บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยการพัฒนากลไกสังคมในการสร้างเสริมความเข้มแข็งของกลุ่มที่ดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มี ดังนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายและการวางแผนพัฒนาสังคม
2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชนและธุรกิจชุมชน
3. แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
4. แนวคิดเกี่ยวกับความเข้มแข็งของชุมชน
5. แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่ม
6. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพผู้นำ
7. แนวคิดเกี่ยวกับระบบความสัมพันธ์ทางสังคมและกลไกสังคม
8. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร
9. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายและการวางแผนพัฒนาสังคม

นโยบายของรัฐเป็นเสมือนกลไกสำคัญในการดำเนินงานของรัฐและหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐต้องผลักดันและส่งเสริมให้นโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประเทศให้ประสบผลสำเร็จ การดำเนินกิจกรรมหรือแนวการดำเนินกิจกรรมของรัฐไม่ว่าจะอยู่ในระดับใด ใครเป็นผู้ทำที่มุ่งสนองความต้องการของประชาชนจำเป็นต้องมีการกำหนดกรอบ ทิศทาง และแนวดำเนินกิจกรรมที่ชัดเจนในการพัฒนาสังคมได้

1. **ความหมายของนโยบาย**

นโยบายมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการดูแลชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในสังคม มีผู้ให้ความหมายนโยบายไว้มากมาย ดังนี้

ตามพจนานุกรม Oxford English Dictionary ได้ให้คำจำกัดความของนโยบายว่า หมายถึง ความฉลาดและการใช้ดุลพินิจที่หลักแหลมในทางการเมือง เป็นศิลปะแห่งการดำเนินกิจกรรมของบ้านเมือง การดำเนินการที่ฉลาดรอบคอบ แนวทางการดำเนินงานของรัฐบาล พรรคการเมือง เป็นต้น

พัชรินทร์ สิรสุนทร (2547, หน้า 237) ให้ความหมายของนโยบายว่า เป็นข้อความทั่วๆ ไปที่ผู้บริหารใช้เป็นแนวทาง ในการตัดสินใจทางด้านการบริหาร และนโยบายด้านการพัฒนา หมายความถึง กฎทั่วๆ ไปซึ่งนักพัฒนาสังคมใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจดำเนินการด้าน การพัฒนานโยบายสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ นโยบายตามวัตถุประสงค์ ส่วนใหญ่จะระบุแนวทางปฏิบัติเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และนโยบายทางการบริหาร มักเป็นเรื่องของแนวทางสำหรับการปฏิบัติงานทางด้านการบริหาร

พีรธร บุณยรัตพันธุ์ (2548) ให้ความหมายของนโยบายว่า หมายถึง แนวทางที่มีลักษณะเป็นคำพูด ลายลักษณ์อักษร หรือเป็นนัยที่กำหนดไว้เพื่อบ่งชี้ ทิศทาง และเงื่อนไข หรือข้อจำกัด ของการกระทำด้านการบริหารจัดการ ที่จะช่วยนำไปสู่การบรรลุผลตามที่ต้องการ

Hugh Heclo (Hugh Heclo, n.d. อ้างอิงในจุมพล หนิมพานิช, 2547) ได้ให้ข้อสังเกตคำนี้ว่า "...คำว่านโยบาย เป็นคำที่มีความเห็นพ้องต้องกันในการให้คำนิยาม ขณะเดียวกันได้มีการให้คำนิยามในลักษณะของการประยุกต์ใช้กับบางสิ่งที่มีขนาด "ใหญ่กว่า" "การตัดสินใจที่เฉพาะเจาะจง" แต่ "เล็กกว่า" การเคลื่อนไหวทางสังคมโดยทั่วไป ในแง่ดังกล่าว "นโยบาย" (ในแง่ของระดับการวิเคราะห์) คือ แนวคิดที่ได้มีการกำหนดว่าอยู่ตรงกลางระหว่าง 2 สิ่งดังกล่าว องค์ประกอบที่สำคัญประการต่อมา คือ นักเขียนส่วนใหญ่ที่ใช้แนวคิดนี้ นโยบายมักจะใช้ในลักษณะของ "ความจงใจ" "ความมีจุดมุ่งหมาย" หรือ "เป้าหมาย" คำว่า นโยบาย ของ Heclo โดยเฉพาะเรื่องของความจงใจ หรือความมีจุดมุ่งหมาย Heclo ระบุว่า "นโยบายเป็นมากกว่าแนวทางการดำเนินการที่จงใจหรือตั้งใจ"

2. **การนำนโยบายไปปฏิบัติ**

ในการนำนโยบายไปปฏิบัติมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ (วรเดช จันทรศร, 2548, หน้า 33) คือ ประการแรก เพื่อการวินิจฉัยปัญหาของโครงการแต่ละโครงการที่มีสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่แตกต่างกัน ประการที่สอง เพื่อการพัฒนาแนวความคิดเกี่ยวกับองค์กรหรือแนวทางที่จะแก้ไขปัญหาที่ค้นพบ และประการสุดท้าย เพื่อวางขั้นตอนและกระบวนการของการนำทางเลือกต่างๆ ที่กำหนดไว้ไปปฏิบัติ ขั้นตอนการแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติมี 2 ระดับ (พีรธร บุณยรัตพันธุ์, 2548) คือ ระดับมหภาค หน่วยงานในส่วนกลางซึ่งมีบทบาทควบคุมนโยบาย ทำความเข้าใจในบริบทและสาระของนโยบาย แปลงนโยบายให้เป็นแนวทาง แผนงาน โครงการ มอบหมายหรือส่งมอบแนวทาง แผนงาน โครงการสู่หน่วยปฏิบัติ และระดับจุลภาค หน่วยงานส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นซึ่งมีบทบาทปฏิบัติ ยอมรับนโยบาย แนวทาง แผนงาน โครงการเป็นส่วนหนึ่งของงาน การระดมสรรพกำลัง ทรัพยากร และเครือข่ายความร่วมมือ การดำเนินการปฏิบัติ ตรวจสอบ ติดตามและการสร้างต่อเนื่อง

วรเดช จันทรศร (2548, หน้า 136-157) อธิบายว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นเรื่องของการศึกษาองค์กรที่รับผิดชอบ สามารถนำและกระตุ้นให้ทรัพยากรทางการบริหารและกลไกที่สำคัญทั้งหมดปฏิบัติงานให้บรรลุตามนโยบายที่ระบุไว้หรือไม่ แค่ไหน เพียงใด การศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติจึงเป็นการแสวงหาวิธีการ และแนวทาง เพื่อปรับปรุงนโยบาย แผนงาน และการปฏิบัติงานในโครงการให้ดีขึ้น โดยสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาหรือสิ่งที่เชื่อมโยงไปสู่ความสำเร็จและความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ และได้สรุปตัวแบบในการศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติรวม 6 แบบ ได้แก่

1. ตัวแบบยึดหลักเหตุผล (Rational Model) เป็นตัวแบบที่เน้นการศึกษาถึงการสร้างประสิทธิภาพในการวางแผน และการควบคุมเป็นตัวแบบที่ยึดถือฐานคติ (Assumptions) ที่ว่านโยบายจะประสบความสำเร็จต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์และภารกิจที่ชัดเจน มีการมอบหมายงานและกำหนดมาตรฐานการทำงานให้แก่หน่วยงานย่อยต่างๆ ขององค์การ มีระบบวัดผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนระบบการให้คุณให้โทษ ทั้งนี้กระบวนการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ต้องกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนย่อมทำให้ผู้ปฏิบัติสามารถกำหนดภารกิจให้ชัดเจนสอดคล้อง กับวัตถุประสงค์ของนโยบายซึ่งจะช่วยให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความราบรื่น นอกจากนี้ การกำหนดมาตรฐานในการทำงานของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องยังอำนวยประโยชน์ให้เกิดระบบ การประเมินผลที่สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ เป็นการง่ายที่ผู้บริหารโครงการจะควบคุมตรวจสอบการทำงานของแต่ละฝ่ายได้ตลอดเวลาและมีความต่อเนื่อง ในประเด็นสุดท้าย เมื่อมีระบบ การประเมินผลที่สมบูรณ์และมีมาตรฐานในการทำงานที่เนชัดก็จะส่งผลให้การใช้ระบบการให้คุณ ให้โทษ มีความเป็นธรรมมากยิ่งขึ้น (วรเดช จันทรศร, 2548, หน้า 137-139)

ตัวแบบยึดหลักเหตุผลนี้เป็นตัวแบบที่ผู้ศึกษาเห็นว่าจะนำมาใช้ในการพิจารณาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อศึกษาถึงวัตถุประสงค์ตลอดจนภารกิจที่ต้องมีความชัดเจน มีการมอบหมายงาน และกำหนดมาตรฐานการทำงานในส่วนของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย มีการพัฒนาบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และสร้างระบบการวัดผลและมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการนำโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิผล

2. ตัวแบบทางด้านการจัดการ (Management Model) เป็นตัวแบบเน้นไปที่สมรรถนะขององค์การ โดยมีฐานคติว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติจะประสบผลสำเร็จได้นั้น ขึ้นอยู่กับองค์การที่รับผิดชอบและขีดความสามารถที่จะปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับความคาดหวังเพียงใด ในลักษณะนี้โครงการที่จะประสบความสำเร็จได้ จึงต้องอาศัยโครงสร้างขององค์การที่เหมาะสม บุคลากรที่อยู่ในองค์การจะต้องมีความรู้ความสามารถทั้งทางด้านการบริหาร และเทคนิคอย่าง

เพียงพอ นอกจากนี้ องค์การยังจะต้องวางแผนเตรียมการ หรือมีความพร้อมทางด้านวัสดุ อุปกรณ์ สถานที่ เครื่องมือเครื่องใช้ และงบประมาณ ตัวแบบนี้เป็นตัวแบบที่พยายามจะศึกษาหาทางแก้ไขอุปสรรคของการปฏิบัติตามแผนที่อาจมีขึ้น เช่น การขาดเงินทุน การขาดบุคลากร ที่มีความรู้ความสามารถ ความล่าช้าในการสรรหาบุคลากร ความล่าช้าในการตั้งระบบงานฝ่ายอำนวยการงานต่างๆ เป็นต้น (วรเดช จันทรศร, 2548, หน้า 140-142)

ตัวแบบทางด้านการจัดการนี้ ผู้ศึกษามีความเห็นว่าเป็นตัวแบบที่จะนำไปใช้พิจารณาในส่วนของการลงมือปฏิบัติในกิจกรรมต่างๆ ตามนโยบาย หรือแผนงานที่วางไว้ เป็นการพิจารณาปัจจัยขับเคลื่อนที่จะทำให้นโยบายกลายเป็นผลงานที่เป็นรูปธรรมและประสบผลสำเร็จ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้นำตัวแบบนี้มาใช้ในการศึกษา เพื่อศึกษาถึงความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไปปฏิบัติ โดยพิจารณาถึงความสามารถในการจัดโครงสร้างของกลุ่มที่เหมาะสม ความรู้ความสามารถทั้งด้านบริหารและเทคนิคต่างๆ ของบุคลากร การวางแผนเพื่อเตรียมการความพร้อมในด้านทรัพยากรทางการบริหารทั้งวัสดุ อุปกรณ์ สถานที่ เครื่องมือเครื่องใช้ และงบประมาณ ซึ่งจะทำให้ทราบถึงการนำโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไปปฏิบัตินั้นมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพเพียงใด

3. ตัวแบบด้านการพัฒนาองค์การ (Organization Model) ตัวแบบนี้เน้นการศึกษาที่การมีส่วนร่วม (Participation) ขององค์การเป็นสำคัญ ภายใต้ฐานคติว่า การมีส่วนร่วมจะทำให้เกิดการทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ การนำนโยบายไปปฏิบัติจะประสบความสำเร็จได้ จึงเป็นเรื่องของการจูงใจ การใช้ภาวะผู้นำที่เหมาะสม การสร้างความผูกพันโดยวิธีการให้สมาชิกในองค์การได้มีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการยอมรับ ตลอดจนการสร้างทีมงานมากกว่าการมุ่งใช้ การควบคุมหรืออำนาจในทางรูปนัยของผู้บังคับบัญชา เพราะการแยกว่าการกำหนดนโยบายเป็นเรื่องที่ควรมาจากระดับสูง และการปฏิบัติตามนโยบายเป็นเรื่องของผู้ที่อยู่ระดับล่าง ซึ่งขัดกับสภาพความเป็นจริง การทำให้ผู้ปฏิบัติตระหนักในความสำคัญของนโยบาย และเห็นว่าความสำเร็จของนโยบายเป็นความสำเร็จของผู้ปฏิบัติและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกคน จึงน่าจะส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติมากกว่ากลยุทธ์อื่นๆ กล่าวโดยสรุป การนำนโยบายไปปฏิบัติจึงเป็นเรื่องของกระบวนการที่ทำให้ผู้ปฏิบัติสามารถเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายหรือวางกรอบนโยบายโดยถือว่านโยบายเหล่านั้นมาจากผู้ปฏิบัติเองโดยตรง (วรเดช จันทรศร, 2548, หน้า 142-144)

ตัวแบบทางด้านการพัฒนาองค์การนี้เป็นตัวแบบที่ผู้ศึกษาเห็นว่า เป็นตัวแบบที่จะสร้างพลังการทำงานได้มากที่สุด เนื่องจากการนำโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไปปฏิบัตินั้นมีผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายตั้งแต่หน่วยงานส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และลงไปสู่ระดับประชาชน ดังนั้น

ความร่วมมือเพื่อสร้างพลังการทำงานให้การทำงานมีความราบรื่น ปราศจากความขัดแย้งจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ผู้ศึกษาจึงได้นำตัวแบบนี้มาร่วมในการศึกษาโดยพิจารณาถึงภาวะผู้นำ การสร้างทีมงาน การสร้างความผูกพัน และการมีส่วนร่วมของประชาชนให้เกิดการยอมรับในนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติ

4. ตัวแบบทางกระบวนการของระบบราชการ (Bureaucratic Processes Model) ตัวแบบนี้ พยายามจะสร้างกรอบการมองหาสภาพความเป็นจริงทางสังคม (Social Reality) ในองค์การ ตัวแบบนี้เชื่อว่าอำนาจขององค์การไม่ได้อยู่ที่ตำแหน่งทางรูปนัย (Formal Positions) แต่กระจายอยู่ในองค์การ ซึ่งหมายความว่าสมาชิกขององค์การทุกคนมีอำนาจในแง่ของการใช้วิจารณาญาณโดยเฉพาะอย่างยิ่งข้าราชการที่มีหน้าที่ต้องติดต่อและให้บริการประชาชน (Street-Level Bureaucrats) โดยผู้บังคับบัญชาไม่อาจจะควบคุมได้ การยัดเยียดโครงการใหม่ๆ จะไปมีผลกระทบหรือเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติในวิถีชีวิตประจำวันของข้าราชการเหล่านั้นมักจะไร้ผล นอกเสียจากข้าราชการหรือผู้ปฏิบัติจะยอมรับหรือปรับนโยบาย แนวทางการปฏิบัติเหล่านั้นเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของหน้าที่ประจำของเขาเอง ดังนั้น ความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติจึงไม่ใช่เรื่องของการบริหารที่ขาดประสิทธิภาพ ความล้มเหลวมักเกิดจากผู้กำหนดนโยบายหรือผู้บริหารโครงการพัฒนาไม่เข้าใจสภาพความเป็นจริงของการให้บริการเกิดขึ้นในลักษณะใดมากกว่า (วรเดช จันทรศร, 2548, หน้า 144-146)

ตัวแบบทางกระบวนการของระบบราชการนี้เป็นตัวแบบที่ผู้ศึกษาเห็นว่า เป็นตัวแบบที่จะทำให้งานประสบความสำเร็จได้มาก เนื่องจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นโครงการที่คิดมาจากส่วนกลางโดยมีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติเป็น ผู้กำหนดนโยบายยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทการดำเนินงานเพื่อการนำไปปฏิบัติ และมีผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายตั้งแต่หน่วยงานส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และลงไปสู่ระดับประชาชน โดยการทำงานผ่านมาตามระบบราชการ และมีข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐรับผิดชอบดำเนินงานนอกเหนือจากงานประจำ ดังนั้น ถ้าข้าราชการหรือผู้ปฏิบัติจะยอมรับหรือปรับนโยบาย แนวทางการปฏิบัติเหล่านั้นเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของหน้าที่ประจำของเขาเอง จะทำให้การทำงานมีความราบรื่นและเป็นปัจจัยสำคัญต่อการนำโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิผล

5. ตัวแบบทางการเมือง (Political Model) ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติเกิดจากความสามารถของผู้เล่น (Players) หรือบุคคลที่เป็นผู้แทนองค์กร กลุ่ม หรือสถาบัน และความสัมพันธ์กับปัจจัยภายนอกองค์กร ตัวแบบนี้เห็นว่า การสร้างสมานฉันท์ (Consensus) วิธีการ

ของมีส่วนร่วม (Participation) เป็นสิ่งที่ยากเกิดขึ้นได้ แต่ความขัดแย้ง (Conflict) เป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่เกิดขึ้นในองค์การ และในระบบสังคมทั่วไป การหวังจะให้ทุกฝ่ายเห็นชอบและปฏิบัติตามนโยบายเป็นเรื่องยาก เพราะนโยบายคือการเมืองซึ่งเป็นเรื่องธรรมดาที่ทุกฝ่ายจะต้องรักษาผลประโยชน์ของตนเองก่อน

ดังนั้น ตามแนวทางนี้ การนำนโยบายไปปฏิบัติ จึงเป็นเรื่องของการเผชิญหน้าการบริหารความขัดแย้ง การแสวงหาความสนับสนุน การโฆษณาชวนเชื่อ การรู้จักสร้างเงื่อนไข และการหาข้อต่อรองในการจัดสรรทรัพยากรทั้งระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล หน่วยงาน ตลอดจนองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ความเป็นไปได้ของการสร้างความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติโดย ส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการเจรจา สถานะของอำนาจ และทรัพยากรที่มีอยู่ของหน่วยงานในฐานะที่จะใช้เป็นเครื่องมือต่อรองของบุคคลที่เป็นตัวแทนขององค์กร (Players) จำนวนหน่วยงานที่จะต้องเข้าไปเกี่ยวข้อง การสนับสนุนจากนักการเมือง สื่อมวลชน กลุ่มอิทธิพล และกลุ่มผลประโยชน์ บุคคลสำคัญต่างๆ รวมถึงสภาพความแตกต่างทางด้านบุคลิกภาพ ความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการต่อรองของผู้เล่นของแต่ละคนเป็นสำคัญ (วรเดช จันทรศร, 2548, หน้า 146-151)

6. ตัวแบบเชิงบูรณาการ เป็นตัวแบบที่รวบรวมความคิดของทั้ง 5 ตัวแบบมาไว้โดยมุ่งแสวงหาผลกระทบของตัวแปรต่างๆ ที่มีต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จ โดยแบ่งการพิจารณาออกเป็น 3 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1 เป็นการวัดความสำเร็จและความล้มเหลวของนโยบายจากผลผลิตและผลสำเร็จ และผลสุดท้ายที่เกิดขึ้น มิติที่สอง เป็นการวัดถึงผลกระทบของนโยบาย มิติที่สาม เป็นการวัดว่าผลของนโยบายนั้นสามารถส่งประโยชน์ต่อประเทศชาติโดยรวมหรือไม่ โดยพิจารณาจาก 4 ปัจจัย คือ สมรรถนะขององค์การ ประสิทธิภาพในการวางแผนและการควบคุม ภาวะผู้นำและความร่วมมือ และการเมืองและการบริหารสภาพแวดล้อมภายนอก (วรเดช จันทรศร, 2548, หน้า 151-154)

D. Van Meter and C.E. Van Horn (1975, pp.445-488) อธิบายว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง ความพยายามทั้งของรัฐ บุคคล หรือกลุ่มบุคคล ที่จะกระทำให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ กล่าวคือ เป็นการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่ได้ตัดสินใจไว้แล้วให้อยู่ในรูปของการกระทำ และได้อธิบายว่า ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์หรือมาตรฐานของนโยบาย ในการศึกษาว่าปัจจัยอะไรที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของนโยบายที่เกิดขึ้น สิ่งที่สำคัญอันดับแรกก คือ ต้องวิเคราะห์ให้ชัดเจนว่าวัตถุประสงค์ที่

กำหนดไว้ในนโยบายมีอะไรบ้าง เนื่องจากการบรรลุวัตถุประสงค์เป็นเกณฑ์ในการประเมินความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ จึงใช้วัตถุประสงค์เป็นกรอบแนวทางในการปฏิบัติ

2. ทรัพยากรนโยบาย นอกจากมีวัตถุประสงค์และมาตรฐานที่กำหนดไว้ชัดเจนแล้ว จะต้องมีการระบุทรัพยากรที่จำเป็นต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ ทรัพยากรบุคคล วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ และงบประมาณ รวมทั้งความคล่องตัวในการเบิกจ่ายงบประมาณ เพราะบางครั้งมีงบประมาณเพียงพอ แต่ประสบปัญหาความล่าช้าในการเบิกจ่ายไม่สามารถนำงบประมาณออกมาใช้ได้ทันต่อเหตุการณ์

3. การสื่อสาร และการปฏิบัติตามนโยบายในระหว่างองค์การต่างๆ ผู้รับผิดชอบในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีข้อมูลและข่าวสารที่ตรงกัน ดังนั้นการสื่อสารระหว่างผู้กำหนดนโยบายหรือหน่วยงานต่างๆ ที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติและระหว่างองค์การหรือหน่วยงานด้วยกันจึงมีความสำคัญมาก การสื่อสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว และต่อเนื่อง ตลอดจนไม่มีการปิดบังข่าวสารระหว่างกัน นอกจากนั้น การสื่อสารภายในหน่วยงานเดียวกันต้องมีประสิทธิภาพด้วย

4. คุณสมบัติของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติ มีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่

4.1 จำนวนบุคลากร และความสามารถของบุคคลในหน่วยงานที่รับผิดชอบ

4.2 ระดับของการควบคุมตามลำดับชั้นบังคับบัญชา หน่วยงานย่อยภายในหน่วยงานที่รับผิดชอบ

4.3 ทรัพยากรทางการเมืองของหน่วยงานที่รับผิดชอบ เช่น การสนับสนุนที่ได้รับจากฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติ

4.4 ความสำคัญของหน่วยงานที่รับผิดชอบเอง

4.5 ระดับของการสื่อสารแบบเปิด ให้หน่วยงานที่รับผิดชอบติดต่อถึงกันได้อย่างเสรีทั้งระหว่างบุคคลระดับเดียวกันและต่างระดับ

5. สภาพสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ในการนำนโยบายไปปฏิบัติ ปัจจัยต่างๆ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของนโยบายที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในขณะนั้น ได้แก่

5.1 ทรัพยากรทางเศรษฐกิจที่มีอยู่ในพื้นที่ที่นำนโยบายไปปฏิบัติเพียงพอหรือไม่ที่จะช่วยผลักดันให้การนำนโยบายไปปฏิบัติบรรลุผล

5.2 การนำนโยบายไปปฏิบัติจะส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่สำคัญๆ ในพื้นที่ดำเนินการนั้น

5.3 ประชาชนในพื้นที่ดำเนินการมีความเห็นอย่างไรและจริงจังแค่ไหน ต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ

5.4 ผู้นำในพื้นที่ดำเนินการเห็นด้วยหรือคัดค้านต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ

5.5 ประชาชนในพื้นที่ดำเนินการส่วนใหญ่ชอบพรรคการเมืองใดและพรรคการเมืองนั้นมีความเห็นอย่างไรต่อเรื่องนี้

5.6 กลุ่มผลประโยชน์ มีความเคลื่อนไหวเพื่อสนับสนุนหรือคัดค้านนโยบายนี้หรือไม่ อย่างไร

6. คุณสมบัติของบุคคลที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลหรือมีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ คุณสมบัติดังกล่าวได้แก่ ความรู้ ความชำนาญทางเทคนิค และทักษะทางการเมือง ทัศนคติของผู้รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติ ผลกระทบที่มีต่อพฤติกรรมของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ค่านิยมของ ผู้ปฏิบัติ อำนาจ ศักดิ์ศรี และผลประโยชน์ของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ

นอกจากนี้ ศุภชัย ยาวะประภาษ (2548, หน้า 101) กล่าวถึงปัจจัยหลายประการที่กำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ ลักษณะของนโยบายนั้นๆ วัตถุประสงค์ของนโยบาย ความเป็นไปได้ทางการเมือง ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี ความพอเพียงของทรัพยากร ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัต ทัศนคติของผู้ที่นำนโยบายไปปฏิบัติ และกลไกภายในหน่วยงานหรือระหว่างหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ

จากความดังกล่าวข้างต้น แนวทางการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ ได้นั้น นโยบายต้องมีความชัดเจนสอดคล้องกันระหว่างเป้าหมาย การนำนโยบายไปปฏิบัติต้องมีการมอบหมายงาน และกำหนดมาตรฐานการทำงานในส่วนของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย มีหน่วยงานที่มีความรู้ความสามารถเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง และมีระบบหรือกลไกการควบคุม กำกับและตรวจสอบอย่างใกล้ชิด ในการนำนโยบายไปปฏิบัติผู้รับผิดชอบหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ต้องมีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ มีความรู้ ความสามารถทั้งด้านบริหารและเทคนิคต่างๆ อีกทั้ง ต้องมีความร่วมมือของหน่วยงานส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และต้องพิจารณาถึงภาวะผู้นำ และการมีส่วนร่วมของประชาชนให้เกิดการยอมรับในนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติ

แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชนและธุรกิจชุมชน

1. แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจชุมชน

1.1 แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนชาวนา

เศรษฐกิจชุมชนชาวนาเป็นเศรษฐกิจของคนส่วนใหญ่ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2541, หน้า 10-11) กล่าวถึง องค์กรการผลิตชาวนาในรัสเซีย มีขบวนการทางสังคมที่สำคัญในช่วงหลังศตวรรษที่ 19 คือ ขบวนการของปัญญาชนที่อยู่ฝ่ายชาวนา เรียกว่า ขบวนการนารอดนิค (Narodnik) แนวคิดของขบวนการนี้ชื่นชมและนิยมชาวบ้านธรรมดา โดยเฉพาะชื่นชมชาวนาและชุมชนหมู่บ้าน แต่จะรักษาและพัฒนารูปแบบเศรษฐกิจก่อนทุนนิยมให้ก้าวหน้า เน้นที่ชนชั้นชาวนาและชุมชน ให้ชาวนารักษาระบบประชาธิปไตยในชุมชนชาวนาและพัฒนาชุมชนหมู่บ้านอย่างอิสระเพื่อรักษาพื้นฐานและวัฒนธรรมรัสเซีย และได้นำแนวคิดเรื่องเสรีภาพจากตะวันตกมาผสมกับแนวคิดเรื่องชุมชน นักคิดนารอดนิคคนแรก คือ อเลคซานเดอร์ เฮอร์เซน (Alexander Herzen) ซึ่งได้ฐานความคิดมาจากแฮกเทอเซน (August Von Haxthausen) ศึกษากลไกภายในของเศรษฐกิจชาวนา การใช้แรงงานและที่ดินชาวนา ปัญหาทางเทคนิคการผลิตของชาวนา มองปัญหาภายในของชาวนา ตัวอย่างเช่น การใช้แรงงานของคนในครอบครัวหรือปัจจัยการผลิตต่างๆที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ในกิจกรรมการผลิต แปรรูป โดยอาศัยภูมิปัญญาที่มีอยู่มาใช้ในการจัดการให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ฯลฯ คนในชุมชนสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเท่าเทียมกัน ไม่ได้แยกส่วนว่าเป็นเฉพาะกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างเดียว แต่เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องและส่งผลต่อมิติทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตในด้านต่างๆ อย่างเป็นองค์รวม ซึ่งท้ายที่สุดเศรษฐกิจชุมชนที่คนในชุมชนสามารถพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าการแข่งขันกันนั้น จะนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนอีกด้วย

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2541, หน้า 179-238) ยังได้เสนอแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนชาวนาในอินเดียและลาตินอเมริกาว่าแนวคิดเศรษฐกิจของมหาตมะ คานธี (Mohandas Karamchand Ganthi) ซึ่งเป็นนักคิดนักต่อสู้ผู้ยิ่งใหญ่ของอินเดียและของโลก ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชนโดยมุ่งหาวิธีแก้ปัญหาความยากจนของคนส่วนใหญ่ การใช้แรงงานการผลิตเพื่ออาหาร การใช้แรงงานในชนบทในการผลิตต่างๆ ให้กระจายอำนาจการผลิตสู่ทุกครัวเรือน การใช้เทคโนโลยีในการผลิตไม่ซับซ้อนเพื่อให้แรงงานมีงานทำ และไปพึ่งเทคโนโลยีต่างประเทศมากขึ้น นอกจากนั้นคานธียังเสนอให้ชุมชนพึ่งตนเองโดยการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจถึงระดับโครงสร้าง

1.2 ความหมายของเศรษฐกิจชุมชน

เศรษฐกิจชุมชน (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2542, หน้า 88) หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน อันประกอบด้วยกิจกรรมทางการผลิต กิจกรรมทางการขายผลผลิต กิจกรรมทางการซื้อและการบริโภคของชุมชนและกิจกรรมที่ก่อให้เกิดค่าจ้าง ค่าเช่า และกำไรของชุมชน ส่วนประเวศ วะสี (2542, หน้า 21) ได้กล่าวถึงเศรษฐกิจชุมชนว่า เป็นความบูรณาการของชุมชนทุกอย่างมีความเชื่อมโยงกันทั้งหมด เศรษฐกิจ จิตใจ สังคมวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม การเมือง สุขภาพ การเรียนรู้ไม่มีอะไรแยกจากกัน เศรษฐกิจชุมชนทำหน้าที่เชื่อมโยงให้หันมามอง แบบมัชฌิมปฏิทา ไม่มองแบบสุดโต่ง ซึ่งจะเห็นความเชื่อมโยงของสิ่งต่างๆ และไม่มีอะไรขัดแย้งกัน ไม่ได้มองแยกว่าเป็นทุนนิยมหรือไม่ อันนั้นจะเป็นแบบแยกส่วน และประเวศ วะสี ยังได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจชุมชนว่า จะต้องเป็นเศรษฐกิจสำหรับคนทั้งมวล มีพื้นฐานอยู่ที่ความเข้มแข็งของชุมชน มีความเป็นบูรณาการ อยู่บนพื้นฐานวัฒนธรรมไทย มีการจัดการและนวัตกรรมต่างๆ เชื่อมโยงสังคม วัฒนธรรม สุขภาพ การศึกษา สิ่งแวดล้อม ศีลธรรมและจิตใจ ระบบเศรษฐกิจชุมชน (เสรี พงศ์พิศ, 2548) หมายถึง การจัดการชีวิต การกินการอยู่ การผลิต การบริโภค การจัดการทรัพยากร จัดการทุนในแบบที่พึ่งพาตนเองได้ มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจจำนวนหนึ่งที่ทำให้ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้อย่างแท้จริง เป็นระบบที่ขับเคลื่อนได้ด้วยตัวของมันเอง

จากแนวคิดที่กล่าวมานี้ เศรษฐกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการผลิต การแปรรูป การบริโภค การแลกเปลี่ยน วิถีชีวิต วัฒนธรรม และกิจกรรมอื่นๆ ทุกอย่างมีความเชื่อมโยงกันทั้งหมดอย่างเป็นบูรณาการ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความความเข้มแข็งพอเพียงและการพึ่งตนเอง (Self-Reliance)

1.3 แนวความคิดของเศรษฐกิจชุมชน

เศรษฐกิจชุมชนเป็นหลักการดำรงชีวิตร่วมกันของมนุษย์อย่างธรรมชาติ โดยอาศัยความสัมพันธ์ทางสายเลือด ความสัมพันธ์กับท้องถิ่น และการใช้ที่ดินร่วมกัน ดังที่ พิทยา ว่องกุล (2541, หน้า 179-180) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า แม้แต่ในภาวะวิกฤติ เศรษฐกิจชุมชนที่พึ่งตนเองก็ยังดำรงอยู่ได้ โดยได้รับผลกระทบจากปัญหาภายนอกน้อยที่สุด เมื่อศึกษาถึงโครงสร้างชุมชนกับปัจจัยเกื้อกูลที่สร้างความมั่นคงให้แก่ชุมชนที่เป็นลักษณะทั่วไป หรือสามารถยกระดับเป็นทฤษฎีเศรษฐกิจชุมชนได้ เศรษฐกิจชุมชนในส่วนของสินค้าและการผลิต (สมศักดิ์ ฉันทะ, 2549) แต่ละชุมชนจะมีความถนัด และความเชี่ยวชาญพิเศษแตกต่างกันตามสภาพแวดล้อม ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการผลิต ซึ่งองค์ประกอบของการผลิตมีพร้อมเสมอในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นแรงงาน วัตถุดิบ ความชำนาญ ความเชี่ยวชาญ ในแต่ละสาขา ภายใต้กระบวนการอบรมสั่งสอน ถ่ายทอด

จากบรรพบุรุษ และชุมชนแต่ละแห่งจะมีสินค้า เป็นเอกลักษณ์พิเศษเป็นของตนเอง นั่นแสดงว่าชุมชนได้คัดสรร กลั่นกรองโดยวิธี "นอกระบบ" (ภูมิปัญญา) ว่ามีความสามารถทำได้ กระบวนการผลิตทั้งหมดนี้ คือ ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ของชุมชนหนึ่งๆ นั่นเอง

เศรษฐกิจชุมชนที่พึงปรารถนา ประทีป วีระพัฒนนิรันดร์ (2541, หน้า 6) กล่าวว่ากิจกรรมเศรษฐกิจทั้งภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และภาคบริการที่คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมคิดร่วมทำ รับผลประโยชน์ร่วมเป็นเจ้าของ โดยการพัฒนาจากรากฐานของ "ศักยภาพของท้องถิ่น" หรือทุนในชนบท เป้าหมายสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คือ การพัฒนาศักยภาพ ตั้งแต่ระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชน โดยใช้กิจกรรมเศรษฐกิจสร้าง "กระบวนการเรียนรู้" ซึ่งทำให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ และมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม อนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนการมีส่วนร่วมของพหุภาคี เพื่อนำไปสู่ การพัฒนาชุมชนอย่างสมบูรณ์หรือการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ มงคล ด่านธานินทร์ (2541, หน้า 91-94) ยังกล่าวว่า ปณิธานของเศรษฐกิจชุมชน คือ เพื่อความรุ่งเรืองอยู่รอดของสังคมไทย เพราะเศรษฐกิจชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของระดับชาติ ที่มีความจำเป็นในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับล่าง คือ ชุมชนชนบทจะต้องมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาเศรษฐกิจระดับบน คือ ประเทศ อีกทั้งต้องสัมพันธ์กับการเมือง การปกครอง การศึกษา วัฒนธรรมของคนทั้งประเทศ และได้ให้แนวคิดและความหมายของเศรษฐกิจชุมชนตั้งอยู่ในกรอบแนวคิด 5 ประการ คือ *ทำอะไร* เศรษฐกิจชุมชน คือ การทำงานเพื่อการดำรงชีพในแนวสัมมาชีพ เพื่อการอยู่ร่วมกันกับเพื่อนมนุษย์ ดังนั้นชาวบ้านที่สนใจจะรวมกลุ่มกันในการทำการเกษตร และกิจกรรมการผลิตที่เกี่ยวเนื่องกับการเกษตร กิจกรรมที่นอกการเกษตร และกิจกรรมที่เกี่ยวกับบริหาร *ทำกับใคร* ชาวบ้านอาจรวมกลุ่มกันทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เป็นศูนย์กลางในการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับองค์กรภาครัฐ หรือเอกชนในลักษณะพหุภาคี ในการแปรรูปผลผลิต หรือทำการตลาด *ทำอย่างไร* โดยการรวมกลุ่มแล้วทำการผลิต แปรรูปเปลี่ยนสินค้า ค้าขายหรือบริการต่างๆ *ทำทำไม* เนื่องจากชาวบ้านมีระดับการทำมาหากินต่างกัน การรวมกลุ่มกันผลิตจึงอาจเพื่อความตั้งใจให้พออยู่พอกิน เพื่อความพึงพอใจ เพื่อให้คุ้มการลงทุนและกำไร และ*ทำเพื่ออะไร* โดยการรวมกลุ่มเพื่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ถือว่าเป็นการรวมตัวในระดับล่างสุดของสังคม ดังนั้นการรวมตัวกันทำงานก็เพื่อให้เกิดผลให้คนมีความสุข และจะทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งที่ชุมชนมีศักยภาพพอที่จะดำเนินการได้ภายใต้ความรู้ ภูมิปัญญาที่มีอยู่เป็นแนวทางในการเลือกสิ่งที่ชุมชนมีจุดเด่นมาเป็นทุน เศรษฐกิจชุมชนเป็นการทำงานเพื่อการดำรงชีพ และเพื่อการอยู่ร่วมกันในชุมชน ชาวบ้านอาจรวมกลุ่มกันทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ในการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับองค์กรภาครัฐหรือเอกชนในลักษณะพหุภาคี ทั้งในการผลิต การตลาด การจัดจำหน่าย และการบริโภคของชุมชน ซึ่งก่อให้เกิดรายได้ของชุมชนคนในท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมคิดร่วมทำ รับผลประโยชน์ และร่วมเป็นเจ้าของ

1.4 ลักษณะของเศรษฐกิจชุมชน

ประเวศ วะสี (2542, หน้า 15) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญ 5 ประการของเศรษฐกิจชุมชนว่าเป็นเศรษฐกิจสำหรับคนทั้งมวล มีพื้นฐานอยู่ที่ความเข้มแข็งของชุมชน มีความเป็นบูรณาการ เชื่อมโยงสังคม วัฒนธรรม สุขภาพ การศึกษา สิ่งแวดล้อม ศีลธรรมในจิตใจ อยู่บนพื้นฐานความเข้มแข็งของตนเอง (พื้นฐานวัฒนธรรมไทย) และการจัดการและนวัตกรรมต่างๆ นอกจากนี้ ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2542, หน้า 88-89) ได้แยกความแตกต่างระหว่างเศรษฐกิจชุมชนและธุรกิจชุมชนไว้ว่า เศรษฐกิจชุมชนนั้นมีทั้งส่วนธุรกรรมที่แสวงหากำไรและไม่แสวงหากำไร แต่ธุรกิจชุมชนเป็นธุรกรรมที่แสวงหาผลกำไรเท่านั้น ดังนั้น ธุรกิจชุมชนจึงเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจชุมชน ที่เน้นการดำเนินงานเชิงธุรกิจขององค์กรชุมชน

1.5 การพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจ

โจฮัน กัลตุง (Johan Galtung) ได้ให้คำจำกัดความว่า การพึ่งตนเอง (Self Reliance) หมายถึง กลุ่มหรือสังคมที่มีการจัดระบบเพื่อให้ประชาชนสามารถดำเนินการตอบสนองความต้องการของตนด้วยวิธีการช่วยเหลือตนเอง ด้วยการร่วมมือกับคนอื่นที่อยู่ในสถานการณ์เดียวกันระดับของการพึ่งตนเอง (Level) กัลตุง (Galtung, et, al, 1980, p. 14 อ้างอิงในปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ, 2540, หน้า 43) ได้แบ่งระดับของความพยายามพึ่งตนเองออก 4 ระดับ ได้แก่

1. ระดับระหว่างประเทศ (International Level) มีเป้าหมายที่จะปรับปรุงความสัมพันธ์และเพิ่มอำนาจการต่อรอง วิธีการที่ใช้ คือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

2. ระดับประเทศ (National Level) มุ่งตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานแก่ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ โดยพยายามใช้ทรัพยากรในประเทศ วิธีการหลักที่ใช้ คือ การสร้างความสมดุลระหว่างเมืองกับชนบท

3. ระดับท้องถิ่น (Local Level) เป้าหมายหลักอยู่ที่ความสามารถพัฒนาได้ (Viability) ของชุมชนหรือโครงการพัฒนาต่างๆ ในชุมชน วิธีที่ใช้มักได้แก่ การให้ประชาชนมี ส่วนร่วม รวมทั้งการกระจายอำนาจ

4. ระดับบุคคล (Individual Level) มีเป้าหมายเพื่อให้สมาชิกสามารถดำรงอยู่ได้ในสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและสังคมปัจจุบัน โดยมุ่งให้เกิดประโยชน์สูงสุด และต้องไม่คุกคามสภาพแวดล้อมจนเกิดอันตราย โดยพยายามให้ประชาชนยืนอยู่บนขาของตนเองมากที่สุด คือ พยายามใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการผลิตและกระตุ้นให้ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมยิ่งขึ้น

ทฤษฎีการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจของชุมชนชนบท การพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจของชุมชนในชนบทสามารถพึ่งตนเองได้ด้วยปัจจัยที่สำคัญ 5 ด้าน หรือ TERMS ซึ่งประกอบด้วย Technology, Economic, Natural Resource, Mental และSocio-cultural (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2542, หน้า 68-71) ที่นำมาเป็นหลักในการศึกษาวิจัยปรากฏการณ์ในชนบททั้งในด้านการพึ่งตนเองและการพัฒนาชนบท รวมถึงการสร้างความสมดุลของชาวชนบทโดยมีการขับเคลื่อนอย่างเป็นพลวัตร ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การพึ่งตนเองทางด้านเทคโนโลยี (Technology Self-Reliance : T) หมายถึง ชุมชนสามารถประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการทำนาทำไร่ หรือรวมถึงการทำอุตสาหกรรมในครัวเรือน การติดต่อค้าขาย หรือแม้แต่การประกอบอาชีพด้านการบริการซ่อมเครื่องจักร เทคโนโลยียังมีส่วนช่วยในการสื่อสารติดต่อกับภายนอกชุมชน ทำให้ได้รับข่าวสารที่ดี รู้จักการประชาสัมพันธ์ การบริหารโครงการ เทคโนโลยียังหมายถึง ของสมัยใหม่และของดั้งเดิมของท้องถิ่นที่เรียกว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายทอดมาเป็นเวลานาน ทั้งด้านการประกอบอาชีพ เช่น การเพาะปลูกโดยใช้พืชพันธุ์ท้องถิ่นที่มีลักษณะพิเศษ ปุ๋ยธรรมชาติ ทำการเกษตรแบบผสมผสาน การดูแลรักษาสุขภาพร่างกายของตนเอง ซึ่งเทคโนโลยีพื้นบ้านทั้งหลายต้องมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับเศรษฐกิจสังคม โดยไม่ก่อให้เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2. การพึ่งตนเองทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Self-Reliance : E) หมายถึง ชุมชนสามารถดำรงชีวิตทางเศรษฐกิจได้ด้วยตนเอง โดยที่ประชาชนในชุมชนมีอาชีพเลี้ยงตนเองให้มีรายได้พอเพียง สามารถซื้ออาหารหรือปัจจัย 4 อย่างอื่นได้ และยังอาจหมายถึง การที่ประชาชนในชุมชนสามารถซื้อสิ่งของ ยารักษาโรค ไปพบแพทย์เพื่อรับการรักษาพยาบาล การรักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง ซื้ออุปกรณ์การศึกษาเพื่อตนเองและบุตรหลานในการศึกษาเล่าเรียน พัฒนาให้

มีความเฉลียวฉลาดเพิ่มมากขึ้น การประกอบอาชีพที่อยู่ในรูปแบบความพอดี พอเพียง ไม่เน้นผลประโยชน์ที่เป็นวัตถุกำไร แต่เน้นที่การพึ่งตนเองเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างเป็นสุขมากกว่าการแข่งขัน

3. การพึ่งตนเองทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource Self-Reliance: R) หมายถึง การพึ่งพาธรรมชาติเป็นหลัก ทรัพยากรธรรมชาติในที่นี้หมายถึง สิ่งใดๆ ที่มีอยู่ในธรรมชาติในชุมชน หรือที่สามารถหามาได้ เช่น ดิน น้ำ ป่า สัตว์บก และสัตว์น้ำ รวมทั้งแร่ธาตุต่างๆ ที่มีค่าและความสำคัญต่อการดำรงชีวิตมนุษย์ ชุมชนสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาตินั้น และสามารถรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้ดำรงอยู่ไม่ให้เสื่อมเสียไปจนหมดสิ้น หรือไม่ทำให้ธรรมชาติเสียความสมดุล เป็นการดำรงชีวิตอยู่บนพื้นฐานความคิดของการอยู่ร่วมกัน มองเห็นธรรมชาติเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต การใช้ประโยชน์จากธรรมชาติที่เกื้อกูลซึ่งกันและกัน มีความพอดี รวมถึงการยึดมั่นในประเพณีที่เอื้อต่อการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

4. การพึ่งตนเองทางด้านจิตใจ (Mental Self- Reliance : M) หมายถึง ในชุมชนนั้นมีบุคคลที่มีจิตใจเข้มแข็ง และมั่นใจว่าจะช่วยตนเอง พึ่งพาตนเองได้ และยังรู้จักพอ ไม่โลภมากเกินไป หรืออยากได้อยากมีจนเกินความสามารถของตน สามารถที่จะต่อสู้กับปัญหาอุปสรรคต่างๆ ในการหาเลี้ยงชีพ หรือพัฒนาชีวิตให้มีความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น การที่บุคคลพึ่งตนเองได้ทางจิตใจแล้วยังจะเป็นรากฐานของการพึ่งพาตนเองด้านอื่น เช่น สังคมเศรษฐกิจและเทคโนโลยีอีกด้วย หรืออาจกล่าวได้ว่าการพึ่งตนเองทางด้านจิตใจเป็นแนวทางการพึ่งธรรมะเป็นหลัก ซึ่งสนับสนุนให้คนมีคุณธรรมหรือใฝ่คุณธรรม อันจะก่อให้เกิดความเมตตากรุณา เอื้ออารีต่อกัน ให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เกิดความร่วมมือร่วมใจในการแก้ไขปัญหาบนพื้นฐานของคุณธรรม

5. การพึ่งตนเองทางด้านสังคม วัฒนธรรม (Social Self-Reliance : S) หมายถึง การให้ความสำคัญของประเพณีภายในท้องถิ่นเป็นหลัก การรักษาสืบทอดประเพณีของท้องถิ่น จะมีผลต่อการสร้างจิตสำนึกให้เกิดการรักท้องถิ่น โดยมีประเพณีเป็นสิ่งเชื่อมโยงความเป็นปึกแผ่นของสังคมในภาคชนบทที่มีผลถึงความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว และคนอื่นเป็นการสร้างความสามัคคีและส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างประโยชน์ต่อส่วนรวม

นอกจากนี้ สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2546, หน้า 80-83) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการพัฒนาของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ ซึ่งผลงานของพระองค์ในโครงการต่างๆ โดยพระองค์ทรงยึด "คน" เป็นเป้าหมายของการการพัฒนา คือ ทำให้คนเป็นคนพัฒนาหรือเป็นคนเจริญ เป็นคนมีความรู้ความชำนาญในวิชาชีพอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อเลี้ยงตนเอง มีความรู้ความชำนาญด้านอื่นที่จำเป็นในการดำรงชีพในสังคม เช่น รู้จักสิทธิหน้าที่ของพลเมือง รู้จักรักษาสุขภาพอนามัย รู้จักเข้า

กับคน มีคุณธรรม และสิ่งที่ต้องการสูงสุด คือ คนจะต้องมีความสุข พระองค์ยังได้พัฒนา ด้านอื่นๆ เช่น การเกษตร ป่าไม้ เลี้ยงสัตว์ ดิน น้ำ ซึ่งถือเป็นเป้าหมายอุปกรณ์ (Instrumental Goal) เป็นเครื่องมือซึ่งจะนำพาไปสู่จุดหมายสุดยอด (Ultimate Goal) คือ ความสุขของคน แนวการพัฒนาที่พระองค์ได้ยึดถือเป็นแนวในการทำงานของพระองค์มี 10 ประการ คือ ประการที่หนึ่ง การช่วยเหลือตนเอง พึ่งตนเอง พระองค์ทรงปลูกฝังหลักการนี้ให้อยู่ในความรู้สึกของคนที่พระองค์พัฒนาไม่ว่าจะเป็นคนปกติหรือคนไม่ปกติ ประการที่สอง เริ่มต้นจากสภาพที่เขาเป็นอยู่ โดยเริ่มพัฒนาในสิ่งที่เขามีอยู่แล้วในชุมชน ค่อยๆ ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้น ประการที่สาม การใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น เพราะเป็นสิ่งใกล้ตัว ไม่ต้องเสียเวลาศึกษาทำความเข้าใจใหม่ ประการที่สี่ การมีส่วนร่วมของคนในท้องที่โดยให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อเขาจะได้เรียนรู้ มีความชำนาญเพิ่มขึ้น ประการที่ห้า วัฒนธรรมและผู้นำท้องถิ่น ทรงยึดมั่นในความเป็นไทย นำความเจริญจากภายนอกมาผสมผสานหรือเพิ่มเติม ประการที่หก ความมีประสิทธิภาพ การดำเนินการพัฒนาต้องมีโครงการ ทำงานต้องมีแผน มีการติดตามประเมินผลเป็นระยะๆ เพื่อให้งานไปสู่เป้าหมาย ใช้ทรัพยากรบุคคล เงิน วัสดุอุปกรณ์ และเวลาน้อย ประการที่เจ็ด การประสานงาน การที่จะพัฒนาให้สำเร็จได้นั้น ต้องมีการประสานงานระหว่างหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ประการที่แปด การทำงานเชิงรุกโดยเสด็จเข้าเยี่ยมราษฎรเพื่อให้คำแนะนำด้านอาชีพ การรักษาสุขภาพอนามัย และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ พร้อมกับอบรมคนทั่วไปและเจ้าหน้าที่ของรัฐในเรื่องต่างๆ ด้วย ประการที่เก้า ความมีคุณธรรมและศิลปะ พระองค์ไม่ได้ทรงมุ่งพัฒนาความรู้ความสามารถเพียงอย่างเดียว แต่จะต้องควบคู่กับความมีคุณธรรมจริยธรรม และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ประการที่สิบ การเชื่อมประสานด้านเวลา โดยศึกษาประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมในอดีตเพื่อเป็นเครื่องชี้นำอนาคต นำความเจริญทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงของโลก

2. **ธุรกิจชุมชน**

2.1 ความหมายของธุรกิจชุมชน

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของธุรกิจชุมชน (Community Business) หรือ Community Enterprice ตามแนวคิดเชิงเศรษฐศาสตร์การเมืองนั้น ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2542, หน้า 22) ได้ตีความไว้ว่าเป็นการประกอบการผลิต การค้า การบริการที่ชุมชนเป็นเจ้าของและน่าจะแปรเปลี่ยน หรือพัฒนาการมาจากแนวคิดและรูปแบบชุมชนสังคมนิยมของพวก Socialist Associationalist หรือนักสังคมนิยม แนวสมาคมหรือนักสังคมนิยมแนวสหกรณ์ หรือธุรกิจขนาดเล็กในชนบทเพื่อดำเนินการทางธุรกิจที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ทั้งนี้จะต้องมุ่งส่งเสริมให้เกษตรกร สามารถปรับฐานคิดและวิธีคิด มุ่งเน้นการรวมกลุ่มเพื่อร่วมกันจัดการอย่างครบวงจรทั้งการผลิต การแปรรูป และการตลาด ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2540, หน้า 96-98)

HC
445
Z9
C58
สาขาก
2551

17 มี.ค. 2552
i444131x C.6

สำนักหอสมุด

อธิบายว่า ธุรกิจชุมชน คือ กิจกรรมที่บุคคลหรือองค์กรในชุมชนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจกรรมและ/หรือช่วยดำเนินงานบางส่วนหรือทั้งหมด โดยประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ที่มี การเรียนรู้ และการจัดการร่วมกันเพื่อดำเนินกิจกรรมในการผลิต การแปรรูป การค้า และการบริการที่มุ่งมั่นพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างสอดคล้องกับสังคมวัฒนธรรม ทรัพยากร ธรรมชาติ และสิ่งแว้ดล้อมของชุมชน อันจะนำไปสู่ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี และการพัฒนาที่ยั่งยืน

เสรี พงศ์พิศ กล่าวว่า ธุรกิจชุมชนมักคิดแบบแยกส่วน ต้องการเพิ่มรายได้เป็นเป้าหมายหลัก แข่งขันกันสูง ลอกเลียนแบบกันมากกว่าจะคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ มีน้อยคนที่คิดอะไรใหม่ๆ คนส่วนใหญ่จะเลียนแบบกันมากกว่า ทำอะไรตามตำราที่เขียนไว้เป็นสูตรสำเร็จ เป็นเรื่องเทคนิกมากกว่าวิธีคิด เป็นเรื่องผลผลิต (Output) มากกว่ากระบวนการ (Process) การผลิตต้องอย่างนี้ การตลาดต้องอย่างนั้น ทุกอย่างกำหนดไว้หมดแล้ว ธุรกิจชุมชน (ขวัญสรวง อติโพธิ และอนุชาติ พวงสำลี, บรรณาธิการ, 2538, หน้า 44) เป็นการรวมตัวกันของคนในชุมชนเป็นกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ หรือธุรกิจขนาดเล็กในชนบท เพื่อดำเนินการทางธุรกิจที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของชุมชน ทั้งนี้ จะต้องมุ่งส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถปรับฐานคิดและวิธีคิด มุ่งเน้นการรวมกลุ่มเพื่อร่วมกันจัดการอย่างครบวงจรทั้งการผลิต การแปรรูป และการตลาด

นอกจากนี้ การดำเนินธุรกิจชุมชนยังมีความสอดคล้องกับความต้องการของคนในชุมชนเป็นการดำเนินการที่อาศัยความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นฐานในการกำหนดทิศทาง การดำเนินกิจกรรมในลักษณะของการผสมผสานของบทบาทหลายองค์กรทั้งในชุมชนและ นอกชุมชน ณรงค์ โชควัฒนา (2542, หน้า 61-62) ได้ให้ทรรศนะของธุรกิจชุมชนไว้ว่า ประชาชนเล็กๆ เหล่านี้ได้รู้จักทำมาหากินในทางที่ถูกต้องสามารถทำธุรกิจพร้อมๆ ไปกับการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ไม่ใช่แค่ทำธุรกิจอย่างเดียวแล้วความรู้เท่าเดิมหรือเหมือนเดิม เพราะไม่เช่นนั้นก็เท่ากับเป็นการทำธุรกิจที่ต้องพึ่งคนอื่น ทำได้ก็ไม่มีทางที่จะเก่งขึ้นได้ แตกต่างจากการทำเองจากสิ่งเล็กๆ จากสิ่งที่ใกล้ตัว จากตลาดที่เราควบคุม ประชาชนก็จะเกิดการเรียนรู้เพราะทั้งหมดนี้คือ กระบวนการเรียนรู้

ความแตกต่างระหว่างธุรกิจชุมชนกับธุรกิจทั่วไป ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2540, หน้า 2) กล่าวว่า ธุรกิจทั่วๆ ไปจะมีเป้าหมายของการประกอบการอยู่ที่การแสวงหาผลกำไร ในขณะที่ธุรกิจชุมชนแม้จะมีการทำกำไรเช่นกัน แต่เป็นการทำกำไรที่ดำเนินไปควบคู่กับการพัฒนาคน ตลอดจนมีลักษณะของกิจกรรมที่ไม่ทำลายสิ่งแว้ดล้อมหรืออาจกล่าวว่า เป้าหมายของธุรกิจชุมชนมิได้หยุดอยู่เพียงการมีกำไร แต่ยังมุ่งไปสู่การใช้กำไรอย่างมีคุณภาพ เพื่อสวัสดิการชุมชนและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนตลอดจนเพื่อพัฒนาวัฒนธรรมและจิตสำนึกชุมชน เป็นต้น และลักษณะการเป็นเจ้าของธุรกิจโดยธุรกิจทั่วๆ ไปจะมีเอกชนซึ่งอาจเป็นบุคคลคนเดียว หรือ คณะ

บุคคลเป็นผู้ลงทุน บริหารจัดการและเป็นเจ้าของ ในขณะที่ธุรกิจชุมชนนั้นกลุ่มชาวบ้านและ/หรือชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของ เป็นการลงทุนถือหุ้นของมหาชน ซึ่งเจ้าของเป็นคนทำงานเป็นคนเดียวหรือกลุ่มเดียวกัน นอกจากนี้แล้วกาญจนา แก้วเทพ (2539, หน้า 10) ได้ให้ทัศนะว่า ธุรกิจชุมชนเมื่อเปรียบกับธุรกิจโดยทั่วไป แม้ว่าธุรกิจชุมชนจะมีเป้าหมายในการทำกำไรเหมือนกับการทำธุรกิจโดยทั่วๆ ไป แต่ก็ไม่ได้มุ่งเน้นเพื่อหวังกำไรเพียงอย่างเดียว เพราะธุรกิจมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาคน และเป็นธุรกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ใช้เทคโนโลยีที่สะอาด

สรุปความหมายตามที่กล่าวมาเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน หมายถึง การประกอบธุรกิจที่มีลักษณะร่วมกันของคนในชุมชน เป็นการร่วมทุนเพื่อดำเนินการทางธุรกิจที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของชุมชน มีชาวบ้านและ/หรือชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการบริหารจัดการ การตัดสินใจ และมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์จากการดำเนินกิจกรรมนั้นๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาคน และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ในการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากท้องถิ่น ทุกคนในท้องถิ่นจะช่วยกันเลือกขึ้นมา มีภาครัฐจะให้ความช่วยเหลือในด้านความรู้ ชุมชนมีการบริหารจัดการกันเองโดยกลุ่มที่ดำเนินการ ร่วมกันตัดสินใจ ผลิตและจำหน่าย และร่วมกันรับผลประโยชน์

2.2 ลักษณะของธุรกิจชุมชน

ประเวศ วะสี (2542, หน้า 15) กล่าวถึง ลักษณะสำคัญ ของเศรษฐกิจชุมชนไว้ 5 ประการคือ เป็นเศรษฐกิจสำหรับคนทั้งมวล มีพื้นฐานอยู่ที่ความเข้มแข็งของชุมชน มีความเป็นบูรณาการ เชื่อมโยงสังคม วัฒนธรรม สุขภาพ การศึกษา สิ่งแวดล้อม ศีลธรรมในจิตใจ อยู่บนพื้นฐานความเข้มแข็งของตนเอง (พื้นฐานวัฒนธรรมไทย) การจัดการและนวัตกรรมต่างๆ และ ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2540, หน้า 2) ได้อธิบายลักษณะของธุรกิจชุมชนว่า การผลิต การแปรรูปทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์มากที่สุดโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อม การซื้อขายแลกเปลี่ยน บริการโดยกลุ่มชาวบ้านทำให้มีรายได้เพิ่มและได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรม และการทำธุรกิจโดยกลุ่มชาวบ้านเป็นเจ้าของและได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน

นอกจากนี้ สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ (2545, หน้า 13) ได้กล่าวถึงลักษณะธุรกิจชุมชน ดังนี้

1. เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหาร ผู้บริหารหรือตัวแทนกลุ่มสามารถตัดสินใจในธุรกิจได้ทันทีและรวดเร็วเพราะการบริหารผู้บริหารหรือตัวแทน กลุ่มสามารถตัดสินใจในธุรกิจได้ทันที และรวดเร็วเพราะการบริหารงานที่ไม่ซับซ้อน สามารถตัดสินใจปรับตัว ให้

เข้ากับสถานการณ์ หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และตลาดการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากสมาชิกของกลุ่มได้อย่างรวดเร็ว

2. รายได้จากยอดขายในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก ธุรกิจชุมชนจะทำการจำหน่ายสินค้า บริการหรือผลิตสินค้าในปริมาณที่สามารถคุ้มทุน และได้กำไรเพื่อแบ่งสมาชิกตามปกติโดยคำนึงถึงขนาดของตลาดที่มีอยู่เป็นสำคัญ จึงทำให้รายได้จากยอดขายไม่มากนัก แต่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินกิจการอยู่ได้อย่างราบรื่น และมีผลในการสร้างงานให้แก่สมาชิกเพื่อช่วยส่งเสริมการดำรงชีพให้อยู่ได้ในบรรดาสมาชิก

3. ต้นทุนในการดำเนินการต่ำ ธุรกิจชุมชนนั้นดำเนินงานโดยเน้นให้คนที่มี งานทำในสภาพการทำงานที่เป็นมิตร และมีความสุข จึงไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าใช่จ่ายมาก ในขณะเดียวกันต้นทุนในการจัดหาอุปกรณ์และเครื่องใช้เป็นไปตามความจำเป็นในการประกอบธุรกิจซึ่งเน้นการประหยัดไม่ฟุ่มเฟือย

4. การติดต่อ และการให้บริการกับลูกค้าเป็นไปอย่างใกล้ชิด ธุรกิจชุมชน ส่วนใหญ่ดำเนินงานโดยสมาชิกในชุมชน ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นไปในลักษณะเป็นกันเอง และการเป็นเพื่อนบ้านช่วยให้ทราบความต้องการของลูกค้าโดยตรง สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้ทันท่วงที

5. การเริ่มต้นทำธุรกิจทำได้ง่าย ธุรกิจชุมชนสามารถเริ่มต้นได้ง่ายๆ โดย คณะบุคคลที่มีวัตถุประสงค์ที่จะทำธุรกิจร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มและชุมชน การที่มีบุคคลจำนวนหนึ่งสนใจทำธุรกิจร่วมกันมีผลทำให้ปัญหาเงินทุนไม่เป็นอุปสรรคเพราะใช้เงินลงทุนไม่ มากนัก ทุกคนเป็นสมาชิกไม่มีเจ้าของผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว แต่อาจจะมีตัวแทนของกลุ่มที่ได้รับเลือกให้ทำหน้าที่บริหารจัดการ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิก

2.3 ประเภทของธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนก็เหมือนกับธุรกิจทั่วไปที่มีการจัดแบ่งธุรกิจออกเป็นประเภทตามการประกอบการ 4 ประเภท (สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ, 2545, หน้า 13-14) ดังนี้

2.3.1 ธุรกิจการผลิต หมายถึง การผลิตสินค้าโดยนำเอาวัสดุ หรือสินค้าบางชนิดมาแปรสภาพให้เป็นสินค้าใหม่ มีรูปแบบใหม่ ธุรกิจชุมชนที่ดำเนินการทางด้านการผลิตจะทำ การผลิตในครัวเรือน ซึ่งอาศัยวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น

2.3.2 ธุรกิจค้าปลีก หมายถึง กิจการที่ทำการขายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค ณ จุดที่ทำการขาย สินค้าที่นิยมจำหน่ายให้กับผู้บริโภคจะได้แก่ สินค้าอุปโภค สินค้าบริโภคทุกชนิด ธุรกิจประเภทนี้เน้นการร่วมทุนของสมาชิก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะจัดหาสินค้ามาจำหน่ายให้

บรรดาสมาชิก และผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกเพื่อลดค่าใช้จ่ายจากการที่จะต้องซื้อจากพ่อค้าคนกลางที่กำหนดอัตรากำไรไว้สูง

2.3.3 ธุรกิจค้าส่ง หมายถึง กิจการที่ดำเนินการรับซื้อสินค้าจากผู้ผลิตเป็นจำนวนครั้งละมากๆ และนำสินค้านั้นมากระจายต่อให้กับพ่อค้าปลีกหลายๆ รายต่อไป

2.3.4 ธุรกิจบริการ หมายถึง การรวมกลุ่มของสมาชิกเพื่อประกอบธุรกิจบริการ คือสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ได้แก่ บริการนวดแผนไทย และอบสมุนไพร บริการรักษาโรคด้วยยาสมุนไพร บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งในทางวัฒนธรรม และธรรมชาติ เป็นต้น

2.4 ความสำคัญของธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนมีความสำคัญดังที่ เสรี พงศ์พิศ (2542, หน้า 53) กล่าวว่า ชาวบ้านไม่ได้เริ่มที่ธุรกิจชุมชน ไม่ได้เริ่มต้นที่ทุน แต่เริ่มต้นที่พัฒนาคน พัฒนาชุมชนการเรียนรู้ การสั่งสมประสบการณ์ สะสมทุนทางสังคมวัฒนธรรมและทุนทางเศรษฐกิจไปพร้อมกัน จนมีขีดความสามารถเพียงพอที่จะจัดการกับผลผลิตของตนเองทุกขั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และธุรกิจชุมชนมีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจการเมืองและสังคม แต่บทบาทในการพัฒนาจะแตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจนั้นๆ ธุรกิจชุมชนมีความสำคัญหลายประการ (สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ, 2545, หน้า 14-15) ดังนี้

2.4.1 เปิดโอกาสให้มีการประกอบการ ธุรกิจชุมชนเป็นช่องทาง และโอกาสสำหรับ ผู้ที่มีความต้องการในการประกอบการด้วยเช่นกัน สมาชิกในชุมชนที่มีความสามารถ มีความคิดริเริ่ม มีแนวความคิดริเริ่มที่สร้างสรรค์สามารถหาประสบการณ์ และพิสูจน์ความสามารถโดยเข้าร่วมประกอบธุรกิจชุมชนซึ่งใช้เงินทุนน้อย เน้นการสร้างงานในท้องถิ่นเป็นสำคัญ และถ้ามีประสบการณ์ มากขึ้นในอนาคต ธุรกิจชุมชนขนาดเล็กก็สามารถจะพัฒนาไปสู่การประกอบการที่มีขนาดใหญ่ได้ต่อไป

2.4.2 ก่อให้เกิดการว่าจ้างงาน ในท้องถิ่นมีการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่องพร้อมกันไปด้วย ทั้งนี้เพราะทุกคนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจการ จึงสามารถใช้กิจการที่มีเป็นเครื่องมือในการพัฒนาฝีมือแรงงานของตนเองตามต้องการ ยกเว้นแต่จะมีความพึงพอใจที่จะทำงานในเฉพาะส่วนที่ตนมีความชำนาญ

2.4.3 ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่บางประเภท จำเป็นต้องใช้วัตถุดิบ หรือชิ้นส่วนประกอบจากหลายๆ แห่ง เพื่อนำมาผลิตสินค้าใน

อุตสาหกรรมประเภทนั้น ธุรกิจชุมชนจึงเป็นแหล่งที่ช่วยในการผลิตชิ้นส่วนประกอบเหล่านี้ และนำส่งให้กับธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานต่อไป

2.4.4 สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ธุรกิจชุมชนยิ่งมีจำนวนมากเท่าไร จะก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชนกลุ่มอื่นอย่างทั่วถึง ธุรกิจชุมชนยังช่วยลดปัญหาของสังคม อัตตราการว่างงานลดน้อยลง เพราะมีการจ้างงานในชุมชน ปัญหาคนไม่มีงานทำน้อยลงเนื่องจากประชาชนมีรายได้ ซึ่งส่งผลทำให้ปัญหาอาชญากรรมลดลงไปด้วย ความมั่นคงของประเทศจะมีเพิ่มขึ้นประชาชนมีความเป็นอยู่ที่สุขสบาย มีรายได้ดี และมีงานทำ

2.4.5 ลดปัญหาสังคมที่เป็นภัยคุกคามประเทศชาติ กล่าวคือ ถ้าหากธุรกิจชุมชน บรรลุเป้าหมาย สมาชิกในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ชุมชนมีความเข้มแข็งปัญหาสังคมต่างๆ ที่มีอยู่จะหมดไป

ดังที่กล่าวมาข้างต้น ธุรกิจชุมชน มีความสำคัญในการพัฒนาชุมชน โดยเริ่มตั้งแต่ระดับรากหญ้าทำให้คนในชุมชนมีการซื้อขายแลกเปลี่ยน บริการโดยกลุ่มชาวบ้าน มีงานทำและมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะประเภทชุมชนเป็นผู้ผลิต ที่เน้นให้ชุมชนเป็นผู้ริเริ่ม คิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้ความเชี่ยวชาญของชุมชนร่วมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่รังสรรค์ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เป็นของท้องถิ่น และคนในชุมชนไม่ต้องมีการอพยพแรงงานเนื่องจากมีงานทำในชุมชนทำให้เกิดความเอื้ออาทรต่อกัน และทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งเป็นพื้นฐานในการพัฒนาประเทศชาติที่ยั่งยืน

2.5 แนวทางการพัฒนาธุรกิจชุมชน

รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุระกิจชุมชนเป็นอย่างมากจะเห็นได้จากการประกาศพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2547 ในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 122 ตอนที่ 6 วันที่ 18 มกราคม 2548 และ มีพ.ร.บ.ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เป็นกฎหมายเพื่อการบูรณาการและการส่งเสริมสนับสนุนหน่วยงานที่มีภารกิจหน้าที่เกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนทุกหน่วยงานให้สนับสนุนส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน อย่างเป็นระบบและเป็นเอกภาพมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน คือ การพัฒนาส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนไปสู่ผู้ประกอบกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมมีกฎหมายรองรับ และมีการนองรับสถานภาพของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายอย่างชัดเจน โดยมีสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตรทำหน้าที่เป็นหน่วยงานในการรับจดทะเบียน ถอน และแจ้งเลิกกิจการ รวมทั้งปฏิบัติงานฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการส่งเสริมส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่ง

กันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการพัฒนารูปแบบวิสาหกิจชุมชนระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งพร้อมสำหรับการแข่งขันในอนาคต และพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

การพัฒนาธุรกิจชุมชนใช้คนเป็นเป้าหมายโดยเน้นการพัฒนาแบบองค์รวม หรือการพัฒนาอย่างบูรณาการทั้งด้านเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเมือง ใช้พลังทางสังคมขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาในรูปของกลุ่มเครือข่าย หรือประชาสังคม (ประทีป วีระพัฒนนิรันดร์, 2542, หน้า 66) กล่าวคือ เป็นการผนึกกำลังของทุกฝ่ายในลักษณะ "พหุภาคี" ประกอบด้วยภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน สำหรับเสรี พงศ์พิศ (2542, หน้า 60) กล่าวถึงการพัฒนาส่งเสริมธุรกิจชุมชนนั้นจะต้องพิจารณาถึงทรัพยากรในท้องถิ่น ความต้องการบริโภคของท้องถิ่น หรือตลาดท้องถิ่น หรือตลาดในประเทศเป็นประการแรก ทำให้เรามีการบริโภคอย่างเพียงพอเสียก่อนเราจึงจะสามารถลดการนำเข้า ลดการพึ่งพาต่างประเทศให้น้อยลง

ประทีป วีระพัฒนนิรันดร์ (2542, หน้า 66-67) ได้กล่าวถึงฐานคิดการพัฒนาธุรกิจชุมชน ดังนี้

1. ยึดแนวพระราชดำรัสในการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามขั้นตอนทฤษฎีใหม่

2. สร้างพลังทางสังคมโดยการประสานพลังสร้างสรรค์ของทุกฝ่ายในลักษณะพหุภาคี อาทิ ภาครัฐองค์กรพัฒนาเอกชน นักวิชาการธุรกิจเอกชน สื่อมวลชน ฯลฯ เพื่อใช้ขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาธุรกิจชุมชน

3. ยึดพื้นที่เป็นหลัก และใช้องค์กรชุมชนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ส่วนภาคีอื่นๆ ทำหน้าที่ช่วยกระตุ้นอำนวยความสะดวก ส่งเสริมและสนับสนุน

4. ใช้กิจกรรมของธุรกิจชุมชนเป็นเครื่องมือสร้างการเรียนรู้ และการจัดการร่วมกันพร้อมทั้งพัฒนา อาชีพที่หลาหลายเพื่อเป็นทางเลือกของคนในชุมชน

5. ส่งเสริมการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายองค์กรชุมชนเพื่อสร้างคุณธรรม จริยธรรม และการเรียนรู้ที่มีคุณภาพอย่างรอบด้าน

6. วิจัยและพัฒนาธุรกิจชุมชนครบวงจร (ผลิต-แปรรูป-ขาย-บริโภค) โดยให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และฐานทรัพยากรของท้องถิ่น ควรเริ่มพัฒนาจากวงจรธุรกิจขนาดเล็กในระดับท้องถิ่นไปสู่วงจรธุรกิจที่ใหญ่ขึ้นในระดับประเทศและระดับต่างประเทศ

7. พัฒนาองค์กรธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพสูงของแต่ละเครือข่ายให้เป็นศูนย์การเรียนรู้ธุรกิจชุมชนที่มีข้อมูลข่าวสารธุรกิจนั้นๆ อย่างครบวงจรพร้อมทั้งใช้เป็นสถานที่สำหรับศึกษาดูงาน และฝึกอบรม

ธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จชี้ให้เห็นว่า (เสรี พงศ์พิศ, 2542, หน้า 49) ธุรกิจชุมชนไม่อาจแยกออกจากวิถีชุมชนโดยรวมได้ ไม่อาจแยกออกจากสังคมวัฒนธรรม ประเพณี การผลิต อาชีพหลัก ประสบการณ์ และกำลังคนได้ และณรงค์ เพ็ชรประเสิรฐ (2542, หน้า 177-181) ได้กล่าวถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จและล้มเหลวของธุรกิจชุมชน จากกรณีศึกษาบริษัทธุรกิจชุมชนหัวไทร หรือ หัวไทรโมเดล ว่าประกอบด้วย 9 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการบริหารและการจัดการ ด้านผู้นำ ด้านแรงงาน ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก ด้านระเบียบและข้อบังคับขององค์กร และด้านปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

3. **การผลิต การตลาดและการจำหน่าย** (กระทรวงมหาดไทย, 2546, หน้า 7-11)

3.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการ (กระทรวงมหาดไทย, 2546, หน้า 4) ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ ได้แก่ การออกแบบ รูปร่าง ความคุ้มค่าเหมาะสมกับราคา มีความปลอดภัยที่จะนำมาใช้ประโยชน์ และผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ

3.2 การตลาดเป็นกระบวนการทำงานที่ว่าด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ การตั้งราคา การส่งเสริมการขาย การจัดจำหน่ายสินค้า/บริการ และการนำส่งมอบให้กับลูกค้าตามเวลาที่ต้องการ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนและสนองความพึงพอใจของลูกค้า และไปถึงมือผู้บริโภคในเวลาที่ต้องการ ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญ ได้แก่

3.2.1 การขายโดยบุคคล เป็นการสื่อสารสองทาง มีการพบหน้าระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ผู้ขายสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อได้ วิธีนี้เป็นการส่งเสริมการตลาดที่ดีที่สุด แต่เสียค่าใช้จ่ายสูง เช่น การแข่งขันขายให้รางวัลผู้ขายได้เป้า การสาธิตการใช้สินค้า การขายตรง คู่มือขาย และการศึกษาดูงาน

3.2.2 การโฆษณา เป็นการสื่อสารถึงกลุ่มผู้บริโภคจำนวนมากที่กระจัดกระจายได้ในระยะเวลาที่รวดเร็ว โดยผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น สื่อโฆษณา ณ แหล่งที่ลูกค้าซื้อ เช่น โปสเตอร์ติดหน้าร้าน รวมถึงการจัดตกแต่งภายในร้านเพื่อให้ลูกค้าสนใจ การใช้เอกสาร แผนพับ หรือแคทตาล็อก และการโฆษณาตามยานพาหนะโดยติดป้ายโฆษณากับยานพาหนะ

3.2.3 การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดแบบหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้ามากยิ่งขึ้น เป็นรูปแบบการเสนอผลประโยชน์พิเศษให้กลุ่ม

ลูกค้าเป็นครั้งคราว ได้แก่ การจัดแสดงสินค้า การสาธิต การแจกของตัวอย่าง การให้คูปอง การให้ของแถม การใช้แสตมป์การค้า และการลดราคา

3.2.4 การประชาสัมพันธ์ ในการทำธุรกิจมักจะสนใจความยั่งยืนในการทำธุรกิจ ดังนั้น หากแสวงหาผลประโยชน์โดยไม่คำนึงถึงผู้บริโภคจะทำให้ธุรกิจอยู่ไม่ได้ จึงต้องพยายามสร้างภาพดีให้กับสังคม และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนทราบเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค

3.3 การจำหน่ายสินค้า ช่องทางการจำหน่ายสินค้าเป็นแนวทางในการจำหน่ายสินค้าว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้ถึงผู้บริโภคได้ด้วยวิธีการใด ซึ่งการจัดช่องทางจำหน่ายมีหลายวิธี (กระทรวงมหาดไทย, 2546, หน้า 13-14) เช่น

3.3.1 ขายผลิตภัณฑ์จากกลุ่มถึงลูกค้าโดยตรง โดยวางขายที่ทำการกลุ่ม หรือในพื้นที่ชุมชนของตนเอง เป็นช่องทางการขายที่เหมาะสมกับสินค้าที่ต้องอาศัยพนักงานขายติดต่อกับลูกค้าโดยตรงหรือผู้บริโภคทันที หรือสินค้าที่เหมาะกับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เฉพาะที่

3.3.2 ขายผลิตภัณฑ์จากกลุ่มไปยังผู้ขายปลีก มีการหาตลาดเพื่อส่งสินค้าออกไปจำหน่ายในตลาดที่กว้างมากขึ้นเพื่อเป็นการขยายตลาดของสินค้า เป็นช่องทางที่เหมาะกับสินค้าที่ต้องการขายผ่านร้านค้าที่อยู่กระจัดกระจาย

3.3.3 ขายผลิตภัณฑ์จากกลุ่มไปยังผู้ขายส่ง เพื่อให้ผู้ขายส่งขายต่อให้ผู้ขายปลีก และขายต่อให้กับลูกค้า เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องอาศัยขายผ่านร้านค้าปลีกที่อยู่กระจัดกระจายทั่วไป สินค้าไม่ควรเสียง่าย มีลูกค้าเป้าหมายอยู่มากกระจัดกระจายทั่วไป เหมาะกับผู้ผลิตขนาดเล็กที่มีสินค้าน้อยและมีทุนไม่มากนัก

3.3.4 ขายผลิตภัณฑ์ให้กับนายหน้า หรือพ่อค้าคนกลาง โดยที่นายหน้าจะนำไปยังผู้ขายส่ง ขายปลีก หรือลูกค้าต่อไป เหมาะกับผู้ผลิตที่ไม่สามารถขายเองได้ ต้องอาศัยตัวแทนช่วยขาย มีลูกค้ากระจัดกระจาย สินค้าไม่เน่าเสียพังง่าย และผู้ผลิตมีทุนน้อยในการจัดจำหน่าย

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นธุรกิจที่ดำเนินการโดยชุมชนซึ่งมีประชาชนในท้องถิ่นมารวมตัวกันทำธุรกิจโดยเป็นการรวมกลุ่มกันเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการทำมาหากินเพื่อความเข้มแข็งของชุมชน ในการผลิตใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นจุดแข็งในการสร้างศักยภาพ เพื่อพัฒนาชุมชนหรือท้องถิ่นแต่ละแห่งให้สามารถพึ่งตนเองได้ ก่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชนระดับรากหญ้าด้วยการสนับสนุนจากภาครัฐ ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และกลุ่มผู้ผลิตชุมชน สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ เน้นไปที่สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทชุมชนเป็นผู้ผลิต ที่เกิดจากการรวมตัวของ

กลุ่มคนที่รวมกลุ่ม ได้แก่ ชมรม กลุ่ม สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิ โดยที่สมาชิกในกลุ่มมีการร่วมกันผลิต บริหารจัดการ และรับผลประโยชน์ การพัฒนาธุรกิจชุมชนโดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการใช้วัตถุดิบและทรัพยากรในการประกอบธุรกิจแตกต่างกันในแต่ละชุมชน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ เป็นการประกอบธุรกิจโดยคนในชุมชนเพื่อคนในชุมชน มุ่งยกระดับความเป็นอยู่และรายได้รวมถึงการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ชุมชน เป็นธุรกิจที่มีต้นทุนการผลิตไม่สูงนักเนื่องจากใช้วัตถุดิบที่มีอยู่มากมายในท้องถิ่นมาทำการผลิต ประกอบกับการใช้ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของคนในท้องถิ่น รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของคนในท้องถิ่นหรือชุมชนเพื่อสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์หรือสินค้า/บริการสู่ตลาดภายในชุมชน ระหว่างชุมชน และขยายไปสู่ระดับประเทศต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1. **ความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์**

จากแนวคิดของ Mr. Morihiko Hiramatsu อดีตผู้ว่าราชการเมืองโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น ในการพัฒนาการผลิตด้านการเกษตรจากสิ่งที่ตนเองมี และสามารถกระทำได้ โดยเริ่มจากโครงการพัฒนาคนในท้องถิ่น เรียกว่า NPC Movement (New Plum and Chestnut Movement) การพัฒนาในรูปกระบวนการของหนึ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งหมู่บ้าน เป็นความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวเนื่องกันในแต่ละกิจกรรมของงานพัฒนา ตามความคิดของชาว Oita เห็นว่า การผลิตเป็นอุตสาหกรรม ผลิตเพื่อการขายเป็นหลักบริโภคเป็นรอง ดังนั้นการผลิตเพื่อขายจะต้องมีคุณภาพเพื่อหวังผลทางการตลาดที่ดีและนาน คุณภาพจึงเริ่มที่ตัวบุคคล วัตถุดิบ วิธีการผลิต ชาว Oita แบ่งการผลิตเป็นอุตสาหกรรม 3 ประเภท ได้แก่ อุตสาหกรรมขั้นต้น (Primary Industry) เป็นการผลิตด้านการเกษตร อุตสาหกรรมขั้นที่ 2 (Secondary Industry) เป็นการผลิตเชิงอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมขั้นที่ 3 (Thirdly Industry) คือ ด้านธุรกิจบริการ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2544)

การพัฒนาของ Oita นั้นเป็นการกระทำในทุกระดับ มีการเคลื่อนไหวไปทางเดียวกัน แต่กิจกรรมจะแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม ลักษณะของตลาด ทรัพยากร การคมนาคม โดยประชาชนจะทำงานร่วมกับองค์กร สหกรณ์การเกษตรซึ่งมีอยู่ทุกระดับ ซึ่งจะเป็นแหล่งทุนและบริการด้านเทคโนโลยี เงื่อนไขสำคัญของการทำงาน คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ นอกจากนั้นการวิเคราะห์ความสำเร็จของแนวคิดหนึ่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งหมู่บ้าน เกิดจากปัจจัย 9 ประการ คือ 1) การมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และมีความตั้งใจทำงานอย่างจริงจัง 2) การมีหน่วยที่ให้ความรู้แก่ประชาชนเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารและการฝึกทักษะ 3) มีแหล่งข้อมูลเพื่อการประกอบการที่เข้าถึงได้ง่าย ตอบคำถามประชาชนได้ทุกเรื่อง 4) องค์กร สหกรณ์การเกษตรมีความเข้มแข็ง มีมาตรฐาน และมี

บทบาทให้การช่วยเหลือทางเทคนิคการตลาด การขนส่งและเทคโนโลยี และมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับชุมชนอย่างแท้จริง 5) ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งทุนตามความเป็นไปได้ของโครงการที่ขอต่อรัฐบาลท้องถิ่น ไม่เหลื่อมล้ำกัน 6) ระบบสังคมที่เอื้อต่อการทำงานเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ สามชิกช่วยเหลือเกื้อกูลกัน สมานสามัคคีกัน 7) ประชาชนมีคุณภาพ ช่างคิด ช่างทำ มีความขยันอดทน ไม่ย่อท้อ 8) รัฐบาลระดับท้องถิ่นมีวิสัยทัศน์ ทำงานร่วมกับประชาชน คำนึงถึงประโยชน์ของประชาชน อาศัยความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชน และองค์กรธุรกิจ และ 9) ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องต้องเข้าใจถึงหลักการ ต้องพึ่งพิงกันเป็นองค์รวมแห่งชีวิต (Symbiosis) เป็นอย่างดี เพื่อความยั่งยืนในการพัฒนา

2. แนวคิดของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของประเทศไทยได้เริ่มดำเนินงานภายใต้การสนับสนุนและดูแลของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) เมื่อปี พ.ศ. 2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 ขึ้น (คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2548, หน้า 1-3) มีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (กอ.นตผ.) มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์ และทำแผนแม่บทการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์เด่นของตำบล รวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บทอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีหน่วยงานต่างๆ จากภาครัฐให้การสนับสนุนและช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่น ความร่วมมือกับทีมงานไทยตำบลดอทคอม ในการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่เด่นๆ ของตำบลต่างๆ โดยนำข้อมูลที่ได้ไปเผยแพร่ในเว็บไซต์ของไทยตำบลดอทคอม

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นแนวทางประการหนึ่งที่จะสร้างความเจริญ แก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพมีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ (คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2548, หน้า 3) คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) เป็นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ รวมทั้งมีศักยภาพทางด้านการตลาด พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) เป็นการสนับสนุนให้ชุมชนในท้องถิ่นได้นำความคิดริเริ่มมาใช้สร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์และพัฒนาท้องถิ่นอย่างเหมาะสมเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน และการสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) เป็นการ

ส่งเสริมให้ชุมชนในท้องถิ่นเกิดการเรียนรู้ การยกระดับขีดความสามารถ และทักษะด้านต่างๆ อันเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

3. **วัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์**

(คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2548, หน้า 3)

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเอง ทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น ส่งเสริม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น และมีเป้าหมายหลัก (คณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, ม.ป.ป., หน้า 4) คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมาตรฐาน มีเอกลักษณ์ที่เด่นชัดเพียงหนึ่งเดียว และสร้างบุคคลให้มีความคิด ก้าวไกล มีความรู้ ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม วางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

4. **โครงสร้างการบริหารงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์**

ในการบริหารงานโครงการมีการบริหารทั้งระดับตำบล อำเภอ/กิ่งอำเภอ จังหวัด และส่วนกลาง โดยแต่ละระดับมีหน้าที่แตกต่างกัน คือ ระดับตำบล โดยองค์การบริหารส่วนตำบล ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ชี้แจงแนวคิด และจัดประชาคมเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล ระดับอำเภอ/กิ่งอำเภอ โดยคณะกรรมการดำเนินการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอ/กิ่งอำเภอ (นตผ. อำเภอ/กิ่งอำเภอ) ทำหน้าที่ในการจัดลำดับผลิตภัณฑ์ดีเด่นของอำเภอ/กิ่งอำเภอ บูรณาการแผนและสนับสนุนงบประมาณระดับจังหวัด โดยคณะกรรมการดำเนินการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (นตผ. จังหวัด) ทำหน้าที่ในการจัดลำดับผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัด บูรณาการแผน และสนับสนุน และ ระดับส่วนกลาง โดยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) ทำหน้าที่ในการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกขึ้นบัญชีดีเด่นของตำบล และสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในบัญชี ให้เป็นไปตามนโยบาย

5. **ยุทธศาสตร์ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์**

การขับเคลื่อนโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือ ประสานงานของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาคชุมชนเป็นผู้ริเริ่ม คิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้ความเชี่ยวชาญของชุมชนร่วมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่อย่างสร้างสรรค์ ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เป็นของท้องถิ่น ภาคราชการเป็นผู้สนับสนุน ส่งเสริม และอำนวยความสะดวกให้แก่ชุมชนในการพัฒนาด้านต่างๆ เช่น กระบวนการผลิต การพัฒนาตลาด และการพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน รวมถึงการเสริมสร้างความรู้และสร้างทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ และภาคเอกชน เป็นผู้สนับสนุนในการพัฒนาการผลิตและการพัฒนาการตลาด

ให้กับสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีแบบแผนครอบคลุมการพัฒนาในด้านต่างๆ และมีความสอดคล้องกันทุกภาคส่วนจึงได้กำหนดให้คณะกรรมการและหน่วยงานราชการมียุทธศาสตร์การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ร่วมกัน (คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2548, หน้า 17) ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างศักยภาพและยกระดับกระบวนการผลิต มาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีเป้าประสงค์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและมาตรฐานสูงขึ้น กระบวนการผลิตและการใช้ปัจจัยการผลิตมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสนับสนุนและส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบ โดยมีเป้าประสงค์เพื่อให้มีช่องทางการจำหน่ายเพื่อกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้น และมีเครือข่ายทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เชื่อมต่อกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างเป็นระบบและยั่งยืน โดยมีเป้าประสงค์เพื่อให้มีการเชื่อมโยงเครือข่ายความรู้ชุมชนและชุมชนมีความเข้มแข็ง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโครงการฯ โดยมีเป้าประสงค์เพื่อให้การบริหารโครงการและกิจกรรมในทุกส่วนมีประสิทธิภาพ และมีเครือข่ายหน่วยงานร่วมดำเนินการทั้งในและต่างประเทศ ชุมชนและสาธารณชนได้รับข้อมูล ความรู้ และมีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

6. **กระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์**

ขั้นตอนในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ เพื่อขึ้นบัญชีของตำบลและนำไปเผยแพร่ตาม เว็บไซต์ไทยตำบลดอทคอม และศูนย์ข้อมูลของกรมพัฒนาชุมชน (ม.ป.ป.) มีการจัดเวทีประกวดประชาคมในระดับตำบล เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์จากเวทีประชาคมตำบล และส่งบัญชีผลิตภัณฑ์ให้แก่คณะกรรมการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อำเภอ/กิ่งอำเภอ ซึ่งเป็นผู้ทำการประเมินและให้ค่าคะแนนแก่ผลิตภัณฑ์ตามหลักเกณฑ์และจัดลำดับผลิตภัณฑ์ส่งให้คณะกรรมการดำเนินการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด ซึ่งเป็นผู้ตรวจสอบบัญชีผลิภัณฑ์ของคณะกรรมการดำเนินการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อำเภอ/กิ่งอำเภอ จัดลำดับผลิตภัณฑ์ตามค่าคะแนนและพิจารณาให้ความเห็นชอบเพื่อส่งให้คณะกรรมการดำเนินการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ มีคณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐานฯ ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการดำเนินการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดว่า เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด และสุดท้ายคณะกรรมการดำเนินการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ประกาศขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

7. การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อค้นหาสุดยอดของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการคัดสรรแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ

7.1 **ประเภทผลิตภัณฑ์คัดสรร** (Product Classification) **แบ่งออกเป็น 6 ประเภท (คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2549, หน้า 7-8) ได้แก่ ประเภท** อาหาร เครื่องดื่ม ผ้าและเครื่องแต่งกาย ของใช้ ของตกแต่งและของที่ระลึก และสมุนไพร

7.2 หลักเกณฑ์และมาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คณะอนุกรรมการกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ โดยการจัดแบ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มสินค้าและกลุ่มศิลปวัฒนธรรม สถานที่และบริการซึ่งในที่นี้จะพิจารณาในรายละเอียดของกลุ่มสินค้า (ม.ป.ป.) ดังนี้

7.2.1 เกณฑ์เบื้องต้น สินค้าทุกประเภทที่นำมาพิจารณาจะต้องเป็นสินค้าที่ไม่มีลักษณะข้อใดข้อหนึ่ง คือ วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ 100% วัตถุดิบนำมาผลิตเป็นของผิดกฎหมายหรือเลี่ยงภาษี เป็นสินค้าที่เลียนแบบหรือละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา และเป็นสินค้าที่ก่อให้เกิดอันตรายอย่างร้ายแรงต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม

7.2.2 กลุ่มสินค้า เกณฑ์ที่นำมาพิจารณาแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ

1) ด้านตัวสินค้า ประกอบด้วย ปัจจัยที่ใช้ในการผลิต คือ สัดส่วนการใช้วัตถุดิบในการผลิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น การผลิตในด้านการพัฒนาแบบสินค้า คุณภาพสินค้าและกระบวนการผลิตต่อสิ่งแวดล้อม และการตลาด คือ แหล่งจำหน่ายสินค้า จำนวนแหล่งจำหน่ายของชุมชน การเพิ่มขึ้นของยอดจำหน่ายเทียบกับปีที่แล้ว ความต่อเนื่องของบุคคล และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์

2) ด้านความเข้มแข็งของชุมชนหรือการบริหารของชุมชน ได้แก่ ปัจจัยที่ใช้ในการผลิตแบ่งเป็นจำนวนสมาชิกและอายุของกลุ่มที่เริ่มผลิตเพื่อจำหน่าย การผลิตแบ่งเป็นความต่อเนื่องการผลิต และการจัดการด้านกระบวนการผลิต การตลาดแบ่งเป็นความสามารถในการหาตลาดของกลุ่ม และระบบบัญชีและการเงินแบ่งเป็นกองทุนของกลุ่ม ระบบการบันทึกบัญชี และสัดส่วนการลงทุนของกลุ่ม

3) กลุ่มศิลปวัฒนธรรมและสถานที่บริการ ใช้หลักเกณฑ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยให้จังหวัดคัดเลือกและเสนอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ประเมิน

4) การกำหนดระดับศักยภาพหรือความพร้อมของชุมชน/สินค้า ปัจจัยต่างๆ ที่นำมาใช้ในการคัดเลือกสินค้าที่มีศักยภาพหรือมีความพร้อมที่จะขึ้นบัญชีหนึ่งตำบล หนึ่ง

ผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ทั้งในด้านตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และด้านความเข้มแข็งชุมชนหรือการบริการจัดการของกลุ่ม และคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ได้เห็นชอบให้แบ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกตามเกณฑ์และค่าคะแนนออกเป็น 3 ระดับตามศักยภาพที่จะนำไปสู่ตลาด คือ ระดับที่จะจำหน่ายในท้องถิ่น ระดับที่จะจำหน่ายภายในประเทศ และระดับที่จะจำหน่ายต่างประเทศ

8. **ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์** (คณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2549, หน้า 5) ได้แบ่งผู้ผลิต เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

8.1 กลุ่มผู้ผลิตชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกลุ่มในชุมชนผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทย และสมาชิกในกลุ่มร่วมกันผลิต บริหารจัดการ และรับผลประโยชน์ เช่น กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ ได้แก่ สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิ และกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ไม่มีการจดทะเบียนอย่างเป็นทางการ ได้แก่ ชมรม กลุ่ม

8.2 กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งในชุมชนที่ผลิตสินค้าที่แสดงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทย และมีความเชื่อมโยงกับชุมชน ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต มีการจ้างแรงงานในชุมชน มีการใช้วัตถุดิบในชุมชน หรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการหรือมีส่วนได้รับผลประโยชน์

8.3 กลุ่มผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ได้แก่ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญ ซึ่งแสดงถึงความเป็นไทยหรือ ภูมิปัญญาไทย และมีความเชื่อมโยงกับชุมชน ได้แก่ การที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิต มีการจ้างแรงงานในชุมชน มีการใช้วัตถุดิบในชุมชน หรือมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการหรือมีส่วนได้รับผลประโยชน์ โดยมีสินทรัพย์ลงทุนร่วมกันมากกว่า 5 ล้าน

9. **ช่องทางการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์**

ช่องทางการจำหน่ายสินค้าเป็นแนวทางในการจำหน่ายสินค้าว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้ถึงผู้บริโภคได้ด้วยวิธีการใด ซึ่งการจัดช่องทางจำหน่ายมีหลายวิธี (กระทรวงมหาดไทย, กรมการพัฒนาชุมชน, สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2546, หน้า 13-14) เช่น ขายให้ลูกค้าโดยตรง โดยตั้งขายที่ทำการกลุ่ม หรือในพื้นที่ชุมชนของตนเอง เป็นช่องทางการขายที่เหมาะสมกับสินค้าที่ต้องอาศัยพนักงานขายติดต่อกับลูกค้าโดยตรงหรือผู้บริโภคทันที หรือสินค้าที่เหมาะกับลูกค้าเฉพาะกลุ่มเฉพาะที่ขายให้ผู้ขายปลีก มีการหาตลาดเพื่อส่งสินค้าออกไปจำหน่ายในตลาดที่กว้างมากขึ้นเพื่อเป็นการขยายตลาดของสินค้า เป็นช่องทางที่เหมาะกับสินค้าที่ต้องการขายผ่านร้านค้าที่อยู่กระจัดกระจาย ขายให้ผู้ขายส่ง เพื่อให้ผู้ขายส่งขายต่อให้ผู้ขายปลีก และขายต่อให้กับลูกค้า เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องอาศัยขายผ่านร้านค้าปลีกที่อยู่กระจัดกระจายทั่วไป สินค้าไม่ควรเสีย

ง่าย มีลูกค้าเป้าหมายอยู่มากกระจัดกระจายทั่วไป เหมาะกับผู้ผลิตขนาดเล็กที่มีสินค้าน้อยและมีทุนไม่มากนัก ขายให้กับนายหน้าหรือพ่อค้าคนกลาง โดยที่นายหน้าจะนำไปยังผู้ขายส่ง ขายปลีก หรือลูกค้าต่อไป เหมาะกับผู้ผลิตที่ไม่สามารถขายเองได้ ต้องอาศัยตัวแทนช่วยขาย มีลูกค้ากระจัดกระจาย สินค้าไม่น่าเสียพังง่าย ผู้ผลิตมีทุนน้อยในการจัดจำหน่าย

10. ความสำเร็จดำเนินงานโครงการ

ความสำเร็จดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กรมการพัฒนาชุมชน (2544, หน้า 3) ได้กล่าวถึงตัวชี้วัดความสำเร็จดำเนินงาน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไว้ดังนี้

10.1 การพัฒนาศักยภาพของชุมชน พิจารณาได้จากศักยภาพโดยรวมมีความสามารถในการจัดการสินค้าชุมชน สามารถใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าชุมชน คนในชุมชนมีประสบการณ์ในทางธุรกิจมากขึ้น การรวมกลุ่มมีการรวมกลุ่มพัฒนาขนาดของกลุ่มขยายเพิ่มจำนวนสมาชิกมากยิ่งขึ้น กลุ่มมีความสามัคคีในระหว่างสมาชิก ผู้นำทางธุรกิจ เกิดผู้นำทางธุรกิจอย่างไม่เป็นทางการ มีการยอมรับในชุมชนให้เป็นตัวแทน/ผู้นำทางธุรกิจ และทรัพยากรท้องถิ่น มีการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นในการผลิต และเกิดความนิยมไทย รักในภูมิปัญญาท้องถิ่น

10.2 มีผลิตภัณฑ์ที่ตลาดรองรับ พิจารณาได้จากผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับในชุมชน ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาคุณภาพ เช่น ได้รับมาตรฐาน อย. รหัสแห่งไทย มอก. ฮาลาล ลิขสิทธิ์ทางปัญญา มาตรฐานสินค้าไทยพัฒนาชุมชน เป็นต้น และมีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ เช่น มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ให้มีมูลค่าสูงขึ้น มีการประกวดผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับสินค้า ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นจุดนำ ส่งเสริมการนิยมไทยเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์

10.3 การทำธุรกิจที่ยั่งยืน พิจารณาได้จากชุมชนได้ร่วมจัดตั้งองค์กรเพื่อทำธุรกิจการตลาดได้ด้วยตนเอง มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นของชุมชน มีการบริการจัดการโดยชุมชนที่ดี เป็นความต้องการของตลาดอย่างแท้จริง มีความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ มีความรู้สึกเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ของคนในตำบล รายได้ที่เพิ่มขึ้นของผู้ผลิตและผู้ประกอบการ และประชาชนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

กล่าวโดยสรุป โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการสำคัญที่กำหนดขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองภายใต้นโยบายแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ และความยากจนของประเทศด้วยการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับรากหญ้าของรัฐบาล ด้วยการกำหนดให้แต่ละชุมชนหรือตำบลหนึ่งๆ มีผลิตภัณฑ์หลัก 1 ประเภท เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสินค้าโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีหลักการ ที่สำคัญ คือ ต้องมาจากพื้นฐานของท้องถิ่น สินค้าต่างๆ นั้นเกิดจากท้องถิ่นแล้วสินค้านั้นให้สามารถขายได้ในระดับประเทศหรือนอกประเทศได้เรียกว่า "ภูมิปัญญา

ท้องถิ่นสู่สากล" ซึ่งการที่จะเลือกสินค้าใดมาเป็นสินค้าท้องถิ่นนั้น ทุกคนในท้องถิ่นจะช่วยกันเลือกขึ้นมาไม่ใช่ทางรัฐบาลเป็นผู้กำหนด และภาครัฐจะให้ความช่วยเหลือในด้านความรู้และการบริการจัดการเพื่อเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ของชุมชนสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยเน้นการรพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจในชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนให้มีรายได้เป็นของตนเอง สามารถพึ่งตนเองได้ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับความเข้มแข็งของชุมชน

1. ความหมายของชุมชน

ชุมชนเป็นทั้งกลุ่มคน และพื้นที่ของการพัฒนา ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 (2538, หน้า 272) ชุมชน หมายถึง หมู่ชน กลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคมขนาดเล็ก อาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกันและมีผลประโยชน์ร่วมกัน ประเวศ วะสี (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดน่าน, 2541, หน้า 7) ได้ให้ความหมายของชุมชนว่า เป็นการรวมตัวของกลุ่มคนที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน อาจเป็นการรวมตัวกันตามพื้นที่หรือไม่ใช่พื้นที่ก็ได้ สมาชิกทุกคนมีการติดต่อสื่อสารกัน มีความเอื้ออาทรกัน มีการทำกิจกรรมร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันในการกระทำ และมีการจัดการเมื่อเกิดความเป็นชุมชนขึ้นสมาชิกจะมีความสุขและมีความสร้างสรรค์ มีศักยภาพที่จะแก้ไขปัญหาและพัฒนาทุกด้านให้สำเร็จได้ ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม (2541, หน้า 161-162) ได้ให้ความหมายของ คำว่า ชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตเกี่ยวพันกัน และมีการสื่อสารเกี่ยวข้องกันเป็นปกติต่อเนื่องอันเนื่องมากจากการอยู่ในพื้นที่ร่วมกันหรือมีอาชีพร่วมกันหรือการประกอบกิจการซึ่งมีวัตถุประสงค์ร่วมกันหรือการมีวัฒนธรรม ความเชื่อ หรือความสนใจร่วมกัน และสัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2546, หน้า 11) ได้กล่าวถึงชุมชน ว่าเป็นกลุ่มสังคมที่ต้องอยู่ ณ ที่ใดที่หนึ่ง แต่ละชุมชนจะประกอบด้วยอย่างน้อย กลุ่มสังคม ครอบครัว เป็นจำนวนมาก และอาจมีสาขาขององค์การสังคมประเภทอื่นรวมอยู่ด้วย สมาคม สโมสร ชนชั้น และฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2543, หน้า 134-172) ได้กล่าวว่า ชุมชนนั้นเป็นสาระและแก่นแท้ของสังคมเพราะชุมชนเน้นคุณค่าความเป็นคน และน้ำใจความช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างเพื่อนมนุษย์ ดังนั้นสรุปได้ว่า ชุมชนเกิดจากการรวมตัวของกลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตคล้ายกัน ติดต่อสื่อสารกัน มีความสนใจและมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน และมีความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกัน

นักวิชาการได้ให้ความหมายของชุมชนเข้มแข็งไว้หลากหลายความคิด ประเวศ วะสี (2541, หน้า 46) ให้ความหมายของชุมชนที่มีความเข้มแข็ง คือ การที่สมาชิกทุกคนมีความสามารถในการบริหารจัดการได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและปัญหาอื่นๆ ให้สามารถเผชิญกับภาวะวิกฤติต่างๆ ได้ ความเข้มแข็งของชุมชน

เกิดจากการที่คนมีวัตถุประสงค์ร่วมกันเข้ามา ร่วมคิด ร่วมทำ มีความเอื้ออาทรต่อกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันในการปฏิบัติ ความเป็นชุมชนจะทำให้มีศักยภาพในการแก้ไขปัญหาทุกชนิดทั้งทางเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม การเมือง และสุขภาพ กรมการปกครอง (2541, หน้า 63) ได้ให้ความหมายของชุมชนเข้มแข็ง (Community Empowerment) ว่าหมายถึง ชุมชนที่มีความสามัคคี มีอาชีพและเศรษฐกิจมั่นคง สุขภาพปลอดจากยาเสพติดและโรคเอดส์ สิ่งแวดล้อมดี มีกฎและปฏิบัติตามกฎ มีผู้นำผู้ตามที่ดี มีความใฝ่เรียนรู้ร่วมกัน รู้จักการใช้ทรัพยากรธรรมชาติท้องถิ่นความเสียสละ และพึ่งพาอาศัยกัน มีศีลธรรม ประสานงานกับองค์กรภายนอกอย่างสม่ำเสมอ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม มีความอดออมและอดทน การสื่อสาร และสามารถจะเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายได้ และกรมการพัฒนาชุมชน (2543, หน้า 11) ให้ความหมายของชุมชนเข้มแข็งว่าหมายถึง ชุมชนที่มีความพร้อมในปัจจัยที่ส่งเสริมพลังอำนาจของคนในชุมชน ในด้านสถานการณ์ชุมชน มีการเปลี่ยนแปลงในชุมชน มีพหุภาคีสนับสนุน มีการสื่อสารในชุมชน การมีส่วนร่วมในชุมชน มีการเรียนรู้ และมีศักยภาพในชุมชนพึ่งตนเองได้

จากข้อความดังกล่าวข้างต้น ชุมชนเกิดจากการรวมตัวของกลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตคล้ายกัน ติดต่อสื่อสารกัน มีความสนใจและมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน และมีความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกัน การที่ชุมมชนจะเข้มแข็งได้ สมาชิกในชุมชนต้องมีความรู้ มีความสามารถในการบริหารจัดการได้อย่างต่อเนื่อง ผู้นำมีศักยภาพ ความมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ร่วมกันวิเคราะห์ ตัดสินใจ และรู้แนวทางในการแก้ปัญหาของชุมชน และสามารถเชื่อมโยงกลุ่ม องค์กรต่างๆ เป็นเครือข่ายเพื่อเพิ่มศักยภาพให้ชุมชนพึ่งตนเอง

2. **องค์ประกอบความเข้มแข็งของชุมชน**

David Matthew (ฐิราวุฒิ เสนาคำ แปลและเรียบเรียง, 2540, หน้า 4-16) กล่าวถึงองค์ประกอบความเข้มแข็งของชุมชนว่า มีองค์ประกอบ ดังนี้

1. โครงสร้างพื้นฐานสาธารณะและช่องทางการสื่อสาร ประกอบขึ้นด้วยเครือข่ายองค์กรทางสังคมและพื้นที่สาธารณะทางกายภาพที่เปิดโอกาสให้พลเมืองหรือสมาชิกได้มีโอกาสได้พบปะสัมพันธ์หรือใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของชุมชนและประเด็นสาธารณะโดยใช้เวทีสาธารณะสำหรับการพูดคุยเรื่องสาระสร้างสรรค์ แบ่งเวทีออกเป็น 3 ระดับ คือ ประการแรก เป็นการพบปะแบบชั่วคราวหรือเป็นการพบปะกันในระดับปกติหรือเป็นระดับพื้นฐานที่สมาชิกในชุมชนมีโอกาสพบกันตามงานประเพณี งานบุญหรืองานเทศกาลต่างๆ ประการที่สองระดับสโมสรทางสังคมและองค์กร กระตุ้นเพื่อการเปลี่ยนแปลง เช่น การมีมูลนิธิหรือองค์กรต่างๆ เข้ามามีบทบาทขับเคลื่อน และประการที่สาม ระดับการเชื่อมโยงสมาชิกเครือข่ายโครงสร้างพื้นฐานสาธารณะเข้ามาร่วมมือกัน

2. ภาวะการนำและผู้นำชุมชน ชุมชนที่เข้มแข็งต้องมีผู้นำที่พร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเพื่อสิ่งที่ดี มีวิสัยทัศน์ยาวไกล มองปัญหาของทั้งชุมชน พร้อมที่จะเรียนรู้จากบทเรียนของความล้มเหลวโดยไม่ย่อท้อ ไม่แยกตนเองออกจากชุมชน และเป็นผู้ที่มีความอดทน ประณีประนอมสูง

3. กระบวนการตัดสินใจและกระบวนการเรียนรู้ของสาธารณะ การวัดความเข้มแข็งของชุมชนจึงต้องพิจารณาจากกระบวนการตัดสินใจและกระบวนการเรียนรู้ หรือ ดูพฤติกรรมการตัดสินใจในเรื่องสาธารณะที่ร่วมกันหรือไม่ อย่างไร การตัดสินใจเรื่องสาธารณะไม่ควรรีบเร่ง แต่ควรดำเนินไปตามกระบวนการที่มีการร่วมคิดของสมาชิก

4. การก่อตัวของชุดความคิดในการกระทำของสาธารณะชน ในการพิจารณาปัญหาสาธารณะ โดยสมาชิกต้องตระหนักในความรับผิดชอบร่วมกันหรือตระหนักว่าเป็นปัญหาส่วนรวมต้องเข้าไปแบกรับและแก้ไขปัญหา และมองว่าปัญหาสามารถแก้ไขได้โดยสมาชิกหรือคนในท้องถิ่นอย่างไม่ย่อท้อและรอรับการช่วยเหลือ

5. ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นพลเมืองต่อสถาบันต่างๆ ชุมชนที่เข้มแข็ง พลเมืองในชุมชนจะไม่ค่อยพึ่งพาจากรัฐ แต่จะสัมพันธ์ระหว่างกันในทางระนาบเดียวกันหรือแนวราบ จึงทำให้เกิดความเข้าใจ ไว้วางใจกัน

6. ความสำนึกของความเป็นชุมชนและขนบนิยมแห่งความร่วมมือ ชุมชนที่เข้มแข็ง พลเมืองมีความสำนึกในความเป็นชุมชนสูง มีจิตวิญญาณสาธารณะและมีขนบนิยมแห่งความร่วมมือ ไว้วางใจ แบ่งปันและเอื้ออาทร โดยเฉพาะการแก้ปัญหาร่วมกันจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความสำนึก ความเป็นชุมชนและส่งเสริมให้พลเมืองอยากทำงานร่วมกัน

อเนก นาคะบุตร (2540, หน้า 25) กล่าวว่า ชุมชนจะเข้มแข็งได้จะต้องมีองค์ประกอบในชุมชน คือ

1. ในชุมชนจะต้องสามารถสร้างหรือผลิตอาหารให้พอกินและมีการลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกร โดยการเลิกใช้สารเคมี

2. เกษตรเชิงอนุรักษ์และการจัดการดิน น้ำ ป่า นั้นให้มีการประยุกต์ภูมิปัญญาในท้องถิ่นที่ตกทอดมาแต่บรรพบุรุษเพื่อมุ่งให้เกิดการเกื้อกูล และการอยู่ร่วมกันระหว่างพืชกับสัตว์ และเป็นระบบการเกษตรทางเลือกที่เกษตรกรได้แสดงให้ประจักษ์และสามารถขยายผลกับเกษตรกรทั่วไป

3. การกระจายรายได้หลายฐาน ชาวบ้านและเกษตรกรได้พิสูจน์ให้เห็นชัดเจนว่า การปลูกพืชที่หลากหลายนอกจากจะพอกินแล้ว ยังสามารถนำออกขายไปตลาดท้องที่อื่น ทั้งนี้ ยังสามารถต่อรองและกำหนดราคาในท้องตลาดได้

4. ความยั่งยืนของครัวเรือน ชุมชน ระบบการเกษตรยั่งยืนดังกล่าวเป็นหลักประกันให้ครอบครัวต้องมีการทำงานร่วมกันตลอดปี มีอาหารพอกิน ไม่ต้องอพยพย้ายถิ่นในหน้าแล้งจะทำให้เกิดากรเรียนรู้และเกิดความเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายเกษตรกรทางเลือกต่างๆ พร้อมกับสามารถยกระดับเป็นขบวนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติระดับท้องถิ่นอย่างเหมาะสม

5. ความสงบสุขของชีวิตในชุมชน จากผลพวงในกิจกรรมดังกล่าวจะทำให้ชีวิตผู้คนในสังคมเกิดความสงบสุข นับเป็นความเข้มแข็งของชุมชนที่สามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตนเอง

อรทัย อาจอ่ำ (2541, หน้า 16-18) กล่าวถึงองค์ประกอบที่ทำให้สังคมเข้มแข็งประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ความเป็นกลุ่ม องค์กรที่เป็นสำนึกต่อสาธารณะนั้น คนในองค์กรจะต้องมองเห็นอนาคตข้างหน้าร่วมกัน รู้และเข้าใจร่วมกันถึงทิศทางที่จะไปด้วยกันหรือทำกิจกรรมร่วมกัน

2. การมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง การมีส่วนร่วมของทุกคนทุกฝ่ายเป็นเงื่อนไขที่ให้เกิดการรับรู้ ตัดสินใจ และร่วมลงมือปฏิบัติเพื่อผลักดันการเปลี่ยนแปลงที่จำเป็นร่วมกัน

3. มีความเป็นธรรมชาติที่มิใช่การแต่งตั้ง ความเป็นองค์กรของสังคมที่อยู่นอกเหนือจากการควบคุมของอำนาจรัฐ ประชาสังคมจึงเกิดขึ้นบนเงื่อนไขของสำนึกที่จะดำเนินกิจกรรมร่วมกันบนพื้นฐานของการเติบโตอย่างเป็นธรรมชาติย่อมจะเป็นเครื่องพิสูจน์ถึงระดับแห่งการสำนึกของความเป็นพลเมือง (Civic Consciousness) ว่าจะแสดงศักยภาพร่วมกันแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนของชุมชนท้องถิ่นได้มากน้อยเพียงใด

4. มีความรัก ความเอื้ออาทร สมานฉันท์ การรวมกลุ่มของประชาสังคมบนพื้นฐานที่หลากหลายนั้นจำเป็นต้องสร้างบนรากฐานแห่งความรัก ความเมตตา ความเอื้ออาทร และสามัคคีเงื่อนไขแห่งความรักสมานฉันท์จะเป็นส่วนที่เชื่อมโยงให้เกิดความร่วมมืออย่างมีพลัง

5. มีองค์ความรู้และความสามารถในการแสวงหาความรู้ การดำรงอยู่ในสังคมอย่างสร้างสรรค์ และมีศักดิ์ศรีของมนุษย์ ต้องอาศัยสติปัญญาความรู้ในการแก้ไขปัญหา กำหนดทิศทางข้างหน้า ดังนั้น จึงต้องสร้างและสะสมองค์ความรู้ที่สามารถปรับใช้และเรียนรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา

6. มีการเรียนรู้จากการปฏิบัติหรือทำกิจกรรมร่วมกัน องค์ประกอบของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในสังคมจะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นกับพลังชุมชน กระบวนการก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน จำเป็นต้องอาศัยเทคนิควิธีการหลากหลายและสอดคล้องกับบริบทของแต่ละพื้นที่ แต่ละกลุ่มซึ่งจะต้องคิดค้นร่วมกัน

7. มีการติดต่อสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เป็นเครือข่ายความร่วมมือ การสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระบบการสื่อสารของประชาคมควรเป็นแนวราบไม่ใช่แนวดิ่ง นอกจากนี้ความร่วมมือกับสื่อสารมวลชนและการสร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบันสื่อมวลชนทั้งในส่วนกลางและท้องถิ่นย่อมเป็นวิธีการสื่อสารของประชาคมที่สำคัญ

การดำเนินงานขององค์กรชุมชนในแต่ละชุมชนมีความเข้มแข็งมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับประเด็น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2544, หน้า 19-20) ดังนี้

1. การมีอุดมการณ์ร่วมกันของสมาชิกในชุมชน อุดมการณ์ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะยึดเหนี่ยวทิศทางของกลุ่มไว้ได้ ถ้ากำหนดเป็นเป้าหมายในระยะยาว จะทำให้องค์กรชุมชนนั้นมีอุดมการณ์ในการรวมตัวกันได้ดี

2. การมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน ย่อมทำให้องค์กรชุมชนมีการรวมตัวกันได้ดี เช่น การสร้างฐานะทางเศรษฐกิจ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

3. การมีผลประโยชน์ร่วมกันและมีการกระจายประโยชน์อย่างเป็นธรรม โดยองค์กรชุมชนใดสามารถดำเนินการได้ดีมากเท่าใด ย่อมทำให้องค์กรชุมชนนั้นๆ มีความเข้มแข็งเพิ่มมากขึ้น

4. สมาชิกของขององค์กรชุมชนและคนทั่วไปในชุมชน โดยองค์กรชุมชนมีผู้นำองค์กรที่เข้มแข็งหรืออ่อนแอ และสมาชิกในองค์กรชุมชนนั้นๆ มีความร่วมมือและมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งทางความคิด การวางแผน การตัดสินใจ และการติดตามประเมินผลมากน้อยเพียงใด ส่วนคนทั่วไปในชุมชนจะมีผลกระทบต่อการดำรงอยู่และความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนเพราะเป็นกลุ่ม คนที่คอยเฝ้าติดตาม วิพากษ์วิจารณ์ และพร้อมจะเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมกับองค์กรชุมชนอย่างใกล้ชิด

5. การบริหารจัดการ ประกอบด้วยการตัดสินใจของคนในองค์กร การควบคุมตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอและโปร่งใส

6. กิจกรรมการดำเนินงานขององค์กรชุมชนมีความเหมาะสมสอดคล้องกับการเข้าใจปัญหาและความต้องการและความต้องการของสมาชิก ช่วยส่งเสริมหรือสร้างความขัดแย้งในชุมชน กิจกรรมพัฒนาต่างๆ ขององค์กรชุมชนสามารถควบคุมจัดการได้ภายในชุมชนหรือต้องพึ่งพิงจากภายนอกชุมชน

7. งบประมาณดำเนินงาน การดำเนินกิจกรรมใดๆ ขององค์กรชุมชนต้องระดมเงินจากภายในและภายนอกชุมชน

อรสา หน่อปัน (2544, หน้า 33) กำหนดองค์ประกอบความเข้มแข็งจากองค์กรชุมชน คือ ผู้นำมีคุณสมบัติรอบรู้ มีความสามารถและประสบการณ์ กิจกรรมเศรษฐกิจชุมชน เป็นเวทีแห่งการเรียนรู้จากการปฏิบัติ ทรัพยากรหรือทุนทางสังคมที่มีอยู่ในชุมชน การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

และการประสานงานและการติดต่อสื่อสาร สำหรับเกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2545, หน้า 17-20) ให้หลักเกณฑ์การพิจารณาความเข้มแข็งจากองค์ประกอบพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับชุมชนที่เข้มแข็ง มี 7 ประการ คือ อุดมการณ์และวิสัยทัศน์ร่วม การจัดองค์กรและการบริหารจัดการ การมีกิจกรรมที่ต่อเนื่อง เครือข่ายความร่วมมือ สิทธิอำนาจและการต่อรองทางการเมือง และเกิด การยอมรับจากสังคมภายนอก

3. **ลักษณะของชุมชนเข้มแข็ง**

แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเข้มแข็ง อุทัย ดุลยเกษม และอรศรี งามวิทยาพงศ์ (2540, หน้า 34-36) ได้กล่าวถึงลักษณะของชุมชนเข้มแข็ง ดังนี้

1. ชุมชนที่มีสภาพรวมกันเป็นปึกแผ่นแน่นแฟ้นในทางกายภาพหรือรูปธรรม คือ สมาชิกของชุมชนที่มีศักยภาพ มีการพึ่งพาอาศัยและร่วมมือกันในกิจกรรมต่างๆ ทั้งที่ของส่วนตัว และส่วนรวม ทั้งด้านอาชีพ วัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรม การพัฒนาชุมชน การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ฯลฯ ในทางจิตวิญญาณ คือ สมาชิกของชุมชนที่มีค่านิยมความเชื่อต่อสิ่งสูงสุดอย่างใดอย่างหนึ่งรวมกัน และรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน มีความรักใคร่สามัคคี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ให้ความช่วยเหลือแบ่งปันระหว่างกัน เป็นต้น

2. ชุมชนมีศักยภาพที่พึ่งพิงตนเองได้ในระดับสูง โดยมีทุน แรงงาน ทรัพยากรเพื่อการยังชีพพื้นฐานของครอบครัวของตนเอง แม้จะมีการพึ่งพิงภายนอกก็อยู่ในลักษณะที่ชุมชนมีอำนาจในการจัดการ การเลือกสรร การตัดสินใจ การมีส่วนร่วมสูงไม่ว่าในด้านอาชีพ การศึกษา การกินอยู่ ประเพณี และการรักษาพยาบาล เป็นต้น

3. ชุมชนที่สามารถควบคุมและจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยตนเองเป็น ส่วนใหญ่ โดยอาศัยอำนาจ ความรู้ และกลไกภายในชุมชน กำหนดแนวทางของการแก้ไขปัญหาโดยอาศัยความร่วมมือภายในชุมชนเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นปัญหาของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เป็นต้น

4. ชุมชนที่พัฒนาศักยภาพของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยกระบวนการเรียนรู้ที่สร้างภูมิปัญญาของตนเองในด้านต่างๆ ทั้งเศรษฐกิจ การบริหารจัดการ การปกครอง วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี ฯลฯ มีผลให้ชุมชนมีความรู้ และความสามารถที่จะพัฒนาตนเองและถ่ายทอดความรู้นั้นได้อย่างต่อเนื่อง จากแนวคิดดังกล่าวจำแนกได้ว่า ชุมชนจะเข้มแข็งได้นั้นจะต้องอาศัยปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน ได้แก่ ระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเอง ระบบความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relations) ที่แน่นแฟ้น ค่านิยมจากศาสนธรรม กระบวนการ เรียนรู้เพื่อชีวิต กลุ่มผู้นำตามธรรมชาติ กลไกที่เอื้อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารที่ต่อเนื่องตลอดเวลา และโครงสร้างทางสังคมแนวราบ

สำหรับอนุชาติ พวงสำลี และอรทัย อาจอ่ำ (2541, หน้า 16-18) กล่าวถึง ลักษณะของชุมชนเข้มแข็งว่า สมาชิกของชุมชนมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนและชุมชนที่จะแก้ไขปัญหาและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง สมาชิกของชุมชนพร้อมที่จะร่วมกันจัดการกับปัญหาของตนและชุมชน มีกระบวนการของชุมชนที่มีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องจนเป็นวิถีของชุมชนภายใต้การสนับสนุนของผู้นำองค์กรชุมชนในลักษณะเปิดโอกาสให้กับสมาชิกทั้งมวลเข้ามามีส่วนร่วมโปร่งใสและพร้อมที่จะให้ตรวจสอบ สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการประเมินสถานการณ์ของชุมชน กำหนดวิสัยทัศน์ ร่วมคิด ตัดสินใจ ดำเนินงาน ติดตามและประเมินผลการแก้ปัญหาและการพัฒนาของชุมชนผ่านกระบวนการของชุมชน สมาชิกของชุมชนเกิดการเรียนรู้ผ่านการเข้าร่วมในกระบวนการของชุมชน มีแผนของชุมชนที่ประกอบด้วยการพัฒนาทุกๆ ด้านของชุมชน ที่มุ่งการพึ่งตนเองเอื้อประโยชน์ต่อสมาชิกชุมชนทุกๆ คนและมุ่งหวังการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน มีการพึ่งความช่วยเหลือจากภายนอกเป็นการพึ่งเพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ในที่สุดไม่ใช่การพึ่งพาตลอดไป และมีเครือข่ายความร่วมมือกับภาคีการพัฒนา อาจเป็นหมู่บ้านชุมชนอื่นๆ ท้องถิ่น ภาคราชการ องค์กรเอกชน นักธุรกิจ นักวิชาการ และอื่นๆ ในลักษณะของการมีความสัมพันธ์ที่ เท่าเทียมกัน

นอกจากนี้ สนทยา พลศรี (2545, หน้า 55-56) กล่าวถึง ลักษณะของชุมชนเข้มแข็ง ได้แก่ จิตสำนึกชุมชน จิตวิญญาณของชุมชน ชุมชนเรียนรู้ องค์กรชุมชน การจัดการชุมชน เครือข่ายชุมชน ภาวะผู้นำ เป็นชุมชนพึ่งตนเอง เป็นชุมชนสงบสุข และการพัฒนาแบบยั่งยืน

ชุมชนที่มีศักยภาพอาจมีตัวชี้วัดได้มากมาย ประทีป วีระพัฒนนิรันดร์ (2542, หน้า 65) กำหนดตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชน ประกอบด้วย จำนวนผู้นำตามธรรมชาติต่อประชากร จำนวนสมาชิกของกลุ่มต่อประชากร อัตราเพิ่มของจำนวนเงินออมของชุมชน จำนวนองค์กรธุรกิจที่องค์กรชุมชนเป็นเจ้าของ อัตราเพิ่มของเงินสวัสดิการเพื่อคนในชุมชน อัตราการเพิ่มของรายได้ของธุรกิจที่องค์กรชุมชนเป็นเจ้าของและ จำนวนการเป็นสมาชิกองค์กรภายนอก สำหรับกรมการพัฒนาชุมชน (2549) กำหนดตัวชี้วัดมี 3 ตัว คือ ความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน ความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน และความเข้มแข็งในการบริหารจัดการของชุมชน

นอกจากนี้ การวัดความสามารถในการพึ่งตนเองของชุมชน มี 4 ตัวชี้วัด (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549) คือ

1. การมีกิจกรรม/โครงการ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนโดยไม่ต้องพึ่งภายนอก โดยต้องเกิดจากความร่วมมือของคนในชุมชน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

2. ความสำเร็จในการปฏิเสธข้อเสนอที่ไม่มีประโยชน์อย่างแท้จริงต่อชุมชน ทั้งจากเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือองค์กรเอกชนหรือพ่อค้า นักธุรกิจและนักพัฒนา ที่พยายามหยิบยื่นโครงการให้กับชุมชน

3. การบริโภคผลผลิตที่ผลิตได้ในชุมชนต่อการบริโภคทั้งหมด สามารถผลิตอาหารเพื่อบริโภคภายในหมู่บ้านโดยไม่ต้องซื้ออาหารจากภายนอกชุมชน ลดการพึ่งพิงตลาด และลดค่าใช้จ่ายเพื่อซื้ออาหาร

4. ประสบการณ์ความสำเร็จในการระดมทุนเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ของชุมชน ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นความร่วมมือของชุมชนอันที่จะทำกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม

4. ปัจจัยที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง

ชุมชนที่มีความเข้มแข็ง จะมีลักษณะที่หลากหลาย บางชุมชนอาจเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งในด้านสังคม บางชุมชนเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจ หรือวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม สำนักพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการกระจายรายได้ (2548, หน้า 6-7) พบว่า ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนในการพลิกฟื้นความเข้มแข็งของชุมชน ประกอบด้วย

1. ระบบความสัมพันธ์ทางสังคม ที่เป็นแนวราบหรือแนวนอนที่มีความแน่นแฟ้น ต้องการอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ให้ความสำคัญกับคนมากกว่าผลประโยชน์ ส่งผลให้เกิดความร่วมมือ ความสามัคคีปรองดอง ช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน สร้างระบบสวัสดิการของชุมชนขึ้นได้ มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตน/กลุ่ม/องค์กร หรือของชุมชนว่าจะสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ โดยมีการลงมือดำเนินการในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างจริงจัง เมื่อได้ทำแล้วจะเกิดความภูมิใจ และความมั่นใจในพลังและความสามารถของตนเองและกลุ่ม/ชุมชนของตน นอกจากนั้น ระบบความสัมพันธ์แนวราบนี้ยังช่วยให้เกิดการพัฒนาความร่วมมือของคนในชุมชนได้อย่างกว้างขวางตลอดจนเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เรียนรู้และแสดงศักยภาพอย่างมีอิสระ

2. กระบวนการชุมชน ซึ่งให้ความสำคัญกับการรวมตัวกันของบุคคลหลากหลายทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีเป้าหมายร่วมกันในประโยชน์สาธารณะ และประโยชน์ของสมาชิกมีกิจกรรมสาธารณะอย่างต่อเนื่อง มีเวทีที่จะพูดคุยเพื่อเรียนรู้ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำและร่วมรับผิดชอบ แก้ปัญหาร่วมกัน มีกลไกการปฏิสัมพันธ์ การเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายและ การติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกของชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การเรียนรู้ ทัศนคติ และร่วมปรึกษาหารือในกลุ่มซึ่งจะทำให้เกิดการร่วมมือกันในชุมชน

3. คุณภาพและศักยภาพของผู้นำ ผู้นำต้องมีศักยภาพ มีทักษะความสามารถในการจัดการ มีภูมิปัญญาและค่านิยมที่ชุมชนยึดถือ มีอิสระในการตัดสินใจ ตลอดจนมีวิสัยทัศน์ ทำงานด้วยความเสียสละ อดทน ไม่หวังผลประโยชน์ส่วนตัว เป็นที่พึ่งพาของชาวบ้านและชุมชนได้ ซึ่งการมีโครงสร้างทางสังคมเป็นแนวราบจะช่วยให้เกิดกลุ่มผู้นำทางธรรมชาติที่มีความหลากหลายไปตามกิจกรรม

4. จิตสำนึกความเป็นชุมชนและการมีส่วนร่วม ชาวบ้านและผู้นำมีความรู้สึกสาธารณะร่วมกัน มีความสมานฉันท์เชิงอาทร รวมถึงมีจิตสำนึกและมีความตระหนักต่อปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือหมู่บ้าน มองเห็นความสำคัญในการแก้ปัญหา มีความปรารถนาที่จะเข้ามาแก้ไขปัญหาเหล่านั้นร่วมกัน มีการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน สนใจเข้าร่วมประชุม ร่วมระดมความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะในการทำงาน ซึ่งจะส่งผลให้โครงการ/กิจกรรมสามารถตอบสนองต่อปัญหาและความต้องการของชุมชนได้

5. ความสามารถด้านการจัดการ ชาวบ้าน/ชุมชนมีระบบการจัดการต่างๆ ดี มีความรอบด้านทั้งด้านการเงิน บุคลากร องค์กร ฯลฯ สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอย่างเต็มที่ มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใสในการบริหารจัดการต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการเงิน นอกจากนี้ยังมีการทำบัญชี รายรับ-รายจ่ายต่างๆ อย่างเป็นระบบ สามารถตรวจสอบได้และมีมาตรฐานเชื่อถือได้ มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงข้อผิดพลาดต่างๆ ของกลุ่มหรือองค์กรอยู่เสมอ มีการจัดสรรผลประโยชน์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานร่วมกันอย่างเป็นธรรมและมีความเท่าเทียม และไม่ถูกแทรกแซงจากกลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มอิทธิพลและนักการเมือง

6. ระบบความรู้และกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต การศึกษาเป็นกลไกที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้และพัฒนาระบบค่านิยมของคนในชุมชน แต่การศึกษาต้องมีความหมายกว้างถึงการเรียนรู้ของบุคคลที่เป็นกระบวนการต่อเนื่องตลอดช่วงวัยของชีวิต ซึ่งกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนสามารถเกิดขึ้นได้จากแหล่งเรียนรู้ที่มีอยู่รอบตัวทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และนอกชุมชนอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

7. ระบบเศรษฐกิจของชุมชนที่เป็นระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเองและมุ่งตอบสนองความต้องการเพื่อการยังชีพของชุมชนเป็นหลัก

8. วัฒนธรรม ค่านิยม และความเชื่อในศาสนา สามารถสร้างทัศนคติให้คนมีความเคารพธรรมชาติ มีความพึงพอใจกับการพึ่งตนเอง และก่อให้เกิดวัฒนธรรมแบบร่วมมือมากกว่า การแข่งขัน

9. การบริหารงานปกครองของรัฐ ต้องมีการกระจายอำนาจลงสู่พื้นที่ ถ้ามีลักษณะรวมศูนย์อำนาจจะมีผลกระทบต่อชุมชนสูงและทำให้ชุมชนอ่อนแอ เพราะระบบราชการที่มีลักษณะการใช้อำนาจสั่งการในการพัฒนา จะเป็นกลไกในการทำลายศักยภาพในการคิดและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน

ความเข้มแข็งของชุมชนประกอบด้วยเงื่อนไขต่างๆ หลายประการ เสรี พงศ์พิศ (2542, หน้า 3-4) ได้กล่าวว่า เงื่อนไขที่จะนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชน มีดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนเป็นปัจจัยที่มีส่วนทำให้ชุมชนเข้มแข็ง คือ เครือข่ายชุมชน (Social Network) ที่มีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่น มีคณะกรรมการบริหารของชุมชนที่มีพลังต่อรองกับทางราชการ

2. ชุมชนจะเข้มแข็งจะต้องมีความสัมพันธ์กับสังคมภายนอก เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน เพราะชุมชนเข้มแข็งต้องพึ่งตนเองได้ แต่ไม่ได้หมายความว่าต้องตัดจากโลกภายนอก

3. ผู้นำชุมชนจะเข้มแข็งควรมีคนเก่งแม้แต่ 1 คน แต่คนที่จะนำไปสู่ชุมชนเข้มแข็ง คือ การมีผู้นำที่ซื่อสัตย์และเข้าใจวิธีการทำงาน เป็นผู้นำในชุมชน และเป็นหนึ่งเดียวกัน

4. เศรษฐกิจ สมาชิกในกลุ่มหรือชุมชนจะต้องมีการเก็บออมหรือมีการออมทรัพย์ เพราะการออมทรัพย์หรือการมีเงินทองเก็บฝากแสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจที่แท้จริง

5. การมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและมีการบริหารทรัพยากรเหล่านั้นอย่างเหมาะสม เช่น แหล่งน้ำ แหล่งป่าชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตมนุษย์

6. ชุมชนจะต้องตั้งอยู่บนรากเหง้าทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาชาวบ้านที่สามารถทำให้ชุมชนสานใยและถักทอมาเป็นหนึ่งเดียวมาจนถึงทุกวันนี้

5. **การเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน**

ประเวศ วะสี (2542, หน้า 32-33) กล่าวว่า สังคมจะเข้มแข็งและมั่นคงฐานล่างต้องเข้มแข็ง ถ้าพัฒนาแต่ด้านบนสังคมจะถล่ม การพัฒนาจึงควรพัฒนาความเข้มแข็งจากฐานล่าง ไม่ใช่พัฒนาเศรษฐกิจโดดๆ แต่เป็นเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงเป็นบูรณาการกับจิตใจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเมืองพร้อมกันไป โดยเกิดกระบวนการเรียนรู้และการจัดการของชุมชน เชื่อมโยงกับการสนับสนุนส่งเสริมจากภายนอก ทำให้ฐานล่างที่เข้มแข็งของสังคม จะช่วยให้สังคมส่วนบนเติบโตด้วยความมั่นคงและยั่งยืน และได้ให้ความสำคัญต่อ 6 พลังสร้างสรรค์ภายในชุมชน คือ พลังสังคม พลังกลุ่ม พลังทุน พลังธุรกิจ พลังเอื้ออาทร และพลังการเรียนรู้ และประทีป วีระพัฒนนิรันดร์ (2542, หน้า 64) ได้กล่าวถึงการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยสร้างการเรียนรู้ให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ และ Glenn Laverack (2006) ได้กล่าวถึงหลักของการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน 9 ประการ คือ เพิ่มการมีส่วนร่วม พัฒนาความเป็นผู้นำท้องถิ่น เพิ่ม

ความสามารถในการประเมินปัญหา พัฒนาการถาม "ทำไม" สร้างโครงสร้างขององค์กรที่มีกำลังในการพัฒนา ปรับปรุงการใช้ทรัพยากร สร้างความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งกับองค์กรอื่นและประชาชน สร้างบทบาทเท่าที่เทียมกันกับองค์กรภายนอก และเพิ่มพูนการควบคุมการจัดการโครงการ

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2544) ได้ให้ความหมายของการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน หมายถึง การที่ประชาชนในชุมชนต่างๆ ของเมืองหรือชนบทได้รวมตัวกันเป็นองค์กรชุมชนในรูปต่างๆ เช่น กลุ่ม ชมรม สหกรณ์ องค์กรชาวบ้าน เครือข่ายและอื่นๆ ที่แสดงถึงการร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกันเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันของชุมชน ต้องมีจิตสำนึกของการพึ่งตนเอง ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ และมีความเอื้ออาทรต่อชุมชนอื่นๆ ด้วย โดยองค์กรชุมชนเหล่านี้จะมีการเรียนรู้ การตัดสินใจ การดำเนินงานพัฒนา การบริหารจัดการและการแก้ไขปัญหาร่วมกันของคนในชุมชน ตลอดจนความรัก สามัคคี เอื้อเฟื้อ ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมต่างๆ ภายในชุมชนในทางที่ดีขึ้น และมีผลกระทบไปสู่ชุมชนภายนอกตามมา

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายสังคมแห่งชาติ โดยคณะอนุกรรมการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน (2543, หน้า 9-12) กล่าวถึงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเอง และช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน มีกิจกรรมหลากหลายใน 6 ประการ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นกระบวนการสร้างส่วนร่วมให้เกิดแก่ชุมชน เริ่มตั้งแต่การคิด การดำเนินการ การจัดเวทีชาวบ้าน การตัดสินใจทำโครงการต่างๆ และการติดตามผลการดำเนินงานของชุมชน

2. การพัฒนาศักยภาพชุมชน เป็นการเสริมสร้างภาวะผู้นำที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อให้ผู้นำตามธรรมชาติเกิดขึ้นในชุมชน คนเหล่านี้จะเป็นผู้นำที่เป็นกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เป็นการเปิดโอกาสการถ่ายทอดความรู้ความคิด เกี่ยวกับการดำเนินงานของชุมชน โดยรัฐสนับสนุนการใช้สื่อสารของรัฐ

4. การสร้างเครือข่าย เป็นกระบวนการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน เช่น เครือข่ายการเรียนรู้ระดับเขตที่เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนของกระทรวงมหาดไทย เครือข่ายแพทย์แผนไทยของกระทรวงสาธารณสุข โครงการจัดตั้งองค์กรเครือข่ายกองทุนเพื่อการลงทุนทางสังคม เป็นต้น

5. การจัดบริการชุมชน เป็นกิจกรรมช่วยเหลือเกื้อกูลคนในชุมชน โดยเฉพาะผู้ด้อยโอกาส เช่น ผู้สูงอายุ คนพิการ คนยากจน และเยาวชนเด็ก เป็นต้น

6. โครงการสร้างประชาสังคม เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปราชญ์ชาวบ้านและผู้นำการเปลี่ยนแปลงภายใต้เศรษฐกิจพอเพียง หรือเป็นการสร้างภาคีพัฒนาในระดับภูมิภาค ท้องถิ่น และชุมชน ซึ่งเรียกว่า "ประชาคม"

จากความดังกล่าวข้างต้น การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เกิดจากการรวมตัวกันของประชาชนในชุมชนเป็นองค์กรชุมชนในรูปของกลุ่ม สหกรณ์ องค์กรชาวบ้าน และเครือข่าย ให้ชุมชนเกิดกระบวนการเรียนรู้ เชื่อมโยงกับการสนับสนุนส่งเสริมจากองค์กรภายนอก และให้ชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาและพึ่งตนเองได้

การเสริมสร้างพลังอำนาจ (Empowerment) คำว่า การเสริมสร้างพลังอำนาจ (Empowerment) ตามพจนานุกรมของ Merriam Webster (2005) ให้ความหมายไว้ 3 ประการ คือ การให้อำนาจที่เป็นทางการ (To Give Official Authority) หรือที่ถูกต้องตามกฎหมาย (Legal Power to) การจัดหาหรือให้โอกาส (To Provide With the Means or Opportunity) และการส่งเสริมความเป็นตัวเอง (To Promote the Self-Actualization) และ Gibson (1991) ได้กล่าวถึงการเสริมสร้างพลังอำนาจว่า เป็นแนวคิดที่อธิบายกระบวนการทางสังคม การแสดงถึงการยอมรับและชื่นชม การส่งเสริม การพัฒนาและเสริมสร้างความสามารถของบุคคลในการตอบสนองความต้องการของตนเองและแก้ปัญหาด้วยตนเอง รวมถึงความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เพื่อให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่นในตนเองและรู้สึกว่าตนเองมีอำนาจสามารถควบคุมความเป็นอยู่หรือวิถีชีวิตของตนเองได้

ชะนวนทอง ธนสุกาญจน์ (2548, หน้า 140) ได้ให้ความหมายของการเสริมสร้างพลังอำนาจ (Empowerment) ว่าเป็นกระบวนการที่สะท้อนให้เห็นความสามารถของบุคคลในการที่จะดึงสิ่งที่มีอยู่ภายในตัวเองในการควบคุม จัดการสร้างอิทธิพลกับตนเอง และสังคมรอบข้างอันจะส่งผลเป็นรูปธรรมต่อชีวิตตนเอง ในส่วนของการสร้างเสริมพลังอำนาจชุมชน Rissel (Rissel, 1994 อ้างอิงใน ชะนวนทอง ธนสุกาญจน์, 2548, หน้า 142) ได้ให้นิยามไว้ว่าเป็นกระบวนการที่ครอบคลุมไปถึงการเปลี่ยนแปลงระดับต่างๆ ทั้งปัจเจกบุคคล องค์กร และชุมชน ชุมชนที่มีพลังอำนาจ คือ ชุมชนที่ทั้งบุคคล และองค์กรได้มีการใช้ทักษะและทรัพยากรของตนเองและกลุ่มเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม มีความสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับกว้าง ทำให้เกิดความเสมอภาคในด้านการเข้าถึง ทรัพยากร มีการระบุประเด็นปัญหาและหนทางแก้ไขเอง การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน มีความรู้สึกของการเป็นชุมชน บุคคล และการเมืองที่ชัดเจนจนเกิดเป็นระบบการช่วยเหลือกันอย่างเป็นธรรมชาติจนมีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างต่อเนื่องยั่งยืน

การเสริมสร้างพลังอำนาจในชุมชนมักทำควบคู่ไปกับการกระตุ้นการมีส่วนร่วมกับชุมชน โดยการมีส่วนร่วมโดยมุ่งหวังให้เกิดการเรียนรู้ การมีความรู้สึกถึงความเป็นชุมชน โดยใช้กิจกรรมหลัก คือ การมีส่วนร่วม การเรียนรู้ร่วมกัน การสะท้อนความรู้สึก บาทเรียนในเชิงวิเคราะห์วิจารณ์ด้วยเหตุและผล และการทำกิจกรรมกระบวนการสร้างพลังอำนาจให้เกิดในระดับจิตวิทยาบุคคล องค์กร และกลุ่มหรือชุมชน Israe (1994) และTracy (1990) ได้กำหนดขั้นตอนของการเสริมสร้างพลังอำนาจไว้ 10 ขั้นตอน ได้แก่ ให้ความชัดเจนเกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบ มอบหมายอำนาจหน้าที่ กำหนดมาตรฐานการทำงาน มีการฝึกอบรมและการพัฒนา ให้ความรู้และสารสนเทศ ให้ข้อมูลป้อนกลับ ให้การยกย่องยอมรับ ให้ความไว้วางใจ ยอมรับข้อผิดพลาด และให้เกียรติและเคารพต่อการตัดสินใจของผู้ปฏิบัติงาน

การสร้างพลังอำนาจชุมชนเป็นไปได้ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ แบบเป็นทางการ ชะนวนทอง ธนสุกาญจน์ (2548, หน้า 143) คือ การที่ชุมชนมีบทบาทและมีอำนาจในการตัดสินใจที่เป็นที่ยอมรับจากภาครัฐ แบบไม่เป็นทางการ คือ การที่ชุมชนมีศักยภาพในการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระจากระบบหรือกระบวนการของภาครัฐ ในการทำงานทั้งสองรูปแบบพอจะสรุปได้ว่า ระดับการมีพลังอำนาจของชุมชนสามารถเรียงจากน้อยไปมากโดยดูลักษณะกิจกรรมของชุมชนได้ดังนี้

1. การมีข้อมูลข่าวสาร ชุมชนได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่มีการตัดสินใจไปแล้ว
2. การปรึกษาหารือ ชุมชนได้รับเชิญให้แสดงความคิดเห็นต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แต่ความเห็นของชุมชนอาจจะมีหรือไม่มีผลต่อการตัดสินใจก็ได้
3. การมีส่วนร่วมแบบเป็นทางการ ชุมชนได้มีการระบุหรือส่งตัวแทนให้เข้าไปมีบทบาทในการตัดสินใจ
4. การมีอำนาจตัดสินใจ ชุมชนมีสิทธิที่จะตัดสินใจเพื่อตนเอง และวิธีการที่จะดำเนินการตามที่ตัดสินใจ

การมีพลังอำนาจในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการจะเกิดขึ้นได้ขึ้นกับความสามารถในการรวมกลุ่มของชุมชนเองจึงมักเรียกกันว่า ทุนทางสังคม (Social Capital) ชุมชนจะไม่สามารถมีอำนาจแบบเป็นทางการ ถ้าชุมชนไม่สามารถชี้ประเด็นที่สนใจหรือเกี่ยวข้องกับผู้อื่นได้ ในขณะเดียวกันชุมชนก็จะไม่สามารถดำเนินการใดๆ ได้ถ้าสมาชิกในชุมชนไม่มีทักษะในการรวมกลุ่มและการสื่อสาร ดังนั้น การสร้างพลังอำนาจในชุมชนจึงจำเป็นต้องมีกิจกรรมการรวมกลุ่ม การฝึกทักษะการเรียนรู้ และการสื่อสารนั่นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่ม

1. ความหมายของกลุ่ม

กลุ่มโดยปกติใช้เรียกคนจำนวนหนึ่งตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่รวมกันเป็นหมู่คณะ เพื่อทำกิจกรรมบางอย่างในที่ใดที่หนึ่ง คำว่า กลุ่ม (Group) มีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย หมายถึง การที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมารวมกัน ดำเนินงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง พัฒน์ บุญยรัตนพันธ์ (2517, หน้า 148) ได้ให้ความหมายของกลุ่มไว้ว่า กลุ่ม คือ มวลชนที่คิดได้รวมกันได้ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป และมารวมกันเพื่อดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง จนสามารถเกิดพลังและเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มให้สูงมากขึ้น และ Preston-Shoot (1987, p. 7) กล่าวว่า กลุ่มหมายถึง การที่คนมารวมกัน ใช้เวลาอยู่ร่วมกัน มองเห็นว่าตนเองเป็นสมาชิกของกลุ่ม และคนนอกกลุ่มก็ระบุว่าบุคคลเหล่านี้เป็นสมาชิกของกลุ่ม จำนงค์ อดิวัฒนสิทธิ์ และคนอื่นๆ (2547, หน้า 61) ให้ความหมายว่ากลุ่ม หมายถึง คนจำนวนหนึ่งหรือคนประเภทหนึ่งที่มีลักษณะบางอย่างร่วมกัน (Categories) เช่น กลุ่มเด็ก กลุ่มคนแก่ กลุ่มชาวจีน กลุ่มมุสลิม กลุ่มคนรวย กลุ่มชาวนา คำว่ากลุ่ม จึงมีความหมายกว้าง กลุ่มทางสังคม (Social Group) หมายถึง คนจำนวนหนึ่งที่มีการกระทำโต้ตอบกันอย่างมีระเบียบแบบแผน คือ มีการกำหนดสถานภาพของสมาชิกและมีบรรทัดฐานควบคุมความสัมพันธ์เป็นที่ยอมรับร่วมกันในระดับหนึ่งเป็นการถาวรหรือชั่วคราว และนิตยา เพ็ญศิรินภา และสุรชาติ ณ หนองคาย (2549, หน้า 21) ได้ให้ความหมาย กลุ่ม หมายถึง การที่บุคคลตั้งแต่สองคนหรือมากกว่ามารวมตัวกันและมีปฏิสัมพันธ์กัน เพื่อทำให้บรรลุเป้าหมายเฉพาะอย่างที่ได้กำหนดไว้ สำหรับ Joann Keyton (1999, p. 7) ให้ความหมายว่า กลุ่ม หมายถึงบุคคลตั้งแต่ 3 คนหรือมากกว่าขึ้นไปที่บอกว่าตนเองเป็นกลุ่ม และบอกได้ว่ากิจกรรมของกลุ่มมีอะไรบ้าง โดยที่สมาชิกจะใช้โครงสร้าง บทบาท และบรรทัดฐานที่ก่อขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อกัน ในการทำงานร่วมกันอย่างพึ่งพาอาศัย เพื่อเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่สมาชิกต่างให้การยอมรับ

กลุ่มสังคมมีความหมายและลักษณะเหมือนกับชุมชนมาก อาจกล่าวได้ว่า เป็นชุมชนที่เริ่มก่อตั้งก็ได้ แตกต่างกันเพียงกลุ่มสังคมมุ่งเน้นเรื่องความสัมพันธ์ของสมาชิก เช่น บทบาท หน้าที่ และกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน แต่ชุมชนนอกจากเน้นความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ ของสมาชิกแล้วยังเน้นการใช้ชีวิตร่วมกันในพื้นที่หรืออาณาบริเวณที่แน่นอนและมีโครงสร้างที่ซับซ้อนมากกว่าอีกด้วย สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2546, หน้า 11) ได้ให้ความหมายของกลุ่มทางสังคม (Social Group) ว่าเป็นกลุ่มขนาดเล็กที่สุดตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เพศเดียวกัน หรือต่างเพศได้ เช่น กลุ่มเพื่อนเล่น หน้าที่ทางสังคมทั่วไป และปรีชา คุวินทร์พันธุ์ (2546, หน้า 79) ให้ความหมายกลุ่มสังคม คือ คนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีความสัมพันธ์ในทางร่วมมือหรือพึ่งพาอาศัยกัน ความสัมพันธ์มีติดต่อกันไป จนเป็นความผูกพันเกิดความสำนึกว่าเป็นสมาชิกร่วมกันในกลุ่มเดียวกันแยกออกได้จากกลุ่มอื่นๆ

กลุ่มจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีการติดต่อสัมพันธ์กัน และมีความสำนึกในความสัมพันธ์นั้นๆ แยกออกได้จากกลุ่มอื่นๆ

กลุ่มสังคมมีความแตกต่างกับกลุ่มคน (จำนงค์ อดิวัฒนสิทธิ์ และคนอื่นๆ, 2547, หน้า 61) คือ

1. กลุ่มสังคมเป็นกลุ่มคนที่มีการจัดระเบียบทางสังคมแล้ว เช่น มีบรรทัดฐานทางสังคมใช้ร่วมกัน สมาชิกมีความสัมพันธ์ตามสถานภาพและบทบาทที่ดำรงอยู่ เป็นต้น แต่กลุ่มคนเป็นเพียงการรวมกันของบุคคลที่ไม่มีการจัดระเบียบทางสังคมดังกล่าวแล้วแต่อย่างใด

2. กลุ่มสังคมเป็นกลุ่มที่สมาชิกรวมกลุ่มกันเป็นเวลายาวนานแบบกลุ่มถาวร แต่กลุ่มสมาชิกรวมกันแบบชั่วคราวเพื่อกิจกรรมบางอย่าง เมื่อบรรลุเป้าหมายแล้วกลุ่มก็จะสลายไป

3. สมาชิกของกลุ่มสังคมมีความสัมพันธ์ทางสังคมแบบใกล้ชิดสนิทสนม มีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันมากกว่ากลุ่มคน

จากความดังกล่าวข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า กลุ่ม หมายถึง การรวมตัวกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่มีความต้องการหรือจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน มีการติดต่อสัมพันธ์กันตามบทบาทมาดำเนินงานร่วมกันเป็นการสร้างให้เกิดพลังและอำนาจการต่อรองแก่กลุ่ม เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ กลุ่มจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาความคิดของประชาชน ด้วยการทำงานร่วมกัน เกิดกระบวนการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น

2. การเกิดกลุ่ม

กระบวนการเกิดกลุ่ม (สนธยา พลศรี, 2545, หน้า 26) เกิดจากบุคคลหรือคนตั้งแต่สองคนขึ้นไปมารวมกลุ่มเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การสมรส การประกอบธุรกิจ การประกอบอาชีพ การศึกษา การทำกิจกรรมทางศาสนา การตั้งบ้านเรือนเพื่ออยู่อาศัย ในบริเวณใดบริเวณหนึ่ง เป็นต้น การรวมกลุ่มนี้เรียกว่า "กลุ่มคน" กลุ่มคนทั้งหมดหรือจำนวนหนึ่งที่รวมกันอยู่นั้น เกิดความรู้สึกว่าจะต้องทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์บางอย่างร่วมกัน จึงเกิดการจัดระเบียบความสัมพันธ์ในรูปของกลุ่มสังคม และองค์กรทางสังคมขึ้น เช่น ครอบครัว บริษัท สมาคมวิชาชีพต่างๆ สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา เป็นต้น และการที่บุคคลรวมกันเป็นกลุ่มสังคมที่สมบูรณ์นั้นมีพัฒนาการของกลุ่ม (ณรงค์ เส็งประชา, 2541, หน้า 71) คือ เกิดสถานการณ์ที่ทำให้บุคคลมีความสนใจร่วมกัน มีการพบปะสนทนากันในเรื่องนั้น มีการอธิบายความในเรื่องที่สนใจเกี่ยวกับเหตุที่ต้องทำ ผลที่ได้รับ และบทบาทที่ควรแสดง เกิดการสร้างบรรทัดฐานเพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน รวมทั้งแบบแผนในการดำเนินงานร่วมกัน มีการแบ่งงาน มอบหมายภาระหน้าที่ให้บุคคลปฏิบัติตามประสบการณ์และความสามารถ และดำเนินงานตามบรรทัดฐาน และแบบแผนที่กำหนด เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

3. ประเภทของกลุ่ม

ในการจัดแบ่งประเภทของกลุ่ม มีนักวิชาการหลายท่านได้จัดแบ่งประเภทที่แตกต่างกันไปในหลายลักษณะ การจัดตั้งกลุ่มสามารถแบ่งประเภทของกลุ่มออกเป็น 2 ประเภท (จิราลักษณ์ จงสถิตมั่น, 2549, หน้า 70-71) คือ กลุ่มจัดตั้ง (Formal Group) เป็นกลุ่มที่มีความเชื่อมโยงกับภายนอก มีผู้ให้การสนับสนุนหรือจัดตั้งขึ้นด้วยวัตถุประสงค์บางประการหรืออาจเป็นกลุ่มที่อยู่ในองค์กร จัดตั้งขึ้นตามวัตถุประสงค์และอำนาจหน้าที่ขององค์กรเป็นหลัก และกลุ่มธรรมชาติ (Natural Group) เป็นกลุ่มที่มักจะมีอายุยาวนานกว่ากลุ่มจัดตั้งหรืออาจมีมาแต่ดั้งเดิมในชุมชน โดยประเพณีวัฒนธรรมมิได้เป็นการจัดตั้งจากภายนอก และในกลุ่มที่เก่าแก่ก็มักจะไม่ทราบความเป็นมาของกลุ่มอย่างแน่ชัดว่าก่อตั้งขึ้นตั้งแต่เมื่อใด

นอกจากนี้ยังมีการแบ่งประเภทของกลุ่ม (ปรีชา คุวินทร์พันธุ์, 2546, หน้า 88) ดังนี้

1. กลุ่มเป็นทางการ (Formal Group) เป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ จำนวนสมาชิกมาก ซึ่งสมาชิกแต่ละคนได้รับการจัดตั้งขึ้นมาให้รวมตัวกันเป็นกลุ่ม ความสัมพันธ์ในกลุ่มเป็นไปในลักษณะที่เป็นทางการ มีหลักการ ระเบียบ แบบแผนที่แน่นอนตายตัวที่สมาชิกในกลุ่มต้องยึดถือปฏิบัติตาม มีการแบ่งบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบกันอย่างเด่นชัด โดยการปฏิบัติงานต้องใช้ความชำนาญงานพิเศษเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งตามที่กำหนดไว้ ซึ่งกลุ่มเป็นทางการนี้ยังสามารถแบ่งออกได้เป็น

1.1 กลุ่มชนิดถาวร เป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์และมีอำนาจในการบริหารจัดการสังคมหรือองค์กรต่างๆ เช่น กลุ่มผู้บริหาร คณะกรรมการพัฒนาหมู่บ้าน สภาตำบล กลุ่มสหกรณ์ชาวนา เป็นต้น โดยกลุ่มจะไม่มีการสิ้นสุดของระยะเวลาการดำเนินงาน แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงในตัวของสมาชิกภายในกลุ่มก็ตาม

1.2 กลุ่มชนิดชั่วคราว เป็นกลุ่มที่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินการในงานใดงานหนึ่งโดยเฉพาะในระยะเวลาอันจำกัด เมื่อผลงานสำเร็จกลุ่มก็จะยกเลิกไป เช่น คณะกรรมการการจัดงานต่างๆ เป็นต้น

2. กลุ่มที่ไม่เป็นทางการ (Informal Group) เป็นกลุ่มที่สมาชิกรวมตัวกันเองตามธรรมชาติ เป็นกลุ่มที่มีขนาดเล็กจำนวนสมาชิกไม่มาก มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันมากกว่า ไม่มีกฎระเบียบแบบแผนที่ตายตัว เช่น กลุ่มเพื่อนฝูง กลุ่มครอบครัว เป็นต้น

จำนงค์ อดิวัฒนสิทธิ์ และคนอื่นๆ (2547, หน้า 62-63) และปรีชา คุวินทร์พันธุ์ (2546, หน้า 84-85) ได้แบ่งกลุ่มเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) เป็นกลุ่มที่มีขนาดเล็ก ประกอบด้วยคนจำนวนน้อยที่มีการกระทำตอบโต้กันโดยตรง สมาชิกมีความสัมพันธ์รู้จักมักคุ้นกันเป็นการส่วนตัว ใกล้ชิด

สนิทสนม และเป็นกันเองมากขึ้น และมีการติดต่อสัมพันธ์กันหลายด้าน มีการพบปะกันระหว่างบุคคลอยู่เสมอ (Face to Face) กลุ่มปฐมภูมิที่สำคัญ ได้แก่ ครอบครัว และกลุ่มเพื่อน แต่ความสัมพันธ์แบบกลุ่มปฐมภูมิอาจเป็นไปได้ในกลุ่มที่ใหญ่กว่าครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน เช่น ความสัมพันธ์ของคนในหมู่บ้านชนบทที่ชาวบ้านรู้จักมักคุ้นกันอย่างดีทั้งหมู่บ้าน ลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิ คือ เป็นกลุ่มขนาดเล็ก มีการติดต่อใกล้ชิดกันและเป็นไปโดยตรง มีความสนิทสนมใกล้ชิด เป็นการส่วนตัว มีการติดต่อกันเป็นระยะยาว กระทำกิจกรรมต่างๆ โดยมีจุดมุ่งหมายร่วมกัน ช่วยเหลือกัน การตัดสินใจของกลุ่มใช้ความรู้สึก อารมณ์มากกว่าเหตุผล กลุ่มปฐมภูมิมีประโยชน์ในการช่วยให้สมาชิกได้เรียนรู้ระเบียบของสังคมอย่างใกล้ชิด มีความเมตตาธรรม รักใคร่กันอย่างพี่น้องเพื่อนฝูงโดยไม่มีอะไรแอบแฝง แต่ข้อเสียของกลุ่มปฐมภูมิมีอยู่บ้าง คือ สมาชิกกลุ่มรักพวกรักพ้องจนอาจทำให้เสียความยุติธรรม หรือบางกรณีและบางเหตุการณ์สมาชิกจะรู้สึกขาดความเป็นตัวของตัวเองเพราะเอาใจสมาชิกกลุ่มมากเกินไป

2. กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Group) เป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ มีสมาชิกจำนวนมาก และสมาชิกก็มีสถานภาพที่แตกต่างกันไป มีความหลากหลายมากขึ้น สมาชิกกลุ่มไม่มีความผูกพันกันเป็นส่วนตัว การติดต่อสัมพันธ์กันเป็นการแสดงบทบาทตามหน้าที่การงานเฉพาะด้าน สมาชิกเป็นผู้ที่มีความสนใจพิเศษร่วมกันหรือมีความต้องการอย่างเดียวกัน จำนวนของสมาชิกกลุ่มทุติยภูมิอาจน้อยหรือมากกว่าก็ได้ เช่น กลุ่มคณะทำงานหรือคณะกรรมการที่ร่วมกันทำงานเรื่องใดเรื่องหนึ่ง กลุ่มสมาคม ตลอดจนกลุ่มที่เป็นองค์กรขนาดใหญ่ กลุ่มทุติยภูมิมีลักษณะ คือ มีการแบ่งงานกันทำตามความสามารถเฉพาะสาขาเพื่อประสิทธิภาพของงาน มีการมอบหมายอำนาจ มีสายการติดต่องานเป็นไปตามลำดับขั้นตอนไม่ก้าวก่ายข้ามหน้าข้ามตากัน และมีการประสานงานเพื่อผลงานมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ จำนงค์ อดิวัฒนสิทธิ์ และคนอื่นๆ (2547, หน้า 63) ได้แบ่งกลุ่มตามขอบเขตของกลุ่ม (Group Boundary) คือ กลุ่มวงใน (In-Group) และกลุ่มวงนอก (Out-Group) คนที่อยู่ในวงเขตของกลุ่มหนึ่ง คือ ผู้ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นพวกเดียวกัน หรือผู้ที่ถูกจัดว่าเป็นพวกเรา (We-Groups) ส่วนผู้ที่ถูกจัดว่าไม่ใช่พวกเราหรือผู้ที่เป็นพวกเขา (They-Groups) คือ คนที่อยู่ นอกเขตของกลุ่ม วงเขตของกลุ่มบางกลุ่มอาจกำหนดได้ชัดเจน เช่น กลุ่มที่จัดตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการ และจัดทำกิจกรรมกันในหมู่สมาชิกโดยเฉพาะเท่านั้น ครอบครัวก็มีสมาชิกแน่นอนชัดเจน กลุ่มเพื่อนมักมีวงเขตไม่ค่อยแน่นอน มีการขยายหรือลดขอบเขตได้แล้วแต่สถานการณ์

4. โครงสร้างกลุ่ม

โครงสร้างเป็นแผนภาพแสดงตำแหน่งงาน หน้าที่งานต่างๆ และเส้นโยงความสัมพันธ์ของงานต่างๆ จะครอบคลุมแนวทางและกลไกในการประสานงานการติดต่อสื่อสาร และระบบต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่อง เช่น การมอบหมายงาน การกำหนดความชัดเจนในหน้าที่งานด้านต่างๆ เป็นต้น และเป็นการจัดวางตำแหน่งงาน และกลุ่มของตำแหน่งงานต่างๆ ภายในองค์การ โครงสร้างจะแสดงให้ เห็นถึงความสัมพันธ์ของงานที่มีต่อกัน รูปแบบปฏิสัมพันธ์และการจัดสรรหน้าที่และความรับผิดชอบภายในองค์การนั้น ซึ่งโครงสร้างจะเป็นผลมาจากหน้าที่การจัดองค์การ (Organizing) นั่นเอง นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร (2547, หน้า 53-54) ให้ความหมายของโครงสร้างขององค์กรว่าหมายถึง รูปแบบการจัดความสัมพันธ์เป็นทางการระหว่างบุคคลในองค์กรในรูปของนโยบาย สถานภาพ การแบ่งหรือจัดสรรงาน หน้าที่ความรับผิดชอบ อำนาจและระบบการตัดสินใจ โดยโครงสร้างจะอำนวยให้เกิดการประสานงานและการควบคุมการปฏิบัติของสมาชิก Greenberg and Baron (1993) ได้แบ่งลักษณะโครงสร้างขององค์กรเป็น 5 ลักษณะ ประกอบด้วย ระดับของอำนาจซึ่งแสดงความสัมพันธ์ของบุคคล การแบ่งส่วนแรงงานซึ่งแสดงความถนัดหรือความเชี่ยวชาญในแต่ละงาน ขอบเขตของการควบคุมซึ่งแสดงความสามารถของบุคคลในการกำกับดูแลตำแหน่งสายงานตรงและสนับสนุนซึ่งแสดงลักษณะของงาน และการกระจายการตัดสินใจ

ในการออกแบบโครงสร้างมีแนวคิดพื้นฐานประกอบการพิจารณา (สุพานี สฤษฎ์วานิช, 2549, หน้า 434-442) ดังนี้

1. การแบ่งงานตามความถนัด (Work Specialization หรือ Division of Work) โดยปกติแล้วงานควรจะถูกแบ่งออกไปตามเกณฑ์ต่างๆ ให้เหมาะสม เช่น แบ่งตามจำนวนผู้ปฏิบัติงานเพื่อให้มีปริมาณที่เหมาะสมแก่การปฏิบัติ

2. การจัดแผนงาน (Departmentation) เป็นการจัดกลุ่มงานที่สามารถบริหารจัดการหรือดูแลได้อย่างเหมาะสม

3. สายการบังคับบัญชา (Chain of Command) เป็นเส้นโยงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งงานต่างๆ ให้ทราบว่าใครเป็นผู้บังคับบัญชา และใครเป็นผู้ใต้บังคับบัญชาตามสายงานซึ่งทุกคนควรจะต้องยึดสายการบังคับบัญชาในการติดต่อสื่อสาร และในการรายงานผลการปฏิบัติงาน

4. ขนาดของการควบคุม (Span of Control หรือ Span of Management) เป็นการกำหนดจำนวนของผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาภายใต้การควบคุมบังคับบัญชาของหัวหน้าคนหนึ่งๆ ให้เหมาะสม

5. การรวมอำนาจและการกระจายอำนาจ (Centralize and Decentralize) ผู้บริหารควรมีการออกแบบการรวมอำนาจ และการกระจายอำนาจให้เหมาะสม

6. การประสานกิจกรรม (Integration) เมื่องานได้ถูกแบ่งออกไปตามเกณฑ์ต่างๆ ที่เหมาะสมแล้วนั้น แต่งานเหล่านี้มิใช่ต่างคนต่างทำจะต้องมีการประสานงานกัน เพื่อให้งานดำเนินไปในทิศทางเดียวกันและบรรลุเป้าหมายรวมขององค์การ

7. ความเป็นทางการ (Formalization) เป็นแนวคิดที่จะใช้เพื่อควบคุมพฤติกรรม ที่เกิดขึ้นในการทำงาน ซึ่งอาจจะใช้กลไกต่างๆ ที่เป็นเอกสารเพื่อผู้ปฏิบัติจะได้ใช้เป็นแนวทางในการทำงานให้เป็นไปตามมาตรฐานของพฤติกรรมที่เหมือนกันเพื่อความเป็นระเบียบแบบแผนที่เหมาะสมและมุ่งทำงานไปในทิศทางเดียวกัน

รูปแบบของโครงสร้างองค์กรมี 2 ชนิด (Greenberg and Baron, 1993) คือ Organic Structure มีลักษณะความซับซ้อนของโครงสร้างเป็นแนวนอน มีความเป็นทางการต่ำ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจสูง มีการสื่อสารกระจายทั่วองค์กร และมีกฎน้อย และMechanistic Structure มีลักษณะความซับซ้อนของโครงสร้างเป็นแนวตั้ง มีความเป็นทางการสูง การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจต่ำ การสื่อสารกระจายไม่ทั่วองค์กร และมีกฎมาก โครงสร้างของกลุ่มเกษตรกรจะเป็นแบบ Organic Structure เนื่องจากโครงสร้างของกลุ่มไม่ซับซ้อน มีกฎระเบียบไม่มาก การสื่อสารจะกระทำโดยตรงระหว่างสมาชิกกับผู้นำ ไม่ต้องผ่านการสื่อสารแบบสายบังคับบัญชา และสมาชิกจะมีโอกาสมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องที่สำคัญและมีผลกระทบต่อสมาชิกสูง สำหรับสุพานี สฤษฎ์วานิช (2549, หน้า 444-451) แบ่งโครงสร้างเป็น โครงสร้างแบบง่าย (The Simple Structure) โครงสร้างตามหน้าที่งาน (The Functional Structure) โครงสร้างแบบจักรกล (Mechanistic Structure) และโครงสร้างแบบมีชีวิต (Organic Structure)

โครงสร้างของกลุ่ม (สุพานี สฤษฎ์วานิช, 2549, หน้า 267-281) ประกอบด้วย

1. ผู้นำกลุ่ม เป็นศูนย์กลางของกลุ่ม เป็นแบบอย่าง ผู้กระตุ้น จูงใจสมาชิกในการทำงาน และเป็นสมองให้กลุ่ม

2. บทบาท (Role) ได้แก่ การรับรู้บทบาทที่ชัดเจน คือ บทบาทที่มีผลกระทบต่อการทำงานร่วมกันของกลุ่ม เกี่ยวกับความสัมพันธ์ (Relation - Oriental Roles) และบทบาท ส่วนบุคคล (Self - Oriental Roles) และการแสดงบทบาทได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

3. บรรทัดฐาน (Norms) คือ กฎเกณฑ์ และความคาดหวังที่เป็นที่เข้าใจร่วมกัน ในการแสดงพฤติกรรมต่างๆ ของกลุ่ม อาจหมายถึงมาตรฐานของพฤติกรรมต่างๆ ที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มและหรือในองค์การ ซึ่งบรรทัดฐานเกิดได้จากสิ่งที่สมาชิกนำมาจากประสบการณ์ในอดีต

พฤติกรรมครั้งแรกที่แสดงออกมา เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นกับองค์การ และมีการกำหนดอย่างชัดเจนโดยหัวหน้ากลุ่มหรือสมาชิกกลุ่ม

4. สถานภาพ (Status) หมายถึง ตัวบ่งชี้ความสำคัญของบุคคล มี 2 แบบ คือ แบบที่เป็นทางการซึ่งได้รับมอบหมายจากองค์การ เช่น ตำแหน่งที่ได้รับตามลักษณะงานที่ทำ ซึ่งมีความสำคัญต่อองค์การมากน้อยต่างกันไป ค่าตอบแทน และผลประโยชน์ สถานที่และสภาพแวดล้อมในการทำงาน และแบบที่ไม่เป็นทางการในรูปของอาวุโส ประสบการณ์ ฐานะ การศึกษา ความสัมพันธ์กับผู้ใหญ่ ลูกหลานผู้มีอำนาจ เป็นต้น

5. ขนาดของกลุ่ม (Group Size) แบ่งเป็นกลุ่มขนาดเล็ก หมายถึง สมาชิกน้อยกว่า 5 คน โดยทั่วไปพบว่าสมาชิกจะมีความพึงพอใจสูงกว่า เนื่องจากสมาชิกจะมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์กันได้ง่ายและมากกว่า สมาชิกจึงมีความผูกพันกัน มีการติดต่อสื่อสารและประสานงานกันง่ายกว่าและกลุ่มขนาดใหญ่ สมาชิกมากกว่า 7 คนขึ้นไป กลุ่มขนาดใหญ่จะมีทรัพยากรมากกว่ากลุ่มขนาดเล็กและจะต้องการผู้นำ กฎระเบียบปฏิบัติต่างๆ เป็นกรอบในการทำงาน โดยทั่วไปกลุ่มใหญ่จะมีแนวโน้มที่เกิดเป็นกลุ่มย่อย (Sub Group) ภายใต้กลุ่มให้เกิดขึ้น มีปฏิสัมพันธ์จำกัดกับสมาชิกบางส่วนมีส่วนร่วมไม่ทั่วถึง การติดต่อสื่อสารมักเป็นทางการเกิดแนวโน้มที่จะเกิดภาวะ (Social Loafing) คือ เป็นภาวะที่บุคคลทำงานน้อยลงเมื่อทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม

6. องค์ประกอบของกลุ่ม (Group Composition) สมาชิกกลุ่มอาจมีความแตกต่างกันไปในหลายลักษณะ เช่น อายุตัว อายุงานในองค์กร เพศ เชื้อชาติ ภูมิหลังการศึกษา ความเชี่ยวชาญหรือความถนัด ความสนใจ

7. แรงยึดเหนี่ยวของกลุ่ม (Group Cohensiveness) หมายถึง การที่สมาชิกกลุ่มจะดึงดูดกัน สามัคคีกัน รวมตัวกัน มีการติดต่อสัมพันธ์กัน มีการแบ่งปันและมีส่วนร่วมในงาน และในเป้าหมายต่างๆ ร่วมกัน

สมาชิกของกลุ่มต่างๆ จะมีความสัมพันธ์กัน และมีประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรมมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่สำคัญ (จำนงค์ อดิวัฒนสิทธิ์ และคนอื่นๆ, 2547, หน้า 64-65) คือ

1. ขนาดของกลุ่ม จำนวนสมาชิกกลุ่มมีความสำคัญต่อลักษณะความสัมพันธ์อย่างมาก กลุ่มที่ประกอบด้วยสมาชิกเพียงสองคน เป็นกลุ่มที่เปราะบางที่สุด เนื่องจากกลุ่มจะสลายตัวทันทีที่สมาชิกคนใดคนหนึ่งแยกตัวออกไป ดังนั้น กลุ่มคนสองคนจึงต้องมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและต้องพยายามหลีกเลี่ยงความขัดแย้งให้มากที่สุด กลุ่มที่มีสมาชิกสามคนก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่แตกต่างจากกลุ่มสองคน สมาชิกสองคนในสามคนมักรวมหัวกันและอาจกีดกันหรือเฉยเมย

ต่อคนที่สาม สมาชิกคนที่สามอาจมีบทบาทเป็นคนกลางในกรณีที่อีกสองคนขัดแย้งกัน หรือเป็นคนที่ฉวยโอกาสหาประโยชน์จากอีกสองคน กลุ่มที่มีขนาดใหญ่ย่อมมีความคิดเห็นแตกต่างกันออกไปมากกว่ากลุ่มที่มีสองหรือสามคนและอาจมีการจับกลุ่มกันเป็นกลุ่มย่อยมากกว่าหนึ่งหรือสองกลุ่ม สมาชิกบางคนอาจไม่มีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในการพูดคุยหรือการตัดสินใจของกลุ่ม ถ้ากลุ่มมีขนาดใหญ่ การกระทำโต้ตอบกันโดยตรงระหว่างสมาชิกทุกคนจะทำได้ยากขึ้น และคนส่วนหนึ่งจะไม่มีบทบาทในกลุ่มอย่างแท้จริง การสื่อสารหรือความสัมพันธ์ในกลุ่มมักต้องกระทำโดยผ่านคนกลางหรือผู้นำกลุ่ม การจัดระเบียบภายในกลุ่มมักมีลักษณะเป็นทางการ

2. การเป็นผู้นำในกลุ่ม ส่วนใหญ่จะมีสมาชิกบางคนมีอำนาจหรือผู้นำของกลุ่ม **ผู้นำ** คือ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนอื่น กลุ่มต่างๆ มีผู้นำซึ่งอาจเป็นผู้นำอย่างเป็นทางการหรือผู้นำที่ไม่เป็นทางการก็ได้ กลุ่มยิ่งมีขนาดใหญ่ขึ้นเท่าใด อำนาจของกลุ่มก็ยิ่งไปรวมอยู่ที่ ตัวผู้นำมากเท่านั้น ในกลุ่มขนาดใหญ่สมาชิกไม่อาจติดต่อสัมพันธ์กันโดยตรงและไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจโดยตรง

5. ลักษณะของกลุ่มในสังคม

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2546, หน้า 10) ได้กล่าวถึงโครงสร้างสังคมของแต่ละสังคมมนุษย์ (Human Society) ประกอบด้วย องค์การสังคม (Social Organization) ซึ่งเป็นเรื่องของกลุ่มคนประเภทต่างๆ และสถาบันสังคม (Social Institution) ซึ่งเป็นองค์ประกอบของวัฒนธรรมอีกชั้นหนึ่ง และวัฒนธรรม (Culture) คือ แบบแผน (Pattern) ในการคิดและการกระทำเรื่องสำคัญเรื่องต่างๆ ของคนกลุ่มหนึ่งหรือสังคมหนึ่ง และองค์การสังคม หมายถึง ส่วนหนึ่งของโครงสร้างสังคมที่เป็นกลุ่มคนประเภทต่างๆ และมีหน้าที่ต่างๆ กัน องค์การสังคมแต่ละองค์การประกอบด้วย

1. ความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relationship) หมายถึง การมีคนตั้งแต่สองคนขึ้นไป เพศเดียวกันหรือต่างเพศก็ได้ กระทำต่อกัน เช่น คบหาสมาคมกันด้วยเรื่องต่างๆ เป็นเวลานานๆ

2, หน้าที่ (Function) องค์การแต่ละองค์การมีหน้าที่จะต้องทำอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น หน้าที่การศึกษา เศรษฐกิจ การเมือง

3. แบบแผนพฤติกรรม (Pattern of Behavior) ได้แก่ ความเชื่อ ความรู้ ค่านิยม อุดมการณ์ อันเป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมและสังคม

สำหรับ Baron and Greenberg (1990, pp. 260-261) กล่าวถึงคุณลักษณะของกลุ่มที่สำคัญมี 4 ประการ ได้แก่ กลุ่มต้องมีคนสองคนหรือมากกว่ามามีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน มีโครงสร้างกลุ่มที่คงที่ มีจุดมุ่งหมายร่วมกัน และสมาชิกรับรู้ถึงการเป็นกลุ่มของตน ซึ่งการที่บุคคลในองค์การมาทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การจึงนับว่าเป็นกลุ่มเช่นเดียวกัน

จากความดังกล่าว ส่วนประกอบของโครงสร้างสังคมมิใช่เป็นกลุ่มคนเท่านั้น หากเป็นกลุ่มคนที่ต้องทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด ภายใต้กฎระเบียบทางวัฒนธรรม และกลุ่มมีคุณลักษณะที่สำคัญ (จิราลักษณ์ จงสถิตมั่น, 2549, หน้า 69-70) คือ

1. สมาชิกกลุ่มต่างก็มีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ต่อกัน ไม่ว่าจะเป็นการพูด ภาษากาย การไม่ใช้คำพูด อารมณ์ ความรู้สึก ฯลฯ

2. มีโครงสร้าง (Structure) ภายในกลุ่มทุกๆ กลุ่ม จะมีการจัดระบบโครงสร้างภายในเสมอ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่ม โครงสร้างหลักๆ ของกลุ่มมีอยู่ 3 ประการ คือ โครงสร้างบทบาท โครงสร้างสถานภาพ และโครงสร้างสังคมมิติหรือการดึงดูดซึ่งกันและกันในระหว่างสมาชิก

3. มีขนาด (Size) กลุ่มควรจะมีสมาชิกอย่างน้อยที่สุด 3 คน ในกลุ่ม 3 คนนี้จะมีลักษณะเฉพาะเกิดขึ้น คือ ความสัมพันธ์แบบพันธมิตรจะก่อตัวขึ้น (Coalition Formation) ซึ่งหมายถึงสมาชิกทั้งสองคนอาจรวมเป็นพวกเดียวกัน ปล่อยให้สมาชิกอีกคนโดดเดี่ยว สำหรับสมาชิกคนที่สามที่เพิ่มขึ้นมาจากสองคนซึ่งมีปฏิสัมพันธ์แบบคู่ (Dyadic Interaction) นี้ อาจจะทำให้มีการติดต่อสื่อสารแบบซ่อนเร้น (Hidden Interaction) เกิดขึ้น โดยการที่สมาชิกคนหนึ่งอาจจะเข้าไม่ถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกอีกสองคน ทั้งนี้ยิ่งกลุ่มมีขนาดใหญ่มากขึ้นเท่าใด การติดต่อสื่อสารแบบซ่อนเร้นนี้ก็มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้น

4. มีเป้าหมาย (Goal) กลุ่มจะต้องมีเป้าหมายซึ่งเป็นข้อตกลงภายในกลุ่มที่เกี่ยวกับงานหรือกิจกรรมที่กลุ่มจะทำให้ประสบความสำเร็จ ทั้งในระยะยาวซึ่งมีลักษณะเป็นกระบวนการและในระยะสั้นที่มีการกำหนดขอบข่ายไว้อย่างชัดเจน การมีเป้าหมายร่วมกันนี้ก็จะทำให้กลุ่มมีทิศทาง มีแรงจูงใจที่จะทำงานหรือกิจกรรมให้บรรลุผล เป้าหมายของกลุ่มก็ควรจะมีลักษณะร่วมมือร่วมใจ โดยการประสานประโยชน์ของสมาชิกทั้งหมดเข้าด้วยกัน

5. การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน (Interdependence) ในกลุ่ม ซึ่งหมายความว่าผลในบั้นปลายที่กลุ่มและสมาชิกจะได้รับจะต้องขึ้นอยู่กับการกระทำของสมาชิกคนอื่นๆ ในกลุ่ม สมาชิกกลุ่มจึงต้องพึ่งพาอาศัยและร่วมมือกับสมาชิกคนอื่นๆ และเพื่อทำให้กิจกรรมของกลุ่มประสบความสำเร็จ

6. มีอัตลักษณ์ (Identity) อัตลักษณ์ของกลุ่ม คือ การที่สมาชิกในกลุ่มจะถือว่าตนเองเป็นสมาชิกของกลุ่มนั้นๆ มีเป้าหมายร่วมกับสมาชิกคนอื่นๆ มีการติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มและร่วมกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่ม

7. มีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา (Temporal Change) กลุ่มส่วนใหญ่จะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่

ลักษณะของกลุ่มสังคมในทางสังคมวิทยา กลุ่มสังคมมีลักษณะ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2538, หน้า 108-109) คือ บุคคลจำนวนหนึ่งมาอยู่รวมกัน มีการกระทำต่อกันหรือมีการปะทะสังสรรค์กัน และมีความรู้สึกว่าเป็นสมาชิกของกลุ่ม มีความรู้สึกผูกพันกันระหว่างสมาชิก ต้องบอกหรือพิสูจน์ได้ว่าใครเป็นสมาชิก ใครไม่ใช่สมาชิกของกลุ่ม ต้องมีโครงสร้างทางสังคม โดยการจัดลำดับสถานภาพหรือตำแหน่งและบทบาทของสมาชิกไว้อย่างชัดเจน สมาชิกของกลุ่มต้องมีความสัมพันธ์โต้ตอบซึ่งกันและกัน ต้องมีบรรทัดฐานของการประพฤติปฏิบัติให้แก่สมาชิก สมาชิกจะต้องมีความสนใจและมีค่านิยมบางอย่างร่วมกัน ต้องมีกิจกรรมของกลุ่มเพื่อนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของกลุ่ม และต้องมีระยะเวลาในการอยู่ร่วมกันของสมาชิกในระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งทฤษฎีปฏิสัมพันธ์ (Interaction Theory) Marvin E. Shaw (1976, p. 16) มองกลุ่มว่าเป็นระบบของบุคคลต่างๆ ที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน และเน้นว่าเราสามารถจะศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มในทุกๆ แง่มุมได้จากองค์ประหอบพื้นฐาน 3 ประการ คือ กิจกรรมที่กลุ่มทำ ปฏิสัมพันธ์ด้านต่างๆ ของสมาชิกในกลุ่ม และสภาพอารมณ์จิตใจของสมาชิกกลุ่ม

สำหรับ Larry Larry L. Barker, et al. (1995, pp. 22-25) มองกลุ่มเล็กด้วยทัศนะที่ว่า สมาชิกในกลุ่มต่างก็เป็นองค์ประกอบของระบบที่มีความสัมพันธ์ พึ่งพาอาศัยกันและส่งอิทธิพลต่อกัน สิ่งที่เกิดขึ้นกับสมาชิกคนใดคนหนึ่งในกลุ่ม ก็ย่อมจะส่งผลกระทบถึงสมาชิกคนอื่นๆ ด้วยเสมอ กลุ่มซึ่งเป็นเสมือนระบบอย่างหนึ่งนี้จะมีโครงสร้างเป็นลำดับชั้นลดหลั่นกันลงไป และกลุ่มเองจะต้องดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของสมาชิกแต่ละคน โดยที่กลุ่มเล็กก็จะเป็นเสมือนระบบปิดที่แลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล พลังงาน กับสิ่งแวดล้อมนอกกลุ่มโดยผ่านทั้งทางปัจจัยนำเข้าไปภายในกลุ่มเพื่อทำให้กลุ่มดำเนินต่อไปได้ กับทางผลผลิตที่กลุ่มส่งออกภายนอกซึ่งสะท้อนข้อเท็จจริงที่ว่า กลุ่มจะต้องมีปัจจัยนำเข้ามากกว่าผลผลิตที่ส่งออกเสมอ กลุ่มจึงจะสามารถดำรงดุลยภาพอยู่ได้

6. การสร้างเสริมพลังกลุ่ม

การเสริมพลังชุมชน (พรทิพย์ สุประดิษฐ์ และคณะ, 2548, หน้า 55) คือ สภาวะที่ชุมชนหรือกลุ่มย่อยของชุมชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการทางการเมืองและทางสังคมร่วมกัน อันส่งผลให้เกิดการยกระดับของการเสริมพลังบุคคล และผลสำเร็จในการกระจายทรัพยากร และการตัดสินใจโดยชุมชนและกลุ่มย่อยเหล่านั้น แนวคิดของการเสริมพลังองค์กรมาจากทฤษฎีการจัดการแบบประชาธิปไตย (Democratic Management Theory) Israel, et al. (1994) ได้กล่าวว่า องค์กรที่มีการเสริมพลังจะจัดการแบบประชาธิปไตย สมาชิกองค์กรจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ใช้

กระบวนการตัดสินใจแบบร่วมมือกันและเกี่ยวพันกันในการออกแบบ การปฏิบัติการและพยายามร่วมกันที่จะบรรลุจุดหมายที่กำหนดร่วมกัน จากงานวิจัยหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่าสมาชิกกลุ่มมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในความรู้สึกของชะตากรรมร่วม ความสำนึกของกลุ่ม พลังกลุ่มจะนำพาพวกเขาไปสู่การวิเคราะห์เหตุแห่งปัญหาและปฏิบัติการร่วมเพื่อการเปลี่ยนแปลงที่ดีในอนาคต องค์กรเหล่านี้หมายถึง กลุ่มของประชาชนที่มีจุดมุ่งหมายที่เฉพาะเจาะจง เช่น กลุ่มคนที่สนใจเรื่องเดียวกัน กลุ่มช่วยเหลือกันเอง (Self-Help Groups) กลุ่มสังคมและหน่วยย่อยที่เป็นทางการ เป็นต้น และเสริมพลังกันเอง อันจะนำไปสู่การเชื่อมโยงระหว่างการเสริมพลังระดับบุคคลและระดับชุมชน (M. Gutierrz, 1996; Jackson, et al., 1989 อ้างอิงในพรทิพย์ สุประดิษฐ์ และคณะ, 2548, หน้า 54-55)

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มทำให้กลุ่มมีความเข้มแข็ง ขั้นตอนการเข้ามีส่วนร่วมกิจกรรม Uphoff Norman (1986) ได้จำแนกขั้นตอนการมีส่วนร่วม 4 ขั้นตอน คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (Implementation) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลนั้น สิ่งที่สำคัญ คือ ความเห็น (Views) ความชอบ (Preference) และความคาดหวัง (Expectation) ซึ่งมีอิทธิพลสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในกลุ่มได้

นอกจากนี้ WHO/UNICEF (1978, pp. 41-49) ได้เสนอรูปแบบของกระบวนการมีส่วนร่วมไว้ 4 ขั้นตอน คือ

1. การวางแผน ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา จัดลำดับความสำคัญตั้งเป้าหมาย กำหนดการใช้ทรัพยากร กำหนดวิธีติดตามประเมินผล และประการสำคัญ คือ ต้องตัดสินใจด้วยตนเอง

2. การดำเนินกิจกรรม ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการและบริหารการใช้ทรัพยากร มีความรับผิดชอบในกรจัดสรรควบคุมทางการเงิน

3. การใช้ประโยชน์ โดยประชาชนต้องมีความสามารถในการนำเอากิจกรรม มาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

4. การได้รับประโยชน์ โดยประชาชนต้องได้รับการแจกจ่ายผลประโยชน์จากชุมชนในพื้นฐานที่เท่าเทียมกัน

นรินทร์ชัย พัฒนาพงศา (2547, หน้า 26-27) สรุปถึงข้อดีของการมีส่วนร่วม คือ ทำให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้งานที่ยากบางอย่างสำเร็จขึ้นมาได้ ทำให้บุคคลคิดช่วยเหลือตนเอง

ทำให้ความช่วยเหลือนั้นตรงกับที่ต้องการ ทำให้ประหยัดทรัพยากร ทำให้รู้สึกเป็นเจ้าของ เพิ่มทางเลือกที่ดีเพื่อการตัดสินใจ เกิดการสร้างฉันทามติ (Consenses Building) ทำให้ชุมชนหรือสังคมเข้มแข็ง ทำให้การดำเนินงานของชุมชนหรือสังคมโปร่งใส ทำให้บุคคลที่อาจยอมรับกันและยอมรับโครงการนั้นได้ และการเข้าร่วมเป็นสมาชิกทำให้เกิดการสื่อสารที่เป็นประโยชน์แก่สมาชิกและได้รับบริการจากเจ้าหน้าที่ของรัฐมาสกกว่าผู้ที่ไม่เป็นสมาชิก

กลุ่มช่วยเหลือกันเอง (Self-Help Groups) เป็นรูปแบบหนึ่งของการเสริมพลังชุมชน กลุ่มเป็นการรวมตัวของบุคคลที่มีความสนใจร่วมกันหรือปัญหาร่วมกัน กลุ่มช่วยเหลือกันเอง (Self-Help Groups หรือ Mutual Aid Groups) มีลักษณะสำคัญ 4 ด้าน (พรทิพย์ สุประดิษฐ์ และคณะ, 2548, หน้า 59-60) คือ

1. การช่วยเหลือกัน (Mutual Aid) เป็นกระบวนการพื้นฐานที่เกิดขึ้นภายในกลุ่ม สมาชิกกลุ่มจะช่วยเหลือสมาชิกผู้อื่น เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความคิดเห็น และความรู้ การเพิ่มพูนความหวัง และร่วมกิจกรรมของสมาชิกที่จะร่วมกันช่วยสมาชิกอื่น

2. การเคลื่อนไหวโดยสมาชิกกลุ่ม (Member–Run) กลุ่มจะเคลื่อนไหวโดยสมาชิกกลุ่ม สมาชิกกลุ่มเป็นเจ้าของและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเอง มิใช่เป็นกลุ่มของนักวิชาชีพ นักวิชาชีพมีบทบาทสนับสนุนกลุ่มและให้ข้อมูลด้านวิชาการที่กลุ่มต้องการ

3. ภายในกลุ่มมีเพื่อน (Composed of Peer) สมาชิกกลุ่มมีปัญหาร่วมกันและมีประสบการณ์คล้ายคลึงกัน กลุ่มเสริมพลังการอยู่ร่วมกัน ไม่โดดเดี่ยว ไม่ได้อยู่เพียงลำพัง มองโลกเชิงบวก ภายในกลุ่มมีความรู้สึกเข้าใจกัน

4. กลุ่มเป็นองค์กรแบบอาสาสมัครและไม่แสวงหากำไร (Voluntary Non-Profit Organization) กลุ่มช่วยเหลือกันเองมีพลวัตตลอดเวลา ธรรมชาติและพัฒนาการมีความแตกต่างกัน และมีกระบวนการสื่อสารภายในกลุ่ม ประกอบด้วย 2 ลักษณะ ลักษณะแรก คือ วิธีสอนแบบปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่ม (Didactic Group Method) มีกิจกรรมการบรรยาย การอภิปรายกลุ่ม การสัมมนา การประชุม และลักษณะที่ 2 คือ วิธีการเพิ่มประสบการณ์ (Experimental Group Method) มีกิจกรรมการช่วยเหลือกันเอง

ปัจจัยที่มีผลต่อแรงยึดเหนี่ยวของกลุ่ม ได้แก่ (สุพานี สฤษฏ์วานิช, 2549, หน้า 281-282)

1. ความเหมือนกันของสมาชิก ถ้าองค์ประกอบของสมาชิกคล้ายๆ กันมาก กลุ่มก็จะมีการยึดเหนี่ยวกันมาก แต่ถ้าสมาชิกมีความแตกต่างหลากหลายมาก กลุ่มก็จะมีการยึดเหนี่ยวต่ำกว่า

2. ขนาดของกลุ่ม ถ้ากลุ่มมีขนาดเล็ก สมาชิกก็จะรู้จักกันได้ทั่วถึง และคุ้นเคยกันได้ง่ายกลุ่มจึงมีแรงยึดเหนี่ยวกันสูง แต่ถ้ากลุ่มมีขนาดใหญ่ ก็จะทำให้โอกาสที่จะติดต่อหรือมีปฏิสัมพันธ์กันทำได้ยากกว่า แรงยึดเหนี่ยวจึงต่ำกว่า

3. โอกาสที่จะมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ถ้ากลุ่มมีกิจกรรมบ่อย และ/หรือสมาชิกอยู่ใกล้ชิดกัน โอกาสที่จะมีปฏิสัมพันธ์กันจะสูง กลุ่มก็จะมีแรงยึดเหนี่ยวสูงกว่ากรณีตรงกันข้าม คือ กลุ่มไม่ค่อยมีกิจกรรมร่วมกันและสถานที่ปฏิบัติงานอยู่กระจัดกระจายกัน

4. ความสำเร็จหรือล้มเหลวของกลุ่ม กลุ่มที่มีผลประสบความสำเร็จนั้น สมาชิกจะภาคภูมิใจ รู้สึกมีพลังรักใคร่รวมตัวกันดี แต่ถ้ากลุ่มไม่มีผลงานหรือกลุ่มที่ล้มเหลว สมาชิกมักจะเงียบ ต่างคนต่างอยู่ ไม่ค่อยติดต่อสัมพันธ์กัน แรงยึดเหนี่ยวจึงต่ำกว่า และขวัญกำลังใจของกลุ่มก็จะต่ำกว่าด้วย

ผลของกลุ่มที่มีแรงยึดเหนี่ยวสูง โดยทั่วไปพบว่า ถ้ากลุ่มมีแรงยึดเหนี่ยวสูง จะมีผลคือ สมาชิกจะมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่ม ร่วมมือร่วมใจกันทำงาน สมาชิกจะคงอยู่กับกลุ่มไม่แยกตัวออกไปจากกลุ่ม กลุ่มจะมีอำนาจเหนือสมาชิก คือ สมาชิกจะรับฟังกลุ่ม และทำตามความต้องการของกลุ่ม และจงรักภักดีต่อกลุ่ม สมาชิกจะมีความพึงพอใจ และมีขวัญและกำลังใจที่ดี และถ้าบรรทัดฐานของกลุ่มสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์การ กลุ่มจะมีผลผลิตสูง และอาจเกิดสภาวะ Groupthink และ/หรือ Groupshift เกิดขึ้นได้ ดังนั้นกลุ่มที่มีแรงยึดเหนี่ยวในระดับกลางๆ จะทำให้เกิดการตัดสินใจดีกว่ากรณีกลุ่มมีแนงยึดเหนี่ยวสูงมากหรือต่ำเกินไป

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมองค์การในระดับกลุ่ม (นิตยา เพ็ญศิรินภา และสุรชาติ ณ หนองคาย, 2549, หน้า 21) ได้แก่ โครงสร้างของกลุ่ม การสื่อสาร ความขัดแย้ง ภาวะผู้นำและการตัดสินใจของกลุ่ม อำนาจและการเมืองที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม ตลอดจนกลุ่มอื่นๆ ที่เข้ามามีความสัมพันธ์ ดังนี้

1. โครงสร้างของกลุ่ม เนื่องจากคุณลักษณะสำคัญอย่างหนึ่งของกลุ่ม คือ การมีโครงสร้างของกลุ่ม ซึ่งการที่คนมาอยู่ร่วมกันและเกิดเป็นโครงสร้างนี้ ทำให้แต่ละบุคคลมีบทบาท (Role) และมีสถานภาพ (Status) ที่แตกต่างกัน เกิดบรรทัดฐาน (Norm) ของกลุ่มและมีการยึดเหนี่ยวสมาชิกให้คงความเป็นกลุ่ม (Cohesiveness) บุคคลจะมีสถานภาพอย่างไรในกลุ่มขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น อำนาจหน้าที่ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ ความมั่งคั่ง วงศ์ตระกูล เป็นต้น ส่วนบทบาทเป็นพฤติกรรมของบุคคลตามสถานภาพที่กลุ่มกำหนดให้ เช่น บุคคลแสดงบทบาทเป็นผู้ตัดสินใจแก้ไขปัญหา เพราะมีสถานภาพเป็นหัวหน้ากลุ่ม เป็นต้น ส่วนบรรทัดฐานเป็นแบบแผน การปฏิบัติที่กลุ่มสร้างขึ้น เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของกลุ่ม หากใครทำตามบรรทัดฐานก็จะได้รับการ

ยกย่อง สรรเสริญ หากใครฝ่าฝืนก็จะถูกตำหนิหรือลงโทษ นอกจากนี้ การยึดเหนี่ยวของกลุ่มที่จะทำให้สมาชิกอยากรวมกลุ่มหรือไม่ก็เป็นส่วนสำคัญต่อพฤติกรรมของกลุ่ม จะเห็นได้ว่าสถานภาพและบทบาท บรรทัดฐานและการยึดเหนี่ยวสมาชิกของกลุ่มล้วนเป็นตัวกำหนดที่สำคัญของพฤติกรรมกลุ่มภายในองค์การ

2. การสื่อสาร การติดต่อสื่อสารมีหน้าที่สำคัญ 4 ประการภายในกลุ่ม ได้แก่ การควบคุม การจูงใจ ความรู้สึก และการให้ข้อมูล โดยการสื่อสารช่วยให้เกิดการควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกกลุ่มให้มีการแสดงออกตามลักษณะที่พึงประสงค์ การสื่อสารทำให้เกิดการจูงใจสมาชิกกลุ่มให้มีการปรับปรุงและพัฒนางานให้ดีขึ้น การสื่อสารทำให้สมาชิกกลุ่มมีความรู้สึกพึงพอใจในงานและกลุ่ม และการสื่อสารทำให้สมาชิกกลุ่มได้รับข้อมูลเพื่อการตัดสินใจอย่างเหมาะสม ดังนั้น การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงช่วยให้สมาชิกกลุ่มมีพฤติกรรมในทิศทางที่ช่วยเพิ่มผลผลิต และมีความพึงพอใจ

3. ความขัดแย้ง คือ การไม่เห็นพ้องที่เกิดขึ้นจากความแตกต่างระหว่างบุคคลหรือกลุ่ม ในสมัยเดิมมองว่า ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่เลวร้ายก่อให้เกิดผลกระทบในด้านไม่ดีต่อพฤติกรรมกลุ่มและองค์การ แต่แนวคิดสมัยใหม่มองว่า ความขัดแย้งในระดับที่เหมาะสม เป็นสิ่งที่ดี ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มและองค์การมีพฤติกรรมเชิงการปรับปรุงและพัฒนา และทำให้ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้องค์การเจริญเติบโตแบบสร้างสรรค์

4. ภาวะผู้นำและการตัดสินใจของกลุ่ม ภาวะผู้นำเป็นการใช้อิทธิพลของผู้นำเพื่อให้ผู้อื่นปฏิบัติงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การ การที่ผู้นำใช้ภาวะผู้นำแบบเผด็จการ แบบประชาธิปไตย หรือแบบเสรีนิยม รวมทั้งรูปแบบของการตัดสินใจเป็นแบบผู้นำตัดสินใจเอง หรือให้สมาชิกกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ย่อมส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของกลุ่มในทิศทางที่ช่วยเพิ่มหรือลดผลผลิตและความพึงพอใจของสมาชิก

5. อำนาจและการเมืองที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม อำนาจ หมายถึง ความสามารถในการทำให้ผู้อื่นแสดงพฤติกรรมตามที่ตนต้องการ ซึ่งอำนาจอาจเกิดจากตำแหน่งหรือเกิดจากตัวบุคคล ถ้าผู้นำกลุ่มใช้อำนาจอย่างเหมาะสม และสมาชิกกลุ่มให้การยอมรับการใช้อำนาจนั้น จะส่งผลให้พฤติกรรมองค์การของสมาชิกเป็นไปในทางบวก ส่วนการเมืองขององค์การเป็นการแสวงหาการคุ้มครองและการใช้อำนาจเพื่อเพิ่มพูนหรือปกป้องผลประโยชน์ส่วนตัวของบุคคลหรือกลุ่ม หากกลุ่มสามารถจำกัดพฤติกรรมทางการเมืองได้ โดยพยายามเปิดกว้างในการติดต่อสื่อสาร การลดความไม่แน่นอน และการตระหนักในสาเหตุของการเมือง จะช่วยลดพฤติกรรมทางการเมืองและลดผลกระทบในทางไม่ดีต่อพฤติกรรมองค์การได้

6. ความสัมพันธ์กับกลุ่มอื่นๆ ภายในองค์การ นอกจากพฤติกรรมองค์การระดับกลุ่มเป็นผลจากปัจจัยภายในกลุ่มแล้ว ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่างๆ ในองค์การก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมองค์การเช่นกัน ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่างๆ ที่เป็นไปอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพเท่ากับมีการประสานงานที่ดีระหว่างกลุ่มต่างๆ ในองค์การและนำไปสู่ผลผลิตและความพึงพอใจที่ดีของสมาชิกกลุ่มต่างๆ

จากข้อความดังกล่าวข้างต้น กลุ่มเป็นการรวมตัวกันของบุคคลเพื่อปรึกษาหารือดำเนินงานในการสนองตอบความต้องการของตนเอง รวมทั้งการรวมกันเพื่อแก้ไขปัญหาร่วมกัน มีความสนใจร่วมกันซึ่งในการรวมตัวกันเป็นกลุ่มย่อมเกิดมาจากความสนใจร่วมกันของสมาชิก เช่น สมาชิกที่มีอาชีพเหมือนกัน มีความต้องการเหมือนกัน มีปัญหาคล้ายคลึงกัน เป็นปัจจัยดึงดูดให้คนหันมารวมกลุ่มเพื่อวัตถุประสงค์เดียวกันหรือจุดมุ่งหมายเดียวกัน ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานของกลุ่มมุ่งไปสู่การบรรลุจุดมุ่งหมายที่วางไว้ ดังกรณีของกลุ่มที่ดำเนินการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รวมตัวเป็นกลุ่มเพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ในอาชีพที่ตนเองสนใจ นอกจากนี้กลุ่มยังต้องมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ สมาชิกในกลุ่มจะต้องมีความสัมพันธ์ต่อกัน มีการติดต่อสื่อสารกัน และสร้างความรู้สึกร่วมกันภายในกลุ่มจะทำให้กลุ่มมีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพผู้นำ

1. ความหมายของผู้นำ

ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชุมชนให้ประสบความสำเร็จได้ จะต้องเป็นบุคคลที่ทำให้มีความก้าวหน้า มีความสามารถในการชักนำผู้อื่นให้ปฏิบัติตาม มีส่วนทำให้เกิดวิสัยทัศน์ของชุมชนเพื่อนำพาให้ชุมชนประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งได้ ดังที่พระธรรมปิฎก (2539, หน้า 72-73) ได้กล่าวถึง ความหมายของผู้นำ คือ ผู้ชี้แนะและเป็นตัวอย่างให้ผู้ตามได้ประพฤติสิ่งที่ดีงามให้กับสังคมหรือหมู่คณะ และประเวศ วะสี (2543, หน้า 43) กล่าวว่า ผู้นำ คือ ผู้ที่สามารถก่อให้สังคมมีจุดมุ่งหมายร่วมกันและรวมพลังกันปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย สำหรับเกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543, หน้า 127) กล่าวถึง ผู้นำว่า เป็นผู้ที่มีความรู้ ผู้ที่ใช้เหตุผล **สามารถประยุกต์ใช้ความรู้นั้นได้อย่างชาญฉลาด ใช้ความรู้ได้ถูกที่ ถูกคน ถูกเวลา สามารถวิเคราะห์อดีต เข้าใจปัจจุบัน และคาดการณ์อนาคตได้ รวมทั้งเป็นผู้ที่มีอุดมการณ์ในการดำเนินชีวิตปรารถนา อุทิศตัวเพื่อการเผยแพร่แนวความคิดและถ่ายทอดสัจจะทางปัญญาที่เป็นประโยชน์แก่สังคมด้วยวิธีการต่างๆ และเป็นบุคคลสำคัญที่เป็นตัวแทนในการเปลี่ยนแปลงประเทศ หรือสามารถช่วยเหลือบ้านเมืองได้**

ภาวะผู้นำ (Leadership) (Gibson, Ivancevich and Donnelly, 1997, p. 272) มอง ภาวะผู้นำ (Leadership) ในเชิงปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของสมาชิกในกลุ่ม โดยมีผู้นำเป็นตัวแทนในการเปลี่ยนแปลง เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นๆ ในกลุ่ม ภาวะผู้นำจึงเกี่ยวข้องกับการใช้อิทธิพลและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นตัวแทนของการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมและการปฏิบัติงานของสมาชิกคนอื่นในกลุ่ม ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงนั้นต้องมุ่งไปสู่การบรรลุเป้าหมายของกลุ่มด้วย และสัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2546, หน้า 16) หมายถึง จำนวนคนที่เป็นผู้นำ เช่น ผู้นำทางการเมือง มีกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน แพทย์ตำบล เป็นต้น ผู้นำทางการศึกษา เช่น ครู กรรมการศึกษา เป็นต้น ผู้นำทางเศรษฐกิจ เช่น ผู้ร่ำรวย พ่อค้า ผู้นำกลุ่มชาวนา ผู้นำกลุ่มชาวไร่ ผู้นำกลุ่มทอผ้า เป็นต้น และผู้นำทางศาสนา

จากข้อความดังกล่าวข้างต้น ผู้นำเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกล สามารถคาดการณ์อนาคตกำหนดทิศทาง วิเคราะห์และตัดสินใจดำเนินการเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย เป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลง และทำให้ผู้ร่วมงานยอมรับร่วมปฏิบัติตาม

2. **องค์ประกอบของผู้นำ**

คุณภาพและศักยภาพของผู้นำ (สำนักพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการกระจายรายได้, 2548) เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ช่วยเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็ง ผู้นำต้องมีศักยภาพ มีทักษะความสามารถในการจัดการ มีภูมิปัญญาและค่านิยมที่ชุมชนยึดถือ มีอิสระในการตัดสินใจตลอดจนมีวิสัยทัศน์ ทำงานด้วยความเสียสละ อดทน ไม่หวังผลประโยชน์ส่วนตัว เป็นที่พึ่งพาของชาวบ้านและชุมชนได้ ซึ่งการมีโครงสร้างทางสังคมเป็นแนวราบจะช่วยให้เกิดกลุ่มผู้นำทางธรรมชาติที่มีความหลากหลายไปตามกิจกรรม ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2546, หน้า 337) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของผู้นำชุมชน จากการศึกษาว่า มีลักษณะที่ไม่ต่างจากลักษณะของผู้นำทั่วไปเพียงแต่ความเป็นผู้นำในระดับชุมชนนั้นจะมีความเป็นกันเองกับชาวบ้าน มีความใกล้ชิดและเป็นระบบเครือญาติ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ผู้นำเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในกิจกรรมที่มีอยู่ในชุมชนเป็นอย่างดี มีคุณธรรม เช่น ความโอบอ้อมอารี เป็นที่ยอมรับได้ในชุมชน มีความมุ่งมั่นในการทำงาน สามารถประสานต่อรองเรื่องต่างๆ ได้ มีฐานะค่อนข้างมั่นคง และมีความเป็นกันเองสูงหรือมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

พระธรรมปิฎก (2541, หน้า 3-4) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของผู้นำไว้ 6 ประการ คือ

1. ตัวผู้นำจะต้องมีคุณสมบัติภายใน คือ ความดี ความงาม ความบริสุทธิ์ของตนเองเป็นจุดเริ่มต้นและเป็นแกนกลางไว้

2. ผู้นำ โยงด้วยคุณสมบัติที่สัมพันธ์กับผู้ตาม ในพุทธศาสนาไม่นิยมใช้คำว่า ผู้ตาม อาจใช้คำว่าผู้ร่วมไปด้วย

3. จุดมุ่งหมาย โยงด้วยคุณสมบัติที่สัมพันธ์กับจุดหมาย เช่น จะต้องมีความชัดเจน เข้าใจถ่องแท้ และแน่วแน่ในจุดหมาย เป็นต้น

4. หลักการและวิธีการ โยงด้วยคุณสมบัติที่สัมพันธ์กับหลักการและวิธีการที่ทำให้สำเร็จผลบรรลุจุดหมาย

5. สิ่งที่ทำ โยงด้วยคุณสมบัติที่สัมพันธ์กับสิ่งที่ทำ

6. สถานการณ์ โยงด้วยคุณสมบัติที่สัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมหรือสิ่งที่ประสบอยู่ภายนอกว่าทำอย่างไรจะผ่านไปได้ด้วยดี ในท่ามกลางสังคม สิ่งแวดล้อม หรือสิ่งที่ประสบ เช่น ปัญหา เป็นต้น

3. **ลักษณะของผู้นำ**

ลักษณะสำคัญของผู้นำชุมชน (กรมการพัฒนาชุมชน, 2549) คือ ผู้นำไม่ว่าจะเป็นผู้นำธรรมชาติ ผู้นำทางการ ผู้นำองค์กร หรือปราชญ์ชาวบ้าน มีภาวะผู้นำ มีบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับความเป็นผู้นำ มีขีดความสามารถในการนำ ซึ่งต้องไม่ใช่การนำแบบผู้นำเดี่ยว แบบคุณพ่อใจดี หรือแบบที่พึ่งประจำตำบล แต่ควรเป็นผู้นำแบบประชาธิปไตย แบบผู้เอื้ออำนวย แบบนักส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน ผู้นำควรมีความสามารถในการมองเห็นปัญหาขององค์กรหรือชุมชนวิเคราะห์ได้ และผู้นำควรมีความสามารถในการระดมการมีส่วนร่วมของคนและองค์กรชุมชนในการแก้ปัญหาของชุมชน ถ้าได้รับเลือกให้ดำรงตำแหน่งต่างๆ ในการบริหารกิจการของชุมชนก็ยิ่งเก่ง ผู้นำชุมชน (สนทยา พลศรี, 2545, หน้า 83) เป็นผู้มีอิทธิพลเหนือประชาชนในชุมชน เป็นผู้ที่ประชาชนยอมรับนับถือและให้ความร่วมมือ ผู้นำที่ดีจึงสามารถสนับสนุนให้การพัฒนาชุมชนประสบความสำเร็จในการหาผู้นำนั้น อาจพิจารณาได้จากการศึกษาแนวความคิด ลักษณะนิสัย พฤติกรรมต่างๆ และการยอมรับของปประชาชนในชุมชน และคุณสมบัติสำคัญที่ผู้นำจะต้องมี (ชัชวลิต สรวารี, 2547) คือ

1. ผู้นำยังจะต้องสร้างแรงจูงใจในรูปแบบที่เหมาะสมกับคนในองค์กรแต่ละคน และโค้ชให้คนเหล่านั้นสามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้นอยู่เสมอ

2. ผู้นำต้องมีทักษะในการฟัง นอกจากจะเป็นการจับใจความของผู้พูดแล้วยังจะต้องสามารถวิเคราะห์ถึงความรู้สึกนึกคิดในเบื้องลึกผู้นำมักจะต้องฟังมากกว่าพูด เพื่อที่จะสามารถเอาใจเขามาใส่ใจเราให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

3. ผู้นำยังจะต้องมีทักษะในการที่จะสนับสนุนช่วยเหลือให้กลุ่มคนบรรลุเป้าประสงค์ โดยจะต้องสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนทางด้านทรัพยากร (Facilitator) ผู้ให้กำลังใจและสร้างแรงจูงใจ (Cheerleader) รวมถึงผู้ประสานสัมพันธ์ (Coordinator) นั่นหมายถึง การเป็น

ผู้นำนั้นจะต้องเน้นไปยัง คน กลุ่มคนที่จะต้องเล่นบทผู้ตามในแต่ละสถานการณ์ และช่วงเวลาไม่ใช่ที่ตัวงานหรือระบบที่ตนเองต้องรับผิดชอบ

เสรี พงศ์พิศ (2549) กล่าวถึง ผู้นำ (Leader) ที่ดี ว่า เป็นนักยุทธศาสตร์ เป็นผู้มองไกล กว้าง และลึก มองทะลุเห็นแนวทางที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพเพื่อเดินไปสู่เป้าหมาย สิปปนนท์ เกตุทัต (2543, หน้า 33) กล่าวว่า ผู้นำที่แท้จริงต้องมีวิสัยทัศน์ มีทรรศนะกว้างไกล และสามารถทำให้ผู้ร่วมงานยอมรับ และยินดีร่วมปฏิบัติตาม สำหรับ ประชุม โพธิกุล (2549) กล่าวถึงลักษณะของผู้นำว่า ผู้นำต้องมีวิสัยทัศน์แห่งอนาคต สามารถส่งเสริมให้ ผู้ตามมีประสบการณ์ มีความรักที่ปรับปรุงตนเองและเพื่อนร่วมงาน ความรักทำให้เราทำหน้าที่เป็นผู้สอนงานที่ดีและเป็นที่ปรึกษา และรังสรรค์ ประเสริฐศรี (2544, หน้า 55) กล่าวว่า ผู้นำที่มีความสามารถพิเศษควรมีลักษณะ คือ เป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถด้านทักษะการสื่อสาร ความสามารถที่ทำให้ผู้อื่นไว้วางใจ ความสามารถทำให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเองมีความสามารถ มีพลังและมุ่งการปฏิบัติให้บรรลุผล แสดงอารมณ์ได้อย่างเหมาะสมและเอื้ออาทรแก่ผู้อื่น ชอบที่เสี่ยง สร้างกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย มีการโฆษณาตัวเอง และทำให้การขัดแย้งภายในเกิดขึ้นน้อยที่สุด

ผู้นำในการพัฒนาชุมชน (สนทยา พลศรี, 2545, หน้า 63) เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ มีบุคลิกภาพเด่นเป็นพิเศษ เป็นที่ยอมรับนับถือของบุคคลในชุมชน ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งที่ได้รับการแต่งตั้งและได้รับการเลือกตั้งให้เป็นผู้นำกลุ่มหรือคนอื่นๆ เพื่อร่วมกันดำเนินงานพัฒนาชุมชนให้บรรลุเป้าหมาย ผู้นำท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชุมชนเพราะเป็นผู้ที่ประชาชนในชุมชนเคารพนับถือ สามารถชักจูงและก่อให้เกิดความศรัทธาในหมู่ประชาชนได้ จึงมีลักษณะเป็นตัวเชื่อมประชาชนกับผู้ที่เกี่ยวข้องในงานพัฒนาชุมชน เป็นผู้มีบทบาทในการจัดตั้งและพัฒนากลุ่มขึ้นในชุมชน ดังนั้นการค้นหาและการพัฒนาผู้นำ จึงเป็นหลักการสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้การพัฒนาชุมชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น และลักษณะของแกนนำที่ดี (สำนักงานกองทุนเพื่อสังคม, 2545, หน้า 3) คือ ต้องเป็นคนกล้าพูด กล้าคิด กล้าแสดงออก มีความเสียสละเพื่อส่วนรวมอย่างมาก และยังต้องเป็นคนซื่อสัตย์อีกด้วย และในแง่ของการบริหารทรัพยากรบุคคลแล้ว (ชัชวลิต สรวารี, 2547) ผู้นำ คือ ผู้ที่จะต้องพยายาม ทำให้ทุกคนในองค์กรเข้าใจและมุ่งมั่นต่ออุดมการณ์องค์กร รวมถึงเป้าหมายทางธุรกิจขององค์กรเป็นสำคัญ ทั้งนี้และทั้งนั้นผู้นำจะต้องทำให้ผู้ตามทุกคนมีความรู้สึกรับผิดชอบ แสดงความเป็นเจ้าของและร่วมหาทางแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับงานที่ตนควบคุมดูแลอยู่

ผู้นำตามหลักธรรมธิบาล (Good Governance) ประกอบด้วยหลักพื้นฐาน 6 ประการ (ทิพาวดี เมฆสวรรค์ และบวรศักดิ์ อุวรรณโณ, 2545, หน้า 24-35) ดังนี้

1. หลักนิติธรรม (The Rule of Law) หมายถึง การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ โดยถือว่าเป็นการปกครองภายใต้กฎหมาย มิใช่ตามอำเภอใจ หรืออำนาจของตัวบุคคล จะต้องคำนึงถึงความเป็นธรรม และความยุติธรรม รวมทั้งมีความรัดกุม รวดเร็ว และเป็นธรรม

2. หลักคุณธรรม (Morality) หมายถึง การยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม การส่งเสริมให้ประชาชนพัฒนาตนเองไปพร้อมกัน เพื่อให้มีความซื่อสัตย์ จริงใจ ขยัน อดทน มีระเบียบวินัย ประกอบอาชีพสุจริตเป็นนิสัยประจำชาติ

3. หลักความโปร่งใส (Accountability) หมายถึง การสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ให้มีความโปร่งใส ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวกและเข้าใจง่าย และมีกระบวนการให้ประชาชนตรวจสอบความถูกต้องอย่างชัดเจน

4. หลักการมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนมี ส่วนร่วมรับรู้และเสนอความคิดเห็นในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ เช่น การกำหนดนโยบาย การร่วมวางแผนและร่วมปฏิบัติ

5. หลักความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง การตระหนักในสิทธิและหน้าที่ ความสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม การใส่ใจปัญหา การกระตือรือร้นในการแก้ปัญหา ตลอดจนการเคารพในความคิดเห็นที่แตกต่าง และความกล้าที่จะยอมรับผลดีและผลเสียจากกระทำของตน

6. หลักความคุ้มค่า (Cost–effectiveness or Economy) หมายถึง การบริหารจัดการและใช้ทรัพยากรที่มีจำกัด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวม โดยรณรงค์ให้บุคลากรมีความประหยัด ใช้วัสดุอุปกรณ์อย่างคุ้มค่าสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก และรักษาพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติให้สมบูรณ์ยั่งยืน

ผู้นำที่ดีควรมีคุณสมบัติ (ศิริพงษ์ ศรีชัยรมย์รัตน์, 2542, หน้า 25 -28) ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) ความรู้เป็นสิ่งจำเป็นที่สุด ความรู้ในที่นี้มิได้หมายถึงเฉพาะความรู้เกี่ยวกับงานในหน้าที่เท่านั้น หากแต่รวมถึงการใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมในด้านอื่นๆ ด้วย ความริเริ่ม (Initiative) คือ ความสามารถที่จะปฏิบัติสิ่งหนึ่งสิ่งใดในขอบเขตอำนาจหน้าที่ได้ด้วยตนเอง มีความกล้าหาญและความเด็ดขาด (Courage and Firmness) ผู้นำที่ดีจะต้องไม่กลัวต่ออันตราย ความยากลำบาก หรือความเจ็บปวดใดๆ ทั้งทางกาย วาจา และใจ มีความกล้าหาญ กล้าได้กล้าเสียจะช่วยให้สามารถผจญต่องานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ มีมนุษยสัมพันธ์ (Human Relations) ผู้นำที่ดีจะต้องรู้จักประสานความคิด ประสานประโยชน์สามารถทำงานร่วมกับคนทุกได้ ผู้นำที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีจะช่วยให้ปัญหาใหญ่เป็นปัญหาเล็กได้ มีความยุติธรรมและซื่อสัตย์สุจริต (Fairness and

Honesty) ผู้นำที่ดีจะต้องอาศัยหลักของความถูกต้อง หลักแห่งเหตุผลและความซื่อสัตย์สุจริตต่อตนเอง และผู้อื่นเป็นเครื่องมือในการวินิจฉัยสั่งการ หรือปฏิบัติงานด้วยจิตที่ปราศจากอคติ ปราศจากความลำเอียง ไม่เล่นพรรคเล่นพวก มีความอดทน (Patience) ความอดทนจะเป็นพลังอันหนึ่งที่จะผลักดันงานให้ไปสู่จุดหมายปลายทางได้อย่างแท้จริง มีความตื่นตัวแต่ไม่ตื่นตูม (Alertness) หมายถึง ความระมัดระวัง ความสุขุมรอบคอบ ความไม่ประมาท มีความฉับไวในการปฏิบัติงานทันต่อเหตุการณ์ ความตื่นตัวเป็นลักษณะที่แสดงออกทางกาย แต่การไม่ตื่นตูม เป็นพลังทางจิตที่จะหยุดคิดไตร่ตรองต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น รู้จักใช้ดุลยพินิจที่จะพิจารณาสิ่งต่างๆ หรือเหตุต่างๆได้อย่างถูกต้องพูดง่ายๆ ผู้นำที่ดีจะต้องรู้จักควบคุมตัวเอง (Self Control) มีความภักดี (Loyalty) การเป็นผู้นำจำเป็นต้องมีความจงรักภักดีต่อหมู่คณะ ต่อส่วนรวมและต่อองค์การ และมีความสงบเสงี่ยมไม่ถือตัว (Modesty) ผู้นำที่ดีจะต้องๆไม่หยิ่งยโส ไม่จองหอง ไม่วางอำนาจ และไม่ภูมิใจในสิ่งที่ไร้เหตุผล ซึ่งจะทำให้ลูกน้องมีความนับถือ และให้ความร่วมมือเสมอ

นอกจากนี้ ภาวะผู้นำทำให้เกิดการพัฒนา (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2546, หน้า 17) ภาวะผู้นำหรือจำนวนผู้นำประเภทต่างๆ มีมากเท่าใด ก็จะยิ่งทำให้การพัฒนามีระดับสูงมากขึ้น ทั้งนี้เพราะผู้นำมักเป็นคนที่มีคุณภาพ การทำงานของผู้นำจึงมีคุณภาพหรือประสิทธิภาพไปด้วย ผู้นำจะสามารถรวมคนได้เป็นจำนวนมาก กลายเป็นกลุ่มคนเป็นจำนวนมาก จึงทำงานใหญ่หรืองานปริมาณมากได้ นอกจากนั้นด้วยบารมีของผู้นำ ทำให้คนที่มารวมตัวกันทำงาน ทำงานอย่างทุ่มเทเพื่อผู้นำจึงทำให้เกิดผลดีแก่การพัฒนา และพรทิพย์ สุประดิษฐ์ รุจินาถ อรรถลิษฐ และคณะ (2548, หน้า 63) ได้กล่าวถึงภาวะผู้นำว่า มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการมีส่วนร่วม ภาวะผู้นำต้องมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็ง และการมีส่วนร่วมก็ต้องการทิศทางและโครงสร้างของภาวะผู้นำที่ เข้มแข้ง ผู้นำจะเล่นบทบาทสำคัญในการพัฒนาภายในกลุ่มเล็กและองค์กรชุมชน ลีลาและทักษะของผู้นำจะส่งผลต่อการพัฒนาของกลุ่มและชุมชน โครงการที่ดีจะสามารถพัฒนาทักษะที่จำเป็นให้กับผู้นำได้ ผู้นำที่มีศักยภาพจะแสดงออกถึงวิธีการนำ การตัดสินใจ ความเป็นเครือข่ายและแสดงออกทางการเมืองของชุมชน

Carole R. Bloom (1955) ภาวะผู้นำ เป็นเหมือนความสามารถ กระบวนการ และผลผลิตที่เป็น "ความสามารถ" เพราะว่าผู้นำต้องมีความฉลาด ที่จะวางแผนในการต่อสู้ผู้อื่น เป็น "กระบวนการ" เพราะว่าการเริ่มเป็นผู้นำต้องมีการพัฒนาความสัมพันธ์กับคนอื่น เป็น "ผลผลิต" เพราะว่าการเริ่มต้นกระบวนการโดยผู้นำและพัฒนาร่วมกับสมาชิกกลุ่มผลที่น่าภูมิใจจะเป็นเป้าหมายของกลุ่ม ภาวะผู้นำใช่เป็นการนำกลุ่มเพื่อไปสู่สิ่งที่ผู้นำต้องการไปแต่ในความจริงสมาชิกกลุ่มทุกคนต้องมีจิตสำนึกในการบรรลุผลสำเร็จ และรู้ถึงจุดมุ่งหมายของเขา ผู้นำที่ดีต้องเป็นผู้ที่

เข้าใจง่าย สามารถโต้เถียงขจัดข้อสงสัยให้แก่ทุกคนและเสนอให้ทุกคนเข้าใจและจำได้ ผู้นำต้องเข้าใจว่าคนต้องการนำไปที่เขาต้องการ ผู้นำต้องทำและให้ผู้อื่นตามไปด้วย

4. มาตรฐานของผู้นำชุมชน

ชุมชนที่มีศักยภาพอาจมีตัวชี้วัดได้มากมาย กรมการพัฒนาชุมชน (2549) ได้กล่าวถึงตัวชี้วัด 3 ตัว คือ ความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน ความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน และความเข้มแข็งในการบริหารจัดการของชุมชน และกรมการพัฒนาชุมชน (2549) ได้กำหนดมาตรฐานผู้นำชุมชนประกอบด้วยภาวะผู้นำ 3 ด้าน 15 องค์ประกอบ คือ ด้านการบริหารตนเอง มี 4 องค์ประกอบ คือ บุคลิกภาพดี ความรู้ความสามารถ คุณธรรม/ศีลธรรม/จริยธรรม และวินัยในตนเอง ด้านการบริหารงาน มี 7 องค์ประกอบ คือ การวางแผน การแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจ การบริหารงบประมาณ/การเงิน/การบัญชี การพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง การควบคุม และประเมินผล การสร้างและพัฒนาทีมงาน และความรับผิดชอบต่องาน และด้านการบริหารสังคมมี 4 องค์ประกอบ คือ มนุษยสัมพันธ์ ความเป็นประชาธิปไตย การประสานงานที่ดี และการเป็นที่ปรึกษาที่ดี นอกจากนี้สำนักพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการกระจายรายได้ (2548, หน้า 6) ได้กล่าวถึงคุณภาพและศักยภาพของผู้นำว่า ผู้นำต้องมีศักยภาพ มีทักษะความสามารถในการจัดการ มีภูมิปัญญาและค่านิยมที่ชุมชนยึดถือ มีอิสระในการตัดสินใจ ตลอดจนมีวิสัยทัศน์ ทำงานด้วยความเสียสละ อดทน ไม่หวังผลประโยชน์ส่วนตัว เป็นที่พึ่งพาของชาวบ้านและชุมชนได้ ซึ่งการมีโครงสร้างทางสังคมเป็นแนวราบจะช่วยให้เกิดกลุ่มผู้นำทางธรรมชาติที่มีความหลากหลายไปตามกิจกรรม

5. ลักษณะผู้นำที่จะประสบความสำเร็จ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ Michael Frese (2000, p.18) ได้ให้ความสำคัญกับลักษณะผู้ประกอบการ 6 ด้าน คือ ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) ความสม่ำเสมอและความใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) และความต้องการประสบความเสำเร็จ (Achievement Orientation) และ Stephen Covey (Stephen Covey, 1989 as cited in Steven Ten Have, et al., 2003, pp. 59-61) ได้กล่าวถึงพฤติกรรม 7 ประการ ที่ทำให้ผู้บริหารประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ได้แก่ การมีวิสัยทัศน์ส่วนบุคคล (Be Proactive) เริ่มต้นด้วยจุดมุ่งหมายในใจ (Begin with the End in Mind) ทำสิ่งที่สำคัญก่อน (Put First Things First) คิดแบบชนะ-ชนะ (Think Win-Win) เข้าใจผู้อื่นก่อนแล้วจึงให้ผู้อื่นเข้าใจเรา (Seek First to Understand and Then to be Understood) ผนึกพลังประสานความต่าง (Synergize) และลับเลื่อยให้คมอยู่เสมอ (Sharpen the Saw) และแนวปฏิบัติสำหรับผู้นำที่ดีมีประสิทธิภาพ (สงา โพธิ์วัล, 2549) คือ มีความกตัญญูกตเวที มีความรู้

ความสามารถ มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มีคุณธรรม มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการพูดที่ดี มีความสามารถในการประสานงานและมีมนุษยสัมพันธ์ มีใจหนักแน่น มีสุขภาพที่สมบูรณ์ และมีความเป็นแบบอย่างที่ดีในทุกด้าน

ดังนั้นจากข้อความข้างต้น ผู้นำ ควรเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการมองเห็นปัญหาขององค์กรหรือชุมชน มองเห็นแนวทางที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหา สามารถระดมคนและองค์กรชุมชนมาร่วมกันแก้ปัญหาของชุมชนได้ เป็นผู้ที่ประชาชนในชุมชนยอมรับนับถือและให้ความร่วมมือ ทั้งในด้านความคิด การพูด การกระทำ การเป็นแบบอย่างที่ดี และประพฤติตนตามหลักธรรมาธิบาล ผู้นำเข้มแข็งจะช่วยให้องค์กรและชุมชนเข้มแข็ง สามารถสนับสนุนให้การพัฒนาชุมชนมีประสิทธิภาพเพื่อเดินไปสู่เป้าหมายได้

แนวคิดเกี่ยวกับระบบความสัมพันธ์ทางสังคมและกลไกสังคม

1. แนวคิดเกี่ยวกับระบบ

คำว่า ระบบ มีนักวิชาการได้ทำการศึกษาค้นคว้าและกล่าวถึงระบบไว้ในลักษณะต่างๆ ได้มีผู้ให้ความหมายของระบบ Gangé and Briggs (1974, p.19) กล่าวว่าระบบหมายถึงวิธีการใดๆ ที่ได้รับการจัดไว้อย่างเป็นระเบียบเพื่อเป็นหลักให้สามารถทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้บรรลุเป้าหมาย Couger and Knapp (1974) ให้ความหมายเกี่ยวกับระบบว่า เป็นกลุ่มของหน่วยต่างๆ ที่มีปฏิสัมพันธ์กันที่ประกอบด้วยหน่วยย่อยๆ 2 หน่วยขึ้นไป โดยมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหรือเป็นการสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่ละหน่วยย่อยต้องต่อเนื่องเกี่ยวโยงกันในลักษณะทางตรงหรือทางอ้อมก็ได้

ระบบประกอบด้วยสิ่งสำคัญ 3 สิ่ง (ทิศนา แขมมณี, 2547, หน้า 198 - 200) คือ องค์ประกอบสำคัญของระบบ ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ของระบบนั้น และเป้าหมายหรือจุดหมายของระบบนั้น เนื่องจากระบบมีความสำคัญในการดำเนินงานต่างๆ ให้เกิดสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมาย จึงได้เกิดวิธีการเชิงระบบ (System Approarch) วิธีการเชิงระบบเป็นแนวคิดที่ใช้ในการจัดการสิ่งต่างๆ ให้เป็นระเบียบ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ และ สุพานี สฤษฎ์วานิช (2549, หน้า 20-21) กล่าวว่า ระบบใดๆ ก็ตามจะประกอบไปด้วยส่วนประกอบย่อยๆ (Subsystems) ที่สัมพันธ์กัน และระบบจะทำการแปรสภาพปัจจัยนำเข้าของระบบนั้นๆ ให้กลายเป็นปัจจัยส่งออกไปสู่สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับข้อมูลย้อนกลับจากสภาพแวดล้อมเข้าสู่ตัวระบบด้วย ในการบริหารงานจะต้องตระหนักว่าจะมองปัญหาเป็นส่วนๆ ไม่ได้ ต้องศึกษาหรือพิจารณาในภาพรวมว่ามีองค์ประกอบใดเกี่ยวข้องบ้าง องค์ประกอบใดที่เชื่อมโยง สัมพันธ์ หรืออาจได้รับผลกระทบตามไปด้วย

ระบบสังคม (พัทยา สายหู, 2544, หน้า 98-100) เป็นระบบความสัมพันธ์ที่รวมทั้งระหว่างบุคคลต่อบุคคล บุคคลต่อกลุ่ม และกลุ่มต่อกลุ่ม ระบบสังคมขนาดใหญ่อาจรวมคนทั้งโลก ระบบสังคมที่ย่อยลงมา ได้แก่ ระดับกลุ่มประเทศ ประเทศ แต่การที่คนที่พูดจาภาษาเดียวกันรู้เรื่อง มีขนบธรรมเนียมประเพณีอย่างเดียวกัน และมีความเต็มใจจะสัมพันธ์กันได้ก็นับเป็นระบบสังคมเดียวกันได้ ถ้าไม่เต็มใจสัมพันธ์กันก็ต่างคนต่างอยู่ ระบบสังคมก็แคบเข้ามาเหลือเท่าที่จะมีชุมชนบุคคลพอใจสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจแคบเป็นเพียงละแวกบ้านหรือตำบล ระบบสังคมจึงกำหนดได้ตามขอบเขตของความสัมพันธ์ที่บุคคลยินดีจะมีต่อกัน หรือจำเป็นจะต้องมีการกระทำสัมพันธ์ เพราะฉะนั้นระบบสังคมจึงนับให้กว้างหรือแคบได้ตามแต่ความสนใจของบุคคลที่มองตนเองในขณะใดขณะหนึ่ง ว่าจะอยู่ในสังคมแบบไหน ในระหว่างสังคมที่แคบที่สุดคือ ครอบครัว สังคมที่กว้างที่สุดคือ โลกมนุษย์

จากที่กล่าวมาข้างต้น ระบบเป็นกลุ่มขององค์ประกอบหรือหน่วยที่มีความสัมพันธ์กัน แต่ละองค์ประกอบมีความเกี่ยวเนื่องกัน และได้ถูกจัดไว้อย่างเป็นระเบียบเพื่อให้สามารถดำเนินการสิ่งใดสิ่งหนึ่งสำเร็จตามเป้าหมาย และระบบมีความสำคัญในการดำเนินงานต่างๆ ให้เกิดสัมฤทธิผลตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

2. **ความสัมพันธ์ทางสังคม**

ความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relationship) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสถาบันทางสังคม เช่น สถาบันครอบครัว สถาบันสังคมการเมือง ชุมชน วัฒนธรรมและประเพณี เป็นต้น สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2546, หน้า 10) ให้ความหมายของความสัมพันธ์ทางสังคมว่า หมายถึง การมีคนตั้งแต่สองคนขึ้นไป เพศเดียวกันหรือต่างเพศก็ได้ กระทำต่อกัน เช่น คบหาสมาคมกันด้วยเรื่องต่างๆ เป็นเวลานาน ความสัมพันธ์ทางสังคมมีหลายประเภท (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2546) เช่น ความสัมพันธ์แบบเพื่อน กลุ่มเพื่อน แบบครอบครัว ญาติพี่น้อง ด้านการศึกษา แบบชุมชน แบบชนชั้น แบบสมาคมและแบบสังคม ขนาดของความสัมพันธ์ แต่ละประเภทจะมีขนาดเล็ก กลาง หรือใหญ่ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มนั้นๆ เช่น ความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อนจะเป็นความสัมพันธ์ขนาดเล็ก ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับชุมชน หรือสมาคมจะเป็นความสัมพันธ์ที่มีขนาดใหญ่ขึ้น จัดเป็นความสัมพันธ์ขนาดกลาง และถ้าหากเป็น ความสัมพันธ์ในสังคมชนชั้นหรือองค์กรแบบราชการจัดเป็นความสัมพันธ์ขนาดใหญ่ นอกจากจะพิจารณาถึงขนาดของความสัมพันธ์แล้ว ในเชิงคุณภาพจะต้องมองถึงความเป็นปึกแผ่น ความยืดเหนี่ยวทางสังคมของสังคมนั้นๆ รวมไปถึงองค์ประกอบของความสัมพันธ์ทางสังคมในแต่ละประเภท ได้แก่ บุคคล บทบาทหน้าที่ ระเบียบทางสังคม ตลอดจนผลกระทบของความสัมพันธ์ในสังคม อีกทั้ง พัทยา สายหู (2544, หน้า 3-4) กล่าวถึงมนุษย์กับสังคมว่า ตั้งแต่เกิด

จนตาย มนุษย์ต้องอยู่กับผู้อื่นตลอดเวลาและมีการพึ่งพาอาศัยให้ประโยชน์แก่กันและกัน มิฉะนั้นแล้วคงไม่รอดและดำรงชีวิตอยู่ได้ การอยู่ร่วมกันกับผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็ก คือ การอยู่ในสังคม ตราบใดที่การดำรงชีวิตในกลุ่มนั้นมีการพึ่งพาอาศัยกันและกันอยู่ การอยู่ร่วมกันมาในสังคมตั้งแต่เกิดจนตาย คนรุ่นปู่ รุ่นย่า ตา ยาย ก็ทำอย่างนั้นมาแล้วในอดีต และลูกหลานก็ทำต่อไปในอนาคต

การแบ่งประเภทของสังคมโดยใช้ความแตกต่างของโครงสร้างสังคม (Social Structure) ดังนี้

Auguste Comte (Auguste Comte, n.d. as cited in Thompson and Tunstall, 1976, p. 18) ใช้ความเชื่อ และความคิดของมนุษย์มาใช้แบ่งประเภทของสังคม โดยอธิบายว่าสังคมทั้งหลายจะมีขั้นตอนของการพัฒนาความเชื่อและความคิดออกเป็น 3 ยุค ดังนี้

1. ยุคเทววิทยา (Theological Period) เป็นยุคที่มนุษย์พยายามค้นหาความจริงจากธรรมชาติ มองถึงผลที่เกิดขึ้นในลักษณะแคบๆ ความเชื่อและความคิดของมนุษย์ได้รับอิทธิพลจากสิ่งศักดิ์สิทธ์หรืออำนาจเหนือธรรมชาติ

2. ยุคอภิปรัชญา (Metaphysical Period) เป็นยุคที่ความเชื่อและความรู้ของมนุษย์เกิดจากการพยายามอภิปรายปรากฏการต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่มีอยู่หรือกำหนดขึ้นมาเป็นการใช้เหตุผลในการสร้างความคิด และยอมรับความเชื่อต่างๆ

3. ยุควิทยาศาสตร์ (Scientific of Positive Period) เป็นยุคที่มนุษย์ได้ศึกษาปรากฏการณ์ธรรมชาติด้วยความรู้ที่แท้จริง เริ่มรู้จักใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์มาอธิบาย เป็นยุคอุตสาหกรรมที่มีนักวิทยาศาสตร์เกิดขึ้นมาก

Emile Durkheim (Emile Durkheim, n.d. อ้างอิงใน พัชรินทร์ สิรสุนทร, 2547, หน้า 39-40 และสนทยา พลศรี, 2545, หน้า 184-185) ได้แบ่งสังคมเป็น 2 แบบ คือ แบบแรกเป็นสังคมที่มีการยึดเหนี่ยวกันแบบกลไก (Mechanical Solidarity) เกิดขึ้นในสังคมแบบดั้งเดิมที่มีโครงสร้างทางสังคมแบบง่ายๆไม่สลับซับซ้อน เป็นสังคมขนาดเล็ก ความร่วมมือและความสมานสามัคคีภายในสังคมเกิดจากการที่สมาชิกทุกคนมีบทบาทที่คล้ายคลึงกัน มีค่านิยมและจารีตประเพณีเหมือนกัน มีความเชื่อ ความคิด ทัศนคติต่างๆ แบบเดียวกัน สมาชิกในสังคมมีความผูกพันต่อกันอย่างแน่นแฟ้นและด้วยความจริงใจต่อกัน มีความรู้สึกเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน แบบที่สองเป็นสังคมที่มีการยึดเหนี่ยวกัน แบบอินทรีย์ (Organic Solidarity) เกิดขึ้นในสังคมสมัยใหม่ที่มีโครงสร้างทางสังคมแบบซับซ้อน เป็นสังคมขนาดใหญ่ มีการแบ่งงานตามบทบาทหน้าที่ สมาชิกในสังคมมีความผูกพันต่อกันอย่างผิวเผิน แต่ละคนอาจจะมีความคิด ความเชื่อ ค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป ความร่วมมือ

และความเป็นปรึกแผ่นของสังคมเกิดเฉพาะภายในกลุ่มของคนกลุ่มที่มีบทบาทเฉพาะด้านเหมือนกัน ความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น ของสมาชิกในสังคมจะเกิดเฉพาะกับคนที่มีหน้าที่เดียวกัน

ระบบความสัมพันธ์ทางสังคม ส่งผลให้เกิดความร่วมมือ ความสามัคคีปรองดอง ช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน สร้างระบบสวัสดิการของชุมชนขึ้นได้ มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตน/กลุ่ม/องค์กร หรือของชุมชนว่าจะสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ โดยมีการลงมือดำเนินการในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างจริงจัง เมื่อได้ทำแล้วจะเกิดความภูมิใจและความมั่นใจในพลังและความสามารถของตนเองและกลุ่ม/ชุมชนของตน นอกจากนั้น ระบบความสัมพันธ์แนวราบนี้ ยังช่วยให้เกิดการพัฒนาความร่วมมือของคนในชุมชนได้อย่างกว้างขวาง ตลอดจนเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เรียนรู้และแสดงศักยภาพอย่างมีอิสระ (สำนักพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการกระจายรายได้, 2548, หน้า 6)

พฤติกรรมของคนในกลุ่ม เป็นปัจจัยที่สำคัญทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่าง คนกับคน คนกับกลุ่ม กลุ่มกับองค์การ และคนกับองค์การ ซึ่ง Robbins (2003) ได้ให้คำอธิบายพฤติกรรมองค์การว่า เป็นการศึกษาตรวจสอบผลกระทบของปัจจัยด้านปัจเจก กลุ่มคน และโครงสร้างต่างๆ ขององค์การที่มีต่อพฤติกรรมที่กิดขึ้นภายในองค์การ สำหรับ Moorhead และGriffin (1992) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมองค์การว่า เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมมนุษย์ที่เกิดขึ้นในองค์การ และปฏิกิริยาที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กัน (Interactions) ระหว่างพฤติกรรมมนุษย์ และปัจจัยต่างๆ ขององค์การ ซึ่งตามแนวคิดของนักปฏิสัมพันธ์มองว่าพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อกันระหว่างบุคคลและสถานการณ์โดยเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีหลายมิติของความสัมพันธ์ เนื่องจากคนจะมีชีวิต จิตใจ อารมณ์ และความรู้สึกนึกคิด ปฏิสัมพันธ์ของคนจึงมีต่อสถานการณ์โดยมีลักษณะเป็นพลวัตร (Dynamics) และมีความสัมพันธ์ในเชิงซ้อน คือ คนนั้นมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและต่อองค์กร และในขณะเดียวกันองค์การก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและ การกระทำต่างๆ ของสมาชิกในองค์การ ดังนั้นจึงต้องเข้าใจในธรรมชาติของการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน (สุพานี สฤษฏ์วานิช, 2549, หน้า 24)

พฤติกรรมของกลุ่มมีความสำคัญที่ช่วยเสริมให้บางกลุ่มมีผลงานดี สมาชิกกลุ่มมีความพึงพอใจสูง และประสบความสำเร็จมาก แต่บางกลุ่มกลับมีผลงานที่ด้อยกว่า สมาชิกพึงพอใจกลุ่มน้อยกว่าหรือประสบความสำเร็จน้อยกว่า ซึ่งมีองค์ประกอบ 5 ส่วน (สุพานี สฤษฏ์วานิช, 2549, หน้า 263-264) คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอกกลุ่ม มีผลกระทบต่อการทำงานของกลุ่ม ได้แก่ เป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์การ โครงสร้างขององค์การ กฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ตลอดจนทรัพยากรขององค์การ เป็นต้น

2. องค์ประกอบด้านตัวสมาชิกของกลุ่ม เช่น มีความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพ ทัศนคติการรับรู้ที่พร้อมต่อการทำงานของกลุ่มมากน้อยแค่ไหน

3. โครงสร้างและระบบต่างๆ ของกลุ่ม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มโดยตรง เช่น ผู้นำกลุ่ม บรรทัดฐานของกลุ่ม บทบาทของสมาชิกภายในกลุ่ม ขนาดของกลุ่ม ความหลากหลายของสมาชิก ตลอดจนแรงยึดเหนี่ยวของกลุ่มเป็นอย่างไร

4. กระบวนการต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับกลุ่ม เช่น กระบวนการสื่อสารภายในกลุ่ม การตัดสินใจของกลุ่ม การจัดการกับความขัดแย้งต่างๆ ที่เกิดขึ้นของกลุ่ม เป็นต้น

5. งานของกลุ่ม งานมีความยากง่ายแค่ไหน เป็นงานประจำหรืองานหรืองานที่ซับซ้อน เป็นงานอิสระหรือต้องสัมพันธ์กัน

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมแต่ละคนและโครงสร้างของกลุ่มที่ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวขึ้นในกลุ่มและระหว่างกลุ่มซึ่งจะเป็นประเด็นการสร้างความสัมพันธ์จากพฤติกรรมของคนที่นำไปสู่โครงสร้างทางสังคม Lewin (1951) กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการแสดงออกถึงหน้าที่ของบุคคลคนหนึ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันโดยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (N.J. Pender, 1996, p. 46) คือ ความตั้งใจของบุคคลนั้น (Intention) สิ่งแวดล้อม (Environmental Constraints) หากไม่มีสภาพแวดล้อมที่ปรากฏรอบๆ พฤติกรรมจะไม่เกิดขึ้น ความสามารถของบุคคล (Ability) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม บุคคลต้องมีทักษะที่แสดงออกถึงพฤติกรรมนั้น รวมถึงสิ่งที่คาดหวัง (Anticipated Outcome) ซึ่งบุคคลคาดหวังถึงประโยชน์ของพฤติกรรมโดยไม่ยอมเสียโอกาสที่จะเกิดขึ้น นอกจากนี้บรรทัดฐาน (Norms) เป็นการยอมรับของสังคมที่มีต่อบุคคลที่แสดงออกและมาตรฐานของแต่ละบุคคล (Self-Standards) ที่รับรู้ถึงการแสดงออกของพฤติกรรมโดยคำนึงถึงภาพลักษณ์ของตนเองที่มีอยู่ในสังคม นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ของคนในสังคม (พัทยา สายหู, 2544, หน้า 37-38) ต้องอาศัยความแตกต่างของคนจึงจะกระทำการเสนอสนองประโยชน์กันได้ ถ้าเหมือนกันไปหมดก็แยกไม่ถูกว่าเมื่อใดต้องทำอะไร ให้ใครแค่ไหน อย่าไร การจำแนกความต่างของบุคคลเพื่อประโยชน์ในการกระทำและความสัมพันธ์ทางสังคมนั้น

จากความดังกล่าว ความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสถาบันทางสังคม มีลักษณะของความสัมพันธ์ แบบเพื่อน ครอบครัว ชุมชน สมาคมและสังคม ระบบความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นการอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ให้ความสำคัญกับคนมากกว่าผลประโยชน์ ส่งผลให้เกิดความร่วมมือ ความสามัคคีปรองดอง ช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ พฤติกรรมของคนในกลุ่มเป็นปัจจัยที่สำคัญทำให้เกิดความสัมพันธ์พฤติกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อกันระหว่างบุคคลและสถานการณ์โดยเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากคนจะมีชีวิต จิตใจ อารมณ์ และความรู้สึกนึกคิด ปฏิสัมพันธ์ของคนจึงมีต่อสถานการณ์โดยมีลักษณะเป็นพลวัตร (Dynamics) พฤติกรรมของกลุ่มมีความสำคัญที่ช่วยเสริมให้กลุ่มมีผลงานดี สมาชิกกลุ่มมีความพึงพอใจสูง และประสบความสำเร็จ

ระบบอุปถัมภ์ เป็นระบบของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอำนาจกับผู้รับอุปถัมภ์ ระบบอุปถัมภ์ได้รับการพิจารณาว่าเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างสังคมไทยในรูปแบบต่างๆ เช่น เจ้าของที่ดินกับผู้เช่า เจ้านายกับลูกน้อง หัวคะแนนกับการเลือกตั้ง เป็นต้น ทั้งนี้เพราะสังคมไทยเป็นสังคมที่กำหนดสถานภาพของบุคคลลดหลั่นจากบนมาสู่ล่าง Anthony Hall (1970) อ้างโดย อมรา พงศาพิชญ์ และปรีชา คุวินทร์พันธุ์ (2539, หน้า 27-28) ได้ให้คำจำกัดความ ผู้อุปถัมภ์ (Patron) ว่าหมายถึง บุคคลที่อำนาจ สถานภาพ ฉันทานุมัติ (Sanction) และอิทธิพล คำนี้อาจใช้เรียกนายจ้างหรือผู้สนับสนุนการจัดพิธีกรรมต่างๆ และแม้กระทั่งนักบุญองค์อุปถัมภ์ (Client) ที่ต้องการความช่วยเหลือและการปกป้อง ผู้อุปถัมภ์ให้ประโยชน์โดยหวังจะได้ผลประโยชน์ตอบแทนในรูปของสินค้า ความภักดี การสนับสนุนทางการเมือง และการบริการในรูปแบบต่างๆ จากผู้อุปถัมภ์ของตน ความสัมพันธ์ในเชิงตอบแทนซึ่งกันและกันนี้อาจออกมาในรูปที่เป็นสัญญาแบบทางการที่มีการกำหนดสิทธิและข้อผูกพันของทั้งสองฝ่ายอย่างชัดเจน

ในความเห็นของ อคิน รพีพัฒน์ (2523, หน้า 39) ผู้อุปถัมภ์ต้องดำเนินบทบาทต่อ ผู้ใต้อุปถัมภ์ คือ เป็นคุณสมบัติส่วนตัวและตั้งอยู่บนรากฐานของความสัมพันธ์ส่วนตัวที่มีต่อกัน ผู้อุปถัมภ์ต้องสามารถให้ความช่วยเหลือและคุ้มครองได้ ยืนเคียงบ่าเคียงไหล่เวลามีภัย ความถูกผิดไม่ใช่สิ่งสำคัญระหว่างพวกกันเอง เป็นหัวโจกไม่ยอมให้ใครหลบหลู่ ลูบคม เข้มแข็งไม่แพ้ใคร ใจกว้าง กล้าได้กล้าเสีย มีเพื่อนฝูงมาก ดังนั้น ผู้อุปถัมภ์ต้องมีคุณค่าและความหมายของลูกพี่ นักเลง เพื่อนที่ดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้มาจากความสัมพันธ์ส่วนตัว สิ่งที่มาของความสัมพันธ์ส่วนตัว คือ ความใกล้ชิด โดยอาจเป็นวิธีโดยการไปมาหาสู่กันอย่างสม่ำเสมอ การเป็นเพื่อนร่วมงาน เพื่อนนักเรียน หรือเพื่อนร่วมกลุ่ม จนถึงการเป็นญาติพี่น้อง

ในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์และผู้รับอุปถัมภ์ Jame C. Scott (1977) อ้างโดยอมรา พงศาพิชญ์ และปรีชา คุวินทร์พันธุ์ (2545, หน้า 47-48) ได้นิยามความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์ (Patron) และผู้รับอุปถัมภ์ (Client) ว่าเป็นความสัมพันธ์คู่ระหว่างคน 2 คน ที่เป็นกลไกของความสัมพันธ์ (Instrumental Relationship) ในลักษณะที่บุคคลหนึ่งจะมีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ (ผู้อุปถัมภ์) ที่จะใช้อิทธิพลและทรัพยากรของตนในการช่วยปกป้องคุ้มครองหรือให้ผลประโยชน์หรือทั้งสองอย่างแก่บุคคลที่มีสถานภาพต่ำกว่า (ผู้รับอุปถัมภ์) ผู้ซึ่งจะต้องตอบแทนโดยการให้การสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือตลอดจนให้บริการผู้อุปถัมภ์ ในขณะที่ฐานทรัพยากรของผู้รับอุปถัมภ์พึงมีในการตอบแทนผู้อุปถัมภ์นั้น ธีรยุทธ์ บุญมี (2522, หน้า 7-9) ได้แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ การตอบแทนด้านแรงงานหรือด้านวัตถุ การตอบแทนด้านหน้าที่ทางทหารหรือการต่อสู้ การตอบแทนเชิงพิธีกรรมทางศาสนา และการตอบแทนด้านการเมือง และภายใต้ความซับซ้อนของสังคมสมัยใหม่ Wolf (1966, p. 16) มองว่าความสัมพันธ์ของญาติครอบครัว และเพื่อนยังคงมีอยู่และซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญ คือ ทำให้สังคมสมัยใหม่ยังคงอยู่ได้ ในเรื่องระบบอุปถัมภ์นั้นเกิดขึ้นจากความเป็นเพื่อนที่มีการตอบแทนกันอย่างเท่าเทียมกันนั้นได้เสียสมดุล นั่นคือ ความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกันหมดไปกลายเป็นความสัมพันธ์ที่ฝ่ายหนึ่งมีทรัพยากรมากพอที่จะอุปถัมภ์คู่สัมพันธ์อีกฝ่ายหนึ่งได้ การแลกเปลี่ยนยังคงอยู่ในวงเล็กๆ ที่ยังคงมีพื้นฐานของการรู้จักกันเป็นส่วนตัว

จากแนวคิดดังกล่าว ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การอุปถัมภ์คือ ความสัมพันธ์เป็น การส่วนตัวระหว่างสองบุคคล ซึ่งมีลักษณะที่เชื่อมโยงระหว่างพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่ได้แยกออกจากกัน และความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ เป็นความสัมพันธ์ช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างคนสองกลุ่ม ผู้อุปถัมภ์จะให้ความคุ้มครองช่วยเหลือ เมื่อผู้รับอุปถัมภ์ได้รับความเดือดร้อน ในขณะที่ผู้รับอุปถัมภ์จะให้ความซื่อสัตย์ จงรักภักดีในการรับใช้ นอกจากนี้ในฐานะเจ้านายกับลูกน้องเจ้านายจะให้การยกย่อง การคุ้มครอง ให้กู้ยืมเงิน ส่วนลูกน้องต้องรับใช้ เช่น แรงงาน จ่ายดอกเบี้ย ทั้งนี้เป็นการให้ความช่วยเหลือและตอบแทน และความเกี่ยวโยงของระบบอุปถัมภ์กับการอยู่รอดของชุมชน ในการแสดงให้เห็นประเด็นความสัมพันธ์ว่า เป็นส่วนสำคัญในการรักษาชุมชนให้คงอยู่กล่าวคือ ความสัมพันธ์ที่มีผู้อุปถัมภ์กับผู้รับอุปถัมภ์นั้นจะเป็นการแลกเปลี่ยนทรัพยากรกันในรูปแบบของความสัมพันธ์นอกระบบ

3. กลไกสังคม และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

กลไกสังคมเป็นตัวจักรสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน/กลุ่ม เป็นระบบที่จะทำให้งานสำเร็จตามประสงค์ คำว่า กลไก มีความหมายตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง บุคคล ผู้เป็นเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในระดับต่างๆ ระบบหรือองค์การที่

บุคคลผู้เป็นเจ้าหน้าที่ในระดับต่างๆ ปฏิบัติร่วมกันดุจเครื่องจักร ระบบที่จะให้งานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ เช่น กลไกการปกครอง หรือเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ก่อให้เกิดปฏิกิริยา ในทางสังคมวิทยา กลไก (Encyclopedia, n.d) หมายถึง กฎระเบียบ ที่ถูกออกแบบขึ้นเพื่อควบคุมผลลัพธ์ให้ออกมาเป็นแบบแนวทางเดียวกัน ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กันของสมาชิกเพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด

อุทุมพร จามรมาน (2542) ให้ความหมายของกลไก ว่าหมายถึง การมี คน ของ เงิน เครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์ ครุภัณฑ์ ที่ทำให้เกิดการดำเนินงาน/ขับเคลื่อนไปได้

น.อ.หญิง ศิริลักษณ์ ดีไพบูลย์ (2549) ให้ความหมายของกลไกว่า หมายถึง ระเบียบ ประกาศ คำสั่ง การมีหน่วยงาน การปฏิบัติ จำนวนคน คุณภาพของคน วัสดุ ครุภัณฑ์ จำนวนเงิน สถานที่ ฯลฯ ที่เอื้ออำนวยให้ระบบขับเคลื่อนไปได้

วิจารณ์ พานิช (2548) กลไก หมายถึง การจัดการเพื่อเอื้ออำนาจ (Empower) ประสานความร่วมมือ สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาต่อยอดจากผลดีๆ ที่มีอยู่แล้ว

กลไกสังคม จึงหมายความถึง การดำเนินงานต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ โดยอาศัยบุคลากร ทรัพยากร กฎเกณฑ์ มาตรการ แนวปฏิบัติ และปัจจัยต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายตามความต้องการและบรรทัดฐานที่สังคมวางไว้

กลไกชุมชน หมายถึง การมีส่วนร่วมขององค์กร กลุ่ม บุคคลในท้องถิ่น ชุมชน และบริเวณใกล้เคียงที่สามารถส่งเสริมให้เกิดกระบวนการสร้างเสริมศักยภาพชุมชน การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่มต้องเป็นระบบที่มีความสัมพันธ์กันในแต่ละองค์ประกอบและมีความเกี่ยวเนื่องเป็นกลไกในการขับเคลื่อนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการกลไกที่ถือเสมือนเป็นตัวเร่งที่จะผลักดันหรือขัดขวางการเปลี่ยนแปลงสังคม

สังคมต้องการให้สมาชิกทำตามแบบแผนที่วางไว้ เพื่อจะได้เกิดความเป็นระเบียบ พัทยา สายหู (2544, หน้า 31-36) ได้กล่าวถึงกลไกของระเบียบสังคมไว้ว่า การทำอะไรๆ ตามแบบอย่างที่เขาวางไว้แล้วในสังคม คือตามแบบแผน ขนบธรรมเนียม ประเพณีของวัฒนธรรมนั้น ได้เห็นกันแล้วว่ามิได้เป็นสิ่งยากเย็นเข็ญใจจนบุคคลจะทำไม่ได้ ถ้าหากว่าได้หัดทำมาแต่เล็กจนเคยชิน หรือยินดีทำตามด้วยความพอใจเพื่อจะได้ชื่อว่าเป็นสมาชิกสมบูรณ์แบบของกลุ่ม จุดประสงค์ของการมีแบบแผนของวัฒนธรรมไว้ไม่ใช่แต่เพียงให้เกิดความเป็นระเบียบซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นของชีวิตสังคมเท่านั้น ที่สำคัญ คือ ช่วยให้มีแบบแผนกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในสังคมแต่ละคนที่จะปฏิบัติต่อกัน

กลไกทางสังคมปรากฏในหลายรูปแบบทั้งด้านวัฒนธรรม และความสัมพันธ์ Lopez and Scott (2000, p. 3) อธิบายโครงสร้างทางสังคมไว้ 2 แบบ คือ แบบแรกหมายถึง วัฒนธรรมหรือปทัสฐานของพฤติกรรมที่เป็นการหลอมรวมจนแข็งตัวของชุมชนหรือสังคมนั้นๆ มีความคาดหมายว่าสมาชิกจะต้องแสดงพฤติกรรมเหล่านี้ และรักษาความสัมพันธ์เหล่านี้ได้ยืนยาว ในแบบที่สองเขาอธิบายถึง โครงสร้างทางสังคมที่ประกอบด้วยความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ความเข้าใจที่นำไปสู่ความพึ่งพากัน ทำงานร่วมกันของบุคคลที่เกี่ยวข้องตามบทบาทหน้าที่ของเขา

ในลักษณะคำอธิบายประการที่ 2 นี้จึงกำหนดมาเป็นองค์ประกอบหลักของกลไกโครงสร้างทางสังคมซึ่งต้องประกอบด้วย บุคคล หรือหน่วย (Entity หรือ Agent) ที่มาสัมพันธ์กันจนก่อให้เกิดแบบแผนความสัมพันธ์แบบยืนยาว จนกลายเป็นปทัสฐาน รูปแบบการแสดงออกที่เป็นความคาดหมายของสังคมนั้นๆ Jacob L. Moreno (2007) จำแนกรูปแบบความสัมพันธ์ในกลไกทางสังคมออกมาเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ โครงสร้างทางความสัมพันธ์ โครงสร้างทางการสื่อสาร และโครงสร้างทางสังคมมิติ การแบ่งโครงสร้างเป็น 3 ระดับนี้จึงนำไปใช้ในการพัฒนาองค์กร จัดทำเป็นทฤษฎีองค์กร และแนวทางหลักในการพัฒนาองค์กร

การศึกษาทำความเข้าใจกลไกโครงสร้างทางสังคม A. Giddens (1986) เสนอให้แยกองค์ประกอบออกมาเป็น 3 ส่วน ได้แก่ โครงสร้างซึ่งหมายถึง กติกา และทรัพยากรที่จัดให้ไปถึงบุคคล สมาชิก โครงสร้างทางอำนาจ หมายถึง คำสั่ง คำชี้แจงที่ควบคุมบุคคล โครงสร้างทางการจัดสรร ได้แก่ ปัจจัยทรัพยากรที่จัดไปใช้กับบุคคลสมาชิก ส่วนที่ 2 ได้แก่ การแสดงออก เป็นการแปลงโครงสร้างไปเป็นการปฏิบัติที่สมาชิกแสดงออกมา และส่วนที่ 3เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กรนั้น สังคมนั้นๆ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงและการกำหนดปทัสฐานต่างๆ ในส่วนที่ 3 นี้จึงสัมพันธ์กับงานของ Jacob L. Moreno ที่แยกออกเป็นการสัมพันธ์กัน การสื่อสารระหว่างกัน และการจัดเป็นระบบสังคม ด้วยสังคมมิติ

แนวความคิดทางกลไกสังคมนี้ได้นำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรอย่างมากมาย โดยอธิบายว่าการพัฒนาองค์กรก็คือ การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม กำหนดปทัสฐานขึ้นมาใหม่ ซึ่งแน่นอนที่สุดก็จะต้องเริ่มจากการมีปฏิสัมพันธ์กัน การสร้างความสัมพันธ์กัน การมีการสื่อสารที่ดีและการสร้างกลุ่มชน แข็งตัวกลายเป็นสังคมมิติ การเรียนรู้จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาองค์กร การเรียนรู้ทางสังคมจึงมีบทบาทสำคัญ การเปลี่ยนแปลงองค์กรจึงจัดเป็นระดับ 3 ระดับ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงแบบใช้อำนาจ ได้แก่ การควบคุมทรัพยากร สร้างกฎเกณฑ์ การเปลี่ยนแปลงแบบใช้ปทัสฐาน ได้แก่ การแสดงถึงแนวการปฏิบัติที่พึงประสงค์เพราะ

การเปลี่ยนแปลงในแบบสัญลักษณ์ ได้แก่ การสื่อสารต่อกัน การใช้กระบวนการสร้างความหมายด้วยภาษา เพื่อสร้างโครงสร้างใหม่ที่ดีกว่าเดิม

นักสังคมวิทยาได้แบ่งการเรียนรู้ทางสังคม หรือกระบวนการทางสังคมออกเป็นระดับ เริ่มจากกระบวนการพื้นฐาน ได้แก่ การเรียนรู้ในบ้าน เด็กเรียนรู้จากรางวัล ความพึงพอใจของพ่อแม่ การเรียนรู้ขั้นที่ 2 ได้แก่ การเรียนรู้ในกลุ่มย่อย เมื่อเด็กโตขึ้น ก็เรียนรู้จากปทัสฐาน พฤติกรรมที่ยอมรับของกลุ่ม การเรียนรู้ขั้นพัฒนาได้แก่ การศึกษาถึงกลไกทางสังคมในงานที่จะไปทำ และการเรียนรู้เพื่อลืมปทัสฐานเดิมได้แก่ การขจัดปทัสฐานที่ไม่ต้องการออกไป และเตรียมรับโครงสร้างวัฒนธรรมและปทัสฐานใหม่ กระบวนการเรียนรู้ได้นำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรต่างๆ อย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะเรื่องการลืมปทัสฐานเดิมได้แก่การขจัยปทัสฐานที่ไม่ต้องการออกไปและเตรียมรับโครงสร้างวัฒนธรรมและปทัสฐานใหม่ กระบวนการเรียนรู้นี้ได้นำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรต่างๆ อย่างแพร่หลายโดยเฉพาะเรื่องการลืมปทัสฐานเดิม การเตรียมรับบทบาทใหม่ และสร้างสร้างวัฒนธรรมใหม่

ในการพัฒนาองค์กรปัจจุบันมุ่งเน้นให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาที่ยืนยาว W. W. Burke (1994) นำเสนอขั้นตอนพัฒนาที่ได้จาก Kurt Lewin ซึ่งกำหนดกระบวนการออกมา 3 ขั้นตอน ได้แก่ ละลายวัฒนธรรมเดิมด้วยการไม่ยืนยัน ไม่พอใจ และยืนยันในการเปลี่ยนแปลง ขั้นที่ 2 ได้แก่ นำสู่วัฒนธรรมใหม่ โดยให้บุคคลสำรวจ สัมผัสกับปทัสฐานใหม่ และขั้นที่ 3 ทำให้การแสดงที่เป็นที่ยอมรับใหม่นี้ แข็งตัว คงทน และแม่นยำ ผู้บริหารสมัยใหม่จึงต้องรู้จัก จัดการความมุ่งมั่น เจตนา จัดการความหมาย สร้างความหมายของการแสดงที่พึงประสงค์ สร้างความมั่นใจให้กับผู้ปฏิบัติว่าที่ทำนี้ถูกต้องแล้ว เป็นที่ต้องการแล้ว และขั้นสุดท้าย จัดการความเป็นตนเองของทุกคน ให้รู้จักจัดการตนเองไปสู่เป้าหมายรวมที่มีความหมายร่วมกัน

Dolan, Garcia and Richley (2006) เน้นถึงความสำคัญของโครงสร้างการสื่อสารที่นำสู่การพัฒนาการเปลี่ยนแปลงขององค์กรโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาองค์กรแบบยึดค่านิยมยึดคุณค่า เขากล่าวว่า การสื่อสารที่ดีเท่านั้นที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่แท้จริง การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเพิ่มพูนการยอมรับการเปลี่ยนแปลง เป็นสิ่งในการนำเสนอการเปลี่ยนแปลง และยังเป็นเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลง ทั้งในการสื่อสารแนวตั้ง แนวลง แนวขึ้น และแนวนอน เขาระบุว่าการถกเถียงที่มีคุณภาพสูงเท่านั้นที่จะทำให้บุคคลลืมวัฒนธรรมเดิม ทัศนคติเดิม และพฤติกรรมเดิม เมื่อเขาลืมของเดิมได้แล้ว จึงจะเรียนรู้เรื่องใหม่ได้ดี การสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน ค่านิยมร่วมขององค์กรมีขั้นตอนหลัก 4 ประการ คือ

1. การถกเถียงภายในตนเองของผู้นำ ได้แก่ การตรวจสอบค่านิยม ทำค่านิยมของตนเองให้กระจ่าง นำสู่ประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม สร้างสังคมให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้

2. การถกเถียงกันในระดับบริหารได้แก่การใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อให้ค่านิยมนั้นๆ เป็นที่ยอมรับ ยึดมั่นตรงกันในองค์กร

3. การถกเถียงกันในกลุ่ม ผู้ได้รับประโยชน์เพื่อนำไปสู่ค่านิยมร่วมกัน

4. การกลั่นกรองและสื่อสารการปฏิบัติที่ชัดเจน เพื่อทำให้การแสดงของทุกๆ คนในองค์กร ให้เป็นไปในทางเดียวกัน แปลความค่านิยมมาเป็นการปฏิบัติ ข้อกำหนด กฎกติกาที่ชัดเจนให้เป็นแนวเดียวกัน นำสู่ผลคุณค่ารวมเดียวกัน

การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ในการกล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมจะเกี่ยวโยงถึงระบบของสังคมที่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นได้ คือ คนกับคน คนกับกลุ่ม และกลุ่มกับกลุ่มซึ่ง A. Giddens (1984, p. 16) ได้อธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในเชิงโครงสร้างและระบบโดยศึกษาทางทฤษฎีโครงสร้าง (Structuration Theory) ได้อธิบายถึงการเริ่มต้นของธรรมชาติเชื่อมโยงระหว่างกันกับโครงสร้างซึ่งจะมีการกระทำเกิดขึ้นและมีการย้อนกลับของสิ่งที่กระทำไป (Reflect and Motivated Action) ซึ่งเป็นการกระทำที่มีความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งที่เรียกว่า Agency และโครงสร้างซึ่งหมายถึงหน้าที่ของสิ่งต่างๆ ซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของแบบแผนความสัมพันธ์ทางสังคมหรือปรากฏการณ์ทางสังคม จากแนวคิดการมีปฏิสัมพันธ์เมื่อมีการกระทำของคนคนหนึ่งและมีการตอบสนองของอีกคนหนึ่งหรืออีกกลุ่มหนึ่งจะเรียกว่ามีปฏิสัมพันธ์กัน

แนวคิดของนักปฏิสัมพันธ์ (Interactionalism) สุพานี สฤษฎ์วานิช (2549, หน้า24) มองว่า พฤติกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ (Interactions) ที่มีต่อกันระหว่างบุคคลและสถานการณ์โดยเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีหลายมิติของความสัมพันธ์ด้วย เนื่องจากคนจะมีชีวิต จิตใจ อารมณ์ และความรู้สึกนึกคิด ปฏิสัมพันธ์ของคนจึงมีต่อสถานการณ์โดยมีลักษณะเป็นพลวัตร (Dynamics) และมีความสัมพันธ์ในเชิงซ้อน คือ คนนั้นมีปฏิสัมพันธ์ ต่อกันและต่อองค์กร และในขณะเดียวกันองค์การก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการกระทำต่างๆ ของสมาชิกในองค์การ เราจึงต้องเข้าใจในธรรมชาติของการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน

ทฤษฎีสัมพันธ์สัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism Theroy) **นักทฤษฎีกลุ่มนี้ให้ความสัมพันธ์กับธรรมชาติ ของการกระทำระหว่างกันของมวลมนุษย์ โดยมีแนวคิดพื้นฐานว่า การกระทำระหว่างกันทางสังคมรับรู้บทบาทและก่อให้เกิดอ้างอิง ซึ่งเขาสามารถนำไปใช้เป็นแบบอย่างของบทบาททำให้เกิดโลกทัศน์ต่างๆขึ้นมา** George Herbert Mead (George Herbert Mead, 1969 **อ้างอิงใน พัชรินทร์ สิรสุนทร**, 2547, **หน้า** 53-54) **อธิบายความรู้สึกเป็นตัวเองทางสังคมของ**

บุคคล (Social Self) ว่าเกิดจากการที่บุคคลมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ต่างกระบวนการเรียนรู้หรือการขัดเกลาทางสังคม โดยตัวตนจะเริ่มพัฒนาขึ้นโดยตัวตนตั้งแต่บุคคลยังอยู่ในวัยเด็ก จากการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆในครอบครัว จากเพื่อนในโรงเรียน และจากบุคคลอื่นๆในสังคม Mead เชื่อว่าการกระทำระหว่างกันทางสังคมเป็นสิ่งสำคัญมาก ต่อการสร้างตัวตนของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องแสดงกิริยาอาการออกมาในระหว่างที่มีการติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น และได้แบ่งขั้นตอนการกระทำระหว่างกันทางสังคมเป็น 4 ขั้น ดังนี้

1. ขั้นแรงกระตุ้น (Impulse) เกิดขึ้นในระหว่างที่ร่างกายของบุคคลอยู่ในภาวะที่ไม่สมดุล การกระทำที่แสดงออก จึงไม่เป็นเป้าหมาย หรือไม่มีทิศทางการกระทำ

2. ขั้นแลเห็น เข้าใจความหมาย (Perception) เป็นขั้นที่บุคคล เริ่มกำหนดสถานการณ์ และค้นหาวิธีการที่จะทำให้ตนเองบรรลุเป้าหมาย ความพึงพอใจ

3. ขั้นกระทำหรือจัดแจง (Manipulation) เกิดขึ้นหลังบุคคลตัดสินใจ และรับรู้ หรือเข้าใจในเป้าหมาย ในขั้นตอนที่ 2 แล้ว และลงมือกระทำพฤติกรรม

4. ขั้นสุดท้าย หรือขั้นสมบูรณ์ (Consumation) เกิดขึ้นเมื่อเป้าหมายของบุคคล ได้รับการตอบสนอง และบุคคลกลับคืนสู่สภาวะสมดุลอีกครั้งหนึ่ง

Herbert Blumer (1969) มีแนวคิด มีทรรศนะว่า มนุษย์จะมีการกระทำต่อสิ่งต่างๆ โดยอาศัยพื้นฐานของการตีความ ความหมายที่สิ่งต่างๆเหล่านั้นปรากฏผ่านการทำทำต่างๆเหล่านั้นออกมา ผ่านการกระทำระหว่างกันทางสังคม และลักษะการตีความสิ่งต่างๆของบุคคลนี้จะขึ้นอยู่กับความหมายที่บุคคลให้กับสิ่งนั้น ตามประสบการณ์ที่เค้าเคยได้รับมา และการตีความตามสัญลักษณ์ ที่บุคคลอื่นแสดงออกมา Blumer แบ่งสัญลักษณ์ออกเป็น 3 ประเภทคือ วัตถุทางกายภาพ (Physical Object) วัตถุทางสังคม (Social Object) และวัตถุทางนามธรรม (Abstract Object) Blumer เชื่อว่าบุคคลจะเรียรู้สัญลักษณ์นี้โดยการกระทำกันทางสังคมหลังจากนั้นจึงรับรู้ตัวตน ในลักษณะต่างๆก่อนนำมาตีความ เมื่อมีโอกาศเข้าร่วมสังคมกับผู้อื่นและแสดงอารมณ์ออกมา

Charles H. Cooley (Charles H. Cooley, n.d. อ้างอิงใน พัชรินทร์ สิรสุนทร, 2547, หน้า 55) เชื่อว่าบุคคลและสังคมเป็นสิ่งที่อยกออกจากกันได้ง่าย เพราะสังคมเป็นอินทรีย์ขนาดใหญ่ ซึ่งประกอบด้วย ส่วนย่อยคือ บุคคลที่เป็นสมาชิกในสังคม ที่มีลักษณะ และบุคลิกภาพที่แตกต่างกันไป และมีแนวคิดสร้างจริยธรรมและหลักเหตุผลของมนุษย์ว่า สังคมมีบทบาทสำคัญกับมนุษย์ และบุคคลสามารถเรียนรู้ความต้องการของสังคมได้ โดยการติดต่อสัมพันธ์กันกับบุคคลอื่นในสังคม รวมถึงการตีความหมายหรือคำพูดในการกระทำ ที่คนอื่นแสดงออกมา หรือกล่าวว่า

จริยธรรมของบุคคลเกิดจากการที่บุคคลเรียนรู้ข้อกำหนด กฎเกณฑ์ต่างๆทางสังคม ผ่านการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น นอกจากนี้ยังได้เสนอแนวคิด เกี่ยวกับประชาธิปไตย ในแง่ของความมั่นคงของประชาธิปไตย สื่อมวลชน ควรทำหน้าที่เป็นสื่อการ ในการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้แก่ประชาชน

การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) เป็นการกระทำระหว่างกันทางสังคม เป็นการกระทำระหว่างบุคคลในกลุ่มหรือกลุ่มต่อกลุ่ม มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องซึ่งกันและกันด้วยเจตนาและมีความหมายที่เข้าใจกัน นักสังคมวิทยาและนักมานุษยวิทยาพิจารณาการกระทำระหว่างกันทางสังคมของมนุษย์ในลักษณะที่เป็นการติดต่อสัมพันธ์กันอย่างมีสัญลักษณ์ Symbolic Interaction ได้แก่ ความสัมพันธ์กันในทางลายลักษณ์อักษร เช่น การเขียนจดหมายติดต่อถึงกันและกัน การกระทำทางสังคมจึงขึ้นอยู่กับการติดต่อสื่อสาร (Communication) โดยปกติกลุ่มคนหรือสังคมไม่ได้อยู่นิ่งเฉยกับที่ แต่จะมีการกระทำระหว่างกันทางสังคมอยู่ตลอดเวลา แม้แต่บุคคลที่อยู่ร่วมกันเพียง 2 คน การกระทำระหว่างกันทางสังคมเป็นพฤติกรรมที่มนุษย์กระทำเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ และเพื่อดิ้นรนไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการโดยมีการติดต่อกัน แต่ละคน แต่ละกลุ่มอาจมีความต้องการคุณค่าหรือสิ่งจูงใจเหมือนกันหรือต่างกัน การกระทำทางสังคม (พัทยา สายหู, 2544, หน้า 38-39) คือ การกระทำของเราต่อผู้อื่น และการกระทำของผู้อื่นต่อเรา เป็นการกระทำระหว่างกัน ไม่ใช่การกระทำที่ตนเองทำให้ตนเอง การกระทำต่อผู้อื่นนั้น ถ้าไม่ใช่การให้ก็เป็นการรับ แต่การจะทำอะไรให้กันนั้นต้องหวังได้ว่าจะต้องมีประโยชน์แก่ผู้กระทำได้ในที่สุดกระบวนการทางสังคมเกิดจากการกระทำระหว่างกันทางสังคม ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งมีแบบต่างๆ กันอาจเป็นไปในรูปของการขัดแย้ง การแข่งขัน การร่วมมือ ความเห็นพ้องต้องกันหรือการกลืนกลาย กระบวนการทางสังคมมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ต้องมีการติดต่อทางสังคม (Social Contact) คือ บุคคลนับตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมีความสัมพันธ์ติดต่อซึ่งกันและกัน

2. มีการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดระหว่างบุคคลที่ติดต่อโดยการใช้สัญลักษณ์ ซึ่งอาจเป็นภาษาเขียน ภาษาพูด หรือกิริยาท่าทางก็ได้

3. มีสิ่งเร้า (Stimulation) และมีการตอบสนอง (Response) จากลักษณะข้อ 1 และ 2 ทำให้เกิดพฤติกรรมตามมา

จากแนวคิดดังกล่าว กลไกสังคมนำมาใช้ในการพัฒนากลุ่ม องค์กรโดยการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมที่เริ่มจากการมีปฏิสัมพันธ์กัน การสร้างความสัมพันธ์กันของคน กลุ่ม หรือองค์กรในสังคม การมีการสื่อสารที่ดี เพราะการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเพิ่มพูนการยอมรับการ

เปลี่ยนแปลง เป็นสิ่งในการนำเสนอการเปลี่ยนแปลง และยังเป็นเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลง การเรียนรู้เป็นองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนา การเรียนรู้ทางสังคมจึงมีบทบาทสำคัญที่ทำให้เกิดในการขับเคลื่อนให้การดำเนินงานสำเร็จตามความต้องการของสมาชิกที่ร่วมกันกำหนดไว้ นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ที่เกิดจากพฤติกรรมของคนในกลุ่มที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับกลุ่ม กลุ่มกับองค์การ และคนกับองค์การ โดยการติดต่อสื่อสาร การทำกิจกรรมร่วมกัน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และมีความสัมพันธ์จะนำพากลุ่มไปสู่เป้าหมายและความต้องการของสมาชิกกลุ่มที่ดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

1. **ความหมายของการสื่อสาร**

การให้คำนิยามของคำว่า การสื่อสาร (Communication) มีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับเจตนาของผู้อธิบายว่าจะนำไปสู่แนวคิดใด Infante, Rancer and Womack (Dominic A. Infante, Andrew S. Rancer and Deanna F. Womack, 1990, pp. 6-7) ได้เสนอนิยามศัพท์จากหลากหลายบุคคล เช่น Stevens (1950) นิยามว่า การสื่อสารเป็นการตอบสนองอย่างหลากหลายแตกต่างกันของอินทรีย์ที่มีต่อสิ่งเร้าต่างๆ Cronkhite (1776) ระบุว่า การสื่อสารของมนุษย์เกิดขึ้นเมื่อมนุษย์ตอบสนองต่อสัญลักษณ์ต่างๆ Dance (1967) เสนอว่าเป็นการตอบสนองของบุคคลผ่านสัญลักษณ์ทางภาษา Miller (1966) กล่าวว่า การสื่อสารมีจุดสำคัญอยู่ที่สถานการณ์ของพฤติกรรมในการส่งสารจากแหล่งข้อมูลไปสู่ผู้รับด้วยเจตนาที่จะให้มีผลต่อพฤติกรรมของผู้รับสาร Gloria J. Galaes and John K. Brilhart (1997, p. 45) การสื่อสาร คือ กระบวนการสร้าง การส่ง การรับ และการอธิบายถึงสัญญาณ และการสื่อสาร คือ ความเข้าใจ การอธิบาย และการตอบโต้ของคนด้วยสัญญาณที่แสดงออกโดยคนอื่น

การสื่อสาร (จุฑาพรรธ์ (จามจุรี) ผดุงชีวิต, 2550, หน้า 34) หมายถึง กระบวนการซึ่งปัจเจกแต่ละบุคคลในบริบทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเครือญาติ องค์กร และสังคมชุมชนมีปฏิสัมพันธ์ตอบสนองและสร้างข้อมูลข่าวสารเพื่อที่จะปรับตนเองให้เข้ากับบริบทหรือสภาพแวดล้อมและผู้อื่นในสังคม และสุพานี สฤษฎ์วานิช (2549, หน้า 337) ให้ความหมายของการติดต่อสื่อสารว่าหมายถึง การเคลื่อนย้ายหรือส่งผ่านข่าวสาร ข้อมูล หรือความหมายบางอย่างของคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เพื่อให้เกิดความเข้าใจกัน หรือเพื่อวัตถุประสงค์บางอ่างตามที่ต้องการ การสื่อสารอาจสื่อกันโดยใช้ภาษาพูดหรือไม่ใช้ภาษาพูดก็ได้ สำหรับสงวน สุทธิเลิศอรุณ (2545, หน้า 219) ให้ความหมายว่า เป็นกระบวนการทางสังคมในการถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร อารมณ์ความรู้สึก และความต้องการจากผู้ส่งไปยังผู้รับโดยผ่านช่องทางในการรับ-ส่งข่าวสาร ดวงพร

คำนูณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2536, หน้า 19) การสื่อสารนอกจากจะหมายถึงการส่งต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารในสังคมแล้ว การสื่อสารยังเป็นกระบวนการที่ดำเนินไปอย่างมีขั้นตอน และมีความต่อเนื่อง นอกจากนี้ สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2546, หน้า 20) ให้ความหมายการสื่อสารว่า เป็นการติดต่อระหว่างบุคคลต่อบุคคล ระหว่างบุคคลต่อกลุ่มคน หรือกลุ่มต่อกลุ่มโดยมีสื่อ (Media) เข้าช่วย เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ เป็นต้น

การสื่อสารมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการ (Gloria J. Galaes and John K. Brilhart, 1997, pp. 45-49) ดังนี้ การสื่อสาร คือ สัญลักษณ์ (Symbolic) ซึ่งแสดงถึงข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบ มี 2 ประเภทหลัก คือ สัญญาณ (Sign) คือ สิ่งต่างๆ ตามธรรมชาติซึ่งเกี่ยวข้องติดต่อกันโดยอัตโนมัติว่าหมายถึงอะไร และสัญลักษณ์ (Symbolics) คือ สิ่งที่คนสร้างขึ้นเป็นสัญลักษณ์ การสื่อสาร คือ กระบวนการ ไม่ใช่สิ่งของ หรือสถานการณ์ (A Process, not a Thing or State) เป็นสัญญาณจากคน จากความรู้สึกหรือความคิด และกระบวนการที่สลับซับซ้อนมากที่สุด รวมถึงประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ความรู้สึก ความหมาย และประสบการณ์ทางวัฒนธรรมไม่เพียงแต่เป็นชื่อและท่าทาง ในกระบวนการคนมีประสบการณ์ ความเข้าใจหรือความรู้สึก และการแสดงความคิดเห็น ซึ่งประสบการณ์ที่ถูกใส่ลงไปไม่เพียงแต่ในคำพูดและหรือการแสดงออกซึ่งคนอื่นสามารถรู้และตอบสนองได้ การสื่อสาร คือ ส่วนบุคคล (Personal) เพราะการสื่อสารเป็นสัญลักษณ์ความหมายในตัวคน ไม่ใช่คำพูดของเขา คำพูดมีความหมายต่างกันตามบุคคล การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to Face Communication) คือ การสื่อสารระหว่าบุคคล (A Transactional Process) และการสื่อสารมนุษย์ (Human Communication) คือ ปรากฏการณ์ของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ถ้ามีการส่งแต่ไม่มีผู้รับก็ไม่มีการสื่อสาร การสื่อสารจึงหมายถึง การสร้างสาร ดังนั้นวิธีการปรับปรุงการสื่อสารที่ดีที่สุดคือ การปรับปรุงคุณภาพของสารที่เราส่ง

จูเลีย วูด (Julia T. Wood, 2004, pp. 9-11) นำเสนอทฤษฎีการสื่อสารไว้ 3 แบบ ได้แก่ ทฤษฎีจุดยืน ทฤษฎีการพูดคุยในชุมชน และทฤษฎีวัฒนธรรมองค์กร โดยเริ่มนิยามของการสื่อสารว่าเป็นกระบวนการเชิงระบบที่บุคคลปฏิสัมพันธ์กันด้วยสัญลักษณ์ หรือใช้ผ่านสัญลักษณ์ไปสู่การสร้าง การตีความ และการตีความเป็นความหมายต่างๆ Wood อธิบายว่า คุณค่าของการสื่อสารทำให้เกิดผลเชื่อมโยงไปถึงการรู้จักตนเอง อันเป็นผลกระทบส่วนบุคคลขยายเป็นผลกระทบระหว่างบุคคลทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดี นำไปสู่ผลกระทบทางวิชาชีพ ทำให้เกิดความสำเร็จในผลงานของตนและท้ายที่สุดนำไปสู่ผลกระทบต่อวัฒนธรรม ทำให้เกิดประชาธิปไตย การเป็นพลเมืองดีช่วยให้สังคมเป็นสังคมแบบหลากหลายวัฒนธรรม มีความเข้าใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรมของกันและกัน

โดยสรุป การสื่อสาร (Communication) หมายถึง กระบวนการในการที่บุคคล กลุ่มคน หรือองค์การมีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งเป็นกระบวนการในการถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยใช้เครื่องมือหรือสื่อในการส่งสาร ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายในสาร และเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่ง อันเป็นเครื่องชี้วัดว่า มีการสื่อสารเกิดขึ้นแล้วตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ ถ้ามีการส่งแต่ไม่มีผู้รับสารก็ไม่มีการสื่อสาร

2. องค์ประกอบการสื่อสาร

Frederick Williams (1992) นำเสนอคำอธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสารที่รวมทั้งการสื่อสารโดยคำพูดและท่าทาง อันเป็นการส่งความหมาย รับความหมาย และแปลความหมาย ในระบบสังคมรวมขยายไปถึงสื่อสารมวลชน ไม่ว่าจะเป็นภาษาหรือท่าทาง การส่งสารต้องมีความตั้งใจ การพัฒนาการสื่อสารในยุคปัจจุบันจะรวมทั้งการสื่อสารกับคน กับเครื่องจักรในรูปของเลขฐานสองอีกด้วย และองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญของการสื่อสาร (Dominic A. Infante, Andrew S. Rancer and Deanna F. Womack, 1990, pp. 7-8) ได้แก่ แหล่งที่มาหรือผู้ส่งสาร ตัวเนื้อความของสาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร สัญญาณต่างๆ ทั้งที่ช่วยและขัดขวางการสื่อความที่ดีและการตอบผลย้อนกลับ นอกจากนี้ เขายังได้เสนอรูปแบบของการสื่อสาร (Model of Communication) ของบุคคลต่างๆ ไว้ด้วย เช่น

Wibur Schramm (Wibur Schramm, 1954 as cited in Infante, Rancer and Womack, 1990, pp. 26-27) รูปแบบของการสื่อสารมีความคิดว่า การสื่อสารมีทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร รหัสเข้าและรหัสออก กระบวนการสื่อสารเน้นที่ไม่มีผู้ส่งหรือผู้รับตายตัว และใช้คำว่าผู้แปลสาร (Interpreter) แทนผู้รับหรือผู้ส่งสาร รูปแบบของการสื่อสารมีลักษณะต่อเนื่อง มีการส่งสารตอบกลับไป-มา การที่ผู้รับส่งตอบกลับไปนี้เรียกว่า เป็นการสะท้อนกลับของสาร (Feedback)

David K. Berlo (David K. Berlo, 1960 as cited in Infante, Rancer and Womack, 1990, pp. 27-28) ได้อธิบายว่า ในตัวผู้สื่อสารไม่ว่าจะเป็นผู้ส่งสารหรือผู้รับสารต่างมีทักษะในการสื่อสารของแต่ละคนที่ไม่เท่ากันหรือเหมือนกันต่างคนมีทัศนคติไม่ว่าเป็นเรื่องที่กำลังสื่อสารหรือต่อคู่สื่อสาร หรือแม้แต่ต่อตนเอง ต่างมีความรู้ มีบทบาทหน้าที่ในสังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารทั้งสิ้น และได้กำหนดองค์ประกอบการสื่อสารมี 6 ประการ คือ แหล่งสาร ผู้เข้ารหัส สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้ถอดรหัส และผู้รับสาร โดยที่แหล่งสารกับผู้เข้ารหัสอาจเป็นบุคคลคนเดียวกัน คือ ผู้ส่งสาร และผู้ถอดรหัสกับผู้รับสารอาจรวมเรียกว่า ผู้รับสาร

Bruce Westley and Malcolm Mclean (Westley and Mclean, 1957 as cited in Infante, Rancer and Womack, 1990, pp. 31-33) ได้ออกแบบกระบวนการสื่อสารออกเป็น การสื่อสาร

ระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) และการสื่อสาร มวลชน (Mass Communication) โดยแยกองค์ประกอบการสื่อสารเป็น 5 ประการ คือ ผู้ส่งสาร วัตถุ คน ความคิดหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น สารที่เกี่ยวข้องกับวัตถุ ความคิด หรือเหตุการณ์นั้นๆ ผู้รับสาร และปฏิกิริยาตอบกลับของผู้ส่งสาร

กาญจนา แก้วเทพ เธียรชัย อิศรเดช และสุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ (2549, หน้า 8) กำหนดองค์ประกอบการสื่อสารเป็นธาตุทั้ง 4 คือ ผู้ส่งสาร (Sender) เนื้อหา/สาร/ข้อมูล (Message) สื่อ/ช่องทาง (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) และผลที่เกิดขึ้น (Effect) สำหรับสุพานี สฤษฏ์วานิช (2549, หน้า 340-341) กำหนดองค์ประกอบที่สำคัญของการติดต่อสื่อสาร 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ส่ง (Source หรือ Sender) การสื่อสารจะเริ่มจากผู้ส่งที่จะต้องมีข้อมูลหรือความคิดบางสิ่งบางอย่างที่ต้องการจะสื่อให้กับอีกฝ่ายหนึ่งได้รับทราบ ข่าวสาร (Message) คือ สิ่งที่ต้องการส่ง โดยปกติผู้ส่งจะต้องแปลงสิ่งที่ต้องการส่งนี้ออกไปให้อยู่ในรูปแบบที่อีกฝ่ายจะเข้าใจได้ ซึ่งจะเรียกว่า การใส่รหัส (Encoding) ซึ่งเป็นการนำความคิดเรียบเรียงออกมาเป็นเนื้อหา (Content) และอาจมีอารมณ์ (Emotion) ประกอบด้วย การใส่รหัส (Encoding) คือ การเลือกวิธีการที่จะแปลงความคิดออกมาให้อีกฝ่ายหนึ่งเข้าใจ เช่น จากความคิดก็จะแปลงมาเป็นภาษาเขียน ภาษาพูด หรือภาษาสัญลักษณ์ต่างๆ การสื่อสารช่องทางในการติดต่อสื่อสาร (Channel) ช่องทางจะเป็นตัวกลางในการสื่อสาร ในการเลือกช่องทางที่จะสื่อสารนั้น อาจทำได้หลายวิธี เช่น ใช้การพูด แบบเผชิญหน้า ทางโทรศัพท์ การส่งบันทึกข้อความ ส่งจดหมาย รายงาน ส่ง e-mail ติดประกาศทั่วไป และเสียงตามสาย เป็นต้น การถอดรหัส (Decoding) เป็นการที่ผู้รับจะทำการตีความ แปลความ และทำความเข้าใจในข่าวสารข้อมูลที่ได้รับจากผู้ส่ง ผู้รับ (Receiver) คือ บุคคลหรือกลุ่มคนที่เป็นเป้าหมายที่ผู้ส่งต้องการส่งข้อมูลไปให้ และข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ผู้รับจะแสดงให้ผู้ส่งเห็นว่า การติดต่อสื่อสารนี้ประสบผลสำเร็จหรือไม่ โดยการส่งผ่านข้อมูลย้อนกลับไปให้ผู้ส่ง

จากความดังกล่าวสามารถแบ่งองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Sender) คือ บุคคลหรือแหล่งข้อมูลเริ่มต้นที่มาของข่าวสารซึ่งอาจจะเป็นบุคคลเพียงคนเดียวหรือหลายบุคคล หรือเป็นองค์การ ทำหน้าที่แปลสารให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อส่งไปยังผู้รับสาร

2. สาร (Message) คือ เนื้อหาสาระ หรือเรื่องราวที่ส่งออกไปเพื่อต้องการให้ผู้อื่นได้รับรู้โดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่งที่ผู้ส่งต้องการสื่อไปยังผู้รับสาร สารจะเป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้รับเกิดการรับรู้และมีปฏิกิริยาตอบสนอง อาจอยู่ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น คำพูด ข้อความ ท่าทาง การสัมผัส เป็นต้น

3. ช่องทางการสื่อสาร (Channel) คือ ตัวกลางที่ทำหน้าที่เป็นสื่อนำพาข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ข่าวสารจะต้องส่งผ่านไปตามช่องทางที่ทำให้ผู้ส่งสารติดต่อกับผู้รับสารโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 อัน ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น กายสัมผัส ส่วนสื่อที่เป็นช่องทาง ได้แก่ สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น แสง เสียง หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

4. ผู้รับสาร (Receiver) คือ บุคคลที่เป็นจุดหมายปลายทางของข่าวสารที่ส่งออกไป โดยผู้รับสารจะรับรู้ข่าวสารจากสื่อที่ส่งไปด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า

3. ช่องทางในการติดต่อสื่อสาร

ช่องทางหรือสื่อ (Channel or Media) คือ ตัวกลางหรือพาหนะที่จะนำสารไปยังผู้รับสาร ข่าวสารจะต้องส่งผ่านไปตามช่องทางที่ทำให้ผู้ส่งสารติดต่อกับผู้รับสารได้อันได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น กายสัมผัส ส่วนสื่อ ได้แก่ สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น แสง เสียง หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เทปวีดีทัศน์ เป็นต้น โดยทั่วไปผู้ส่งอาจใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารได้หลายช่องทาง (สุพานี สฤษฎ์วานิช, 2549, หน้า 342) ดังนี้

1. กลุ่มช่องทางการพูด (Oral) ประกอบด้วย การพูดแบบเผชิญหน้า (Face to Face Talk) การโทรศัพท์ (Telephone) เสียงตามสาย และวิทยุแบบ Walki talki

2. กลุ่มช่องทางที่ใช้การเขียน (Written) จะมีความเป็นทางการมากกว่าการพูด โดยจะประกอบด้วย การใช้บันทึก จดหมาย หรือรายงาน จะทำให้ส่งข่าวสารได้ละเอียดและชัดเจนกว่า และมีลายลักษณ์อักษรเป็นหลักฐานเก็บไว้ได้ การส่งไปรษณีย์อีเลคโทรนิค หรือ e-mail (Electronic Mail) เป็นช่องทางที่รวดเร็ว ทันสมัย และสามารถส่งผู้รับหลายคนพร้อมกันได้ สามารถโต้ตอบกันได้ และการติดประกาศทำให้คนจำนวนมากได้รับทราบข้อมูลเหล่านี้ได้พร้อมๆ กัน จะเป็นช่องทางที่ประหยัดในการสื่อกับคนหมู่มาก

3. กลุ่มของ Multimedia คือ การส่งโดยมีทั้งข้อความ เสียง และภาพปรากฏ จะเป็นกิจกรรมทางเทคโนโลยีที่มาเสริมการติดต่อสื่อสารให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เช่น การประชุมทางไกล (Teleconference หรือ Videoconference)

ศุภรัศมิ์ ฐิติกุลเจริญ (2543, หน้า 72-73) ช่องทาง หมายถึง ทางที่ทำให้ผู้ส่งสารกับผู้รับสารติดต่อกันได้ ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น และกาย ส่วนสื่อนั้นหมายถึง สื่อที่มีอยู่ตามธรรมชาติ ได้แก่ อากาศ แสง เสียง ตลอดจนอุปกรณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารถึงกัน และได้แบ่งสื่อที่มนุษย์ใช้ในการสื่อสารเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. สื่อธรรมชาติ ได้แก่ บรรยากาศที่อยู่รอบตัวมนุษย์อันมีอยู่ตามธรรมชาติ ทำหน้าที่เป็นทางติดต่อของการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้า

2. สื่อมนุษย์ ได้แก่ บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นสื่อนำสารไปสู่ผู้รับ เช่น คนนำสาร นักเล่านิทาน โฆษก พ่อสื่อ แม่สื่อ ตัวแทนการเจรจาปัญหาต่างๆ เป็นต้น

3. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ สื่อทุกชนิดที่อาศัยเทคนิคการพิมพ์ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ ใบปลิว แผ่นพับ วารสาร นิตยสาร ใบประกาศหรือใบแจ้งความ โปสเตอร์ ภาพ เป็นต้น

4. สื่ออิเล็กทรอนิค ได้แก่ สื่อที่พัฒนาขึ้นโดยใช้ระบบเครื่องกลไฟฟ้าเป็นหลัก เช่น วิทยุ โทรทัศน์ โทรพิมพ์ เทปเสียง วีดีโอเทป เครื่องฉายภาพ เครื่องฉายภาพยนตร์ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น

5. สื่อระคน ได้แก่ สื่อที่ทำหน้าที่นำสารได้ แต่ไม่อาจจัดไว้ใน 4 ประเภทข้างต้น หนังสือพิมพ์กำแพง วัตถุจารึก สื่อพื้นบ้าน เป็นต้น

นอกจากนี้ ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงาน บุคลากรภายนอก หรือองค์การภายนอก (สุพานี สฤษฏ์วานิช, 2549, หน้า 346) เช่น ลูกค้า ซัพลายเออร์ หรือกับสาธารณชนโดยทั่วไป องค์การกับหน่วยงานภายนอกสามารถติดต่อกันได้ในหลายลักษณะ ได้แก่ Press Release คือ การที่องค์การแจกข่าว หรือฝากข่าว ให้กับสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์องค์การ Press Conference เป็นลักษณะของการเชิญผู้สื่อข่าวมาฟังการแถลงข่าว และแจกข่าวให้ช่วยประชาสัมพันธ์ Public Relation เป็นการประชาสัมพันธ์องค์การผ่านสื่อต่างๆ ที่เหมาะสม Toll Free เป็นการกำหนดเบอร์โทรศัพท์ให้โทรสายตรงเข้ามาได้และไม่ต้องจ่ายค่าโทรหรือส่ง Internet มายังกิจการตามเบอร์ที่กำหนด Opinion Survey เป็นการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของบุคคลภายนอกองค์การ เช่น ลูกค้า เพื่อให้ทราบความคิดเห็นและทัศนคติในเรื่องสำคัญๆ เช่น คุณภาพของสินค้า หรือผลของการโฆษณา เป็นต้น และAdvertising การโฆษณาจะเป็นการสื่อข่าวสารข้อมูลที่ต้องการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเลือกใช้สื่อต่างๆ ที่เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนั้น

4. **ระดับของการสื่อสาร**

การสื่อสารสามารถจำแนกได้หลายลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

Julia T. Wood (2004, pp. 14-18) แบ่งระดับการสื่อสารออกเป็น ระดับภายในบุคคลอันเป็นการถามให้ตนเองตอบปัญหา หรือที่เรียกว่า การคิด นั่นเอง การสื่อสารในตนเองมุ่งเน้นในการสร้างคุณค่าแห่งตน การรู้จักตนเอง หรือจะเรียกง่ายๆ ว่า เป็นการพูดคุยกับตนเองก็ได้ เช่น เมื่อมีความรู้สึกไม่ค่อยดีก็พูดกับตนเองให้ความรู้สึกเชิงลบผ่อนคลายลง การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารระหว่างคน โดยสามัญสำนึกแล้วการสื่อสารทั้งหลายก็เป็นการสื่อสารระหว่างคน การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นปฏิสัมพันธ์กัน พูดคุยกันส่วนตัวอย่างเป็นกันเองแบบเพื่อน ระดับการสื่อสารระหว่างกลุ่มจำนวนคนในการรับและส่งสารไม่มากนัก หรือเป็นทีมในการทำงาน ระดับที่

สูงขึ้นไปอีกคือ การสื่อสารสาธารณะ ได้แก่ การพูดในที่ชุมชนต่างๆ มีคนฟังเป็นกลุ่มใหญ่ กว้างขวางกว่าในกลุ่มหรือทีมงานของตน ระดับการแสดงออกเป็นอีกระดับหนึ่งที่ใช้การปฏิบัติจริง การลงมือทำจริงเป็นการสื่อสารแทนคำพูด เป็นกระบวนการกลุ่มร่วมลงมือทำงานร่วมกัน รวมไปถึงการสร้างวัฒนธรรมในสังคม ระดับที่สูงขึ้นเป็นการใช้สื่อมวลชนและเทคโนโลยีต่างๆ เป็นเครื่องมือ ช่องทางในการสื่อสารอันได้แก่ การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารโดยทั่วไป และเมื่อเปลี่ยนจากระดับบุคคลไปเป็นองค์กรก็ถือว่าเป็นการสื่อสารระดับองค์กร ในสำนักงานต่างๆ ทั่วๆ ไปที่กว้างขวางมากที่สุดได้แก่ การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมต่างกันซึ่งมีความหมายรวมถึงระหว่างองค์กรที่มีวัฒนธรรมต่างกัน มุ่งหวังให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันจนทำให้โลกเป็นสังคมเดียวกัน

Frederick Williams (1992, pp. 151-166) ได้อธิบายถึงการสื่อสารระดับบุคคลว่า มีตั้งแต่การสื่อสารที่เป็นเรื่องเฉพาะบุคคลมีผลถึงบุคลิกภาพของบุคคล และการสื่อสารที่เป็นเรื่องไม่เฉพาะตัว ซึ่งบทบาทของบุคลิกภาพก็ไม่นำมาเกี่ยวข้องแต่อย่างใด นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชนต่างๆ ซึ่งต้องอาศัยลักษณะสำคัญ คือ การมีภาพเชิงบวกต่อตนเอง การมุ่งมั่นเชิงบวก การเปิดใจมีใจกว้าง การเห็นอกเห็นใจกัน และความสามารถในการโน้มน้าวผู้อื่น Frederick Williams (1992, pp. 169-186) การสื่อสารระหว่างกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่ กลุ่มเพื่อการเรียนรู้ กลุ่มสังคม กลุ่มอาศัยเพื่อร่วมกัน กลุ่มบูรณาการ กลุ่มพิธีกรรม หรือกลุ่มที่มาประชุมทั่วไปก็ต้องคำนึงถึงบทบาทของผู้นำ แรงจูงใจของกลุ่ม การระดมสมองหาทางออกที่ดี และผลต่อการปฏิบัติงาน การศึกษาระหว่างกลุ่มนี้ต้องศึกษาถึง ลักษณะผู้นำ กระบวนการปฏิสัมพันธ์ การวิเคราะห์เครือข่าย นำเสนอเป็นรูปแบบของเครือข่ายต่างๆ ส่วนการสื่อสารองค์กร (Frederick Williams, 1992, pp. 190-208) ต้องมีการศึกษาถึงบทบาทขององค์กร หลักเกณฑ์และกฎในการสื่อสาร หน้าที่ในการวางแผน หน้าที่ในการในการสั่งการ และจูงใจ หน้าที่ในการติดตามและควบคุม หน้าที่ในการฝึกอบรม หน้าที่ในการประเมินและนำการเปลี่ยนแปลง ซึ่งการสื่อสารนี้มีทั้งในรูปแบบดั้งเดิม คือ การพูดคุยพบปะกันไปจนถึงการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโครงสร้างขององค์กรว่าจะเป็นแบบลำดับชั้น แบบทางการหรือไม่เป็นทางการ การสื่อสารสาธารณะและสื่อสารมวลชน (Frederick Williams, 1992, p. 228) จะคำนึงถึงลักษณะสำคัญ 4 ประการคือ การสื่อสารแบบราคาถูก รวดเร็ว และกว้างขวาง การสื่อสารแบบแจ้งข่าวจากองค์กร การสื่อสารต่อคนหมู่มากหลากหลาย และการสื่อสารในบทบาทโครงสร้างรัฐหรือผลทางเศรษฐกิจ การสื่อสารระดับนี้นำมาทำเป็นธุรกิจได้ ซึ่งจะต้องให้มีกฎระเบียบ จรรยาบรรณ และมีหลักการในการควบคุม ดูแลกันเพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

Infante, Rancer and Womack ได้อธิบายถึงธรรมชาติของการสื่อสาร (Dominic A. Infante, Andrew S. Rancer and Deanna F. Womack, 1990, p. 7) ประกอบด้วย ความตั้งใจ เป็นพฤติกรรมที่วางแผนมาแล้ว มีกระบวนการปฏิสัมพันธ์แลกเปลี่ยนกันในบริบทที่แบ่งเป็นระดับ คือ ระดับระหว่างบุคคล 2 คน ระหว่างกลุ่มเล็กๆ สื่อสารในองค์กร สื่อสารสาธารณะ (พูดในที่ประชุมใหญ่) สื่อสารมวลชน และระหว่างวัฒนธรรม

กาญจนา แก้วเทพ เธียรชัย อิศรเดช และสุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ (2549, หน้า 14 -18) แบ่งระดับการสื่อสารเป็น 6 ระดับ ดังนี้

1. การสื่อสารภายในตนเอง การสื่อแบบนี้ ทั้งผู้ส่งและผู้รับสารก็คือ ตัวเราเอง ได้แก่ ตัวอย่างของการคิดในใจ การพูดกับตัวเอง การเขียนบันทึกประจำวัน การเขียนไดอารีออนไลน์ของเด็กวัยรุ่น ฯลฯ

2. การสื่อสารระหว่างกลุ่ม การสื่อสารแบบนี้ ผู้ส่งสารและผู้รับสารเริ่มแยกเป็นคนละคน แต่ก็ยังมีปริมาณน้อยแบบหนึ่งต่อหนึ่ง เมื่อผู้ส่งและผู้รับมีจำนวนน้อย การสื่อสารก็อาจจะควบคุมได้ง่าย

3. การสื่อสารภายในกลุ่ม การสื่อสารแบบนี้ปริมาณของทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารเริ่มจะมากขึ้น ทำให้การจัดการสื่อสารเริ่มควบคุมได้ยากขึ้น ดังนั้นจึงต้องมีกฎกติกามารยาทบางอย่าง

4. การสื่อสารภายในองค์กร เมื่อปรับเปลี่ยนจากการสื่อสารภายในกลุ่มมาเป็นการสื่อสารภายในองค์กรก็หมายความว่ามีปริมาณของกลุ่มเพิ่มมากขึ้น และแต่ละกลุ่มก็อาจจะมีการสื่อสารทั้งที่ขัดแย้งกันหรือหนุนช่วยกัน กฎระเบียบต่างๆ ก็อาจจะมีมากขึ้น

5. การสื่อสารสาธารณะ หมายถึง การสื่อสารที่กลุ่มผู้รับสารมีจำนวนมากที่เรียกว่า "สาธารณะ" การสื่อสารสาธารณะที่มีปริมาณผู้รับสารมากมายเช่นนี้ ผู้ส่งสาร/กลุ่มผู้ส่งสาร อาจจะต้องมีการเตรียมเลือกเนื้อหาและออกแบบสารอย่างรัดกุมมากขึ้น และกฎกติกามารยาทของการสื่อสารในที่สาธารณะก็ต้องมีมากขึ้น

6. การสื่อสารมวลชน มีลักษณะคล้ายกับการสื่อสารสาธารณะ แต่ในขณะที่การสื่อสารสาธารณะ ผู้ส่งและผู้รับยังเห็นหน้าเห็นตากันโดยตรง แต่การสื่อสารมวลชนนั้นเป็น การสื่อสารผ่าน "ตัวกลาง" และเนื่องจากจำนวนผู้รับสารมีปริมาณมากและเป็นการสื่อสารในที่สาธารณะจึงต้องมีกฎระเบียบต่างๆ มาควบคุมมากมาย

สำหรับ ศุภรัศมิ์ ฐิติกุลเจริญ (2543, หน้า 36-44). แบ่งระดับการสื่อสารออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

1. การสื่อสารภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication) หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในระบบประสาทและความนึกคิดของบุคคล ขอบเขตของการสื่อสารประเภทนี้คลุมไปถึงโครงสร้างความคิด การพัฒนาด้านสติปัญญา การรับรู้ การแปลข่าวสาร และกระบวนการทางจิตวิทยาอย่างอื่น โดยทั่วไปแล้วถือว่า Interpersonal Communication เป็นกระบวนการส่วนหนึ่งของโครงสร้างทางความคิด (Cognitive Structure) โดยการสรุปการสื่อสารภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication) จึงเป็นการสื่อสารของบุคคลเดียวและเป็น การสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลคนเดียว มีจำนวนเพียงคนเดียวที่กระทำหน้าที่ในการสื่อสาร คือ เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยมีระบบประสาทส่วนกลางของบุคคลควบคุมการสื่อสารและเป็นตัวทำให้การสื่อสารเกิดขึ้น

2. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หมายถึง กระบวนการของการติดต่อสื่อสาร หรือการแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบ (Reciprocal Interaction) ระหว่างบุคคลสองคน หรือมากกว่านั้นขึ้นไป อาจเป็นสามคน หรือกลุ่มย่อย แล้วแต่จำนวนคนที่เกี่ยวข้องในแต่ละสถานการณ์ การสื่อสารระดับระหว่างบุคคลนี้ มีองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสารครบถ้วน ซึ่งอาจจำแนกออกได้อย่างชัดเจนนับตั้งแต่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร ผล และปฏิกิริยาสนองตอบ (Feedback) โดยสรุปการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) นี้ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาทำการสื่อสารกันในลักษณะที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (Direct) และเป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (Person-to-Person) หรือเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเห็นหน้ากันและกันได้ในขณะที่ทำการสื่อสารกัน และสามารถสังเกตปฏิกิริยา ของฝ่ายตรงข้ามได้โดยตรงและทันที

3. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication or Public Communication) เป็นการสื่อสารประกอบด้วยคนจำนวนมากซึ่งมารวมอยู่ในที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน แต่เนื่องจากจำนวนของคนที่มาทำการสื่อสารกันนั้นมีจำนวนมากเกินไป จึงไม่เข้าลักษณะการสื่อสารระหว่างบุคคล เพราะการสื่อสารกลุ่มใหญ่โอกาสที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะแลกเปลี่ยนข่าวสารกันโดยตรงนั้นมีอยู่น้อย การสื่อสารประเภทนี้ ประกอบด้วยคนจำนวนมาก ผู้พูดหรือผู้ส่งสารกับผู้ฟังหรือผู้รับสารอยู่ห่างไกลจากกัน

4. การสื่อสารในองค์การ (Organizational Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ที่เป็นสมาชิกขององค์การหรือหน่วยงานที่เป็นทางการ ซึ่งจัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์ นโยบาย มีการจัดกา มีการแบ่งงานกันทำ เพื่อปฏิบัติภารกิจขององค์การหรือหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย

5. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) กิจกรรมด้านการสื่อสารในปัจจุบันเป็นกิจกรรมที่มีความสลับซับซ้อนมากและเกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก เนื่องจากสังคมในปัจจุบันเป็นสังคมที่มีขนาดใหญ่และมีความสลับซับซ้อนและมีความเป็นสังคมของข้อมูลข่าวสาร (Information Society) มากขึ้น การสื่อสารในสังคมปัจจุบัน จึงต้องอาศัยการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) และเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ เป็นสำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถทำการติดต่อสื่อสารกับคนจำนวนมากที่อยู่กระจัดกระจายกันตามที่ต่างๆ ได้

5. **ลักษณะของการสื่อสาร**

ลักษณะของการสื่อสารมีหลายรูปแบบ ดังนี้

5.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ และการสื่อสารแบบเป็นกันเอง การจะเลือกใช้การสื่อสารแบบไหนนั้นก็อาจจะต้องพิจารณาดูเป้าหมายของการสื่อสารในครั้งนั้น เช่น ถ้ามีการประชุมประจำปีของกลุ่มออมทรัพย์ ก็อาจจะเป็นทางการ แต่ถ้าเป็นการประชุมหมู่บ้านก็อาจจะเป็นกันเอง ถ้าเป็นรายการข่าวทางหอกระจายข่าวก็อาจจะเป็นทางการเล็กน้อย เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ เธียรชัย อิศรเดช และสุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์, 2549, หน้า 19)

5.2 การสื่อสารแบบพูดคุยบอกกล่าว และการสื่อสารแบบเป็นลายลักษณ์อักษรก็เช่นเดียวกันกับเรื่องเป็นทางการ คือการจะเลือกใช้การสื่อสารแบบใดนั้น คงต้องพิจารณาดูเป้าหมายและลักษณะของการสื่อสาร เช่น การประชุมประจำเดือนเพื่อแจ้งยอดเงินของกลุ่มออมทรัพย์นั้น ควรจะใช้การเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร เช่นเดียวกับการประกาศนัดพบวัน/เวลา/สถานที่ ควรมีป้ายประกาศของหมู่บ้าน แต่ถ้าเป็นการระดมความคิดเห็น ก็คงต้องใช้การพูดคุยสนทนากัน เวลาจะอ่านประกาศทางหอกระจายข่าวก็ควรจะเขียนบทสักหน่อย เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ เธียรชัย อิศรเดช และสุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์, 2549, หน้า 19)

5.3 การสื่อสารทางเดียวและการสื่อสารสองทาง การสื่อสารแบบทางเดียว (One-Way Communication) เป็นการสื่อสารที่เดินทางจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารแล้วไม่มีปฏิกิริยาย้อนกลับมาเลย สำหรับการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิกิริยาโต้ตอบ (Interactivity) กันอยู่ตลอดเวลาทั้งในลักษณะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ ลักษณะการสื่อสารแบบสองทางทำให้สถานะของผู้ส่งและผู้รับไม่ตายตัว แต่จะมีการผลัดเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลา (กาญจนา แก้วเทพ เธียรชัย อิศรเดช และสุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์, 2549, หน้า 10-14)

5.4 การสื่อสารขาเข้าและการสื่อสารขาออก เช่น ถ้าเราเป็นคณะกรรมการที่รับผิดชอบงานหอกระจายข่าวก็ต้องตรวจสอบว่า มีช่องทางของการรับการสื่อสารขาเข้า (เช่น อ่านหนังสือพิมพ์ ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ ฟังชาวบ้านคุยกันตามร้านกาแฟ ฯลฯ) ที่มีปริมาณมากพอหรือ

อย่างน้อยก็ได้รับความสมดุลกับการสื่อสารขาออก (เช่น การจัดรายการในหอกระจายข่าว) หรือไม่ (กาญจนา แก้วเทพ เธียรชัย อิศรเดช และสุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์, 2549, หน้า 18)

5.5 การติดต่อสื่อสารในแนวนอนและการติดต่อสื่อสารในแนวทแยง การสื่อสารในกลุ่มงานเดียวกัน หรือคนในระดับเดียวกัน จึงมีความเป็นมิตร เป็นกันเอง และรวดเร็ว ซึ่งจะช่วยลดเวลาการสื่อสารตามสายงาน ช่วยสร้างพันธมิตร และช่วยในการประสานงานให้ดีขึ้น การติดต่อสื่อสารในแนวทแยง มักเป็นการสื่อสารข้ามแผนกและข้ามระดับ โดยปกติมักจะเป็นการสื่อสารของฝ่ายให้คำแนะนำปรึกษากับฝ่ายปฏิบัติการ (สุพานี สฤษฏ์วานิช, 2549, หน้า 346)

5.6 การติดต่อสารสารแบบบนลงล่างและจากล่างขึ้นบน เป็นการสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นลักษณะของการสั่งงาน การบอกเป้าหมายวัตถุประสงค์ การมอบหมายงาน บุคลากรให้ข้อมูลย้อนกลับในการทำงาน รวมทั้งการประชุม การจัดทำวารสารภายใน และการเปิดเผยข้อมูลที่เรียกว่า Open Book Management และการติดต่อจากล่างขึ้นบนเป็นการสื่อสารจากพนักงานไปยังผู้บริหาร เช่น การขอคำแนะนำ การรายงานผลการปฏิบัติงานให้ผู้บริหารได้รับทราบ ซึ่งการสื่อสารจากล่างขึ้นบนนี้มักจะสั้น และไม่ค่อยเกิดขึ้น (สุพานี สฤษฏ์วานิช, 2549, หน้า 343)

6. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมีหลักการที่สำคัญ จุมพล รอดคำดี (2542, หน้า 22-23) กล่าวไว้ คือ การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง การเข้าถึงสื่อที่ให้บริการแก่ชุมชน สื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ตัวเองได้โดยไม่ขัดกับกฎหมาย การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การมีส่วนร่วมทุกระดับในระบบการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นเรื่องการวางแผน การสื่อสารภายในชุมชน การผลิต การจัดการการใช้สื่อต่างๆ ประชาชนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน และการจัดการด้วยตัวเอง (Self-Management) เช่น การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตัวเองตามวิถีทางกระบวนการประชาธิปไตย และการตัดสินใจนั้นประชาชนในชุมชนเริ่มคิดวางแผน กำหนดนโยบายการบริหารงาน และการลงมือผลิตสื่อด้วยตนเอง

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543, หน้า 54-55) ระบุถึงเป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับของชุมชนไว้ 7 ประการ ได้แก่

1. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมีเป้าหมายเพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง เช่น การนำเอาภูมิปัญญาของชาวบ้านมาเผยแพร่

2. เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม และเพื่อให้เห็นคุณค่าความคิดความเชื่อของเขา

3. เพื่อพิสูจน์ความเชื่อของชุมชนที่เคยคิดว่าตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ซับซ้อนได้ การเข้าร่วมฝึกฝนอบรมการผลิตสื่อจะพิสูจน์ให้ชาวบ้านเห็นว่าพวกเขาสามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้หากมีโอกาส

4. เพื่อสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้ชุมชนเพื่อเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืน มุมมองและทัศนะของตนเอง

5. เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึกถึงปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งวิธีการแก้ปัญหามาจากทัศนะของชุมชน

6. ผลจากการสื่อสารของชุมชนที่อาจจะเกิดจากการริเริ่มของบางส่วนเสี้ยวของชุมชนหรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่ง อาจช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับชุมชนหรือชุมชนอื่นๆ เพื่อร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

7. เนื่องจากเนื้อหาของการสื่อสารชุมชนนั้นจะเน้นเรื่องราวที่มีสาระประโยชน์ต่อชีวิตของชุมชนเอง ดังนั้นสื่อประเภทนี้จึงช่วยเพิ่มสัดส่วนของการสร้างสื่อที่มีสาระให้แก่ชุมชน

สำหรับ วาสนา จันทร์สว่าง (2550, หน้า 161-162) ได้กล่าวถึง การสื่อสารแบบมี ส่วนร่วมมีหลายระดับ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร-ผู้ใช้สาร ผู้ส่งสาร-ผู้แสดง และผู้วางแผน-ผู้กำหนดนโยบาย การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดได้ในทุกขั้นตอนของกระบวนการสื่อสารเพื่อความสำเร็จตามองค์ประกอบหลัก คือ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร โดยมีเป้าหมายของการมีส่วนร่วม คือ เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเห็นคุณค่า สร้างความมั่นใจและความเชื่อมั่น เพื่อให้มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารได้ เพื่อสร้างทักษะในการผลิตสื่อและใช้สื่อ และเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการคิด วิเคราะห์ ตัดสินใจ วางแผน ดำเนินการ และประเมินผลในการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบของการสื่อสาร โดย กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543, หน้า 55) คือ เป้าหมายของการสื่อสารได้กำหนดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับใด ลักษณะสองทางและ Interactivity ของการสื่อสาร ใครคือผู้ส่งสารในชุมชนเอง ประเภทของเนื้อหาสารเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวพันกับสภาพความเป็นจริงของชุมชน ประเภทของช่องทาง/สื่อ โดยหลักการทั่วไปแล้วสื่อขนาดเล็ก เช่นสื่อเฉพาะกิจจะเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมได้มากกว่าสื่อมวลชน ผู้รับสารและการมีปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะเชื่อว่าผู้รับสารนั้นมิใช่ผู้ที่ว่างเปล่าและไม่รู้อะไรเลยเกี่ยวกับเนื้อหาสารที่จะสื่อไป หากแต่ความรู้ที่ผู้รับสารมีนั้น อาจจะเป็นความรู้คนละชุดที่แตกต่างจากที่ผู้ส่งคาดคิดเอาไว้ และ

วิธีการรับสารของประชาชนเป็นไปอย่าง Active และประชาชนผู้รับสารมักจะมีปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) ทั้งแบบที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ

ความสามารถในการสื่อสารที่บรรลุเป้าหมายประกอบด้วย 3 ด้าน (Spitzberg and Cupach, 1984) คือ ความรู้ (Knowledge) ผู้สื่อสารที่มีความสามารถควรมีความรู้ในด้านการพูด รู้จักคู่สื่อสาร และสถานการณ์การสื่อสาร ผู้สื่อสารแต่ละคนเรียนรู้สิ่งที่ควรจะพูดหรือกระทำผ่านประสบการณ์ทางสังคมทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ แรงจูงใจ (Motivation) เป็นแรงขับทางอารมณ์ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการกระทำ แรงจูงใจทางบวกจะทำให้ผู้สื่อสารพยายามสื่อสารอย่างมีความสามารถ ส่วนแรงจูงใจทางลบที่นำมาซึ่งความวิตกกังวล ความวิตก จะทำให้บุคคลหลีกหนีการสื่อสาร และทักษะ (Skills) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นซ้ำๆ ทักษะจึงเหมือนกับตัวชี้วัดที่แสดงความสามารถในการสื่อสาร

นอกจากนี้ แนวคิดใหม่ของการสื่อสารเพื่อพัฒนามีคุณลักษณะ (กาญจนา แก้วเทพ, 2548, หน้า 44-51) ดังนี้

1. การเปลี่ยนจากการสื่อสารเชิงการถ่ายทอด ที่มีเป้าหมายเพื่อการโน้มน้าว มีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว เป็นการสื่อสารเชิงพิธีกรรมที่มีเป้าหมายเพื่อการสร้างความเข้าใจ สร้างความหมาย สร้างอารมณ์ความรู้สึกร่วมกัน เป็นการสื่อสารแบบสองทาง และไม่มีใครผูกขาดเป็นผู้รับ/ผู้ส่งอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารนี้จึงเกิดรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบใหม่ๆ เช่น การจัดเวทีสัมมนา (Dialogue) การจัดประชุมกลุ่ม (Forum) การทำประชาพิจารณ์ (Public Hearing) การจัดเวทีประชาคม การทัศนศึกษา/ดูงาน ฯลฯ

2. การเปลี่ยนทิศทางของการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบเดิมนั้นจะเน้นทิศทางจากบนลงล่าง (Top-Down Flow) ที่สอดคล้องกับทิศทางของการพัฒนา คือ จากเจ้าหน้าที่สู่ประชาชน แต่ในกระบวนทัศน์การสื่อสารเพื่อการพัฒนา คือ จากเจ้าหน้าที่สู่ประชาชน แต่ในกระบวนทัศน์การสื่อสารเพื่อพัฒนาแบบใหม่จะเป็นการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน (Bottom-Up Flow) ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นกรณีตัวอย่างมากมายที่เจ้าหน้าที่รัฐต้องไปเรียนรู้จากชุมชน

3. การเปลี่ยนแกนของการสื่อสาร ในกระบวนทัศน์เดิมการสื่อสารจะมีลักษณะเป็นแนวดิ่ง (Vertical) คือ เป็นการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับประชาชน โดยที่ในหมู่ประชาชนนั้นจะมีการติดต่อสื่อสารกันเองน้อยมาก แต่ในกระบวนทัศน์แบบใหม่นี้ จะเน้นแกนการติดต่อสื่อสารระหว่างประชาชนด้วยกัน (Horizontal) ดังนั้น เมื่อใดที่หมู่บ้านใดที่ทำงานประสบความสำเร็จ จะมีการแลกเปลี่ยนดูงานกันในระหว่างหมู่ประชาชน

4. การเปลี่ยนแปลงการสื่อสารจากศูนย์กลางสู่การสื่อสารแบบเครือข่าย การสื่อสารแบบเดิมจะเน้นการวางแผนจากส่วนกลาง เช่น การวางแผนรณรงค์จะเริ่มจากกระทรวง ทบวง กรม ต่างๆ แล้วถ่ายทอดไปสู่ท้องถิ่น ในเรื่องการผลิตสื่อก็เช่นเดียวกัน แต่ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบใหม่นี้จะไม่มีใครเป็นศูนย์กลาง ทุกหน่วยทุกกลุ่มของการพัฒนาจะเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผู้ผลิตสื่อและผู้ใช้สื่อจะมีลักษณะเป็นเครือข่ายการสื่อสารที่มีรูปแบบการกระจายตัวอยู่ทั่วไป

5. การเปลี่ยนทัศนะใหม่ต่อผู้รับสาร การพัฒนาแบบเดิมจะมองเห็นว่าประชาชนนั้นว่างเปล่าและต้องถ่ายทอดความเข้าใจเรื่องการพัฒนาลงไปให้ได้ ซึ่งก็สอดรับกับทัศนะด้าน การสื่อสารที่ต้องถ่ายทอดความรู้จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร เนื่องจากผู้รับสารนั้นถูกมองว่าเป็นเพียง "ผู้คอยรองรับสาร" (Passive) แต่ในแบบใหม่นั้น ในด้านการพัฒนาก็เชื่อว่ามีภูมิปัญญาบางอย่างดำรงอยู่ในหมู่ประชาชนเช่นเดียวกับเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่เชื่อว่าประชาชน/ผู้รับสารนั้น active ดังนั้นผู้รับสารไม่เพียงแค่จะ "เปิดรับ" สารเท่านั้น หากแต่ยังมีการตรวจสอบ การเลือกใช้ รวมทั้งการแสวงหาข่าวสารอีกด้วย (Information Seeker)

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้

1. **ความหมายของการเรียนรู้**

ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ในชุมชนต้องมีการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบและสามารถที่จะนำความรู้ที่มีอยู่นั้นมาสร้างให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ได้ มีผู้รู้หลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่าความรู้ ดังนี้

Thomas H. Davenport and Laurence Prusak (นิทัศน์ วิเทศ, 2547, หน้า 8) ให้ความหมายของคำว่า "ความรู้" (Knowledge) คือ กรอบของการประสมประสานระหว่างประสบการณ์ ความรอบรู้ในบริบท และความรู้แจ้งอย่างชำชอง เป็นการประสมประสานที่ให้กรอบสำหรับการประเมินค่า และการนำเอาประสบการณ์กับสารสนเทศใหม่ๆ มาผสมรวมเข้าด้วยกัน มันเกิดขึ้นและถูกนำไปประยุกต์ในใจของคนที่รู้ในแง่ขององค์กรนั้น ความรู้มักจะสั่งสมอยู่ในรูปของเอกสารหรือแฟ้มเก็บเอกสารต่างๆ รวมถึงการสั่งสมอยู่ในการทำงาน กระบวนการการปฏิบัติงาน และบรรทัดฐานขององค์กร Ron Sanchez (2001, pp. 5 - 6) ให้ความหมายว่า ความรู้ คือ สิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจของ แต่ละคน และหมายถึงความรู้ขององค์กรที่เกิดขึ้นเมื่อคนแต่ละคนแบ่งปันชุดความเชื่อของความสัมพันธ์ของเหตุที่เกิดขึ้น ที่สามารถให้คนในองค์กรทำงานบางสิ่งบางอย่างด้วยกัน

การเรียนรู้ของชุมชนในมิติของการพัฒนาสังคม (พัชรินทร์ สิรสุนทร, 2547, หน้า 140) หมายถึง กระบวนการที่ทำให้บุคคลสามารถจัดระบบความคิด วิเคราะห์ ตั้งคำถาม แสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาต่างๆ จนสามารถนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองและชุมชนได้ แบบยั่งยืน การเรียนรู้จึงเป็นหัวใจของการพัฒนาที่วางอยู่บนพื้นฐานของการประยุกต์ใช้กลไกทางสังคม วัฒนธรรม เพื่อการสร้างสรรค์ความเข้มแข็งของสถาบันทางสังคม ซึ่งได้แก่ ชุมชน และสังคมองค์กรทางสังคมต่างๆ ดังนั้น การเรียนรู้จึงครอบคลุมไปถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเกิดจากประสบการณ์ส่วนบุคคลที่เกิดจากกระบวนการ ทั้งที่เป็นทางการตามระบบของโรงเรียน และเกิดขึ้นในวิถีชีวิต

การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลอย่างค่อนข้างถาวร อันเป็นผลมาจากการฝึกฝนหรือการมีประสบการณ์ซึ่งการเรียนรู้ทางสังคมเป็นการเรียนรู้จากทฤษฎีคนอื่น โดยการเรียนรู้จากการสังเกตที่คนอื่นกระทำ หรือจากการบอกเล่าหรือถ่ายทอดประสบการณ์บางอย่างให้ทราบ โดยการเรียนรู้อาจเป็นการเรียนรู้จากการสังเกตพฤติกรรมของคนอื่นและผลที่เกิดขึ้น เรียนรู้จากการถ่ายทอดประสบการณ์บางอย่างจากบุคคลอื่นที่ได้รับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การสอนงานเป็นพี่เลี้ยงหรือตัวแบบเพื่อให้คำแนะนำแก่คนที่ต้องการพัฒนา การจัดอบรมสัมมนาเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่ผู้เข้าอบรมอยู่บนรากฐานที่เป็นกระบวนการที่สร้างความสนใจให้เกิดขึ้นได้ และมุ่งเน้นให้ผู้ที่ได้รับข้อมูลนั้นจำอยู่ได้นาน

2. ประเภทของความรู้

ประเภทของความรู้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท (Ron Sanchez, 2001, pp. 21-22; พรธิดา วิเชียรปัญญา, 2547, หน้า 22; Michael Polanyi and Ikujiro Nonaka, n.d.) ดังนี้

2.1 ความรู้ที่มองเห็นไม่ชัดเจน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้อย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นทักษะหรือความรู้เฉพาะตัวของแต่ละบุคคลที่มาจากประสบการณ์ ความเชื่อหรือความคิดสร้างสรรค์ การปฏิบัติงาน เช่น การถ่ายทอดความรู้ ความคิด ผ่านการสังเกต การสนทนา การฝึกอบรม ความรู้ประเภทนี้เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้งานประสบความสำเร็จเนื่องจากความรู้ประเภทนี้ เกิดจากประสบการณ์ และการนำมาเล่าสู่กันฟัง

2.2 ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่มีการบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร และใช้ร่วมกันในรูปแบบต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ เอกสารขององค์การ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ อินทราเน็ต ความรู้ประเภทนี้เป็นความรู้ที่แสดงออกมาโดยใช้ระบบสัญลักษณ์จึงสามารถสื่อสารและเผยแพร่ได้อย่างสะดวก

3. **กระบวนการเรียนรู้**

Peter Drucker (Peter Drucker, 1994 as cited in Fullan Michael, 1994, p.135) ชี้ว่า ปัจจุบันเรื่องการศึกษา ความรู้ และการเรียนรู้ถือเป็นเรื่องสำคัญ เขากล่าวว่า "ศูนย์กลางของการพัฒนาเคลื่อนมาอยู่ที่ผู้ทำงานแบบใช้ความรู้" สถานประกอบการทุกรูปแบบกลายเป็นสถาบันการเรียนรู้และสถาบันการสอนทุกแห่ง ดังนั้นการเรียนรู้จึงต้องนำไปสู่ยุทธศาสตร์และวิธีการปฏิบัติทั้งในด้านการคิดและการลงมือทำ ที่สามารถนำไปใช้ในอนาคตที่มีองค์ประกอบไม่แน่นอนตายตัว ไม่มีสูตรสำเร็จให้ใช้ได้ กระบวนการหาคำตอบจากตัวแปรหลากหลายและการออกแบบการทำที่จะนำไปสู่ความดีความงามต่างๆ จึงจำเป็นจะต้องเกิดขึ้นในตัวผู้เรียน (โกวิท ประวาลพฤกษ์, 2548, หน้า 60-61) วิธีการเรียน วิธีการคิด วิธีการเรียนรู้ กระบวนการทำงานที่นำสู่ผลที่ดี จึงเป็นเรื่องจำเป็นที่ต้องปลูกฝังไว้ในตัวผู้เรียน ให้เกิดเป็นนิสัยในการปฏิบัติมากกว่าที่จะเรียนเพื่อรู้แล้วไม่สามารถนำไปใช้ในชีวิตจริงได้เลย การเรียนรู้ที่ดีมีพลังสูงจึงเป็นการเรียนรู้ที่เริ่มต้นจากตัวผู้เรียนเอง การเรียนรู้ที่เน้นในด้านการสร้างความรู้ของผู้เรียน ผู้เรียนได้รับการถ่ายทอดให้ได้กระบวนวิธีในการสร้างความรู้ได้ด้วยตนเอง จากความรู้เดิมที่มีอยู่มารวมกับสิ่งที่พบเห็นใหม่ๆ นำมาเสริมแต่งปรุงแต่งเพิ่มเติมให้ความรู้เดิมใช้ได้ ครอบคลุมรวมกับสิ่งใหม่ๆ อธิบายสิ่งใหม่ๆ ที่พบเห็นได้ครบถ้วนตามธรรมชาติ เพื่อให้มนุษย์เข้าใจธรรมชาติ รู้เท่าทันธรรมชาติ รู้ความจริงแท้ รักความสวยงาม รักความดี เพื่อให้มนุษย์อยู่กับโลกอย่างเป็นหนึ่งเดียว พัฒนาโลกให้ยืนยาว ทำให้มนุษย์เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ เป็นส่วนหนึ่งของความจริงแท้ในโลกอย่างกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียว การพัฒนามนุษย์จึงต้องเริ่มต้นจากมนุษย์เป็นใหญ่ เป็นตัวของตนเอง จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของโลกอย่างเป็นหนึ่งเดียว ไม่มีตัวตน ไม่แยกส่วนออกมาจากโลกอีกต่อไป

4. **ทฤษฎีการเรียนรู้**

Bruner เชื่อว่ามนุษย์เลือกที่จะรับรู้สิ่งที่ตนเองสนใจและการเรียนรู้เกิดจากกระบวนการค้นพบด้วยตนเอง (Discovery Learning) ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของมนุษย์ตามแนวคิดของบรุนเนอร์แบ่งได้เป็น 3 ขั้น (Bruner, 1963, p. 154) คือ

4.1 ขั้นการเรียนรู้จากการกระทำ (Enactive Stage) คือ ขั้นของการเรียนรู้จากการใช้ประสาทสัมผัสรับรู้สิ่งต่างๆ การลงมือกระทำช่วยให้เด็กเกิดการเรียนรู้ได้ดี การเรียนรู้เกิดจากการกระทำ

4.2 ขั้นการเรียนรู้จากความคิด (Icnoic Stage) เป็นขั้นที่เด็กสามารถสร้างมโนภาพในใจได้ และสามารถเรียนรู้จากภาพแทนของจริงได้

4.3 ขั้นการเรียนรู้จากสัญลักษณ์และนามธรรม (Symbolic Stage) เป็นขั้นการเรียนรู้สิ่งที่ซับซ้อนและเป็นนามธรรมได้

ทฤษฎีพัฒนาการทางเชาวน์ปัญญาของเพียเจต์และของวีก็อทสกี้เป็นรากฐานที่สำคัญของทฤษฎีการสร้างความรู้ด้วยตนเอง (Constructivism) เพียเจต์ อธิบายว่า พัฒนาการทางเชาวน์ปัญญาของบุคคลมีการปรับตัวผ่านทางกระบวนการซึมซับหรือดูดซึม (Assimilation) และกระบวนการปรับโครงสร้างทางปัญญา (Accommodation) พัฒนาการเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรับและซึมซับข้อมูลหรือประสบการณ์ใหม่เข้าไปสัมพันธ์กับความรู้หรือโครงสร้างทางปัญญาที่มีอยู่เดิม หากไม่สามารถสัมพันธ์กันได้จะเกิดภาวะไม่สมดุลขึ้น (Disequilibrium) บุคคลจะพยายามปรับสภาวะให้อยู่ในภาวะโดยใช้กระบวนการปรับโครงสร้างทางปัญญา เพียเจต์เชื่อว่า (Piaget, 1972, pp. 1-12) คนทุกคนจะมีการพัฒนาเชาวน์ปัญญาไปตามลำดับขั้น จากการมีปฏิสัมพันธ์และประสบการณ์กับสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ และประสบการณ์ที่เกี่ยวกับการคิดเชิงตรรกะและคณิตศาสตร์ รวมทั้งการถ่ายทอดความรู้ทางสังคม (Social Transmission) วุฒิภาวะ (Maturity) และกระบวนการพัฒนาความสมดุล (Equilibration) ของบุคคลนั้น และโจแนสเซน (Jonassen, 1992, pp.138-139) ให้ความสำคัญกับกระบวนการและวิธีการของบุคคลในการสร้างความรู้ความเข้าใจจากประสบการณ์ โครงสร้างทางปัญญา และมีความเชื่อว่าคนทุกคนมีโลกของตัวเองซึ่งเป็นโลกที่สร้างขึ้นด้วยความคิดของตน ทฤษฎีการเรียนรู้กลุ่มนี้ถือว่า สมองเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดที่เราสามารถใช้ในการแปลความหมายของปรากฏการณ์ เหตุการณ์ และสิ่งต่างๆ ในโลกนี้

ทฤษฎีการสร้างปัญญา (Theory of Intelligence Creation) (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2542, หน้า 157-161) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญญา ประกอบด้วย

1. การคบหากับผู้มีปัญญา การสร้างปัญญาต้องเริ่มต้นด้วยการแสวงหาผู้มีปัญญา

2. การศึกษาคำสอนของผู้มีปัญญา โดยการฟังจากวิทยุ ดูโทรทัศน์ หรือศึกษาจากตำราของผู้มีปัญญา การศึกษาที่ทำให้เกิดปัญญานั้นไม่ใช่เป็นเพียงการได้ยิน แต่ต้องเป็นการฟัง เพราะการฟังทำให้เกิดการเรียนรู้ นั่นคือ มีความตั้งใจ เอาใจใส่ ให้รู้ความหมาย องค์ประกอบ และจากการใช้ประโยชน์จากคำสอนของท่านเหล่านั้น แล้วจดจำไปใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหาต่อไป

3. การพิจารณาใคร่ครวญด้วยตนเอง เป็นการอาศัยศักยภาพ หรือความสามารถที่มีอยู่ในตน ทางศาสนธรรมเรียกว่า โยนิโสมนสิกา ซึ่งแปลว่า คิดอย่างแยบคาย คือ ต้องคิด

4. การลงมือปฏิบัติ ปัจจัยทั้ง 3 ที่กล่าวมานั้นช่วยให้เกิดปัญญาได้ การลงมือปฏิบัติเรื่องใดๆ อย่างมีสติ รู้ตัว ตั้งใจทำ ทำด้วยความประณีต แนบเนียน สังเกต และศึกษาผลที่เกิดจากการกระทำก็จะรู้ว่าถูกหรือผิด ควรเพิ่มหรือลด แก้ไขสิ่งใด ปัญญาจากประสบการณ์เป็นปัญญาขั้นสูง

Gagné and Briggs (1974, pp. 121-136) ได้จัดประเภทของการเรียนรู้ เป็นลำดับขั้นจากง่ายไปหายากไว้ 8 ประเภท การเรียนรู้สัญญาณ (Signal-Learning) การเรียนรู้สิ่งเร้า-การตอบสนอง (Stimulus-Response Learning) การเรียนรู้การเชื่อมโยงแบบต่อเนื่อง (Chaining) การเชื่อมโยงทางภาษา (Verbal Association) การเรียนรู้ความแตกต่าง (Discrimination Learning) การเรียนรู้ความคิดรวบยอด (Concept Learning) การเรียนรู้กฎ (Rule Learning) และการเรียนรู้การแก้ปัญหา (Problem Solving)

การเรียนรู้แบบร่วมมือ การเรียนรู้จะเป็นแบบร่วมมือได้ ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญครบ 5 ประการ (Johnson and Johnson, 1994, pp. 31-37) คือ การพึ่งพาและเกื้อกูลกัน (Positive Interdependence) กลุ่มการเรียนแบบร่วมมือจะต้องมีความตระหนักว่า สมาชิกกลุ่มทุกคนมีความสำคัญ และความสำเร็จของกลุ่มขึ้นกับสมาชิกทุกคนในกลุ่ม ในขณะเดียวกันสมาชิกแต่ละคนจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อกลุ่มประสบความสำเร็จ ความสำเร็จของบุคคลและของกลุ่มขึ้นอยู่กับกันและกัน ดังนั้นแต่ละคนต้องรับผิดชอบในบทบาทหน้าที่ของตนและในขณะเดียวกันก็ช่วยเหลือสมาชิกคนอื่นๆ ด้วย การปรึกษาหารือกันอย่างใกล้ชิด (Face-to-Face Promotive Interaction) การที่สมาชิกในกลุ่มมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันจะช่วยให้กลุ่มบรรลุเป้าหมาย สมาชิกกลุ่มจะห่วงใย ไว้วางใจ ส่งเสริม และช่วยเหลือกันและกันในการทำงานต่างๆ ร่วมกัน ส่งผลให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน ความรับผิดชอบที่ตรวจสอบได้ของสมาชิกแต่ละคน (Individual Accountability) สมาชิกในกลุ่มทุกคนจะต้องมีหน้าที่รับผิดชอบ และพยายามทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ ดังนั้นกลุ่มจำเป็นต้องมีระบบการตรวจสอบผลงานทั้งที่เป็นรายบุคคลและเป็นกลุ่ม การใช้ทักษะการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการทำงานกลุ่มย่อย (Interpersonal and Small - Group Skills) การเรียนรู้แบบร่วมมือจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยทักษะที่สำคัญๆ หลายประการ เช่น ทักษะทางสังคม การปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การทำงานกลุ่ม การสื่อสาร และการแก้ปัญหาขัดแย้ง และการวิเคราะห์กระบวนการกลุ่ม (Group Processing) กลุ่มจะต้องมีการวิเคราะห์กระบวนการทำงานของกลุ่มเพื่อช่วยให้กลุ่มเกิดการเรียนรู้และปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) Albert Bandura ให้ความสำคัญต่อการรู้คิด (Cognitive) และมีความเชื่อว่า โดยส่วนมากมนุษย์เรียนรู้โดยการสังเกตตัวแบบหรือการเลียนแบบ เนื่องจากมนุษย์มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนและสิ่งแวดล้อมในสังคม ซึ่งทั้งผู้เรียนและสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อกัน และ ทฤษฎีการเรียนรู้ด้วยการรู้คิดทางสังคม (Social Cognitive Learning) โดยมีขั้นตอนการเรียนรู้โดยการเลียนแบบ คือ ความใส่ใจ (Attention) การ

เรียนรู้ในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีความสนใจและเอาใจใส่ต่อตัวแบบและกิจกรรมของ ตัวแบบ กระบวนการจำ (Retention) ผู้สังเกตต้องบันทึกสิ่งที่สังเกต กิจกรรมหรือข้อมูลข่าวสารได้ ทั้งนี้เพื่อการนำกลับคืนมาอธิบายการกระทำด้วยการสร้างภาพในใจหรือด้วยคำพูด กระบวนการเลียนแบบ (Reproduction) คือ การนำสิ่งบันทึกไว้ในความจำมาเป็นสิ่งชี้นำในการเลียนแบบตามตัวแบบ พฤติกรรมที่แสดงออกไม่ใช่การลอกแบบอย่างตรงไปตรงมาแต่เป็นการเลียนแบบที่มีความรู้ความเข้าใจ กระบวนการจูงใจ (Motivation) การจูงใจเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการเลียนแบบ ผู้สังเกตจะเลียนแบบพฤติกรรมที่ให้ผลดีกับเขา เช่น ได้รับแรงเสริม รางวัล หรือคำชมเชย การจูงใจและการเสริมแรงจะมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้มาก บันดูราได้แบ่งการเสริมแรงออกเป็น 3 ลักษณะ คือ การเสริมแรงโดยตรง การเสริมแรงที่ได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น และการเสริมแรงตนเอง ซึ่งเป็น การเสริมแรงที่สำคัญ การเสริมแรงในลักษณะนี้ คือ การสร้างความสำเร็จให้กับตนเองเพื่อใช้เป็นแรงจูงใจในการทำพฤติกรรมต่างๆ

5. ลักษณะของการเรียนรู้

ความสามารถของคนในการอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคมได้อย่างกลมกลืน และมีความสุข และในขณะเดียวกันก็สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นในสังคม เพื่อให้บรรลุในวัตถุประสงค์ที่เราต้องการเป็นเรื่องของความฉลาดทางสังคม Goleman (2006, p. 84) ได้แบ่งความฉลาดทางสังคมออกเป็นสองประเด็นใหญ่ๆ คือ ความสามารถในการรับรู้เกี่ยวกับผู้อื่นในสังคม (Social Awareness)หรือ ซึ่งในส่วนนี้รวมถึงการรับรู้ทางอารมณ์ ความรู้สึก ความเข้าใจในสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนั้น และปฏิสัมพันธ์ที่แสดงกับผู้อื่นในสังคม (Social Facility) เป็นสิ่งที่ต่อเนื่องจากความสามารถในการรับรู้เกี่ยวกับผู้อื่นในสังคม เมื่อรับรู้เกี่ยวกับบุคคลและสังคมรอบข้างก็ต้องมีความต่อเนื่อง มีปฏิสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิผล เพื่อให้เราสามารถอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข

Albert Bandura (Albert Bandura, 1977 อ้างถึงใน Berk, 2003, pp. 19-20) กล่าวว่า การที่มนุษย์มีวิถีหรือแนวทางปฏิบัติหรือพฤติกรรมทางสังคมในรูปแบบต่างๆ ไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวมาตามธรรมชาติ แต่มนุษย์ต้องมีการเรียนรู้สิ่งเหล่านั้นด้วยตนเอง การเรียนรู้ของมนุษย์เกิดขึ้นได้ 2 ลักษณะ คือ

1. การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง หมายถึง การที่มนุษย์นั้นได้มีโอกาสประสบกับเหตุการณ์ที่นำไปสู่การกระทำนั้น ในฐานะของผู้กระทำหรือผู้ถูกกระทำด้วยตนเอง ซึ่งในชีวิตจริงของมนุษย์กิจกรรมในการเรียนรู้โดยตรงมีอยู่ไม่มากนัก

2. การเรียนรู้จากการสังเกต (Observational Learning) หรือการเรียนรู้โดยการเลียนแบบ (Learning by Imitation) หรือการเรียนรู้โดยผ่านรูปแบบ (Learning Through Modeling)

หมายถึง การที่มนุษย์นั้นได้พบเห็นเหตุการณ์ทางการกระทำนั้น หรือการกระทำนั้น จากบุคคลอื่น ซึ่งแบนดูรา เรียกว่าตัวแบบ (Model) โดยมีแนวคิดเบื้องต้นว่า มนุษย์จะมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัวเขาอยู่เสมอ ซึ่งทั้งตัวเขาและสภาพแวดล้อมต่างก็มีอิทธิพลต่อกันและมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ดังนั้น การเรียนรู้จากการสังเกตจึงเป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากผลทางการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างมนุษย์และสภาพแวดล้อมนั้นเอง

ลักษณะสำคัญของการเรียนรู้ประกอบด้วย (พัชรินทร์ สิรสุนทร, 2547, หน้า 140) การกระทำ (Learning is Action) การเรียนรู้เป็นภารกิจของปัจเจกบุคคล (Learning is Individual) การเรียนรู้เป็นการได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่น (Learning is Influence by Other People) การเรียนรู้เป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (Learning is a Stimuli) และการเรียนรู้เกิดขึ้นตลอดชีวิต (Learning is Lifelong)

สำหรับโกวิท ประวาลพฤกษ์ (2547, หน้า 17-19) กระบวนการเรียนรู้ทั้งหลายเริ่มจากการเก็บข้อมูลคนที่ไม่รู้จักเก็บข้อมูล เอาข้อมูลใหม่ไปให้ก็ทำเหมือนเดิม คนที่มีข้อมูลมากมีโอกาสได้รับการพัฒนามาก แต่มีข้อมูลอย่างเดียวไม่มีกระบวนการก็พัฒนาข้อมูลไม่ได้ ฉะนั้นความจำเนื้อหาเป็นสิ่งจำเป็นต่อการเรียนรู้ แต่ไม่เพียงพอต่อการทำให้เกิดการเรียนรู้ ดังนั้นจึงต้องมีกิจกรรมที่นำไปสู่การเรียนรู้ เมื่อได้รับข้อมูลเข้าเรียกว่า Encode ไปในสมองในรูปใดรูปหนึ่ง เอาใส่ไว้เป็นตัวๆ ที่เรียกว่า ความจำ แล้วส่งออกเป็นตัวๆ กระบวนการส่งออกเรียกว่า Decode รับเข้ามาเป็นความจำ ไม่ผ่านกระบวนการ Processing ทางสมอง การปฏิบัติได้ตามแบบ คือการปฏิบัติแบบความรู้ ความจำ กระบวนการจัดทำข้อมูลไม่ได้ผ่านเข้าไปในสมองเพื่อการปรุงแต่ รับอย่างไรก็ส่งอย่างนั้น กระบวนการที่ดีที่สุดคือ จะต้องสร้าง Processing ในสมอง เอาข้อมูลมาแล้วสร้างกระบวนการมาสร้างเป็นโครงสร้างต่างๆ ในสมอง เกิดการผสมผสาน ไม่เป็นส่วนใดส่วนหนึ่ง ซึ่งกระบวนการทางสมองมี 3 ลักษณะ คือ

กระบวนการที่ 1 คือนำข้อมูลมาจัดประเภท จัดหมวดหมู่ สร้างอกมาเป็นความคิดรวบยอดเรียกว่า Cognitive Domain หรือ พุทธิพิสัย หรือการเรียนรู้เกี่ยวกับความจริง

กระบวนการที่ 2 คือ โครงสร้างค่านิยม เกิดขึ้นหลังจากได้มีการใช้กระบวนการคิดแบบต่างๆ แล้วนำเอาข้อมูลสรุปมาประเมินว่าดีงามเพียงใด การเรียนรู้ที่ดีที่สุดคือ การร่วมมือกันประเมิน

กระบวนการที่ 3 คือ การเตรียมตัวไปปฏิบัติ เรียกว่า โครงสร้างการกระทำ ได้แก่ การคิดถึงงานตลอดแนว สร้างภาพของงานว่าจะทำอย่างนี้แล้วจะเกิดผลอะไร เรียกว่าการทำ Mapping ของงานสามารถเห็นงานได้ตั้งแต่ต้นจนจบ

วิธีการสำคัญที่ได้รับความรู้ 5 วิธี (W. Parkay and Glen Hass, 2000, p. 218) ดังนี้

1. ความรู้จากผู้มีอำนาจจัดให้ (Knowledge Based on Aauthority) เน้นความรู้ที่ได้จากกระบวนการศึกษาขั้นพื้นฐานถึงการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ได้จากครู ตำรา และผู้เชี่ยวชาญของวิชานั้นๆ

2. ความรู้จากสิ่งประจักษ์หรือประสบการณ์ (Knowledge Based on Empiricism or Experience) เป็นความรู้ส่วนใหญ่ที่คนได้จากข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 วิธี ความรู้นี้เป็นการพิจารณาจากประสบการณ์ที่มีอยู่ในหลักสูตร

3. ความรู้จากเหตุผล (Knowledge Based on Reason) เป็นความรู้ที่คนได้จากผลที่ได้รับจากความสามารถในการให้เหตุผล และใช้กระบวนการของความเป็นเหตุเป็นผลในการวิเคราะห์

4. ความรู้จากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่นับถือ (Knowledge Based Divine Revelation) ความรู้ที่เป็นเรื่องราวในอดีตของมนุษย์ที่มีมากมายเป็นสิ่งที่เหนือธรรมชาติ ที่ได้จากการรายงานเกี่ยวกับโลก สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คนโบราณนับถือเป็นแหล่งถึงความรู้เกี่ยวกับชีวิต

5. ความรู้จากการรู้แจ้ง (Knowledge Based on Intention) คนสามารถได้ความรู้โดยผ่านกระบวนการหยั่งรู้อย่างมีเหตุผล ความรู้ที่เกิดจากจินตนาการทันทีทันใด การรู้แจ้งทำให้สามารถเรียนรู้จากความรู้ที่มีอยู่ก่อน และประสบการณ์ที่เข้าใจถึงปัญหาได้อย่างชัดเจน

สำหรับวิธีการที่จะนำความรู้มาใช้ประโยชน์ในลักษณะของการจัดการความรู้มีมากมายหลากหลายวิธีด้วยกัน (วิจารณ์ พานิช, 2547, หน้า 10 -13) ดังนี้

1. Capture หมายถึง การไปดึงความรู้มา ไปแสวงหาความรู้มา ทั้งจากภายนอกหรือจากภายในองค์กรเพื่อใช้ประโยชน์ในองค์กรเอง

2. Create หมายถึง การสร้างความรู้ขึ้นใช้งาน ซึ่งไม่ได้แปลว่าสร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด เช่น เมื่อไปศึกษาดูงานจากโรงเรียนอื่นมา แล้วสร้างความรู้บางส่วนเสริมขึ้นจากที่ได้เป็นการ Create Knowledge ขึ้นใช้งาน แต่ว่า Create ภายใต้บริบทของเรา

3. Distill หมายถึง การกลั่นกรองความรู้ ซึ่งโดยปกติเมื่อความรู้มีการยกระดับขึ้นมาเป็นความเข้าใจในระดับที่สูงขึ้น เรียกได้ว่าเป็น New Paradigm ซึ่งต้องสังเคราะห์ และกรองความรู้ โดยตรวจสอบว่าความรู้ที่เราไปเห็นมานั้นถูกหรือผิด

4. Sharing Knowledge เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนภายในและภายนอกองค์กร ต้องสร้างบรรยากาศให้ส่งเสริมการ Sharing Knowledge ก็คือ ให้คนเกิดความ เข้าใจว่ายิ่งแลกเปลี่ยนหรือแบ่งปันความรู้ จะทำให้ความรู้เพิ่มขึ้น

5. Evolving and Leveraging Knowledge Process กระบวนการจัดการความรู้หมุนเป็นวงจร และก็เป็นกระบวนการที่ยกระดับขึ้นไปเรื่อยๆ

การเรียนรู้ คือ ความรู้ที่ถูกนำไปประยุกต์ใช้ให้มีกิจกรรมการปฏิบัติ และมีบางสิ่งเกิดการเปลี่ยนแปลง เมื่อนั้นจึงจะเป็นความจริง แต่บ่อยครั้งที่จะพบว่ายากที่จะนำทฤษฎีไปสู่ การปฏิบัติได้ สิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงชุมชน หรือพัฒนาชุมชน สามารถพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนได้นั้น ต้องสร้างคนในชุมชนให้เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ โดยดำเนินการพัฒนาศักยภาพของบุคคลและให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต การปฏิบัติของบุคคลซึ่งจำเป็นต้องสร้างวินัย (Discipline) 5 ประการ (Peter M. Sengé, 1999, pp. 139 - 269) ที่สามารถพัฒนาทักษะหรือความต้องการให้เกิดแก่ประชาชนในชุมชน จากวินัย 5 ประการชี้ให้เห็นว่า การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้นั้น ต้องเริ่มจากการพัฒนาบุคคลให้มีความใฝ่รู้ และเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ (Personal Mastery) โดยการเสริมสร้างนิสัยให้เป็นผู้ที่ใฝ่รู้ ด้านความคิดและข้อมูลใหม่ๆ และนำความรู้ใหม่ๆ มาพัฒนาปรับปรุงองค์กรได้อย่างถูกต้องเป็นจริงตามแผนความคิด (Mental Model) และสามารถสร้างความเข้าใจขององค์กรให้ไปในทิศทางขององค์กรในอนาคตให้ตรงกัน เพื่อการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared Vision) และเดินหน้าไปสู่การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Team Learning) ซึ่งการเรียนรู้ร่วมกันนี้เป็นการเรียนรู้จากความสำเร็จและความล้มเหลวของเพื่อนร่วมงาน ในที่สุดองค์กรจะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่สมบูรณ์นั้น สมาชิกต้องนำความรู้มาคิดอย่างเป็นระบบ (System Thinking) เพื่อให้เป็นภาพรวมและเชื่อมโยงของงานทุกส่วนในองค์กรอย่างเป็นระบบ

Steven ten Have, et al. (2003, pp. 81-85) Sprenger and Ten Have กล่าวว่า หากองค์กรใดต้องการที่จะจัดการกับความรู้ได้สำเร็จ เพื่อก้าวไปเป็นองค์กรได้นั้นต้องมีสมรรถภาพ 4 ประการ (Four Competencies of the Learning Organization) คือ การซึมซับความรู้จากภายนอก เผยแพความรู้ไปทั่วองค์กรของตน สร้างองค์ความรู้ใหม่ภายในองค์กร ใช้ประโยชน์จากความรู้ทั้งมวลที่องค์กรมี

Peter M. Sengé, (1999, pp. 3, 14) กล่าวว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นการขยายขอบเขตความสามารถขององค์กร เพื่อสร้างผลที่ต้องการอย่างแท้จริงได้ในอนาคต และบุคคลในองค์กรต้องเรียนรู้วิธีที่จะเรียนรู้ด้วยกันในการเพิ่มความสามารถและเพื่อสร้างผลงานอย่างต่อเนื่อง และDixon (Dixon, 1994) กล่าวว่า องค์การแห่งการเรียนรู้ เป็นการจงใจให้กระบวนการเรียนรู้ ทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระบบขององค์การเพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์การไปในทิศทางที่ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การ

ดังนั้น การเรียนรู้เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องจัดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่จะเรียน และการจะให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ดีมี ผู้เรียนจะเรียนรู้ได้ดีเมื่อสิ่งที่เรียนมีความหมายต่อเขาเอง การเรียนรู้ที่ดีต้องตรงกับความสนใจและความจำเป็นของผู้เรียน สิ่งที่จะเรียนรู้ต้องมีความท้าทาย และสามารถบรรลุได้ สอดคล้องกับระดับการพัฒนาของเขาทั้งนี้เพราะอายุ ความสามารถที่ต่างกัน ย่อมเกิดการเรียนรู้ได้ต่างกัน ผู้เรียนเลือกกำหนดวางแผนและตัดสินใจเอง เป็นผู้สร้างความรู้เอง ได้รับการฝึกฝนเกี่ยวกับวิธีการเรียน วิธีแสวงหาความรู้ และวิธีคิดเป็นขั้นเป็นตอน ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา มีการอภิปรายแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน อยู่ในบรรยากาศอารมณ์ทางบวกและเอื้ออำนวยสนับสนุนต่อการเรียนรู้ที่ดี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นการนำนโยบายจากส่วนกลาง โดยมีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทการดำเนินงาน มีผลวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. สภาพการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

1.1 การนำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่ายังไม่สอดคล้องกับแนวทางของทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติ คือ ทฤษฎีกล่าวไว้ว่า นโยบายดังกล่าวต้องมีความชัดเจนสอดคล้องกันระหว่างเป้าหมาย ผู้รับผิดชอบการนำนโยบายไปปฏิบัติ ต้องมีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ และจะต้องให้ความร่วมมือในการนำนโยบายไปปฏิบัติ สุพร บัวทอง (2547) พบว่า เจ้าหน้าที่ของรัฐ กลุ่มอาชีพยังไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ของโครงการอย่างแท้จริง และนโยบายดังกล่าวยังไม่ชัดเจนทำให้เกิดปัญหาในการประสานงานและการปฏิบัติ และดิชชนา ไกลกัมพู (2547) พบว่า เป็นนโยบายที่มีความไม่แน่นอน การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ถูกปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยของผู้มีอำนาจในการตัดสินนโยบาย ความซ้ำซ้อนในงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขาดการเตรียมการล่วงหน้าในหลายด้าน ขาดการสนับสนุนอย่างจริงจัง และการใช้ระบบอุปถัมภ์ในการปฏิบัติ นอกจากนี้ บุญอนันต์ พินัยทรัพย์ และพลาพรรณ คำพรรณ์ (2548) พบว่า แนวคิด หลักการ การดำเนินการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นโครงการพัฒนาเพื่อส่งเสริมรายได้ที่มีการผสมผสานของภาคี การพัฒนาเข้าสู่ชุมชนที่เป็นรูปธรรมจนเกิดการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม การกำหนดเป้าหมายกลุ่ม การบริหารจัดการ และการระดมความคิดเพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งปรับปรุงให้ดีขึ้น หน่วยงานต่างๆ จากภาครัฐเข้ามาช่วยพัฒนาโดยสนับสนุนผ่านแผนงาน แผนเงิน บุคลากร และเทคโนโลยี การผสมผสานอย่างเป็นรูปธรรมลงสู่ชุมชนจึงเป็นการพัฒนาเชิงบูรณาการ สู่ชุมชนกลไกการบริหารจัดการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จากภาครัฐและกระบวนการทางสังคมของชุมชนภายใต้โครงการ

ส่งผลต่อเศรษฐกิจของชุมชนโดยสมาชิกกลุ่มมีอาชีพเสริมและมีรายได้เพิ่มขึ้น และส่งผลให้ครอบครัวของสมาชิกกลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วย

1.2 การดำเนินงาน

ผลการวิจัยของดิชชนา ไกลกัมพู (2547) พบว่า การดำเนินงานด้านการบริหารจัดการ สมรรถนะของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นขาดความสามารถที่จะปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับแผนที่วางไว้ได้ ทั้งความสามารถการบริหารจัดการ การตลาด เทคโนโลยี และเทคนิค การขาดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในตัวนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างเพียงพอ รวมทั้งยังขาดความพร้อมและการกระจายทรัพยากรการบริหารทั้งด้านวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือเทคโนโลยี และงบประมาณด้วย ด้านการกำกับและติดตาม พบว่า ชุมชนและเจ้าหน้าที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมักจะละเลยและขาดการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง และขาดมาตรฐานในการกำกับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำกับและติดตามการผลิตสินค้าเพื่อก่อให้เกิดคุณภาพสินค้า สำหรับหน่วยงานสนับสนุนปัญหาที่สำคัญ คือ การรวมกลุ่มดำเนินงานมักวางอยู่บนพื้นฐานของผลประโยชน์ และยังคงใช้ระบบอุปถัมภ์ในการบริหารงาน และบวรรัตน์ ศุภระกาญจน์ (2544) พบว่า องค์กรธุรกิจของชุมชนมีการวางแผนการดำเนินงานล่วงหน้าอยู่ตลอดเวลา มีความสามารถในการจัดหาตลาดเพียงภายในอำเภอ และจังหวัดเท่านั้น การจัดระบบบัญชีเพื่อให้สมาชิกสามารถตรวจสอบได้ และมีส่วนร่วมของสมาชิกอยู่ในระดับที่ไม่มากนัก สมาชิกที่ร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่จะช่วยในด้านการผลิตและรับเงินปันผลเท่านั้น การแบ่งปันผลกำไรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ด้านการผลิต บุษบา สุรชัยโชติพันธ์ และคณะ (2544) พบว่า ยังขาดการนำเทคโนโลยี ตลอดจนวิทยาการต่างๆ มาใช้ในกระบวนการผลิต โครงสร้างขององค์กรยังไม่มีการกระจายอำนาจเท่าที่ควร ประชากรในพื้นที่มีระดับการศึกษาที่ระดับประถมศึกษา ต้องให้มีการพัฒนาการเรียนรู้ กลุ่มตัวอย่างยังไม่มีความเข้าใจในนโยบาย วัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ไม่ใช่วัตถุดิบของชุมชนเอง แต่เกิดจากภาครัฐเสนอและแนะนำให้ผลิต จึงเป็นการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนในอนาคต ชุมชนยังขาดองค์ความรู้ทางธุรกิจแบบองค์รวมซึ่งเป็นอุปสรรคที่สำคัญมากของชุมชนแต่ละแห่ง รวมทั้งยังขาดความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านการตลาด และบัวรักษ์ ทวดเสนา (2545, บทคัดย่อ) พบว่า ผลิตภัณฑ์บางตัวยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานแต่ได้รับการยอมรับจากคนในท้องถิ่นและส่วนราชการ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ขึ้นอยู่กับรูปแบบผลิตภัณฑ์อาจมีหรือไม่มีขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์นั้นๆ การกำหนดราคาจะกำหนดจากต้นทุนการผลิต อัตราส่วนต้นทุนกับกำไรอยู่ที่ 60/40 ช่องทางการจำหน่ายมีอยู่ 3 ลักษณะ คือ กลุ่มขายให้ลูกค้าโดยตรง กลุ่มขายให้พ่อค้าขายปลีก พ่อค้าปลีกขายต่อให้ลูกค้า การส่งเสริมการขายมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์โดยการใช้นามบัตร

แผนพับประชาสัมพันธ์ ขึ้นป้ายประชาสัมพันธ์ในชุมชน ประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ และอินเทอร์เน็ต และดิชชนา ไกลกัมพู (2547) พบว่า ด้านการผลิต ตัวสินค้าพบปัญหาด้านคุณภาพสินค้าและการตลาดเนื่องจากผู้ผลิตขาดความรู้ในการควบคุมคุณภาพสินค้า การตลาด และการขาดความคิดสร้างสรรค์ และการค้นหาความแตกต่างจากเอกลักษณ์ของชุมชน รวมทั้งการขาดการส่งเสริมการตลาดอย่างยั่งยืนจากรัฐบาล

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมชุมชน กฤษฎิ์ พูนเกษม (2546) พบว่า ชุมชนมีการปฏิบัติมากขึ้นในเรื่อง การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ระมัดระวังในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติโดยไม่ให้กระทบกับสิ่งแวดล้อมชุมชน และมีการปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแวดล้อมของชุมชนให้ดีขึ้น ด้านการเมือง พบว่า ประชาชนไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งในกิจกรรมทางการเมือง มี ส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะของชุมชน และชุมชนมีการบริหารจัดการที่ดี โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ด้านสังคม พบว่า คนในชุมชนสามารถถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นไปสู่คนรุ่นหลัง คนในชุมชนเกิดค่านิยมในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนมากขึ้น มีความรักและผูกพันต่อชุมชนท้องถิ่นของตนมากขึ้น และด้านเศรษฐกิจ พบว่า ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพให้คนในชุมชนได้มากขึ้น คนในชุมชนมีการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานของเศรษฐกิจแบบพอเพียง และมีการสะสมทุนหรือมีกองทุนของชุมชนมากขึ้น ด้านผลผลิต พบว่า บุคลากรกลุ่มผลิตภัณฑ์เห็นว่าผลผลิตของกลุ่มที่ได้จากการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ และด้านรายได้ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ คือ ผลิภัณฑ์ของกลุ่มได้รับการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพให้ดีขึ้นกว่าเดิม และคุณภาพเป็นที่ยอมรับและต้องการของลูกค้ามากขึ้น ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ คือ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีความหลากหลายตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากขึ้น และรูปแบบผลิตภัณฑ์มีความสวยงามเป็นที่ต้องการของลูกค้ามากขึ้น ด้านรายได้ คือ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสามารถจำหน่ายได้เพิ่มขึ้นและอัตราผลกำไรต่อหน่วยผลิตภัณฑ์สูงขึ้น ด้านผลลัพธ์ พบว่า บุคลากรกลุ่มผลิตภัณฑ์เห็นว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินงานตามโครงการด้านคุณภาพชีวิต คือ ครอบครัวของสมาชิกมีความอบอุ่น และมั่นคงปลอดภัยมากขึ้น สมาชิกในครอบครัวมีงานทำในท้องถิ่นและได้มีโอกาสได้อยู่ร่วมกันมากขึ้น ครอบครัวของสมาชิกมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สำหรับด้านกระบวนการ ในการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ พบว่า บุคลากรกลุ่มผลิตภัณฑ์เห็นว่าผลการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการประสานความร่วมมือ ด้านการวางแผนงาน ด้านการจัดองค์กรของกลุ่ม ด้านการติดตามและรายงานผลการดำเนินงาน ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ และด้านอำนวยการ สำหรับด้านปัจจัยนำเข้า พบว่า

บุคลากรกลุ่มผลิตภัณฑ์เห็นว่า กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ/เอกชน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านเงินทุน

การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับภูมิภาค (2547) ได้รายงานผลการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในปี 2546-2547 พบว่า ผลการดำเนินงานในภาพรวมประชาชนมีความรู้ความเข้าใจตามนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับดี และได้ให้ความสนใจซื้อสินค้ามากขึ้น ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ เริ่มให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ของตนเองและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่รัฐบาลกำหนด มีผลิตภัณฑ์เข้าสู่ระบบหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จำนวนมาก หลากหลายผู้ผลิต/ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ มีรายได้เพิ่มมากขึ้นทำให้ความเป็นอยู่ดีขึ้น สามารถสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนมากยิ่งขึ้น ผู้ผลิต ผู้ประกอบการมีการรวมตัวเป็นเครือข่ายช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันทั้งในด้านการผลิต การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หน่วยงานราชการมีการบูรณาการทำงานร่วมกันในการส่งเสริมหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์มีมากขึ้น ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของคนทั้งในและต่างประเทศ เกิดศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์หลายแห่ง มียุทธศาสตร์และแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการจัดทำระบบฐานข้อมูลและทะเบียนผลิตภัณฑ์ และผู้ผลิต/ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น สอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2547) พบว่า โครงการมีจุดเด่นที่สามารถพัฒนาศักยภาพให้แก่ท้องถิ่น ช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน สร้างเงินสร้างรายได้ให้แก่ผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ความเป็นอยู่และรายได้ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน คือ ในปี พ.ศ. 2545 ผู้ผลิตในภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 30-40 และภาคใต้มีรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10-50 เป็นการสร้างงานให้แก่ชุมชนท้องถิ่น และสามารถช่วยสร้างรายได้ส่วนบุคคลเพิ่มขึ้น และธงชัย แก้วเจริญ (2548) พบว่า ผลกระทบต่อเนื่องจากการดำเนินโครงการ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจทำให้ครอบครัวมีอาชีพเสริม มีรายได้เพิ่มขึ้น ด้านสังคมก่อให้เกิดความรัก ความร่วมมือและความสามัคคี ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การดำเนินกิจกรรมในโครงการไม่เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนช่วยกันรักษาความสะอาด

รัชนี พลซื่อ (2546) พบว่า การเข้าเป็นสมาชิกได้รับแรงจูงใจจากรายได้ และผลประโยชน์ต่างๆ กลุ่มมีการกำหนดบทบาทและแบ่งหน้าที่ทำงาน มีการกำหนดระเบียบ กฎเกณฑ์ แต่การบังคับใช้ไม่จริงจังมากนัก การรับการสนับสนุน ด้านการฝึกอบรมประธานกลุ่มจะเป็นผู้เข้าอบรมและสมาชิกไม่มีความรู้ด้านบริหารองค์กรทำให้เกิดความสับสนในบทบาทหน้าที่และเกิดความขัดแย้งในที่สุด เงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานได้มาจากการระดมทุนโดยการซื้อหุ้นของสมาชิก

และสนับสนุนจากหน่วยรัฐและเอกชน ส่วนหนึ่งนำไปหมุนเวียนใช้ในการผลิต มีการจัดสรรกำไรตามข้อตกลงของกลุ่ม จัดสรรให้กับสมาชิก สมาชิกขัดแย้งในการแบ่งงานซึ่งมีผลต่อรายได้ของ แต่ละคน และสมาชิกส่วนหนึ่งรู้สึกว่ากลุ่มจัดสรรกำไรให้สมาชิกในสัดส่วนที่น้อยเกินไป ในการจัดทำบัญชีส่วนใหญ่จัดทำได้เพียงบัญชีรายรับ รายจ่ายส่วนใหญ่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการประยุกต์ใช้เครื่องจักรในการผลิตบ้าง เน้นการใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นเป็นหลัก ผลผลิตมีปัญหาด้านคุณภาพไม่แน่นอนและขาดการปรับปรุงให้ขยายตลาดไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ได้ ผลิตภัณฑ์ขาดลักษณะเด่น การบรรจุหีบห่อยังไม่น่าสนใจ ช่องทางการจัดจำหน่ายแคบ การขาดความรู้ความสามารถในการคำนวณต้นทุน จึงไม่อาจใช้กลยุทธ์การตั้งราคามาจูงใจผู้บริโภคได้ การให้สมาชิกที่มีส่วนร่วมเพื่อจะได้รับรู้ความเป็นเจ้าของกลุ่ม เข้าใจว่าบทบาทของตนเอง การจัดสรรปันส่วนผลกำไร ที่เหมาะสมจะเป็นแรงจูงใจ ธุรกิจชุมชนต้องจัดการตลาดให้ชัดเจน มีการกำหนดลูกค้าเป้าหมายให้ชัดเจน และผลิตภัณฑ์ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งปรับปรุงองค์กรให้มีโครงสร้างเหมาะสมที่จะใช้รองรับวิธีการจัดการ ด้านการผลิตและการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และโปร่งใส ทั้งนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีบทบาทในการกำกับดูแลให้การสนับสนุนทางวิชาการและฝึกฝนให้ธุรกิจชุมชนสามารถใช้ประโยชน์จากระบบสนับสนุนซึ่งมีการจัดเป็นบริการให้กับธุรกิจชุมชน

ผลการวิจัยดังกล่าว สรุปว่า การดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้านการบริหารจัดการ สมรรถนะของหน่วยงานขาดความสามารถที่จะปฏิบัติงาน การบริหารจัดการการตลาด เทคโนโลยี ขาดความเข้าใจในนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ขาดการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง และขาดมาตรฐานในการกำกับและติดตามการผลิตสินค้า ด้านการผลิตยังขาดการนำเทคโนโลยี ตลอดจนวิทยาการต่างๆ มาใช้ในกระบวนการผลิต วัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ไม่ใช่วัตถุดิบของชุมชนจึงเป็นการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน ผลิตภัณฑ์บางตัวยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานแต่ได้รับการยอมรับจากคนในท้องถิ่นและส่วนราชการ ผู้ผลิตขาดความรู้ในการควบคุมคุณภาพสินค้า การตลาด และการขาดความคิดสร้างสรรค์ และการค้นหาความแตกต่างจากเอกลักษณ์ของชุมชนรวมทั้งการขาดการส่งเสริมการตลาดอย่างยั่งยืนจากรัฐบาล การเข้าเป็นสมาชิกได้รับแรงจูงใจจากรายได้ และผลประโยชน์ต่างๆ กลุ่มมีการกำหนดบทบาทและแบ่งหน้าที่ทำงาน มีการกำหนดระเบียบ กฎเกณฑ์ มีการจัดสรรกำไรตามข้อตกลงของกลุ่ม

2. ความเข้มแข็งของกลุ่ม

ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน อรสา หน่อปัน (2544) พบว่า ปัจจัยภายในองค์กร คือ คณะกรรมการมีความรู้ความสามารถด้านการจัดการ การประสานงาน และปัจจัยภายนอกองค์กร คือ การสนับสนุนจากองค์กรภายนอกและเครือข่าย นโยบายรัฐ

ลักษณะความเข้มแข็งด้านการจัดการธุรกิจ ได้แก่ การจัดการ การเงินถูกต้องตรวจสอบได้ การจัดการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ให้สมาชิกได้รับประโยชน์ร่วมกัน และพรทิพย์ หาผล (2544) พบว่า ความสามารถของชุมชนในการจัดการปัญหาในชุมชนมีสาเหตุที่ทำให้ชุมชนมีความสามารถในการจัดการ คือ ชุมชนเกิดการเรียนรู้สภาพปัญหา มีการคิด ตัดสินใจ กำหนดแนวทางแก้ไข กระบวนการกลุ่มชุมชนรู้จักวิเคราะห์และสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา กระบวนการมีส่วนร่วม ชุมชนมีส่วนร่วมในการคิด ตัดสินใจ การดำเนินงาน และการติดตามประเมินผลทุกขั้นตอน ทุกคนมีส่วนรับรู้และรับผลการปฏิบัตินั้นร่วมกัน กรบวนการเรียนรู้จากพัฒนาการทำให้ทราบว่าชุมชนเกิดปัญหาหลายด้าน และใช้ปัญหานี้มาเป็นบทเรียนในการวางแผนป้องกัน ภาวดี ศรีมุกดา (2545) พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองในจังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ด้านสังคม ด้านทรัพยากร ด้านเศรษฐกิจ และด้านเทคโนโลยีภูมิปัญญาท้องถิ่น

การรวมกลุ่มกันของผู้มีอาชีพคล้ายกันช่วยให้เกิดการพัฒนาที่เข้มแข็งได้ อาร์ม หรุ่นศิริ (2545) พบว่า การรวมกลุ่มอาชีพเกิดขึ้นมาก่อนที่นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์จะเข้ามาในหมู่บ้าน โดยมีการใช้พื้นฐานอาชีพมาเป็นองค์ประกอบในการรวมกลุ่ม มีการบริหารงานในรูปแบบคณะกรรมการและกลุ่มแม่ค้าย่อย จะมีการรวมตัวกันเมื่อได้รับการส่งเสริมจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐ แต่ยังไม่สามารถรวมเป็นกลุ่มใหญ่กลุ่มเดียวเพื่อผลิตงานและแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน แนวนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ทางสื่อต่างๆ อย่างแพร่หลาย อีกทั้งมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด ทำให้คุณภาพสินค้ามีมาตรฐานและฝีมือของผู้ประกอบอาชีพมีการพัฒนาขึ้นตามลำดับ ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับประชาชน ส่วนการดำเนินงานของกลุ่มมีการทำแผนพัฒนาชุมชนและการก่อสร้างหมู่บ้านอุตสาหกรรมชนบทเพื่อการท่องเที่ยวเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนซึ่งนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ และเกศแก้ว เจริญวิริยะภาพ และคณะ (2545) พบว่า การเข้าร่วมกลุ่มส่วนใหญ่ต้องการรายได้เพิ่ม เข้าร่วมกลุ่มเมื่อว่างจากการประกอบอาชีพหลัก การนัดประชุมทำโดยการประกาศเสียงตามสายหรือหอกระจายข่าว ส่วนการแจ้งข้อมูลข่าวสารของกลุ่มจะบอกไว้ในที่ประชุม ส่วนใหญ่ไม่เคยได้ไปศึกษาดูงานแต่ได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ ปัจจัยทีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส ระยะเวลา ในการเป็นสมาชิก สถานที่ตั้ง การศึกษาดูงาน และสถานภาพ ในกลุ่มมีความ สัมพันธ์กับความเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม

ในทำนองเดียวกัน บสบง เลิศรังษี (2547) พบว่า การดำเนินงานในการผลิตของกลุ่มต่างๆ เกิดขึ้นมาก่อนที่จะมีนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หลังจากที่ได้มีนโยบายเข้ามาแล้วในด้านกระบวนการ กลุ่มต่างๆ พยายามปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้นเรื่อยๆ โดยพยายามคิดค้นรูปแบบใหม่ๆ ผลิตชิ้นงานให้มีความประณีตมากขึ้น ประชาชนที่มาซื้อก็จะได้งานที่มีคุณภาพ และด้านการผลิตพบได้จากรายได้ของชาวบ้านที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะมีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักผลิตภัณฑ์กันมากขึ้น สินค้าในระดับ 4-5 ดาวทำให้ยอดจำหน่ายของกลุ่มเพิ่มขึ้น เมื่อชาวบ้านที่ประกอบอาชีพได้มีรายได้เพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้การดำเนินชีวิตดีขึ้นในระดับหนึ่ง ทำให้กลุ่มมีความมั่นคงและเข้มแข็งขึ้น

สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (2548) ได้ประเมินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลการเปลี่ยนแปลงด้านความเข้มแข็งทางสังคม กลุ่มตัวอย่างจากทุกภูมิภาคมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ประโยชน์สำคัญที่ได้รับจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในการสร้างความเข้มแข็งทางสังคม คือ ช่วยให้เกิดการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดี การปรึกษาหารือและการพึ่งพาช่วยเหลือกันในชุมชน ด้านความเข้มแข็งทางวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างจากทุกภูมิภาคมีความเห็นสอดคล้องกันว่า โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ช่วยให้มีการนำภูมิปัญญาในชุมชนมาปรับใช้อย่างเหมาะสม ส่วนผลในแง่การช่วยสืบสานวัฒนธรรมของชุมชนนั้นมีความเด่นชัดน้อยกว่า และด้านความยั่งยืนของการพัฒนากลุ่มตัวอย่างจากทุกภูมิภาคมีความเชื่อมั่นในระดับสูงว่า กิจกรรมของกลุ่มมีแนวโน้มที่จะดำเนินการไปได้อย่างต่อเนื่อง แต่ความเชื่อมั่นในแง่การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การสร้างทรัพยากรทดแทนส่วนที่ถูกใช้ไป และการรักษาสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง เว้นแต่ในภาคใต้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีผลค่อนข้างมากในการช่วยรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีของชุมชน

นอกจากนี้ บุญอนันต์ พินัยทรัพย์ และพลาพรรณ คำพรรณ์ (2548) พบว่า กระบวนการดำเนินการตามนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีขั้นตอนสร้างให้เกิดการเรียนรู้แก่ประชาชนในชุมชนได้โดยการสนับสนุนการบริหารจัดการด้วยกระบวนการกลุ่มโดยให้ประชาชนมารวมตัวกันเป็นกลุ่มอาชีพ มีคณะกรรมการบริหารกลุ่ม ให้สมาชิกผู้นำและผู้เกี่ยวข้องในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนวางแนวทางในการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายของกลุ่มในการสร้างงาน สร้างรายได้จากการทำผลิตภัณฑ์ กลไกการส่งเสริมจากภาคราชการและเอกชนโดยให้คำแนะนำทางวิชาการในการดำเนินการต่างๆ เช่น ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด การบริหารจัดการกลุ่มในรูปแบบของการฝึกอบรมพัฒนาฝีมือการจัดประกวดคัดเลือกผลิตภัณฑ์ เป็นต้น การสนับสนุนการจัดการทุนของกลุ่มในรูปการออมเพื่อการลงทุน การลงหุ้นและการขอรับ

การสนับสนุนจากภายนอก และการสนับสนุนการบริหารการผลิตและการตลาดในลักษณะเครือข่ายร่วมกับเครือข่ายต่างๆในชุมชนและนอกชุมชนเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์

ผลการวิจัยดังกล่าวพบว่า ลักษณะความเข้มแข็งของการดำเนินงานในการผลิตของกลุ่มต่างๆ เกิดขึ้นมาก่อนที่จะมีนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หลังจากที่ได้มีนโยบายเข้ามาแล้วในด้านกระบวนการ กลุ่มต่างๆ พยายามปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้นเรื่อยๆ มีการนัดประชุม และได้รับการสนับสนุน และความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของรัฐและองค์กรภายนอก และมีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักผลิตภัณฑ์กันมากขึ้น ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น เมื่อชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้กลุ่มมีความมั่นคงและเข้มแข็งขึ้น

3. **การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์**

การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ บวรรัตน์ ศุภระกาญจน์ (2544) พบว่า สมาชิกมีส่วนร่วมอยู่ในระดับที่ไม่มากนัก สมาชิกที่ร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่จะช่วยในด้านการผลิตและรับเงินปันผลเท่านั้น สอดคล้องกับ สุคนธา ปริญญาพร (2545) พบว่า การดำเนินงานสมาชิกกลุ่มอยู่ในลักษณะการรับจ้างมากกว่าการรวมตัวเป็นกลุ่มอาชีพ สมาชิกกลุ่มไม่ทราบการจัดการในด้านต่างๆ ทำให้กลุ่มขาดลักษณะบางด้านของการเป็นผู้ประกอบการ การลงทุนยังผูกขาดที่ประธานซึ่งเป็นผู้ลงทุนเพียงคนเดียว สมาชิกกลุ่มจึงเหมือนลูกจ้างที่ใช้แต่แรงงานแลกกับค่าแรง จึงไม่มีโอกาสเล่นบทบาทของการเป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม่มีการทำตราสินค้าที่ชัดเจน เพื่อสามารถทำการจำหน่ายและส่งออกได้โดยตรงไม่ต้องผ่านบริษัทที่นำส่งออก และสุพร บัวทอง (2547) พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพยังขาดการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น สมาชิกในกลุ่มจะต้องทำตามความคิดและคำสั่งของประธานกลุ่มอาชีพโดยตลอด นอกจากนี้ จิรัชยา เบ็ญหีม (2546) พบว่า สมาชิกกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการในโครงการในระดับมาก ในเรื่องของการรับผลประโยชน์ การติดตามประเมินผล และการเข้ามามีส่วนร่วมของกลุ่มได้ทำให้เกิดความสามัคคี ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเข้าใจในเรื่องของวัตถุประสงค์ของโครงการ คือ เป็นการเพิ่มรายได้และสร้างอาชีพภายในชุมชน

จากผลงานวิจัย ในการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สมาชิกกลุ่มขาดการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น สมาชิกในกลุ่มจะต้องทำตามความคิดและคำสั่งของประธาน สมาชิกส่วนใหญ่มีส่วนร่วมกิจกรรมในด้านการผลิตและรับผลประโยชน์เท่านั้น

4. **ผู้นำกลุ่มที่ดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์**

ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานของกลุ่มดังที่ สุลาวัณย์ ทัศนานุตริยะ (2545, บทคัดย่อ) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความเข้มแข็ง ประกอบด้วย ลักษณะผู้นำแบบประชาธิปไตย ลักษณะสมาชิกแบบมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม การบริหารจัดการที่เหมาะสม และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ส่วนปัจจัยทางด้านเงินทุน/วัสดุอุปกรณ์ไม่มีผลต่อความเข้มแข็งของกลุ่ม และรัชนี พลซื่อ (2546) พบว่า ประสิทธิผลการบริหารองค์กรจะแตกต่างกันตามระดับความสามารถของผู้นำกลุ่ม กนกวรรณ จินานุวัฒนา (2546) พบว่า การที่มีผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง เสียสละ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม สมาชิกของกลุ่มมีความเป็นเครือญาติกัน ชุมชนตั้งอยู่ใกล้แหล่งน้ำและมีทรัพยากรชุมชน ได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกไม่ในเรื่องวิชาการ เทคโนโลยี เงินทุน และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ก็ถือว่าเป็นปัจจัยภายนอกที่ช่วยส่งเสริมให้กระบวนการทุนทางสุงคมที่เกิดขึ้นสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี และทำให้เกิดพลังของชุมชนใน การขับเคลื่อนธุรกิจชุมชนให้สามารถประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น ฉัตรนภา พรหมมา (2544) พบว่า คุณลักษณะของผู้นำและคนในชุมชน ผู้นำชุมชนที่เป็นทั้งผู้นำที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ได้รับการยอมรับและศรัทธาสูงจากชาวบ้านซึ่งส่วนใหญ่มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ชุมชนมีผู้นำที่ดี มีวิสัยทัศน์ เสียสละ เข้มแข็ง ซื่อสัตย์ มีความรู้ความสามารถ และมนุษยสัมพันธ์ดี และสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้นำมีความสัมพันธ์กับการทำงานของผู้นำทั้งเกื้อหนุนการทำงาน (สมชาย พงษ์เทพิน, 2542) ได้แก่ ความรู้ความสามารถจากประสบการณ์การเรียนรู้และการสั่งสมประสบการณ์ การหล่อหลอมทางสังคมทำให้ผู้นำมีอุดมการณ์ แนวคิดในการทำงาน เสียสละเพื่อส่วนรวม สถานการณ์ปัญหาความไม่มั่นคงในที่อยู่อาศัย ความภาคภูมิใจอันเกิดจากการยอมรับนับถือจากสังคมและประสบการณ์ที่เคยทำงานแก้ปัญหาได้ผลสำเร็จ อาชีพที่มีลักษณะที่ทำงานเป็นช่วงเวลา การได้รับการยอมรับและการสนับสนุนในการทำงานจากคู่สมรส การได้รับสวัสดิการ ค่าตอบแทนในการทำงาน และความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ใกล้ชิดกับผู้บริหารหรือนักการเมืองท้องถิ่น

ผู้นำเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความเข้มแข็งของกลุ่ม ประกอบด้วย ความสามารถของผู้นำกลุ่ม ได้รับการยอมรับและศรัทธา มีการบริหารจัดการที่เหมาะสม และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก การที่มีผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง เสียสละ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม มีวิสัยทัศน์ เสียสละ เข้มแข็ง ซื่อสัตย์ มีความรู้ความสามารถ และมนุษยสัมพันธ์ดี การได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกในเรื่องวิชาการ เทคโนโลยี เงินทุน และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ก็ถือว่าช่วยให้สามารถดำเนินไปได้ด้วยดี และทำให้เกิดพลังของชุมชนในการขับเคลื่อนธุรกิจชุมชนให้สามารถประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

5. ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สินันท์ นันทกิจจามร (2546) พบว่า การรับรู้ข่าวสารมากจะทำให้มีประโยชน์ต่อการดำเนินการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ความรู้ความเข้าใจในการผลิต การตลาดมีส่วนสำคัญในการจะทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยม ความสามารถด้านการผลิตและการตลาดถ้าหากรัฐบาลส่งเสริมทางด้านผลผลิตโดยมีการให้ทุน และวัตถุดิบ ตลอดจนหาตลาดใหม่ๆ ให้จะทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้มากขึ้น กำลังใจที่ได้รับคำชมเชย รางวัล โล่ ถ้วยรางวัลมีความสำคัญมากเป็นเสมือนตัวชี้ถึงคุณภาพของสินค้า และเงินทุนที่ใช้ในการผลิตส่วนมากมาจากการเก็บสะสมของตนเองและครอบครัว ตกทอดจากบรรพบุรุษและเป็นการรวมตัวกันเป็นกลุ่มร่วมลงทุนกันและกองทุนหมู่บ้านมากู้ยืม การประชาสัมพันธ์ช่วยให้จำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น บทบาทผู้นำชุมชนมีส่วนร่วมให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจ การสนับสนุนจากหน่วยราชการด้านความเข้มแข็งของชุมชน ถ้าผู้ประกอบการมี การรวมกลุ่มกันได้มากจะส่งผลดีต่อการต่อรองราคาในเรื่องของการผลิตและการตลาด และธงชัย แก้วเจริญ (2548) พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และนำไปสู่ความ สำเร็จของการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ปัจจัยด้านคนหรือผู้ผลิต โดยเกิดจากสมาชิกอยู่ในครอบครัวเดียวกันหรือชุมชนเดียวกัน สมาชิกได้รับการถ่ายทอดความรู้จาก ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้รู้ในชุมชน ได้รับการอบรม และมีผ่านการศึกษาดูงาน ปัจจัยด้านเงินทุน เกิดจากสมาชิกสามารถระดมทุน ได้สินค้าที่ผลิตต้นทุนต่ำ บางกลุ่มได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากหน่วยงานในท้องถิ่น ปัจจัยด้านวัสดุอุปกรณ์ โดยเกิดจากสามารถหาวัตถุดิบได้ง่ายในท้องถิ่น เครื่องมือในการผลิตสามารถประยุกต์ได้จากเครื่องมือในครัวเรือน และปัจจัยด้านวิธีการผลิตโดยเกิดจากสินค้าที่ผลิตส่วนใหญ่มีขั้นตอนไม่ซับซ้อน ใช้เวลาน้อย แต่กระบวนการที่เป็นปัญหา คือ การขนย้ายและจำหน่าย เนื่องจากขาดความรู้ด้านการตลาดและการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า

ในการทำปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการทำธุรกิจชุมชน ประพันธ์ แจ้งเอี่ยม (2546) พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จ ได้แก่ การทำงานแบบภาคีที่ช่วยให้กลุ่มสมาชิกลดความเสี่ยงในเรื่องของราคาและลดปัญหาในเรื่องตลาด การมีผู้นำที่เข้มแข็งเสียสละและการมีสมาชิกที่มีความขยันขันแข็ง มีสำนึกดีต่อกลุ่ม และอรวรรณ สุทธิพิทักษ์ (2546) ได้ศึกษากลยุทธ์สู่ความสำเร็จของการจัดการธุรกิจ พบว่า มีปัจจัยที่ทำให้สมาชิกกลุ่มต้องรวมกลุ่มทำธุรกิจ คือ ต้องการสร้างรายได้เพิ่มให้กับครอบครัว และกลยุทธ์ที่ทำให้สำเร็จ คือ ความเชื่อมั่นและศรัทธาต่อผู้นำในรุ่นบุกเบิกที่เป็นผู้จัดทำกลยุทธ์เกี่ยวกับวิธีการทำงานที่มีความยืดหยุ่นในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะการจ่ายผลประโยชน์ จากการขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปธรรมโดยจ่ายวันต่อวันหรือทุกครั้งที่ได้รับเงินมา และจ่ายให้สมาชิกทุกคนที่ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดของตนขายได้ จึงทำให้

สมาชิกกลุ่มมีรายได้เสริมเป็นประจำทุกวันอย่างเป็นรูปธรรมกับทุกคน จนกลายเป็นความโปร่งใสในการบริหารงานกลุ่ม สมาชิกก็มีเงินทุนหมุนเวียนสม่ำเสมอ กลุ่มก็สามารถรวบรวมผลิตภัณฑ์ส่งจำหน่ายได้ทั้งปลีกและส่งได้ตลอดเวลา ธุรกิจกะลาชุมชนจึงประสบความสำเร็จโดยไม่ต้องอาศัยหลักการบริหารเชิงกลยุทธ์

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่อาจทำให้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่ประสบผลสำเร็จ สุพร บัวทอง (2547) พบว่า ปัจจัยที่อาจทำให้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่ประสบผลสำเร็จ คือ ด้านนโยบาย มีบางหน่วยงานที่ไม่ให้ความสำคัญกับนโยบายดังกล่าว โดยเฉพาะในการสนับสนุนด้านเงินทุน การให้กู้ยืมเงินทุน และการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด ด้านศักยภาพทางตลาด การบรรจุภัณฑ์ยังไม่พัฒนาให้ได้มาตรฐาน ไม่น่าสนใจเพื่อให้สามารถแข่งขันทางการตลาดกับสินค้าประเภทเดียวกัน ด้านความสามารถขององค์กร ผู้นำกลุ่มอาชีพมีลักษณะผู้นำแบบเผด็จการ เป็นผู้คิด และตัดสินใจด้วยตนเอง การจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายยังจัดทำแบบง่ายๆ ไม่ละเอียด และไม่สม่ำเสมอ ไม่ให้ความสำคัญกับระบบบัญชี ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก กลุ่มอาชีพยังขาดการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น สมาชิกในกลุ่มจะต้องทำตามความคิดและคำสั่งของประธานกลุ่มอาชีพโดยตลอด และด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอย่างเต็มที่ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ การให้ความรู้ การผลิต ตลอดจนในด้านแหล่งจำหน่ายสินค้า จนสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและได้รับการรับรองมาตรฐานในการผลิตจากหน่วยงาน

จากผลงานวิจัยดังกล่าว ปัจจัยด้านที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การรับรู้ข่าวสารมากจะทำให้มีประโยชน์ต่อการดำเนินการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ความรู้ความเข้าใจและความสามารถในการผลิต การตลาด การมีผู้นำที่เข้มแข็งเสียสละมีส่วนร่วมให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจ ความเชื่อมั่นและศรัทธาต่อผู้นำ การมีสมาชิกที่มี ความขยันขันแข็ง มีสำนึกดีต่อกลุ่ม เป็นการทำงานแบบภาคี การสนับสนุนทุนและระดมทุนจากสมาชิกและหน่วยงานในท้องถิ่น การสนับสนุนจากหน่วยราชการ การหาตลาดใหม่ๆ การประชาสัมพันธ์ช่วยให้จำหน่ายสินค้า ตลอดจนการจ่ายผลตอบแทนให้สมาชิกทุกคนด้วยความโปร่งใส

6. ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ในการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับภูมิภาค (2547) พบว่า การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2546-2547 มีปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการ ได้แก่ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน ผลิตสินค้าที่คล้ายคลึงกัน ผู้ผลิตขาดความรู้เรื่องการผลิตที่ได้มาตรฐานและการบริหารจัดการด้านการตลาด การดำเนินงานของคณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล

หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัดไม่เป็นไปตามบทบาทหน้าที่ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ให้ความสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงาน ดิชชนา ไกลกัมพู (2547) พบว่า ปัญหาที่ปรากฏเกิดจากปัจจัยทั้งในด้านนโยบาย การบริหารจัดการ ทรัพยากร การผลิตสินค้าและการตลาด การกำกับและติดตาม รวมทั้งองค์การสนับสนุนทุกฝ่ายจนทำให้การดำเนินนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบายตามที่กำหนดไว้ ปัญหาที่เกิดขึ้นไม่สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืนและทั่วถึงทุกท้องถิ่น ชุมชนไม่สามารถผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์และมาจากภูมิปัญญาของตนเอง ซึ่งนับว่าเป็นความล้มเหลวของการนำนโยบาย หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ไปปฏิบัติ และสุพร บัวทอง (2547) นโยบายยังไม่ชัดเจนทำให้เกิดปัญหาในการประสานงานและการปฏิบัติ เช่น หน่วยงานท้องถิ่นยังไม่ให้ความร่วมมือและการสนับสนุนอย่างเพียงพอ เจ้าหน้าที่ยังไม่มีการสนับสนุนด้านบุคคลากรในเรื่องของการแนะนำการจำหน่ายสินค้า โดยผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-OTOP) ซึ่งกลุ่มอาชีพไม่มีรู้ในเรื่องช่องทางการจำหน่ายของรัฐบาลในด้านนี้เลย และธงชัย แก้วเจริญ (2548) พบว่า ปัญหาสำคัญที่พบในการดำเนินกิจกรรมตามโครงการ คือ ตลาดในการจำหน่ายจำกัดและผู้ซื้อมีจำกัด ทุนไม่เพียงพอ ไม่ได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขาดความรู้ในการเพิ่มมูลค่าของผลผลิต และวัตถุดิบราคาสูง ส่วนความต้องการได้รับความช่วยเหลือ ชุมชนส่วนใหญ่ต้องการได้รับความช่วยเหลือกรจัดหาตลาดในการจำหน่าย ด้านเงินทุน และการสนับสนุนความรู้ จากหน่วยงาน

เมื่อพิจารณาปัญหาอุปสรรคในแต่ละด้าน คือ ด้านการผลิต ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ พบดังนี้

ด้านการผลิต คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับภูมิภาค (2547) พบว่า วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ กลุ่มผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถรับการสั่งซื้อสินค้าครั้งละมากๆ ได้ สินค้าที่ผลิตแต่ละครั้งคุณภาพไม่เหมือนกัน ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องการผลิตที่ได้มาตรฐานและคุณภาพที่ตลาดต้องการ และมักผลิตสินค้าที่คล้ายคลึงกัน ผลิตภัณฑ์บางชนิดไม่มีวัตถุดิบตลอดปี และกรรมวิธีขั้นตอนและเทคโนโลยีการผลิตไม่ทันสมัย สอดคล้องกับ รัชนี พลซื่อ (2546) พบว่า ผลผลิตมีปัญหาด้านคุณภาพไม่แน่นอนและขาดการปรับปรุงให้ขยายตลาดไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ได้ ผลิตภัณฑ์ขาดลักษณะเด่น การบรรจุหีบห่อยังไม่น่าสนใจ ช่องทางการจัดจำหน่ายแคบ การขาดความรู้ความสามารถในการคำนวณต้นทุนจึงไม่อาจใช้กลยุทธ์การตั้งราคามาจูงใจผู้บริโภคได้

ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับภูมิภาค (2547) พบว่า ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน เนื่องจากไม่มีการประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์จาก

หน่วยงานที่เชื่อถือได้ ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการยังไม่เข้าใจวิธีการและขั้นตอนการขอใบรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานราชการ บรรจุภัณฑ์ รูปแบบ หีบห่อ ไม่ทันสมัย และไม่สะดุดตา

ด้านการตลาด วีระพล ปักคำใต้ (2545, บทคัดย่อ) พบว่า สมาชิกกลุ่มอาชีพและผู้นำชุมชนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับมาก แต่สมาชิกยังขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การใช้อินเทอร์เน็ต การจำหน่ายสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) กลุ่มมีเงินทุนน้อย ผลิตสินค้าได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ขาดความรู้ในการผลิต การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบในท้องถิ่นไม่เพียงพอ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับภูมิภาค (2547) พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความแตกต่าง เนื่องจากคู่แข่งผลิตภัณฑ์ไว้ในรูปแบบเดียวกันและขายตัดราคากัน ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีจำนวนน้อย โดยเฉพาะการส่งออกต่างประเทศ ผู้ผลิตขาดความรู้เรื่องการบริหารจัดการด้านการตลาด และไม่มีศักยภาพในการนำสินค้าไปจำหน่ายในต่างท้องที่ สอดคล้องกับ สินันท์ นันทกิจจามร (2546) พบว่า ปัญหาด้านการตลาด ส่วนใหญ่แต่ละครอบครัวที่อยู่ในชุมชนเดียวกันจะผลิตสินค้าใกล้เคียงกัน รูปแบบคล้ายกันก่อให้เกิดความซ้ำซ้อนของผลิตภัณฑ์ และเป็นปัญหาในการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จน้อยมีความเห็นว่า เจ้าหน้าที่ของรัฐเข้ามาแนะนำบ้างแต่ก็เป็นส่วนน้อย เมื่อมีปัญหาไม่รู้จะปรึกษาใครนอกจากในกลุ่มกันเอง ความรู้ต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษและคิดขึ้นเองใช้วิธีการลองผิดลองถูก ขาดความรู้และความชำนาญในด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย

ด้านการบริหารจัดการ คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับภูมิภาค (2547) การดำเนินงานของคณะอนุกรรมการ นตผ. จังหวัด ไม่เป็นไปตามบทบาทหน้าที่ เนื่องจากคณะอนุกรรมการแต่ละคนในส่วนกลาง ไม่ได้จัดสรรงบประมาณให้หน่วยงานที่เป็นอนุกรรมการ นตผ. ระดับจังหวัด ส่วนภูมิภาคไม่ทราบแผนการจัดสรรงบประมาณในการบริหารงานแต่ละปี ทำให้ไม่สามารถดำเนินการตามแผนงานของจังหวัดที่กำหนดให้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ให้ความสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องบางหน่วยงานยังมองว่าเป็นงานของหน่วยงานไม่ใช่งานของทุกหน่วยงานที่ต้องการร่วมมือช่วยเหลือในการดำเนินการ และในการบริหารองค์การ รัชนี พลซื่อ (2546) พบว่า ปัญหาการบริหารองค์การเกิดจากสมาชิกในกลุ่มขาดความเข้าใจชัดเจนในบทบาทหน้าที่ ขาดความตระหนักในการรวมกลุ่มและผู้นำกลุ่มรวบอำนาจการตัดสินใจ

นอกจากนี้ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2547) พบว่า ปัญหาอุปสรรคที่ต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐ คือ ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน รูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ไม่มีความเป็นสากล ผลิตภัณฑ์ไม่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิต ผู้ผลิตไม่มีความรู้ทางเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ไม่ได้ติดสัญลักษณ์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ลิขสิทธิ์ทางภูมิปัญญาของผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตมีความเห็นว่า การสาธิตแสดงวิธีการผลิตทำให้ลิขสิทธิ์ทางภูมิปัญญาหมดไป ช่องทางจำหน่ายมีน้อย การจัดงานออกร้านที่รัฐบาลหรือเอกชนจัดที่เป็นการผสมระหว่างผู้ผลิตโครงการอื่นทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อยังไม่มีประสิทธิภาพ เงินทุนสนับสนุน และการกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาซื้อเพิ่มขึ้น

สำหรับปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม สุลาวัณย์ ทัศนานุตริยะ (2545, บทคัดย่อ) พบว่า ผู้นำขาดการดูแลและติดตามการดำเนินกิจกรรม โดยไม่คำนึงถึงความต้องการของสมาชิก กรรมการเข้าร่วมประชุมไม่สม่ำเสมอ สมาชิกขาดความสามัคคี และขาดการยอมรับซึ่งกันและกัน เงินทุน/วัสดุอุปกรณ์ได้รับการสนับสนุนน้อย การบริหารจัดการที่ไม่เป็นระบบและไม่โปร่งใส กลุ่มยังต้องการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ในด้านตลาดรองรับผลผลิตและวิทยากรที่มาอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกของกลุ่ม และอุปสรรคการทำงานของผู้นำ สมชาย พงษ์เทพิน (2542) พบว่า หน่วยงานภายนอก ส่งเสริมให้ผู้นำเข้าร่วมกระบวนการพัฒนาภายนอกองค์กรมนหลายระดับ ทำให้ผู้นำมีภาระงานมากไม่สามารถทำงานองค์กรและชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพได้ ผู้นำมีลักษณะของอาชีพที่ต้องทำงานเต็มเวลาหรือตลอดทั้งวัน ขาดความรู้ความสามารถ เป็นตัวแทนของกิจกรรมแต่ไม่ได้เป็นตัวแทนของทั้งชุมชน ทำให้ความสนใจและขอบเขตการทำงานจำกัดเฉพาะกิจกรรมมากว่ากระบวนการพัฒนาด้านอื่น มีความขัดแย้งภายในชุมชน และใช้เวลาในการต้อนรับคณะที่มีศึกษาดูงาน มีผลทำให้เวลาในการทำงานกระบวนการพัฒนาในองค์กรลดลง

จากผลการวิจัยดังกล่าวพบว่า ในการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีปัญหาอุปสรรคทั้งในด้านนโยบาย ด้านการดำเนินงาน การบริหารจัดการ ทรัพยากร การผลิตสินค้าและการตลาด การกำกับและติดตาม ด้านนโยบาย การดำเนินนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบายตามที่กำหนดไว้ ชุมชนไม่สามารถผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์และมาจากภูมิปัญญาของตนเอง นโยบายยังไม่ชัดเจนทำให้เกิดปัญหาในการประสานงานและการปฏิบัติ และการดำเนินงานของคณะอนุกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัดไม่เป็นไปตามบทบาทหน้าที่ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ให้ความสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงาน การดำเนินกิจกรรมตามโครงการ ในด้านการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน ผลิตสินค้าที่คล้ายคลึงกัน ผู้ผลิตขาดความรู้

เรื่องการผลิตที่ได้มาตรฐานและความต้องการของตลาด ขาดความรู้ในการเพิ่มมูลค่าของผลผลิต ผลิตภัณฑ์บางชนิดไม่มีวัตถุดิบตลอดปี กรรมวิธีขั้นตอนและเทคโนโลยีการผลิตไม่ทันสมัย การบรรจุหีบห่อยังไม่น่าสนใจและทุนไม่เพียงพอ ด้านการตลาด ในการจำหน่ายจำกัดและผู้ซื้อมีจำกัด ช่องทางการจัดจำหน่ายแคบ สมาชิกยังขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ ขาดความรู้ใน การบริหารจัดการด้านการตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไม่มีศักยภาพในการนำสินค้าไปจำหน่ายในต่างท้องที่ และด้านการบริหารจัดการ ผู้รับผิดชอบดำเนินการไม่เป็นไปตามบทบาทหน้าที่ บางหน่วยงานในระดับท้องถิ่นไม่ให้ความสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ สมาชิกในกลุ่มขาดความเข้าใจชัดเจนในบทบาทหน้าที่ ขาดความตระหนักในการรวมกลุ่ม ผู้นำกลุ่มรวบอำนาจการตัดสินใจ ผู้นำขาดการดูแลและติดตามการดำเนินกิจกรรม สมาชิกขาดความสามัคคี และขาดการยอมรับซึ่งกันและกัน

7. **การสื่อสารในมิติของกลไกทางสังคม**

งานวิจัยเกี่ยวกับกลไกในการบริหารจัดการและการสื่อสารที่เป็นกลไกในการสร้างเสริมความเข้มแข็งของกลุ่ม มีนักวิจัยหลายคนได้ศึกษาไว้ ดังนี้

อุบล หมุดธรรม (2545) พบว่า กลไกทางสังคมที่มีศักยภาพในการป้องกันการแพร่ระบาดของยาเสพติดมากที่สุด คือ วิถีชีวิตของชาวบ้าน มีกลไกหลายอย่างที่ชาวบ้านใช้เพื่อรักษาความสงบสุขของสังคมไว้ กลไกที่ถูกนำมาใช้เป็นสิ่งแรกคือ การนินทา หากไม่ได้ผลก็จะร้องขอให้ผู้ที่มีหน้าที่เข้ามาจัดการ เช่น ผู้ใหญ่บ้าน หรือตำรวจ เป็นต้น กลไกที่มีความสำคัญรองลงมา ได้แก่ การอบรมสั่งสอนของครอบครัวหรือเครือญาติ โดยที่ครอบครัวหรือเครือญาติจะต้องอบรมสั่งสอนลูกหลาน ฝึกวินัยด้านใดด้านหนึ่งให้แก่คนในครอบครัว โดยเฉพาะการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการควบคุมเมื่อไม่ปฏิบัติตาม การอบรมสั่งสอนยังมีผลต่อเด็กในด้านอื่นๆ อีก เช่น การคบเพื่อน การเข้าสังคม หากครอบครัวให้ความเอาใจใส่แล้ว การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวจะเป็นกลไกที่มีศักยภาพอีกกลไกหนึ่ง

บุญอนันต์ พินัยทรัพย์ และพลาพรรณ คำพรรณ์ (2548) พบว่า กระบวนการดำเนินการตามนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีส่วนทำให้ชุมชนเข้มแข็งโดยผ่านกลไกการบริหารโครงการเชิงบูรณาการและมีปัจจัยด้านการบริหารจัดการในรูปแบบกลุ่มคณะบุคคลเป็นปัจจัยส่งเสริม กลุ่มที่มีความเข้มแข็งอยู่เดิมแล้วเมื่อเข้าร่วมโครงการ กลไกโครงการในการสนับสนุนด้านแผนงาน แผนเงิน และแผนคนทำให้เติมเต็มส่วนที่กลุ่มยังขาด เช่น การบริหารจัดการในลักษณะกลุ่มพันธมิตรมีคณะกรรมการบริหารกลุ่มที่เข้มแข็งการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ ช่องทางการตลาด การพัฒนาด้านเทคนิคการผลิต เป็นต้น เมื่อกลไกต่างๆ ของกลุ่มเดิมในชุมชนเข้มแข็งขึ้น ส่งผลให้ชุมชนที่กลุ่มตั้งอยู่เข้มแข็ง สมาชิกกลุ่มมีรายได้เสริมและมีรายได้

เพิ่มขึ้นซึ่งส่งผลให้ครอบครัวต่างๆในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น การบริหารจัดการแบบกลุ่มทำให้สมาชิกมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมได้ง่าย เกิดความช่วยเหลือและเกื้อกูลต่อกันเกิดความสามัคคีกันในกลุ่ม และกลุ่มช่วยชุมชน โครงการสร้างให้เกิดการเรียนรู้ในชุมชนเพิ่มขึ้นสมาชิกกลุ่มคณะกรรมการกลุ่มมีการเรียนรู้ในเชิงบริหาร เทคนิคการผลิต การตลาด และมาตรฐาน การบริหารจัดการแบบกลุ่มและการสร้างเครือข่ายกลุ่มการผลิตการตลาดทำให้ลดต้นทุนเพิ่มช่องทางการตลาด และทำให้กลุ่มปรับตัวในการบริหารในเศรษฐกิจชุมชนและนอกชุมชน การสนับสนุนให้เป็นชุมชนหมู่บ้านหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ต้นแบบช่วยสนับสนุนกลไกการบริหารในชุมชนให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น และการบริหารจัดการกลุ่มทำให้กลุ่มสามารถบริหารจัดการผลประโยชน์ได้เสมอภาคเป็นที่พอใจของสมาชิกกลุ่ม และเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้ที่จะนำไปใช้ในการบริหารชุมชนต่อไป

การสื่อสารที่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มนั้น ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการจัดการกับข้อมูลข่าวสาร พบว่า วิภาดา เจริญลาพ (วิภาดา เจริญลาพ, 2539 อ้างอิงใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ 2543 หน้า 130) ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงกระบวนการรับรู้และการจัดการกับข้อมูลข่าวสารของประชาชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท พบว่า รูปแบบการติดต่อสื่อสารในอดีตเป็นวิธีการบอกปากต่อปาก และส่งสัญญาณแจ้งข่าวกัน ชาวบ้านไม่ได้รับรู้ข่าวสารจากโลกภายนอกโดยตรงแต่ผ่านตัวกลางคือ คนที่ติดต่อกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สถานที่เปิดรับข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ วัด บริเวณหน้าบ้าน ร้านค้า และในวาระต่างๆ เช่น งานบุญ การทำงาน วิธีการตรวจสอบข้อมูลใช้การตรวจสอบด้วยตนเองโดยใช้เหตุผลไตร่ตรอง สอบถามผู้อื่นโดยเฉพาะผู้ที่รู้มากกว่า และใช้เวลาเป็นเครื่องพิสูจน์ สำหรับข้อจำกัดของการสื่อสาร คือ ขาดโอกาสที่จะได้รับข่าวสารเนื่องจากช่องทางในการสื่อสารมีน้อย และข้อมูลที่ได้รับปากต่อปากมีโอกาสผิดผลาดสูง และนับตั้งแต่ ปี 2515 เป็นต้นมา รูปแบบการติดต่อสื่อสารยังคงเก็บรักษารูปแบบเก่าๆ และเพิ่มรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ เช่น การเปิดรับข่าวสารจากโลกภายนอกผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ สถานที่เปิดรับข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ใช้สถานที่เดิมๆ และเพิ่มแหล่งข่าวสารใหม่ๆ เช่น ร้านเสริมสวย ร้านอาหาร ที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน หอกระจายข่าว เป็นต้น วิธีการตรวจสอบข้อมูลนั้น มีการสอบถามผู้อื่นน้อยลง และรับฟังจากหลายๆ สื่อ สำหรับข้อจำกัดของการสื่อสาร คือ ขาดโอกาสการสอบถามจากผู้อื่นเพราะโอกาสที่จะพบปะกันในชุมชนมีน้อยลง

การจัดการข้อมูลข่าวสารเป็นส่วนสำคัญ ที่จะใช้ข้อมูลข่าวสารทั้งจากงานในกลุ่มและนอกกลุ่มเพื่อเพิ่มความสามารถในกการเรียนรู้และพัฒนากลุ่มซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกัน อัจฉริยา

เนตรเชย และคณะ (2547) พบว่า การจัดการข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมกับธุรกิจชุมชนมีอยู่ด้วยกัน 3 แบบ ซึ่งเหมาะกับเงื่อนไขทางธุรกิจที่แตกต่างกัน คือ แบบจำลองที่ 1 ธุรกิจที่มีตลาดในชุมชนเงินลงทุนไม่มาก เน้นกระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสารภายในชุมชนเป็นหลักการหนุนเสริมจากภายนอกมีเพียงการจัดกระบวนการเรียนรู้ให้กลุ่มได้รู้จักการระดมความคิดอย่างมีส่วนร่วม บันทึก วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูล ไม่พยายามลงลึกที่เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร แบบจำลองที่ 2 ธุรกิจที่มีตลาดนอกชุมชนเงินลงทุนสูง เน้นกระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสารที่ผสมผสานระหว่าง ข้อมูลข่าวสารภายนอกและภายในชุมชน มีการจัดกระบวนการให้กลุ่มได้รู้จักการระดมความคิด อย่างมีส่วนร่วม บันทึก วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล ทั้งยังลงลึกเข้าไปถึงเนื้อหาในเชิงปริมาณและคุณภาพของข้อมูลข่าวสารด้วย แบบจำลองที่ 3 ธุรกิจที่มีหน่วยผลิตระดับครัวเรือน การตลาด 3 ระดับ (ในครัวเรือน ในชุมชน นอกชุมชน) กลุ่มทำหน้าที่สนับสนุนปัจจัยการผลิตและทำตลาด เน้นกระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสารภายในชุมชนเป็นหลัก แต่ก็มีการแสวงหาเครือข่ายธุรกิจภายนอกเช่นกัน

สมสุข หินวิมาน และคณะ (2547) ได้ศึกษาเครือข่ายการสื่อสารกับศักยภาพการดำรงอยู่ของชุมชน พบว่า ปัจจัยภายนอกหรือในท่ามกลางแรงปะทะกับพลังความทันสมัยจากโลกภายนอกนั้น ตัวแปรหลักในการดำรงอยู่ของชุมชนนี้ก็ คือ การที่ชาวบ้านพยายามต่อสู้เพื่อรักษามิติทางภูมิศาสตร์และเศรษฐกิจของชุมชนหมู่บ้านเอาไว้ สำหรับในเชิงปัจจัยภายในแล้ว การดำรงอยู่ของชุมชนทุ่งขวางจะดำเนินไปภายใต้ความขัดแย้งในมิติทางการเมืองแต่ชาวบ้านอาศัยกลไกหลายประการ เพื่อลดทอนความขัดแย้งดังกล่าวลง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างจิตสำนึกร่วมกันในมิติทางประวัติศาสตร์ การใช้มิติทางสังคมของระบบเครือญาติและการเป็นสังคมปิด การผสมผสานและผลิตคุณค่าความหมายร่วมกันในเชิงวัฒนธรรม และการเสริมความเข้มแข็งของกลไกการสื่อสารเพื่อเชื่อมร้อยความหมาย ความรู้สึกร่วมกันของชุมชน ทั้งนี้ เพื่อให้บ้านทุ่งขวางสามารถธำรงรักษาพื้นที่ อัตลักษณ์ และศักดิ์ศรีของชุมชนให้สืบสานต่อไปได้ สำหรับในแง่การสื่อสารของบ้านทุ่งขวางนั้นพบว่า วัฒนธรรมกลุ่มอันหลากหลาย มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการดำรงอยู่ของชุมชน นอกจากเครือข่ายการสื่อสารหลักสามกลุ่ม คือ สภากาแฟ กลุ่มจักสานไม้ไผ่ และเครือข่าย กิจกรรมของวัดทุ่งขวางจะขยายช่องทางการสื่อสารทั้งระดับภายในและภายนอกชุมชนแล้ว การประสานการทำงานกันของเครือข่ายการสื่อสารที่มีรากต้นทุนทางวัฒนธรรมมาจากอดีตยังทำให้ชาวบ้านทุ่งขวางมีพื้นที่การสื่อสารสำหรับทุกเพศ ทุกวัย ทุกกลุ่มการเมือง มีช่องทางการสื่อสารที่ ข้ามกันระหว่างกลุ่มหรือเครือข่าย มีเวทีการสื่อสารทั้งทางโลกและทางธรรม มีกระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นเป็นประจำ/ทุกวัน/ตามวาระโอกาสมีแบบแผนการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งแนวตั้ง/

แนวนอน เชิงรุก/เชิงรับ การสื่อสารทางเดียว/สองทาง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และรูปแบบการสื่อสารในหลายๆ ระดับ และในความสัมพันธ์ระหว่างการประสานการทำงานของเครือข่าย พบว่า การมีเครือข่ายและแบบแผนการสื่อสารที่หลากหลายนอกจากจะทำให้ชาวบ้านมีทางเลือกที่หลากหลายในการสื่อสารให้เหมาะสมกับเงื่อนไขที่แตกต่างกันไปแล้ว ยังมีบทบาทหน้าที่สำคัญ ทั้งในระดับ ปัจเจกบุคคลและระดับสังคม ตั้งแต่บทบาทหน้าที่ในการจัดการข้อ มูลข่าวสารภายใน-ภายนอกชุมชน บทบาทหน้าที่ในการจัดการความขัดแย้งทางสังคม บทบาทหน้าที่ในการสร้างและกระชับสายสัมพันธ์ทางสังคมและบทบาทหน้าที่ในการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์/ศักดิ์ศรีแห่งชุมชน

นอกจากนี้ อัจฉริยา เนตรเชย และคณะ (2547) พบว่า การจัดการข้อมูลข่าวสารของกลุ่มข้าวกล้องมีการจัดการกับข้อมูลข่าวสารมีหลายขั้นตอน โดยเริ่มจากผู้ใหญ่บ้านและภรรยาต่อมาเป็นแกนนำคนสำคัญของกลุ่ม ซึ่งเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นและมีจิตสาธารณะเป็นทุนเดิม พยายามแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อช่วยชาวบ้านแก้ปัญหา ส่วนในระดับปฏิบัติการรวมกลุ่ม เช่น จะรวมกลุ่มทำอะไร ผลิตได้หรือไม่ มีตลาดหรือไม่เป็นเรื่องของกลุ่ม และข้อมูลที่แกนนำกลุ่มแสวงหานั้นมาจากการพบเห็นตัวอย่างจากหมู่บ้านอื่น สนทนากับอาสาสมัครพัฒนาชุมชนชาวญี่ปุ่น และดูโทรทัศน์ และเนื้อหาข้อมูลข่าวสารด้านบริหารธุรกิจที่กลุ่มได้รับเกือบจะมาจากแหล่งเดียว คือ หน่วยงานราชการ ซึ่งมาในรูปของการส่งเสริมให้รวมกลุ่มและจัดกระบวนการประชุมกลุ่ม การฝึกอบรมเป็นครั้งคราว แต่บางครั้งหน่วยงานราชการเป็นตัวเชื่อมกับสื่ออื่น เช่น สื่อมวลชน เป็นต้น ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ไม่ได้มีอิทธิพลต่อเรื่องนี้ อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านการจัดการธุรกิจน้อยมาก ส่วนหนึ่งเป็นเพราะกลุ่มไม่สามารถแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่ต้องออกไปนอกปริมณฑลของชุมชน หรือนอกเหนือจากเครือข่ายส่วนตัวของผู้นำ สำหรับรูปแบบของการสื่อสาร พบว่า การสื่อสารในกรณีความขัดแย้ง ชาวบ้านมักไม่ปะทะแต่แสดงออกโดยวิธีอื่น เช่น การนินทา ไม่ร่วมมือเมื่อมีการร้องขอ การประชุมอย่างไม่เป็นทางการเป็นข้อจำกัดในการมีส่วนร่วมสูงเพราะผู้ที่พูดเก่งมักจะกุมอำนาจในการสื่อสาร

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมทำให้เกิดความเข้มแข็งได้ ดังที่สิทธิชัย เทวธีระรัตน์ และคณะ (2547) พบว่า รูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อจัดการปัญหาขยะของประชาชนท้องถิ่นอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เป็นการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมในรูปแบบของการสื่อสารแบบทางเดียว มีการไหลของข้อมูลข่าวสารแบบบนลงล่าง ส่วนใหญ่ผู้ที่แสดงบทบาทเป็นผู้ส่งสารจะเป็น เทศบาลตำบลปากช่องและผู้นำชุมชน ในบางกรณีจะมีการไหลของข่าวสารแบบล่างขึ้นบนแต่ไม่บ่อยมาก ทำให้การไหลของข้อมูลข่าวสารจากภายนอกสู่ภายในชุมชน นิยมการสื่อสารด้วยวาจา

มากกว่ารูปแบบของลายลักษณ์อักษร ทำให้มีข้อจำกัดในการเผยแพร่ข่าวสารในชุมชน การสนับสนุนภายนอกมาจากตัวกลางที่มีบทบาทส่งเสริมในการกระตุ้น การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมในชุมชนช่วยเชื่อมประชาชนภายในชุมชน และประชาชนภายในชุมชนกับสังคมภายนอก ส่วนอุปสรรคในการสื่อสาร ได้แก่ ขาดช่องทางการสื่อสาร เกรงกลัวต่ออิทธิพลของการเมือง ความสัมพันธ์ที่ห่างเหินของคนในชุมชน ขาดผู้นำการสื่อสาร ขาดข่าวสาร และขาดความรู้ ขาดทักษะการสื่อสาร ความไม่จริงใจในการเข้าร่วม และประการสำคัญขาดขวัญ และกำลังใจ การเสริมสร้างศักยภาพการสื่อสารของชุมชนของประชาชนในท้องถิ่นต้องปรับเปลี่ยนบทบาทการสื่อสารจากผู้รับสารแบบ Passive เป็นแบบ Active โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสาร คือ การทัศนศึกษา การมอบสื่อให้กับชุมชน การปรับปรุงหอกระจายข่าว การฝึกอาชีพ และการจัดเวทีเสวนา หลังจากการเสริมศักยภาพการสื่อสารด้วยกลยุทธ์การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมพบว่า ทำให้รูปแบบการสื่อสารโดยภาพรวมเปลี่ยนไปทางที่ดีขึ้น ชาวบ้านกับผู้บริหารในชุมชนสามารถหาทางออกในการแก้ไขปัญหาได้อย่างสันติวิธี มีการเจรจากันมากขึ้น และเริ่มปรับทัศนคติที่มีต่อกันไปในทางบวก

นอกจากนี้ การใช้สื่อพื้นบ้านที่มีอยู่มาช่วยในการสื่อสารเพื่อลดต้นทุนการสื่อสารของกลุ่มได้ซึ่งมีสื่อหลายประเภท ได้แก่ เสียงตามสาย หอกระจายข่าวสาร และวิทยุชุมชน เป็นต้น ดวงพร คำนูญวัฒน์ (2547) ได้ศึกษา การพัฒนาหอกระจายข่าวสารที่สนองตอบความต้องการของชุมชน พบว่า หอกระจายข่าวสารสามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับคนรุ่นใหม่ การประชุมหมู่บ้านเป็นช่องทางสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน มีการนำเสนอเนื้อหาภายในชุมชนและมีการเลือกสรรเนื้อหาภายนอกชุมชนมากขึ้น ด้วยวิธีการที่หลากหลาย ชาวบ้านเป็นผู้รับฟังที่มี ส่วนร่วมกำหนดการดำเนินงาน

จากผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการในการที่บุคคล กลุ่มคน หรือองค์การมีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งเป็นกระบวนการในการถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผลงานวิจัยหลายเรื่องที่แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญช่วยในการพัฒนาความเข้มแข็งของกลุ่ม การแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการจัดการกับข้อมูลข่าวสาร ชาวบ้านส่วนใหญ่ได้รับรู้โดยวิธีการบอกปากต่อปาก และส่งสัญญาณแจ้งข่าวกัน ผ่านตัวกลางหรือผู้นำ แต่กลุ่มก็ยังมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านการจัดการธุรกิจน้อยมาก ไม่ได้รับรู้ข่าวสารจากโลกภายนอก แม้ว่าในปัจจุบันมีการสื่อสารผ่านเสียงตามสาย หอกระจายข่าวสาร และวิทยุชุมชน นอกจากนี้ยังมีการสร้างเครือข่ายการสื่อสารในด้านความรู้และธุรกิจ จะช่วยให้ธุรกิจมีการพัฒนามากขึ้น กาดำเนินการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ก็เช่นเดียวกัน มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการสื่อสารทั้งในกลุ่ม และนอกกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และนำ

ความรู้ที่ได้จากกลุ่มอื่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง และการสื่อสารยังช่วยสร้างความเข้าใจอันดีของสมาชิก สามารถหาทางออกในการแก้ไขปัญหาได้อย่างสันติวิธี มีการเจรจากันมากขึ้น และมีทัศนคติที่มี ต่อกัน

นอกจากนี้ งานวิจัยดังกล่าวยังพบว่า กลุ่มที่ดำเนินการตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีปัญหาอุปสรรคทั้งในด้านนโยบาย การดำเนินงาน การบริหารจัดการ ทรัพยากร การผลิตและการตลาด การกำกับและติดตาม ทำให้การดำเนินนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ ในด้านการผลิตนั้นกลุ่มมีศักยภาพในการผลิต แต่สินค้าที่ผลิตมาบางกลุ่มขายได้ไม่มาก บางกลุ่มจะผลิตต่อเมื่อมีลูกค้าสั่งเท่านั้น การดำเนินการไม่เป็นเชิงรุก กลุ่มไม่สามารถผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์และมาจากภูมิปัญญาของตนเองอย่างแท้จริง ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐาน สินค้าที่ผลิตคล้ายคลึงกัน ผู้ผลิตขาดความรู้เรื่องการผลิตที่ได้มาตรฐานและความต้องการของตลาด ขาดความรู้ในการเพิ่มมูลค่าของผลผลิต กรรมวิธีขั้นตอนและเทคโนโลยีการผลิตไม่ทันสมัย การบรรจุหีบห่อยังไม่น่าสนใจ ขาดความรู้ในการบริหารจัดการด้านการตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งที่ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การรับรู้ข่าวสารมากจะทำให้มีประโยชน์ต่อการดำเนินการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ความรู้ความเข้าใจและความสามารถในการผลิต การตลาด การมีผู้นำที่เข้มแข็งเสียสละ การมีสมาชิกที่มี ความขยันขันแข็ง และมีสำนึกดีต่อกลุ่ม

ด้วยเหตุดังกล่าว กลไกในการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กลุ่มมีหลายมิติ ทั้งในด้านการการดำเนินงาน การบริหารจัดการ ทรัพยากร การผลิตสินค้าและการตลาด การกำกับและติดตาม แต่สิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การพัฒนากลไกต่างๆ ได้ต้องอาศัยการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะมนุษย์ถือเป็นสัตย์สังคมอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม เป็นชุมชน พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และพัฒนาร่วมกัน มนุษย์รู้จักตัวตนได้ด้วยการเข้าร่วมสังคม สื่อสารปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและกันมนุษย์ต้องตอบสนองต่อสิ่งต่างๆ ต่อบุคคลอื่นบนพื้นฐานของความหมายของสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้นที่มีต่อตนเอง ความหมายเหล่านี้มาจากการสื่อสาร การปฏิสัมพันธ์กันระหว่างสังคมกับบุคคล และบุคคลกับบุคคลอื่น และการแสดงออกทางสังคมเริ่มจากการสื่อสาร แลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน แล้วนำมารวมกันเป็นแบบแผน ความหมายของสิ่งต่างๆ นี้ขยายปรับไปตามกระบวนการตีความร่วมกันของผู้กระทำทางสังคม เริ่มจากการตีความของตน แล้วสื่อสารไปสู่ผู้อื่นนำเอาความหมายของคนอื่นมาปรับเปลี่ยนให้กลายเป็นความหมายรวม การปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารเหล่านี้ก็นำไปสู่การรู้จักตนเองอันเป็นการพัฒนาเพิ่มพูน การสื่อสารต่างๆ นอกจากเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันแล้วยังเป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาทั้งของกลุ่มและของตนเอง

สภาพการรวมกลุ่มกันในปัจจุบันมักเป็นการรวมกันเพื่อผลเฉพาะหน้า เช่น การรับรู้ รับทราบ แนวปฏิบัติ วิธีดำเนินการต่างๆ การสื่อสารในรูปนี้ย่อมไม่นำไปสู่การพัฒนาจนกว่าจะมีการเพิ่มความหมาย ประเมินเพิ่มคุณค่าของงานร่วมกัน กระบวนการสื่อสารเรียนรู้ซึ่งกันและกัน รวมทั้งการสร้างความรับผิดชอบร่วมกัน การยอมรับความแตกต่าง เพราะการมองผลดีความก้าวหน้าร่วมกัน จึงต้องเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อสารในองค์กร ทั้งระหว่างสมาชิกและภายในตนเองจึงจะนำไปสู่การรู้จักตนเอง การพัฒนาตนเองของทั้งกลุ่มและในตนเอง

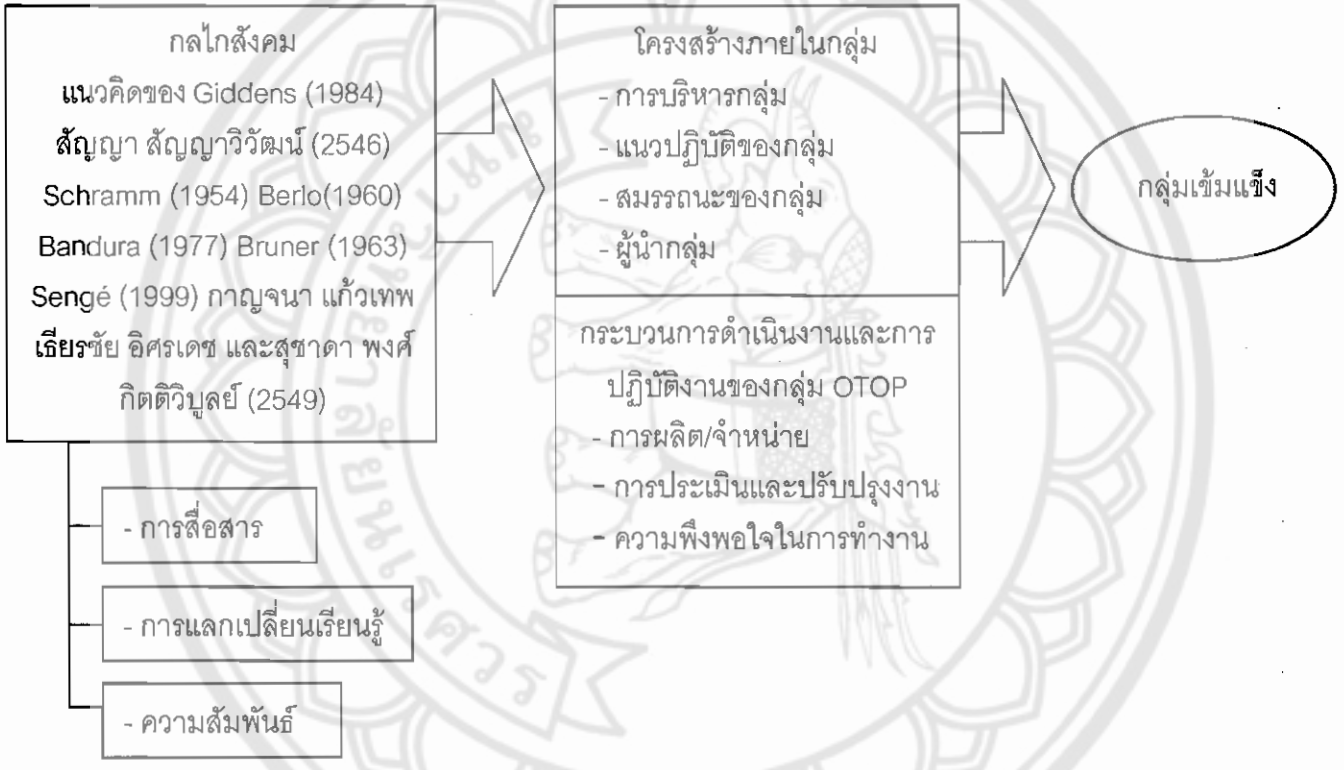
กลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีลักษณะสำคัญ คือ การพบกันชั่วคราวเพื่องานเฉพาะหน้า การรับรู้ การรับคำชี้นำจึงไม่เกิดการพัฒนาเพราะขาดการสื่อสาร การร่วมกันสร้าง การตีความร่วมกัน ที่จะนำไปสู่ความคิดรวบยอดเกี่ยวกับตนเอง การสื่อสารในตนเอง การสื่อสารในกลุ่มในแนวทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจึงเป็นการสื่อสารที่จำเป็นที่ต้องจัดให้มีขึ้นในกลุ่มหรือองค์กร สมาชิกทุกคนจึงต้องได้รับการพัฒนาในทักษะการเข้าร่วมในสังคมและการพัฒนาร่วมกัน

ดังนั้น การสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มที่ดำเนินการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น กลุ่มจะต้องมีกลไกสังคมมาช่วยเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนา และกลไกสำคัญที่จะสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้ขับเคลื่อนไปได้ต้องอาศัยการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะการกระทำระหว่างกันทางสังคมของมนุษย์ในลักษณะที่เป็นการติดต่อสัมพันธ์กันอย่างมีสัญลักษณ์ การกระทำทางสังคมจึงขึ้นอยู่กับการสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสารกลุ่มประกอบ ด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Sender) เป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หน่วยงาน หรือแหล่งที่มาของข่าวสาร ผู้ส่งสารจึงถือเป็นองค์ประกอบประการแรกที่ทำให้กระบวนการสื่อสารเกิดขึ้นเพราะเป็น ผู้เริ่มต้นการสื่อสาร สาร (Message) คือ เนื้อหาสาระ เรื่องราว หรือสิ่งต่างๆ ที่อาจอยู่ในรูปของข้อมูล ความรู้ ความคิด ความรู้สึก ฯลฯ ที่ผู้ส่งสารต้องการส่งไปให้ผู้อื่นได้รับ การพัฒนาความรู้ด้านต่างๆ โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร (Channel) ซึ่งเป็นตัวกลางหรือพาหนะที่จะนำสารไปยังผู้รับสารมีทั้งสื่อ (media) กิจกรรม (Activity) และวิธีการ (Method) ที่สารจะถูกถ่ายทอดเข้าสู่ระบบการรับรู้ของมนุษย์ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น กายสัมผัส ไปยังผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งเป็นบุคคลที่เป็นจุดหมายปลายทางของข่าวสารที่ส่งออกไปโดยผู้รับสารส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มจะรับรู้ข่าวสารจากสื่อที่ส่งไป การสื่อสารช่วยให้เกิดการควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกกลุ่มให้มีการแสดงออกตามลักษณะที่พึงประสงค์ ทำให้เกิดการจูงใจสมาชิกกลุ่มให้พัฒนางานให้ดีขึ้น และมีความพึงพอใจในงาน การสื่อสารจึงเป็นกลไกขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จในทุกงานโดยเฉพาะการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ทำให้กลุ่มเข้มแข็งได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวรวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี และนำมาประมวลเป็นกรอบแนวคิดการพัฒนากลไกสังคมในการสร้างเสริมความเข้มแข็งของกลุ่มที่ดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้นำเอาแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ เข้าเพื่ออธิบายความเชื่อมโยงโดยใช้ของ A. Giddens (1984) สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2546) Jacob L. Moreno (2007) และ George Herbert Mead (1969) เกี่ยวกับกลไกสังคม ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และความสัมพันธ์ทางสังคม และมีแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารของ Wibur Schramm (1954) David K. Berlo (1960) Julia T. Wood (2004) กาญจนา แก้วเทพ เธียรชัย อิศรเดช และสุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ (2549) และการเรียนรู้ทางสังคมของ Albert Bandura (1977) Bruner (1963) Peter M. Sengé (1999) ที่ได้อธิบายปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยผ่านการสื่อสารของคน กลุ่ม หรือองค์กรในสังคม มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ที่นำมาใช้ในการผลักดันโครงสร้างภายในกลุ่มที่มีการบริหาร แนวปฏิบัติของกลุ่ม สมรรถนะ และผู้นำกลุ่มร่วมดำเนินการให้การดำเนินงานและการปฏิบัติงานของกลุ่มสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิผลและบรรลุเป้าหมายตามความต้องการของสมาชิกกลุ่มที่ร่วมกันกำหนดไว้ อันจะนำไปสู่การสร้างเสริมความเข้มแข็งของกลุ่ม

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ ดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิด การพัฒนากลไกสังคมในการสร้างเสริมความเข้มแข็งของกลุ่มที่ดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์