรือผู้ทำกำหนด

คุณภาพ หมายถึง สิ่งที่ถูกผลิตหรือทำขึ้นตรงตามที่คุณผลิตหรือผู้ทำกำหนด โดยมีผลผลิตเหมือนกันทุกครั้งที่มีการผลิต

คุณภาพ หมายถึง สิ่งที่ถูกผลิตหรือทำขึ้นตรงตามมาตรฐานที่กำหนดทุกครั้งและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้ แต่คำนิยามตามระบบ ISO 9000 หรือระบบใด ๆ ก็ตาม จะมีการให้คำนิยาม คุณภาพ เฉพาะเจาะจงเป็นของตัวเอง โดยรากฐานจากความหมายดังกล่าวข้างต้น

องค์การผู้กำหนดมาตรฐานคุณภาพ คุณภาพเป็นเรื่องของการทำได้ตรงตามรูปแบบรายการที่กำหนดและได้มาตรฐานสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้หรืออาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าคุณภาพเป็นเรื่องของ 3S คือ Specification, Standard และ Satisfaction

มาตรฐานคุณภาพองค์ประกอบที่สำคัญประกอบด้วย 4 ประการ

1. รูปแบบรายการที่กำหนดเป็นรูปแบบรายการที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ดังนั้นรูปแบบรายการของผลิตภัณฑ์จึงเป็นสิ่งที่กำหนดขึ้นบนฐานข้อมูลที่ว่า “อะไรหรือสิ่งใดที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า” ก็กำหนดหรือออกแบบให้ตรงตามความต้องการนั้น การแสวงหาข้อมูลความต้องการของลูกค้า (Customer need assessment) จึงเป็นวิธีสำคัญ

2. มาตรฐานเป็นข้อกำหนดที่เกิดขึ้นจากการวิจัยพัฒนาทั้งในห้องทดลองและภาคสนาม ซึ่งประกอบ 3 มาตรฐาน

1) มาตรฐานโครงสร้าง (Structure Standard) เป็นปัจจัยนำเข้า เช่น การผลิตปากกาพลาสติก วัสดุพลาสติกถือเป็นปัจจัยนำเข้า จึงถือเป็นมาตรฐานโครงสร้าง

2) มาตรฐานกระบวนการ (Process Standard) เป็นวิธีการผลิตหรือให้บริการที่ผ่านการทดลองหรือวิจัยพัฒนาจนถึงขั้นที่มีการประกันว่าทำตามกระบวนการนี้แล้วจะได้ผลผลิตออกมาดีเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดเท่ากันทุกครั้งและมีประสิทธิภาพในการผลิตจนสามารถใช้วัสดุในการผลิตและได้ผลโดยที่ไม่มีการสูญเสีย (Zero Defect)

3) มาตรฐานเชิงผลลัพธ์ (Results Standard) มาตรฐานเชิงผลลัพธ์นี้วัดได้จากความพึงพอใจของผู้ใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ

3. ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจมีลักษณะพลวัตผันแปรไปตามความต้องการของคนมาตรฐานเชิงผลลัพธ์จึงจำเป็นที่จะต้องตรวจสอบอยู่ตลอดเวลาว่าสินค้าหรือบริการที่เรามั่นใจว่ามีมาตรฐานนั้นจะยังคงสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการอยู่หรือไม่

4. การกำหนดมาตรฐาน มาตรฐานถือเป็นองค์ประกอบคุณภาพที่สำคัญเพราะการที่มีมาตรฐานแตกต่างกันจะทำให้เกิดความสูญเสียทรัพยากรอย่างมาก การทำให้มาตรฐานเดียว (Single Standard) จึงจำเป็นในการลดความสูญเสียเปล่า องค์การที่ทำหน้าที่กำหนดมาตรฐานมีอยู่หลายองค์การและหลายระดับ ซึ่งโดยทั่วไปมักจะมีรูปแบบดังนี้

1) องค์การมาตรฐานในกลุ่มวิชาชีพมาตรฐานขององค์การ หรือหน่วยงานประเภทนี้คือ การขึ้นทะเบียนสมาชิกแล้วเลือกกันขึ้นเป็นองค์การควบคุมมาตรฐานวิชาชีพ ซึ่งจะรวมถึงจริยธรรมแห่งวิชาชีพ เช่น แพทย์สภา สภานายความ เป็นต้น องค์การเหล่านี้จึง

จำเป็นต้องกำหนดมาตรฐานการประกอบวิชาชีพและควบคุมให้มีการปฏิบัติตามข้อกำหนดมาตรฐานวิชาชีพ

2) องค์การมาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์หรือบริการ องค์การหรือหน่วยงานประเภทนี้จะมีระดับที่สำคัญ 5 ระดับ

1. ระดับบุคคล (Individual Level)
2. ระดับองค์การหรือบริษัท (Company Level)
3. ระดับภูมิภาคหรือท้องถิ่น (Local Level) เช่น ในเขตจังหวัด ศูนย์เขตภาค เป็นต้น

4. ระดับชาติ (National Level) หน่วยงานหรือองค์การที่กำหนดมาตรฐานระดับนี้จะสูงกว่าระดับภูมิภาคหรือระดับท้องถิ่นในประเทศไทยก็คือ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งในปกติในนานาชาติมักสังกัดกระทรวงพาณิชย์หรือสำนักงานเลขาของฝ่ายบริหาร เช่น องค์การ ANSI ในสหรัฐอเมริกา, DIN ในประเทศเยอรมนี, JIS ในประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

5. ระหว่างประเทศ (International Level) หน่วยงานหรือองค์การนี้จะกำหนดมาตรฐานที่ใช้กันในระดับนานาชาติ องค์การที่สำคัญในระดับนี้เป็นองค์การที่รู้จักกันแพร่หลาย ก่อตั้งเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2489 เรียกว่า International Organization for Standardization (IOS) ในการก่อตั้งครั้งแรกมีสมาชิกเพียง 25 ประเทศ แต่ในปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 138 ประเทศ สำนักงานใหญ่ขององค์การนี้ตั้งอยู่ที่เจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เพื่อรำลึกถึงการก่อตั้งองค์การจึงกำหนดให้ทุกวันที่ 14 ตุลาคมของทุกปีเป็นวันมาตรฐานโลก องค์การสหประชาชาติได้เห็นความสำคัญของคุณภาพ ในสังคมมนุษยชาติจึงยอมรับองค์การ IOS เป็นองค์การชำนาญพิเศษประเภทไม่ใช่หน่วยงานของรัฐในการปรับรวมมาตรฐานของชาติต่าง ๆ ให้เป็นสากลเพื่อให้ได้เป็นอย่างเดียวกัน

#### 2.6.3.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ข้อกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชุมชน เป็นข้อกำหนดที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เหมาะกับสภาพการผลิตของชุมชน เกิดขึ้นเนื่องจากกระทรวงอุตสาหกรรมสานนโยบายรัฐบาลที่จะแก้ไขปัญหาความยากจนของชุมชนจึงได้จัดตั้งโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ขึ้นมา จึงมอบหมายให้สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) จัดทำโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้จากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่ยอมรับและสามารถประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภค เป็นแนวทางพัฒนาแบบยั่งยืนที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนให้มี

การยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมสู่ตลาดบริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีกรอบแนวคิด 4 ประการ ดังนี้

1. เป็นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยสู่สากล
2. เกิดมาจากหลักการพึ่งตนเองและการคิดสร้างสรรค์ของชุมชน การตัดสินใจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน ให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่มีคุณค่าและสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน
3. เป็นการผลักดันผลิตภัณฑ์ดีเด่นที่ผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการอำนวยการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) ให้เข้าสู่การผลิตที่มีมาตรฐาน และได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์

4. เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์โดยใช้แรงงานและทรัพยากรในท้องถิ่น  
หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง การให้การรับรองประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งทั้งที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการหรือไม่มีการจดทะเบียนเป็นการรวมกลุ่มโดยธรรมชาติหรือชุมชนในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการคัดเลือกจากจังหวัดหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้ประกาศไว้แล้ว

ผู้ยื่นคำขอ หมายถึง ผู้ผลิตที่อยู่ในชุมชนหรือจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ

ผู้ได้รับการรับรอง หมายถึง ผู้ยื่นคำขอที่ผ่านการตรวจประเมินแล้ว และได้รับการรับรองจากคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ดำเนินการดังนี้

การตรวจสอบสถานที่ผลิตและเก็บตัวอย่างจากสถานที่ผลิต ส่งการตรวจสอบเพื่อพิจารณาออกไปรับรอง

ตรวจติดตามผลคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการรับรอง โดยสุ่มตัวอย่างที่ได้รับการรับรองจากสถานที่จำหน่ายเพื่อตรวจสอบ

การขอไปรับรองให้ยื่นคำขอ (แบบ มช.1) ต่อสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) หรือสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด หรือจังหวัดพร้อมหลักฐานและเอกสารประกอบคำขอต่าง ๆ ตามแผนที่ สมอ. เป็นผู้กำหนด โดยไม่มีการเก็บเงินใด ๆ ทั้งสิ้น

เมื่อ สมอ. ได้รับแบบ มช.1 พร้อมหลักฐานแล้ว จะนัดหมายการตรวจสอบสถานที่ผลิตเก็บตัวอย่างผลิตภัณฑ์ตามที่ขอส่งไปทดสอบ หรือทดสอบ ณ สถานที่ผลิต หากผลการตรวจสอบเป็นไปตามมาตรฐานชุมชนที่กำหนดไว้ สมอ. จะออกไปรับรองผลิตภัณฑ์ให้ ซึ่งมี

อายุ 3 ปี นับตั้งแต่วันที่ระบุในใบรับรองการต่ออายุใบรับรองหรือการออกใบรับรองฉบับใหม่ ให้ผู้ยื่นคำขอดำเนินการตามกระบวนการขอใบรับรองใหม่

กรณีที่มีผลการตรวจสอบตัวอย่างผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามเกณฑ์กำหนดติดต่อกัน 2 ครั้ง คณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (กมช.) จะมีคำสั่งการยกเลิกใบรับรอง ส่วนเงื่อนไขและการตรวจติดตามผลผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการรับรองจะมีการตรวจติดตามผลอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

## 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญา

พัชรา อุยุติระกุล (2531, น. 9) ให้ความหมายของภูมิปัญญาว่า ภูมิปัญญาเป็นเรื่องที่สั่งสมกันมาตั้งแต่อดีตและเป็นเรื่องของการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติโดยผ่านกระบวนการทางจารีตประเพณี วิธีชีวิต การทำมาหากิน และพิธีกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความสัมพันธ์เหล่านี้ เป้าหมายก็คือ เพื่อให้เกิดความสุขทั้งในส่วนที่เป็นชุมชน หมู่บ้าน และในส่วนที่เป็นปัจเจกของชาวบ้าน ถ้าหากเกิดปัญหาทางด้านความไม่สมดุลกันขึ้นก็จะก่อให้เกิดความไม่สงบสุข เกิดปัญหาในหมู่บ้าน และชุมชน

ธวัช ปุณโณทก (2531, น. 40) ได้กล่าวถึงภูมิปัญญาว่าหมายถึง ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ ในการศึกษาเล่าเรียน การที่ชาวบ้านรู้จักวิธีการทำนา การไถนา การเอาควายมาใช้ในการไถนา การรู้จักนวดข้าวโดยการใส่ควาย รู้จักสานกระบุง ตะกร้า เอาไม้ไผ่มาทำเครื่องใช้ไม้สอยในชีวิตประจำวัน รวมทั้งรู้จักเอาดินขี้กระทามาแช่น้ำต้มให้เหือดแห้งเป็นเกลือสินเธาว์ ก็เรียกว่าภูมิปัญญาทั้งสิ้น

ประเวศ วสี (2533, น. 35) กล่าวถึงภูมิปัญญาว่า เกิดจากการสะสมประสบการณ์ในการเรียนรู้มายาวนาน ความรู้ต่าง ๆ จะเชื่อมโยงกันไปในบริบทชีวิตต่าง ๆ ของผู้คนทั้งทางด้านเศรษฐกิจ อาชีพ ความเป็นอยู่ การใช้จ่าย การศึกษาและวัฒนธรรมมันจะผสมกลมกลืนกันไป บางที่แยกไม่ออกบอกไม่ได้ว่าเป็นวิชาอะไร

ประจวบ คำบุญรัตน์ (2542, น. 1) กล่าวว่า ภูมิปัญญาเป็นสติปัญญา เป็นองค์ความรู้อันชาญฉลาดของมนุษย์ที่ใช้ปรับตัวแก้ปัญหาในการดำรงชีวิตมาเป็นระยะเวลาอันนับพันปี และได้ถ่ายทอดจากบรรพบุรุษสู่ลูกหลาน มนุษยชาติแทบทุกเผ่าพันธุ์จึงได้พัฒนาขึ้นตามลำดับ

ธวัช ปุณโณทก (2531, น. 40) อธิบายว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน คือ ความรอบรู้ของชาวบ้านที่เรียนรู้และมีประสบการณ์สืบต่อกันมาทั้งทางตรง คือ ประสบการณ์ด้วยตนเองหรือทางอ้อม ซึ่งเรียนรู้จากผู้ใหญ่ หรือความรู้ที่สะสมสืบต่อกันมา

ประเวศ วะสี (2530, น. 75) กล่าวว่าไว้ว่าภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดได้เอง ที่นำมาใช้ในการแก้ปัญหาเป็น สติปัญญา เป็นองค์ความรู้ทั้งหมดของชาวบ้าน ทั้งกว้าง ทั้งลึก ที่ชาวบ้านสามารถคิดเอง ทำเอง โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการดำเนินชีวิตได้ในท้องถิ่นอย่างสมสมัย

ยิ่งยง เทาประเสริฐ (2537, น. 20) ได้ใช้คำว่าภูมิปัญญาพื้นบ้าน โดยให้ความหมายว่าเป็นองค์ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่สั่งสมและสืบทอดกันมา อันเป็นความสามารถและศักยภาพในเชิงแก้ปัญหา การปรับตัวเรียนรู้และสืบทอดไปสู่คนรุ่นใหม่ เพื่อการดำรงอยู่รอดของเผ่าพันธุ์ จึงเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ เผ่าพันธุ์หรือเป็นวิถีของชาวบ้าน

วิจิต นันทสุวรรณ (2528, น. 6-11) กล่าวว่าภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง แกนหลักของการมองชีวิต การใช้ชีวิตอย่างมีความสุข ซึ่งมีความหมายทั้งในแง่ของปัจเจกบุคคล และในแง่ของสังคมหมู่บ้าน

สุจารี นันทสุข (อ้างถึงใน สอนง.คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2541, น. 13) ให้ความเห็นว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง วิธีการปฏิบัติซึ่งชาวบ้านได้มาจากประสบการณ์แนวทางแก้ไขปัญหาแต่ละเรื่อง แต่ละประสบการณ์ แต่ละสภาพแวดล้อม ซึ่งจะมีเงื่อนไขปัจจัยเฉพาะแตกต่างกันออกไป

สามารถ จันทร์สุรย์ (อ้างใน สอนง.คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2541, น. 13) มองภูมิปัญญาชาวบ้านว่า หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดได้เอง ที่ได้นำมาในการแก้ไขปัญหาและสติปัญญา เป็นองค์ความรู้ทั้งหมดของชาวบ้าน ทั้งกว้าง ทั้งลึกที่ชาวบ้านสามารถคิดเองโดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาในการดำเนินชีวิตได้ในท้องถิ่นอย่างเหมาะสม

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎมนตรี (2541, น. 23) ได้สรุปลักษณะต่าง ๆ ของภูมิปัญญาไว้ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการเกษตร เช่น การเกษตรแบบผสมผสาน การแก้ปัญหาด้านการตลาด การเกษตร การแก้ปัญหาด้านการผลิต (เช่น แก้ไขโรคและแมลง) หรือการรู้จักปรับใช้เทคโนโลยี ฯลฯ

2. ด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การอนุรักษ์ป่าไม้ ต้นน้ำลำธาร การรักษาถ่ายทอดเพื่อการอนุรักษ์ เช่น การเคารพแม่น้ำ แผ่นดิน พิษพันธุัญญาหาร โบราณสถานวัตถุต่าง ๆ

3. ด้านการจัดการสวัสดิการและธุรกิจชุมชน ได้แก่

3.1 กองทุนต่าง ๆ ในชุมชน สหบาลข้าว ธนาคารข้าว สหกรณ์ร้านค้า กลุ่มออมทรัพย์

3.2 กลุ่มองค์กร เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเยาวชน ฯลฯ

4. ด้านการรักษาโรคและการป้องกัน เช่น หมอพื้นบ้าน หมอธรรม ผู้รอบรู้เรื่องสมุนไพร

5. ด้านการผลิตและการบริโภค เช่น การแปรรูป การใช้เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้แปรรูปผลผลิตเพื่อชะลอการนำเข้า

เสรี พงศ์พิศ (2529, น. 149) ได้แบ่งภูมิปัญญาไทยเป็น 2 ระดับ คือ ระดับชาติ และระดับท้องถิ่น

1. ภูมิปัญญาในระดับชาติ เป็นภูมิปัญญาที่พัฒนาสังคมไทยให้รอดพ้นจากวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ในอดีต การเสียเอกราช การสร้างเสริมความศิวิไลซ์ให้กับชาติตราบนานเท่านาน เช่น กรณีการกอบกู้เอกราชของพระนเรศวรมหาราช การป้องกันตนเองไม่ให้ตกเป็นเมืองขึ้นสมัยยุคล่าอาณานิคม เป็นต้น

2. ภูมิปัญญาในระดับท้องถิ่น หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นภูมิปัญญาที่เกิดขึ้นเฉพาะท้องถิ่นเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นนั้น เป็นพื้นความรู้ของชาวบ้านในการคิดแก้ปัญหาในชีวิตของตนเองหรือสติปัญญาอันเกิดจากการเรียนรู้ สะสม ถ่ายทอดประสบการณ์ที่ยาวนานของผู้คนในท้องถิ่น ซึ่งได้ใช้ชีวิตถาวรกับป่าเขา น้ำ ปลา ฟ้า นก ดิน หญ้า สัตว์ป่า พืช แมลง และธรรมชาติรอบตัวเป็นองค์ความรู้ทั้งหมดของพวกเขา

สามารถ จันทรสุรีย์ (2536, น. 61) ได้จำแนกภูมิปัญญาออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ภูมิปัญญาในลักษณะที่เป็นนามธรรม เป็นโลกทัศน์ ชีวทัศน์ เป็นปรัชญาในการดำเนินชีวิต เป็นเรื่องเกี่ยวกับการเกิด แก่ เจ็บ ตาย คุณค่าและความหมายของทุกสิ่งในชีวิตประจำวัน

2. ภูมิปัญญาในลักษณะที่เป็นรูปธรรม เป็นเรื่องเฉพาะด้าน เช่น การทำมาหากิน การเกษตร หัตถกรรม ศิลปะ ดนตรี และอื่น ๆ

วิจิต นันทสุวรรณ (2528, น. 6-11) ได้จำแนกภูมิปัญญาชาวบ้านไว้ 3 ลักษณะ คือ

1. ภูมิปัญญาจากการใช้ชีวิตในธรรมชาติ เนื้อหาของภูมิปัญญาคือ การอธิบายปรากฏการณ์ธรรมชาติ ความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตกับธรรมชาติในลักษณะของกฎเกณฑ์ที่พึงปฏิบัติ และข้อห้ามที่ไม่ให้ชาวบ้านปฏิบัติ เช่น ความเชื่อต่อธรรมชาติ เรื่องของผี ที่ทำให้เกิดสภาวะสมดุลของการอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับธรรมชาติ ระบบเหมืองฝาย ฝิน้ำ ฝินา เป็นต้น

2. ภูมิปัญญาจากประสบการณ์การอยู่ร่วมกัน ภูมิปัญญาแบบนี้มีพฤติกรรมตามแบบแผนของสังคม มีกฎเกณฑ์บอกอย่างนั้นดี อย่างนี้ไม่ดี มีระบบความสัมพันธ์ของการอยู่

ร่วมกันอย่างสันติเป็นหลัก มีความเข้าใจในอนิจจังของชีวิตเป็นสูงสุด รูปธรรมที่แสดงออก คือ ความเชื่อเรื่องบรรพบุรุษ เช่น ปู่ตา ปู่ย่า ฝี่พ่อ ฝี่แม่ และพิธีกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

3. ภูมิปัญญาจากประสบการณ์เฉพาะด้าน เช่น ภูมิปัญญาจากประสบการณ์การทำงานในในด้านต่าง ๆ ภูมิปัญญาด้านการรักษาโรค เป็นต้น

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานয়กรรัฐมนตรี (2540, น. 16-17) ได้สรุปลักษณะการเกิดและปัจจัยในการพัฒนาภูมิปัญญาไทยไว้ ดังนี้

1. ภูมิปัญญาไทย เป็นเรื่องของการใช้ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ความเชื่อ (Belief) และพฤติกรรม (Behavior)

2. ภูมิปัญญาไทยแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง คนกับคน คนกับธรรมชาติ แวดล้อม และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ

3. ภูมิปัญญาไทยเป็นองค์รวม หรือกิจกรรมทุกอย่างในชีวิต

4. ภูมิปัญญาไทยเป็นเรื่องของการแก้ปัญหา การจัดการ การปรับตัว การเรียนรู้ เพื่อความอยู่รอดของบุคคล ชุมชน และสังคม

5. ภูมิปัญญาไทยเป็นแกนหลัก หรือกระบวนการที่คนมองชีวิตเป็นพื้นความรู้ในเรื่องต่าง ๆ

6. ภูมิปัญญาไทยมีลักษณะเฉพาะหรือมีเอกลักษณ์ของตัวเอง

7. ภูมิปัญญาไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อการปรับสมดุลในการพัฒนาการทางสังคมตลอดเวลา

ประเวศ วสี (2533, น. 38) ได้สรุปลักษณะภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ 4 ประการ คือ

1. มีวัฒนธรรมเป็นฐาน

2. มีบูรณาการสูง

3. มีความเชื่อมโยงไปสู่นามธรรมที่ลึกซึ้งสูงส่ง

4. เน้นความสำคัญของจริยธรรมมากกว่าวัตถุธรรม

สุรเชษฐ์ เวชชพิทักษ์ (2533, น. 31) ได้แบ่งประเภทและลักษณะภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังนี้

1. ภูมิปัญญาเกี่ยวกับระบบการผลิต หรือการประกอบอาชีพซึ่งมีลักษณะการประกอบอาชีพแบบพุทธเกษตรกรรมหรือการประกอบอาชีพที่มีลักษณะจัดความสมดุลสอดคล้องกับธรรมชาติ มุ่งการพึ่งพาตนเองเป็นกระแสหลักมากกว่าการพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากภายนอก ได้แก่ การทำวนเกษตร การทำเกษตรผสมผสาน และการทำเกษตรแบบธรรมชาติ

2. ภูมิปัญญาเกี่ยวกับระบบสังคม หรือการจัดความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ ซึ่งได้แก่ ความเชื่อ คำสอน ค่านิยม ประเพณีที่แสดงออกในแบบแผนการดำเนินชีวิต

3. ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการจัดความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การรักษาป่าไม้ชุมชน การรักษาโรคด้วยสมุนไพร

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (2538, น. 21) ได้แบ่งประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ดังนี้

1. คติความคิด ความเชื่อ หลักการที่เป็นพื้นฐานขององค์ความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมถ่ายทอดกันมา

2. ศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียม ประเพณี ที่เป็นแบบแผนการดำเนินชีวิตที่ปฏิบัติสืบต่อกันมา

3. การประกอบอาชีพในท้องถิ่นที่ยึดหลักการพึ่งตนเอง และได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับกาลสมัย

4. แนวความคิดหลักปฏิบัติและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ชาวบ้านนำมาดัดแปลงใช้ในชุมชนอย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและความเป็นอยู่

อังกูล สมคะเนย์ (2534, น. 78) ได้จัดกลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. เป็นเรื่องเกี่ยวกับคติ ความคิด ความเชื่อ และหลักการที่เป็นพื้นฐานขององค์แห่งความรู้ที่เกิดจากการถ่ายทอดกันมา

2. เป็นเรื่องของศิลปะ วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียม ประเพณี

3. เป็นเรื่องของแนวความคิด หลักปฏิบัติ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ชาวบ้านนำมาใช้ในชุมชน ซึ่งเป็นอิทธิพลของความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ภูมิปัญญาทั้ง 3 กลุ่ม ปรากฏให้เห็นในเรื่องของการประกอบอาชีพ ศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดให้แก่เยาวชนรุ่นหลัง ๆ

เอกวิทย์ ณ ถลาง (2540, น. 32-33) แบ่งสาขาภูมิปัญญาไทย โดยอาศัยเกณฑ์ 2 ด้าน คือ ด้านสังคมกับด้านมานุษยวิทยา

1. การแบ่งโดยใช้เกณฑ์ทางสังคม สามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ

1.1 ภูมิปัญญาส่วนบุคคล คือ ภูมิปัญญาที่บุคคลเป็นผู้คิด ผู้ใช้ มีผู้เป็นเจ้าของต้นตำรับ

1.2 ภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ ภูมิปัญญาที่ใช้ปฏิบัติในท้องถิ่นต่าง ๆ โดยไม่ทราบว่าเป็นเจ้าของหรืออาจเรียกว่า “ภูมิปัญญานิรนาม”

1.3 ภูมิปัญญาชาติ คือ ภูมิปัญญาที่คนทั้งชาติใช้และปฏิบัติร่วมกัน

2. การแบ่งโดยใช้เกณฑ์ทางมานุษยวิทยา ภูมิปัญญาไทยสามารถแบ่งโดยอาศัยลักษณะของแหล่งกำเนิดได้ 2 ระดับ คือ

2.1 ภูมิปัญญาหลวง คือ ภูมิปัญญาของหลวงหรือของกลางหรือของส่วนราชการ หรือของราชสำนักที่คนเชื่อและถือปฏิบัติร่วมกันเป็นมาตรฐาน

2.2 ภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านในท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นผู้คิดและถือปฏิบัติกันเองในแต่ละท้องถิ่น

จากแนวความคิดที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ภูมิปัญญาเป็นความคิดความต้องการของมนุษย์จะดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุข ความคิด ความต้องการเหล่านั้นได้รับการพัฒนาสั่งสมประสบการณ์จนเกิดเป็นความรู้ความชำนาญในด้านต่าง ๆ นำมาซึ่งความสามารถและนำไปใช้กับชีวิตจริงได้ นั่นคือ สามารถที่จะถ่ายทอดโยงโยเป็นมรดกทางสังคมไปสู่รุ่นลูก รุ่นหลานผ่านการพัฒนาสืบต่อ ๆ กันมาไม่มีที่สิ้นสุด

## 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตฤณ ดันป่าเหียง และคณะ, 2549 : บทคัดย่อ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และข้อเสนอแนะในการทำดอกไม้ประดิษฐ์จากดินหอมของกลุ่มแม่บ้านหนองม่วงพัฒนา หมู่ 10 ต.หัวเสือ อ.แม่ทะ จ.ลำปาง เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย แบบสำรวจใช้กลุ่ม ประชากรกลุ่มแม่บ้านหนองม่วงพัฒนา จำนวนทั้งสิ้น 50 คน

ผลการวิจัย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.10 อยู่ในระดับมาก ด้านสถานที่ (Place) พบว่า ค่าภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.74 อยู่ในระดับมาก ด้านราคา (Price) พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.76 อยู่ในระดับมากด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.83 อยู่ในระดับมาก และ ด้านบรรจุภัณฑ์ (Package) พบว่า ในภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ย 4.06 อยู่ในระดับ มาก ปัญหาและ ข้อเสนอแนะ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ควรมีการพัฒนาให้มีรูปแบบที่ทันสมัย

นอกจากนี้เห็นว่ารัฐบาลควรเข้ามาสนับสนุนและส่งเสริมการให้ความรู้ด้านการผลิตให้กับขนาดใหญ่เล็กตามความต้องการของลูกค้า สถานที่แสดงสินค้าควรมีการจัดหน้าร้านของชุมชนให้เห็นเด่นชัด ราคาสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดผลิตภัณฑ์ราคาค่อนข้างสูง ควรปรับขนาดให้ใหญ่ขึ้น ควรมีการประชาสัมพันธ์และเพิ่มการ ส่งเสริมการขายให้มากขึ้นและปรับปรุงเรื่องการหีบห่อเพื่อเพิ่มคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์

เพียงจันทร์ จริงจิตร (2536 : 124) ได้วิจัยเรื่องการลดต้นทุนในอุตสาหกรรมผลิตนมได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การควบคุมต้นทุนการผลิตด้วยมาตรฐาน ประกอบไปด้วย

1. มาตรฐานใช้วัตถุดิบ เป็นการกำหนดวัตถุดิบ ที่แน่นอนต่อการผลิตปริมาณ 1 หน่วย เพื่อควบคุมวัตถุดิบทางตรง
2. เวลามาตรฐาน เพื่อใช้ควบคุมการทำงานของพนักงานในแต่ละตำแหน่งให้สามารถทำงานได้ตามมาตรฐานกำหนด เป็นการควบคุมแรงงานทางตรง
3. มาตรฐานค่าใช้จ่ายต่างๆ หมายถึง การนำโครงสร้างต้นทุนการผลิต มาใช้ในการควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ หรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ การผลิต