



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนากระบวนการดำเนินงานกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองตำบลโลกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักการและแนวปฏิบัติ จากบทความทางวิชาการ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประมวลได้ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงาน
2. แนวคิดเกี่ยวกับการรวมกลุ่มหรือองค์กรชุมชน
3. แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญา
4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้
5. บริบทพื้นที่ที่บ้านโคกเจริญ หมู่ที่ 4 ตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงาน

กรมการพัฒนาชุมชนได้ส่งเสริมอาชีพของชุมชนอย่างต่อเนื่อง และกำหนดแผนงาน คือ แผนงานสร้างเสริมรายได้ ได้แก่ การส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ ส่งเสริมการตลาด แผนงานสร้างเสริมการออมทรัพย์เพื่อการผลิต และกิจกรรมเครือข่าย คือ ศูนย์สาธิตการตลาด กิจกรรม ช่างธนาคารข้าว (กรมการพัฒนาชุมชน. 2530 : 58-63)

การส่งเสริมให้มีการจัดตั้งและพัฒนา กลุ่มอาชีพ โดยมีความมุ่งหวังในการสร้างรายได้ให้กับชุมชนและให้คนในชุมชนสามารถพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มเองได้ด้วยกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ การดำเนินงานพัฒนา กลุ่มอาชีพ โดยเน้นการระดมทุนเงินออม พัฒนากลุ่ม ส่งเสริมการบริหารจัดการการพัฒนาการผลิต การพัฒนาการตลาด การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อย่างต่อเนื่อง

กรมการพัฒนาชุมชน (2546 : 3-4) ได้ปรับปรุงและกำหนดแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนา กลุ่มอาชีพไว้ ดังนี้

1. มีสถานที่ทำการของกลุ่มที่ใช้ในการประกอบกิจกรรม
2. มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารกลุ่ม
3. มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ และบริหารกลุ่มตามบทบาทหน้าที่
4. มีการประชุมของคณะกรรมการอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา⁹

5. มีการจัดทำทะเบียนต่าง ๆ ของกลุ่ม
6. มีระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม
7. มีการประชุมใหญ่สามัญประจำปีของสมาชิกกลุ่ม
8. มีแผนการดำเนินงานและปฏิบัติตามแผน
9. มีการส่งเสริมและเผยแพร่การดำเนินงานของกลุ่ม
10. มีความต่อเนื่องของการผลิต
11. มีการดำเนินงานด้านการตลาดเพื่อเป็นแหล่งจำหน่ายผลผลิตของกลุ่ม
12. มีทุนดำเนินงานของกลุ่ม หรือมีแหล่งเงินทุนของกลุ่ม
13. มีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์
14. มีการจัดสรรผลกำไรของกลุ่ม
15. มีการจัดสรรผลกำไรของกลุ่ม
16. มีการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่ม
17. การได้รับข่าวสารเพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการ การผลิต และการตลาด
18. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน

กรมการพัฒนาชุมชน (2545 : 34) ได้สรุปผลการส่งเสริมการดำเนินงานพัฒนากลุ่มอาชีพได้ว่า การดำเนินกลุ่มอาชีพที่ประสบผลสำเร็จมีปัจจัย 7 ประการ คือ ความพร้อมของการจัดตั้งกลุ่ม ความสามารถในการบริหารงานของคณะกรรมการ การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม การได้รับการสนับสนุนด้านวิชาการจากภาครัฐและเอกชน การได้รับการสนับสนุนทุนดำเนินงานจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้นำชุมชน การได้รับข้อมูลข่าวสารในการดำเนินงาน และความรู้ความสามารถในการพัฒนาด้านการตลาด

กฤตติกา แส่นโกชน (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนกรณีสินค้าหัตถกรรมของจังหวัดอุดรธานี พบว่าสภาพการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนส่วนมากมีปัญหาเรื่องเงินทุน การบันทึกข้อมูลรายรับ รายจ่ายไม่ครบ แยกประเภทรายรับ รายจ่ายไม่ได้ ไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริง ไม่ได้จัดทำรายงานทางการเงิน ไม่ทราบกำไรขาดทุนที่แท้จริง การผลิตสินค้าไม่ตรงความต้องการของผู้ซื้อสินค้าไม่มีการสำรวจตลาด ไม่ได้วางแผนการตลาด การผลิตสินค้ายังไม่ได้คุณภาพและมาตรฐานนอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มธุรกิจชุมชนยังต้องการความช่วยเหลือด้านการบริหารจัดการภายในกลุ่ม ทั้งทางภาครัฐ ภาคเอกชน และนักวิชาการ

จากแนวทางการดำเนินงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่าการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพมีปัจจัยหลายด้านที่ส่งผลให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ และปัจจัยที่สำคัญ คือ ความพร้อมในการจัดตั้งกลุ่ม ความสามารถในการบริหารจัดการของคณะกรรมการกลุ่ม การมีส่วนร่วม



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

10

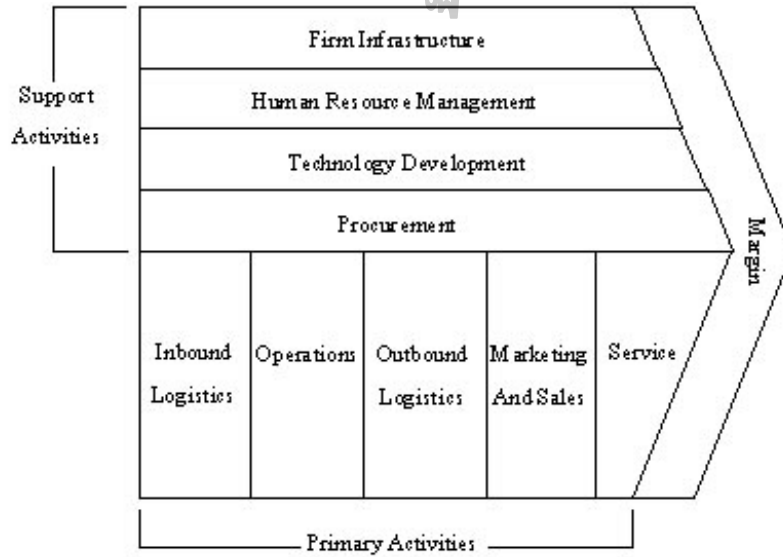
ของสมาชิกกลุ่ม และการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและ
ผู้นำชุมชน

1.1 กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ

จากแนวคิดโซ่คุณค่า (Value chain) ของพลอเตอร์ (Ploter. 1985 : 48) ซึ่งเป็นแนวคิดที่
ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายเพื่อพิจารณาหาความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน สามารถแบ่งออกได้
เป็น 2 ประเภท กิจกรรมคือ กิจกรรมหลัก (Primary activities) ได้แก่ กิจกรรมในฝ่ายต่าง ๆ เช่น การ
ขนส่งวัตถุดิบขาเข้า (Inbound logistics) การปฏิบัติการ (Operations) การขนส่งสินค้าขาออก
(Outbound logistics) การขายและการตลาด (Marketing and sales) การบริการลูกค้า (Service) และ
กิจกรรมสนับสนุน (Support activities) ได้แก่ กิจกรรมในส่วนสาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่นการจัดการ
ทรัพยากรมนุษย์ (Human resource management) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology development)
การจัดหา (Procurement) สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานขององค์กร (Firm infrastructure) ซึ่ง
กิจกรรมที่สนับสนุนเหล่านี้จะถูกจัดตั้งขึ้นเป็นแผนกต่าง ๆ แยกออกจากกิจกรรมหลักภายในธุรกิจ
อย่างชัดเจน ทั้งนี้ความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางธุรกิจจะได้อาจมาจากวิธีที่ธุรกิจจัดการและ
ปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ภายในห่วงโซ่คุณค่า เพื่อชิงความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ธุรกิจ และ
จะต้องหาวิธีส่งคุณค่าต่างๆ ไปยังลูกค้าโดยผ่านการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ โดยเพิ่ม
ประสิทธิภาพให้มากกว่าคู่แข่งหรือสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (ทวิศักดิ์ เทพพิทักษ์. 2548 : 12)
ซึ่งจากกิจกรรมในโซ่คุณค่า จะเห็นได้ว่าการจัดซื้อจัดหา (Procurement) เป็นกิจกรรมหนึ่งใน
กิจกรรมสนับสนุนด้วย



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



ภาพประกอบ 2 แนวคิดกิจกรรมในโซ่คุณค่า (Value chain) ของ Ploter

ที่มา : คอยล์ และคณะ (Coyle, et al. 2003 : 1)

นอกจากนี้ ท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบัน ผู้บริหารขององค์กรต่างได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการลดต้นทุนจากการจัดซื้อ การปรับปรุงคุณภาพของโซ่อุปทาน การสรรหาแหล่งเทคโนโลยี และวิธีการเพื่อปรับปรุงระยะเวลาการทำงาน (Cycle time) การให้ผู้ขาย (Supplier) เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต และการปรับปรุงกระบวนการให้กระชับขึ้น (Streamline process) รวมไปถึงการให้ความสำคัญในการคัดสรรบุคลากรที่ทำหน้าที่จัดซื้อด้วย (Monczka, et al. 2002 : 215)

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าการปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อจัดหานั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน หรือทำให้องค์กรประสบความสำเร็จทางธุรกิจ และได้ผลกำไรสูงสุดได้ ดังนั้นในการปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการจัดซื้อจัดหาให้สัมฤทธิ์ผลได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทราบถึง ความหมายและคำจำกัดความที่เกี่ยวข้องของการจัดซื้อจัดหา วัตถุประสงค์การจัดซื้อจัดหา นโยบายการจัดซื้อจัดหา หน้าที่ความรับผิดชอบของการจัดซื้อจัดหา และกระบวนการจัดซื้อจัดหาก่อน ซึ่งจะได้อีกดังต่อไปนี้

ความหมายและคำจำกัดความที่เกี่ยวข้องของการจัดซื้อจัดหา

มีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อไว้มากมาย ดังนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

12

วีลี (Weele. 2005 : 15) ให้ความหมายของการจัดซื้อไว้ คือ การบริหารจัดการแหล่งทรัพยากรภายนอกของ องค์กร ซึ่งได้แก่ สินค้า งานบริการ ความสามารถ (Capabilities) และความรู้ (Knowledge) ที่มีส่วนสำคัญในการดำเนินงาน ชำรงรักษาไว้ และบริหารจัดการกิจกรรมหลัก (Primary activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support activities) เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ลินเดอร์ส และคณะ (Leenders, et al. 2006 : 74) กล่าวว่าบางสถาบันได้ให้คำนิยามของการจัดซื้อ (Purchasing) ว่าเป็นกระบวนการในการซื้อ โดยศึกษาความต้องการหาแหล่งซื้อและคัดเลือกผู้ส่งมอบ เปรียบเทียบราคา และกำหนดเงื่อนไขให้ตรงกับความต้องการ รวมไปถึงติดตามการจัดส่งสินค้าเพื่อให้ได้รับสินค้าตรงเวลา และติดตามการชำระสินค้าด้วย ซึ่งแท้ที่จริงแล้ว การจัดซื้อ (Purchasing) การจัดการพัสดุ (Supply management) และการจัดหา (Procurement) นั้น ถูกนำมาใช้แทนกันในการจัดหาให้ได้มาซึ่งพัสดุและงานบริการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลภายในองค์กร ดังนั้น การจัดซื้อ หรือการจัดการพัสดุ ไม่ใช่เป็นเพียงความเกี่ยวเนื่องในขั้นตอนมาตรฐานในกระบวนการจัดหาที่ประกอบด้วย

1. การรับรู้ความต้องการใช้สินค้า
2. การแปรความต้องการใช้สินค้านั้นไปเป็นเงื่อนไขสำหรับการจัดหา
3. การแสวงหาผู้ส่งมอบที่มีศักยภาพเพียงพอกับความต้องการ
4. การเลือกแหล่งสินค้าที่เหมาะสม
5. การจัดทำข้อตกลงตามใบสั่งซื้อหรือสัญญาซื้อขาย
6. การส่งมอบสินค้าหรืองานบริการ
7. การชำระค่าสินค้าหรือบริการให้กับผู้ส่งมอบ

ซึ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของการจัดซื้อยังอาจรวมไปถึงการรับมอบสินค้า (Receiving) การตรวจสอบสินค้า (Inspection) การจัดเก็บสินค้า (Storage) การขนย้ายสินค้า (Material handling) การจัดตาราง (Scheduling) การจัดส่งทั้งขาเข้าและออก (Inbound and outbound traffic) และการทำลายทิ้ง (Disposal) แต่การจัดซื้อยังมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน (Supply chain) อีกด้วย เช่น การเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับลูกค้า และลูกค้าของลูกค้า รวมไปถึงผู้ส่งมอบของผู้ส่งมอบ ซึ่งการขยายขอบเขตส่วนเกี่ยวข้องนี้รวมเรียกว่าการจัดการโซ่อุปทาน (Supply chain management) โดยการจัดการโซ่อุปทานนี้จะมุ่งเน้นการลดต้นทุน และลดระยะเวลาภายในโซ่อุปทานเพื่อให้ได้รับประโยชน์ไปถึงลูกค้าขั้นสุดท้ายของโซ่อุปทาน และด้วยแนวความคิดนี้เอง จึงทำให้การแข่งขันในระดับองค์กรถูกเปลี่ยนไปเป็นการแข่งขันในระดับโซ่อุปทานในอนาคต

อคุลย์ จาตุรงค์กุล (2547 : 4) ได้ให้ความหมายของการจัดซื้อไว้ว่า เป็นกระบวนการที่บริษัทต่าง ๆ ทำสัญญากับบุคคลฝ่ายที่สามเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการที่ต้องการ เพื่อให้บรรลุ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

13

ถึงวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างมีจังหวะเวลา และมีต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ จากคำจำกัดความข้างต้น จะเห็นได้ว่า กิจกรรมนี้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงานพัสดุเพราะไม่ใช่เป็นแต่เพียงงานจัดซื้อเท่านั้น ยังขยายไปถึงการวางแผนและการวางแผนนโยบายครอบคลุมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องด้วยกัน กิจกรรมเหล่านี้ ได้แก่ การวิจัย และการพัฒนาการเลือกวัสดุที่เหมาะสมและการเลือกแหล่งขายที่ถูกต้อง การติดตามผลเพื่อให้การนำส่งเป็นไปตามกำหนดเวลาที่ตกลงกัน การตรวจสอบสินค้าที่นำส่งเพื่อให้มั่นใจว่าเป็นสินค้าที่มีคุณสมบัติและจำนวนตรงตามที่ได้วางไว้ และตลอดจนการพัฒนาการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกันเป็นต้น

อรุณ บริรักษ์ (2550 : 9) กล่าวถึงความหมายของการจัดซื้อจัดหา (Procurement) โดยเรียบเรียงจากคำบรรยายของ วิทยา สุหฤทธดำรง ไว้ คือ กระบวนการที่บริษัทหรือองค์กรต่างๆ ตกลงทำการซื้อขายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการที่ต้องการเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของธุรกิจอย่างมีจังหวะเวลาและมีต้นทุนที่เหมาะสม โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ปริมาณที่ถูกต้อง ตรงตามเวลาที่ต้องการ ในราคาที่เหมาะสมจากแหล่งขายที่มีความน่าเชื่อถือ

นอกจากความหมายของการจัดซื้อจัดหาที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ปัจจุบันได้เกิดมีความหมายใหม่ของการจัดซื้อขึ้นอีกซึ่งคือ การจัดซื้อแบบลีน (Lean purchasing) หรือการจัดการพัสดุแบบลีน (Lean supply management) การจัดซื้อแบบลีนนั้นได้ถูกนำมาใช้ก่อนในอุตสาหกรรมการผลิตสินค้า ซึ่งเป็นการนำเอาระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just in time : JIT) และเทคนิคต่างๆ มาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าในกระบวนการจัดซื้อจัดหาพัสดุ ลดระดับสินค้าคงคลัง และลดระยะเวลาระหว่างกระบวนการให้น้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการติดต่อสื่อสารและแบ่งปัน (Share) ข้อมูลแบบต่อเนื่อง และทันที (Leenders, et al. 2006 : 11)

อรุณ บริรักษ์ (2550 : 18) ยังได้กล่าวถึงการเพิ่มประสิทธิภาพในงานจัดซื้อตามแนวคิดแนวคิดการผลิตแบบลีน (Lean manufacturing) โดยเรียบเรียงจากคำบรรยายของ วิทยา สุหฤทธดำรง ไว้ว่าแนวคิดนี้มีหลักการมุ่งเน้นไปที่การจัดการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานภายในโรงงาน ซึ่งนั่นเป็นเพียงส่วนหนึ่งขององค์กรแบบลีน (Lean enterprise) ซึ่งหากพิจารณาให้ดีแล้วจะพบว่า ต้นทุนครั้งหนึ่งของการจัดซื้อจัดหานั้นมากกว่าต้นทุนที่ใช้ในกระบวนการผลิตขององค์กร ด้วยเหตุนี้เองแนวคิดที่เกี่ยวกับการจัดหาแบบลีน (Lean procurement) จึงเกิดขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อลดความสูญเปล่า (Waste) ทั้ง 7 ประการที่ไม่จำเป็นที่เกิดขึ้นในกระบวนการจัดซื้อจัดหาทั้งภายในองค์กรเอง และระหว่างองค์กรต่อองค์กร โดยนำเทคนิคแบบลีน และเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ มาช่วยในการพัฒนาเพื่อลดความสูญเปล่า ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบกระบวนการจัดซื้อจัดหาที่ไม่เหมาะสม การรอคอยที่ยาวนานเกินความจำเป็นในแต่ละขั้นตอนการจัดซื้อจัดหา การเก็บสินค้าคงคลังที่เกินความต้องการ การจัดส่งหรือการเคลื่อนย้ายไปขอเสนอซื้อ (Purchase requisition : PR)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

14

หรือใบสั่งซื้อ (Purchase order : PO) หรือวัตถุดิบสินค้าต่างๆ ทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กร
เกินความจำเป็น การเกิดความผิดพลาดในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการ เป็นต้น ซึ่งสามารถ
เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการจัดซื้อจัดหาแบบทั่วไป และการจัดซื้อจัดหาแบบลีน ได้ดังนี้

ตาราง 1 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการจัดซื้อจัดหาแบบทั่วไป และการจัดซื้อจัดหา
แบบลีน (Lean)

การจัดซื้อจัดหาแบบทั่วไป	การจัดซื้อจัดหาแบบลีน (Lean)
1. มีจำนวนผู้ส่งมอบวัตถุดิบ (Supplier) หลายนาย	1. มีจำนวนผู้ส่งมอบวัตถุดิบ (Supplier) น้อยราย โดยแบ่งกลุ่มของผู้ส่งมอบวัตถุดิบออกเป็นลำดับชั้นตามเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อง่ายต่อการพิจารณาหาผู้ส่งมอบวัตถุดิบที่เหมาะสม
2. มีข้อจำกัดทางด้านความรู้ความเข้าใจในเรื่องสายธารคุณค่า (Value stream)	2. มีความพยายามในการสร้างสรรค์เครือข่ายของการผลิตให้มีความยืดหยุ่น
5. มีข้อจำกัดทางการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน	5. เป็นการสื่อสารแบบสองทาง มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ร่วมกัน
6. ผู้ส่งมอบวัตถุดิบไม่ได้รับการตรวจสอบยืนยันคุณภาพของสินค้า	6. ผู้ส่งมอบวัตถุดิบได้รับการตรวจสอบยืนยันคุณภาพของสินค้า
7. ต้องทำการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าจากผู้ส่งมอบวัตถุดิบก่อนเสมอ	7. ทำการตรวจสอบคุณภาพและข้อจำกัดของสินค้าตั้งแต่อยู่ในกระบวนการผลิตของผู้ส่งมอบวัตถุดิบ
8. ทำการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโดยอิงราคาของสินค้าเป็นหลัก	8. ทำการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโดยอิงคุณภาพและราคาควบคู่กัน
9. ผู้ส่งมอบวัตถุดิบไม่ให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาหรือการปรับปรุง	9. มีข้อตกลงร่วมกันในการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องโดยการประสานร่วมมือกับผู้ส่งมอบวัตถุดิบในการปรับปรุงกระบวนการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

15

วัตถุประสงค์การจัดซื้อจัดหา

อคุลย์ จาตุรงค์กุล (2547 : 14) กล่าวว่า ตามความคิดสมัยดั้งเดิมนั้น วัตถุประสงค์ของการจัดซื้อก็เพื่อทำการซื้อวัสดุและบริการให้มีคุณภาพที่ถูกต้องในปริมาณที่ถูกต้องโดยมีราคาที่ต้องจ่ายจากแหล่งขายที่ถูกต้องและในเวลาที่ต้อง ในปัจจุบันวัตถุประสงค์ของการจัดซื้อมุ่งที่การบริหารทั่วไป ด้วยวัตถุประสงค์ในลักษณะเช่นนี้สามารถอธิบายแยกย่อยได้ 10 ประการ คือ

1. เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของบริษัท ด้วยการจัดวัสดุและบริการสนองให้โดยไม่ขาดสาย เพื่อมิให้กระบวนการผลิตหยุดชะงักเนื่องจากการขาดวัสดุ
2. ทำการซื้อโดยได้ราคาไม่เกินกว่าคู่แข่ง และทำการเสาะแสวงหาสิ่งที่มีคุณค่าที่ดีกว่าในราคาที่ต้องจ่ายไป
3. รักษาคุณภาพของวัสดุที่ทำการซื้อให้อยู่ในมาตรฐานเพียงพอสำหรับใช้งาน
4. รักษาระดับความเสียหายอันเกิดแก่การลงทุนในวัสดุให้น้อยที่สุด โดยจัดการซื้อซ้ำกัน ความสูญเสีย และล่าช้าอันเนื่องมาจากการเก็บรักษาที่ขาดประสิทธิภาพ
5. สร้างแหล่งขายสินค้าที่เชื่อถือได้ไว้เป็นแหล่งสำรองในการจัดหาวัสดุ
6. รักษาฐานะการแข่งขันให้กับบริษัท
7. พัฒนาให้เกิดความสัมพันธ์กับผู้ขายสินค้าเพื่อขจัดปัญหาต่าง ๆ และยังทำให้การจัดซื้อสิ่งของได้ในราคาและบริการที่ดี และมีภาพพจน์ที่ดี
8. แสวงหาความร่วมมือกับแผนกอื่น ๆ ในบริษัท ซึ่งก็ต้องทำความเข้าใจถึงความต้องการของแผนกอื่นเพื่อที่จะให้การสนับสนุนทางด้านวัสดุได้ดีกว่า
9. ฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรฝ่ายจัดซื้อ เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานให้แผนกและบริษัทจนประสบความสำเร็จ
10. จัดทำนโยบายและวิธีการเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น โดยให้มีต้นทุนในการดำเนินการตามความเหมาะสม

วัตถุประสงค์ทั้งหมดที่ได้กล่าวมานี้ ใช้ได้กับการจัดซื้อในอุตสาหกรรมทุกประเภท นอกจากนี้ยังใช้ได้กับอุตสาหกรรมการผลิตสินค้า หน่วยราชการ มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล และประเภทอื่น ๆ ที่ ไม่ใช่การซื้อเพื่อนำไปขายต่อ ได้อีกด้วย

นอกจากนี้ มอนค์กา และคณะ (Monczka, et al. 2002 : 115) ยังได้จำแนกวัตถุประสงค์ของการจัดซื้อ (Purchasing objectives) ของหน่วยงานการจัดซื้อระดับโลก (World class) ซึ่งมีรายละเอียดครอบคลุมมากกว่าวัตถุประสงค์การจัดซื้อแบบดั้งเดิม ที่มีแต่เพียงความต้องการจะได้รับสินค้าและบริการตามต้องการเท่านั้น โดยมีวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. สนับสนุนความต้องการในการปฏิบัติงาน (Support operational requirements)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

16

2. บริหารจัดการกระบวนการจัดซื้ออย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Manage the purchasing process efficiently and effectively)
3. คัดเลือก พัฒนา และรักษาไว้ซึ่งแหล่งของสินค้า (Select, develop, and maintain source of supply)
4. เสริมสร้างสัมพันธภาพระหว่างหน่วยงาน (Develop strong relationships with other function groups)
5. รองรับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร (Support organizational goals and objectives)
6. พัฒนากลยุทธ์การจัดซื้อเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์องค์กร (Develop integrated purchasing strategies that support organizational strategies)

นโยบายการจัดซื้อจัดหา

จากวัตถุประสงค์ของการจัดซื้อที่กล่าวมาแล้วนั้น องค์กรจะกำหนดนโยบายการจัดซื้อ เพื่อให้การจัดซื้อประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยจะกำหนดนโยบายไว้ดังนี้ (อคุลย์ จาตุรงค์กุล. 2547 : 45)

1. การจัดซื้อพัสดุที่ได้คุณภาพถูกต้อง (Right quality)
2. ปริมาณที่ถูกต้อง (Right quantity)
3. จังหวะเวลาถูกต้อง (Right time)
4. ราคาที่ถูกต้อง (Right price)
5. แหล่งขายที่ถูกต้อง (Right source)
6. สถานที่ถูกต้อง (Right place)

หน้าที่ความรับผิดชอบในการจัดซื้อจัดหา

มอนคักกา และคณะ (Monczka, et al. 2002 : 35) ได้จำแนกหน้าที่ความรับผิดชอบการจัดซื้อ (Responsibilities of purchasing) ไว้ดังนี้คือ

1. พิจารณาและคัดเลือกผู้ขาย (Evaluate and select suppliers)
2. ตรวจสอบข้อมูลคุณสมบัติทางด้านเทคนิคของพัสดุที่จะจัดซื้อ (Review specification)
3. เป็นผู้ติดต่อประสานงานคนแรกกับผู้ขาย (Act as primary contact with suppliers)
4. เลือกรูปแบบการจัดซื้อจัดจ้าง (Determine the method of awarding purchase contracts)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

17

นอกจากหน้าที่ความรับผิดชอบการจัดซื้อ ตามการจำแนกของ มอนคัก้า และคณะ (Monczka, et al. 2002 : 37) แล้ว ฝ่ายจัดซื้อจะต้องรับผิดชอบทั้งงานบริหาร และงานประจำวัน งานต่างๆ โดยมีรายละเอียดของหน้าที่ดังนี้ (อคุลย์ จาตุรงค์กุล. 2547 : 85)

1. ข่าวสารทั่วไป
 - 1.1 ทำบันทึกการซื้อ
 - 1.2 ทำบันทึกราคา
 - 1.3 ทำบันทึกสต็อกและการใช้
 - 1.4 ทำบันทึกเกี่ยวกับผู้ขาย
 - 1.5 ทำบันทึกเพิ่มคุณลักษณะเฉพาะของสินค้าที่ต้องการ
 - 1.6 ทำบันทึกเพิ่มแคตตาล็อก
2. การวิจัย
 - 2.1 จัดทำการศึกษาตลาด
 - 2.2 จัดทำการศึกษาพัสดุ
 - 2.3 จัดทำการวิเคราะห์ต้นทุน / ราคา
 - 2.4 จัดทำการวิเคราะห์ค่าพัสดุ
 - 2.5 สอบสวนแหล่งพัสดุ
 - 2.6 ตรวจสอบโรงงานผู้ขาย
 - 2.7 พัฒนาแหล่งขาย
 - 2.8 พัฒนาแหล่งและพัสดุที่จะเอาไว้ใช้เป็นทางเลือก
3. การจัดซื้อ
 - 3.1 ตรวจสอบใบขอซื้อ
 - 3.2 แสวงหาใบเสนอราคา
 - 3.3 วิเคราะห์ใบเสนอราคา
 - 3.4 ทำการเลือกว่าจะซื้อโดยจัดทำสัญญาหรือซื้อเงินสด
 - 3.5 วางตารางการซื้อและส่งของ
 - 3.6 สัมภาษณ์พนักงานขาย
 - 3.7 ต่อรองราคาและเขียนสัญญา
 - 3.8 ออกใบสั่งซื้อ
 - 3.9 ตรวจสอบเงื่อนไขทางกฎหมายในสัญญา
 - 3.10 ติดตามผลการส่งของ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

18

- 3.11 ตรวจสอบรับพัสดุ
- 3.12 ตรวจสอบใบแจ้งหนี้ (Invoice)
- 3.13 โต้ตอบจดหมายกับผู้ขาย
- 3.14 ทำการปรับให้ถูกต้องกับผู้ขาย
4. การบริหารพัสดุ
 - 4.1 เก็บรักษาสต็อกให้น้อยที่สุด
 - 4.2 ปรับปรุงการหมุนเวียนของพัสดุ
 - 4.3 โยกย้ายพัสดุ
 - 4.4 หลีกเลี่ยงพัสดุเกินความจำเป็นและล่าสมัย
 - 4.5 จัดให้มีหีบห่อและสิ่งบรรจุที่มีมาตรฐาน
 - 4.6 จัดทำบัญชีของสิ่งบรรจุที่ต้องคืนผู้ขาย
 - 4.7 รายงานพันธกรณีที่มีเป็นระยะ ๆ
5. เบ็ดเตล็ด
 - 5.1 คาดคะเนต้นทุน
 - 5.2 จำหน่ายวัสดุที่เป็นซาก ล้าสมัย และวัสดุเกินความต้องการ
6. กิจกรรมพิเศษ (มีกิจกรรมอื่นที่นอกเหนือจากกิจกรรมจัดซื้ออีกมาก โดยปกติมักทำร่วมกับแผนกอื่น โดยการให้คำแนะนำหรือร่วมตัดสินใจด้วย) กิจกรรมเหล่านี้ พอจะยกตัวอย่างได้ดังนี้
 - 6.1 ตัดสินใจว่าจะผลิตเองหรือซื้อ
 - 6.2 การทำให้เป็นมาตรฐาน
 - 6.3 การออกคุณลักษณะเฉพาะ (สเปค หรือ Specifications)
 - 6.4 การหาพัสดุแทน
 - 6.5 การยอมรับการทดสอบพัสดุ
 - 6.6 งบประมาณสำหรับพัสดุ
 - 6.7 การควบคุมพัสดุกงคลัง
 - 6.8 เลือกอุปกรณ์หลัก
 - 6.9 โครงการก่อสร้าง
 - 6.10 การให้โครงการผลิตเป็นไปตามพัสดุที่มีหรือหาได้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

19

กระบวนการจัดซื้อจัดหา

มอนคัก้า และคณะ (Monczka, et al. 2002 : 78) ได้แบ่งจำแนกกระบวนการจัดซื้อไว้ 6 กระบวนการสำคัญ คือ

1. การตรวจสอบความต้องการพัสดุ (Product) หรืองานบริการ (Service) ของผู้ใช้งาน (User)
2. การประเมินศักยภาพของผู้ขาย (Supplier)
3. การประกวดราคา (Bidding) ต่อรอราคา (Negotiation) และคัดเลือกผู้ขาย (Supplier selection)
4. การอนุมัติการจัดซื้อ (Purchase approval)
5. การปล่อยและรับความต้องการจัดซื้อ (Release and receive purchase requirements)
6. การประเมินผู้ขาย (Measure supplier performance)

ลินเดอร์ส และคณะ (Leenders, et al. 2006 : 95) อธิบายกระบวนการจัดหาพัสดุไว้ว่า กระบวนการจัดหาพัสดุนั้น โดยพื้นฐานแล้วคือกระบวนการติดต่อสื่อสารนั่นเอง โดยสื่อสารถึงความต้องการพัสดุหรือสินค้า และต้องการส่งความต้องการนี้ไปให้กับผู้ส่งมอบรายใด ในรูปแบบใด และช่วงเวลาใด ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในกระบวนการจัดการพัสดุ (Supply management process) โดยขั้นตอนต่างๆ มีดังนี้

1. การรับทราบและเข้าใจในความต้องการใช้สินค้าหรืองานบริการ (Recognition of need)
2. การแปลความต้องการไปเป็นรายละเอียดและเงื่อนไขการจัดซื้อ (Description of need)
3. การวิเคราะห์และหาแหล่งสินค้าหรืองานบริการ (Identification and analysis of possible source of supply)
4. การคัดเลือกผู้ส่งมอบสินค้าหรืองานบริการ และพิจารณารายละเอียดและเงื่อนไขจัดซื้อ (Supplier selection and determination of terms)
5. จัดทำและส่งใบสั่งซื้อให้ผู้ส่งมอบที่ได้รับการคัดเลือก (Preparation and placement of the purchase order)
6. ติดตาม และ/หรือ เร่งรัดการสั่งซื้อ (Follow-up and/or expediting of the order)
7. รับและตรวจสอบสินค้าและงานบริการ (Receipt and inspection of goods)
8. ตรวจสอบรายการใบส่งสินค้าและดำเนินการชำระเงิน (Invoice clearing and payment)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

20

9. เก็บบันทึกข้อมูลจัดซื้อและรักษาความสัมพันธ์ผู้ส่งมอบ (Maintenance of records and relationships)

จากแนวทางการดำเนินงานกระบวนการจัดหาวัตถุดิบ สรุปได้ว่ากระบวนการจัดหาวัตถุดิบต้องแตกต่างจากคู่แข่ง ต้องมีการติดต่อสื่อสารและแบ่งปันอย่างต่อเนื่องและทันที มีการวิเคราะห์ หาและคัดเลือกแหล่งสินค้าและรักษาความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบสินค้าด้วย

1.2 กระบวนการออกแบบ

การออกแบบให้เกิดรูปทรงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความงามทางด้านศิลปะ การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงหลักการดังต่อไปนี้

1. หน้าที่ใช้สอย (Function) คือต้องการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เพื่อสนองความต้องการของผู้อุปโภคและบริโภค ตัวอย่าง การออกแบบโต๊ะอาหารกับโต๊ะทำงาน โต๊ะทำงานมีหน้าที่ใช้สอยที่ยุ่ยากกว่า มีลิ้นชักสำหรับเก็บเอกสาร เครื่องใช้ที่จำเป็น ส่วนโต๊ะอาหารไม่จำเป็นต้องมีที่เก็บเอกสารหรือเครื่องใช้ ระยะเวลาใช้งานก็มีความแตกต่างกัน การทำความสะอาดก็สามารถทำได้สะดวก แต่หากเราจะใช้โต๊ะอาหารมาทำงานก็ได้ เพียงแต่หน้าที่ใช้สอยไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร เป็นต้น

2. ความปลอดภัย (Safety) การออกแบบต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้อุปโภคบริโภคเช่น เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์แล้วจะไม่เกิดสารมีพิษทำอันตรายแก่ชีวิต ไม่เกิดอันตรายได้ง่าย มีความปลอดภัยสูง เป็นต้น

3. ความแข็งแรง (Construction) หมายถึง ความแข็งแรงของตัวผลิตภัณฑ์ ควรจะเลือกใช้โครงสร้างให้เหมาะสม ให้มีความแข็งแรงทนทาน นอกจากนี้ต้องคำนึงถึงการประหยัด

4. ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics) คือ ต้องคำนึงถึงสัดส่วนที่เหมาะสมกับการใช้งาน ขนาด และขีดจำกัดของผู้อุปโภคและผู้บริโภค เช่น เก้าอี้ต้องมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับการใช้งาน นั่งแล้วสบายมีความนุ่มนวล ถ้าเป็นพวกด้ามมือจับควรจับได้สะดวกสบาย ไม่เมื่อยมือ เป็นต้น ความสะดวกสบายในการใช้เป็นความรู้ใหม่ที่มีความสำคัญมากในการออกแบบอุตสาหกรรมโดยมีจุดมุ่งหมายให้คนเรามีความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ใดๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของคนทั้งทางจิตวิทยาและสรีรวิทยา ซึ่งแตกต่างกันออกไปบ้าง ตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิภาคและสังคมแวดล้อม ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ผลิตจากประเทศตะวันตก ซึ่งออกแบบโดยใช้มาตรฐานของผู้ใช้ชาวตะวันตกทั้งทางด้านรูปร่าง ความเคยชิน และความนิยม ซึ่งอาจจะใช้ไม่เหมาะสมในการใช้ในประเทศแถบเอเชียดังเครื่องมือ เครื่องจักรบางชนิดไม่สะดวกในการทำงานเพราะสัดส่วนและความแข็งแรงของคนเอเชียแตกต่างกับคนในประเทศแถบตะวันตก



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

21

5. ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal) คือต้องการออกแบบให้ผลิตภัณฑ์มีรูปร่าง ขนาด สี สัน สวยงามน่าใช้ชวนให้ซื้อ นอกจากนี้แล้วควรจะช่วยยกระดับเกี่ยวกับบรรณนิยมในด้านรูปร่าง ขนาด สี สันแก่ผู้อุปโภคและบริโภคให้ดีขึ้น

6. ราคาพอสมควร (Cost) นักออกแบบที่ดีต้องรู้จักเลือกกำหนดการใช้วัสดุให้ถูกต้องรวมทั้งกรรมวิธีการผลิตที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพื่อจะผลิตได้ง่ายและสะดวก ซึ่งยังผลไปถึงราคาผลิตภัณฑ์ หากเรารู้จักการเลือกใช้ที่ดีแล้ว จะได้ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาพอสมควรตามความต้องการของตลาด

7. การซ่อมแซมง่าย (Ease of Maintenance) คือต้องการออกแบบให้สามารถที่แก้ไขและซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น ค่าบำรุงรักษาและการสึกหรอต่ำ

8. วัสดุ (Materials) นักออกแบบควรที่จะเลือกใช้วัสดุให้ถูกต้องเหมาะสมกับงานว่าผลิตภัณฑ์ใช้ยังสถานที่ใด เช่น ใช้น้ำบ้านพักตากอากาศชายทะเลควรจะใช้วัสดุชนิดใดจึงจะเหมาะสม นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงปริมาณของวัสดุด้วยว่ามีมากน้อยเพียงใด หาซื้อได้ยากง่ายหรือไม่ คุณสมบัติต่างๆ ที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์เหมาะสมหรือไม่ ราคาของวัสดุเหมาะสมกับชนิดหรือประเภทของผลิตภัณฑ์หรือไม่ เป็นต้น

9. กรรมวิธีการผลิต (Production) เมื่อทำการออกแบบผลิตภัณฑ์แล้ว สามารถผลิตได้สะดวกรวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่สามารถใช้ทำการผลิตได้หรือไม่ เป็นต้น

10. การขนส่ง (Transportation) นักออกแบบต้องคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง การขนส่งสะดวกหรือไม่ ระยะใกล้หรือระยะไกลกินเนื้อที่การขนส่งหรือไม่ การขนส่งทางบกหรือทางน้ำหรือทางอากาศ ต้องทำการบรรจุหีบห่ออย่างไร เครื่องเรือนไม่เกิดการเสียหายชำรุด ขนาดของรถตู้บรรทุกสินค้าหรือเนื้อที่ที่ใช้ในการขนส่งมีขนาดกว้างยาวสูงเท่าไร เป็นต้น

ก่อนอื่นนักออกแบบควรที่จะทำความเข้าใจกับประเภทของผลิตภัณฑ์ ว่ามีขอบเขตการใช้งานกว้างขวางเพียงใด ผลิตภัณฑ์จะถูกนำไปใช้ยังที่ใดบ้าง ใครเป็นคนใช้ เป็นต้น จะช่วยให้การออกแบบได้ดำเนินตามเป้าหมายที่วางไว้

จากข้อสรุปข้างต้น การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลายด้านซึ่งควรจะได้พิจารณาคือ

1. การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรต้องพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นประการแรกเพื่อจะได้ออกแบบให้ได้ความคงทนถาวรมากน้อย หรือให้เหมาะสมกับการใช้เพียงชั่วคราวของ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

22

ผลิตภัณฑ์นั้น เพราะการออกแบบจะต้องคำนึงถึงวัสดุและเวลาการผลิตไปพร้อมกัน ถ้าออกแบบโดยไม่ได้ศึกษาถึงคุณภาพตามเป้าหมายของการผลิตแล้ว ก็ไม่สามารถออกแบบที่เหมาะสมได้

2. การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต

ในที่นี้ใคร่ขอชี้ทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยตรง ด้วยการผลิตสิ่งของเครื่องใช้หรือผลิตภัณฑ์ กำลังการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์จำนวนมาก มีความจำเป็นยิ่ง เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตเช่น เครื่องจักรกล หรือเครื่องทุ่นแรงอื่นๆ ย่อมเหมาะสมกับวัสดุอย่างหนึ่ง ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน

3. การออกแบบที่สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอย

หน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้น เป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ออกแบบจะต้องพิจารณา แม้การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องกลไกซับซ้อน ผู้ออกแบบจะไม่รู้ระบบการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นทั้งหมด ก็ควรจะรู้การทำงานของผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ หรือแม้แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับเครื่องกลไก ผู้ออกแบบจะต้องทำความเข้าใจกับหน้าที่ใช้สอยเป็นประการสำคัญด้วย

4. การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค อาจจะพิจารณาได้ 2 แง่ คือ

4.1 ความต้องการที่สอดคล้องกับชีวิตความเป็นอยู่ ความต้องการที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นอยู่เป็นความต้องการที่เหมาะสมกับสภาพวัฒนธรรม รสนิยม และการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ

4.2 ความต้องการของผู้บริโภคยังเกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจ ถ้าสภาพสังคมที่กำลังเศรษฐกิจตกต่ำการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ราคาสูง สินค้าฟุ่มเฟือย หรือเน้นความงามทางการออกแบบมากจนผลิตภัณฑ์นั้นราคาสูง การออกแบบเช่นนี้ อาจจะไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้

5. การออกแบบที่มีคุณค่าทางความงาม

เพื่อให้ผู้ออกแบบตระหนักถึงความงามที่เด่นชัดร่วมสมัย และมีความคิดสร้างสรรค์แทรกอยู่ในการออกแบบแต่ละชิ้น ความประณีตบรรจงในการออกแบบหรือในผลิตภัณฑ์เป็นคุณค่าส่วนหนึ่งของความงามอีกด้วย

จากแนวทางการดำเนินงานกระบวนการออกแบบ สรุปได้ว่ากระบวนการออกแบบต้องพิจารณาจากวัสดุและเวลาการผลิตไปพร้อมกัน จำนวนที่ผลิต หน้าที่ใช้สอยและข้อสำคัญต้องตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ในด้านวัฒนธรรม รสนิยมด้วย



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

23

1.3 กระบวนการผลิต

การผลิตเป็นการสร้างสรรค์สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการมนุษย์ซึ่งมีความต้องการอย่างไม่สิ้นสุด แต่เนื่องจากการมีทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดนั้น จึงได้เข้ามาเป็นตัวกำหนดบทบาทในกระบวนการผลิตเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงทำให้เกิดการบริหารการผลิตเพื่อช่วยให้ผลผลิตที่ออกมามีคุณภาพ และตรงตามความต้องการของมนุษย์ อีกประการหนึ่งยังเป็นการช่วยให้เรานำเอาทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดนั้น มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดอีกด้วย โดยการผลิตมีการแปรรูปปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ ผ่านกระบวนการที่ทำให้ผลผลิตที่ได้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นมากกว่าปัจจัยนำเข้า ดังนั้นการผลิตจึงเป็นหนึ่งในหน้าที่หลักของการบริหารธุรกิจที่มีผลโดยตรงต่อความอยู่รอดขององค์กรและต้องสัมพันธ์เกี่ยวกับหน้าที่อื่น อาทิเช่น ความสัมพันธ์ในหน้าที่ของฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงิน และฝ่ายการผลิต ภายในองค์กรธุรกิจใด ๆ ซึ่งเริ่มจากฝ่ายการตลาดมีหน้าที่ค้นหา และเสนอสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และฝ่ายการเงินจัดสรรเงินทุน ทรัพยากรมาให้ฝ่ายการผลิตใช้สร้างสิ่งที่ลูกค้าต้องการให้เป็นรูปธรรมขึ้นมา ซึ่งการดำเนินงานของทั้งสามหน้าที่หลักนี้ ต้องมีประสิทธิภาพพร้อมทั้งต้องประสานงานกันอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้องค์กรธุรกิจบรรลุเป้าหมายสูงสุด นั่นก็คือกำไรจากการดำเนินธุรกิจ

การผลิต หมายถึง การผลิตสินค้าและบริการ โดยใช้ปัจจัยการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยที่ผลผลิตที่ได้จากกระบวนการผลิตต้องมีรรถประโยชน์ในด้านหน้าที่ใช้สอยที่เกิดประโยชน์ มีรูปร่างลักษณะที่สวยงาม ผลิตในปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการ ได้ผลผลิตทันเวลาและอยู่ ณ สถานที่ที่ถูกต้อง

กระบวนการผลิตมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ อันได้แก่ ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการแปลงสภาพ (Conversion process) และผลผลิต (Output) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ชนากร เกียรติบรรลือ. 2550 : ออนไลน์)

1. ปัจจัยนำเข้า (Input) คือ ทรัพยากรขององค์กรที่ใช้ผลิตทั้งที่เป็นสินทรัพย์ที่มีตัวตน (Tangible assets) เช่น วัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์และสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible assets) เช่น แรงงาน ระบบการจัดการ ข่าวสาร ทรัพยากรที่ใช้จะต้องมีคุณสมบัติและประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม และมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำเพื่อให้สินค้าสำเร็จรูปสามารถแข่งขันทางด้านราคาได้ในท้องตลาด

2. กระบวนการแปลงสภาพ (Conversion process) เป็นขั้นตอนที่ทำให้ปัจจัยนำเข้าที่ผ่านเข้ามามีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ได้แก่

2.1 รูปลักษณ์ (Physical) โดย การผ่านกระบวนการผลิตในโรงงาน

2.2 สถานที่ (Location) โดย การขนส่ง การเก็บเข้าคลังสินค้า



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

24

2.3 การแลกเปลี่ยน (Exchange) โดย การค้าปลีก การค้าส่ง

2.4 การให้ข้อมูล (Informational) โดย การติดต่อสื่อสาร

2.5 จิตวิทยา (Psychological) โดย การนันทนาการ ฯลฯ

3. ผลผลิต (Output) เป็นผลได้จากกระบวนการผลิตที่มีมูลค่าสูงกว่าปัจจัยนำเข้าที่รวมกัน อันเนื่องมาจากที่ได้ผ่านกระบวนการแปลงสภาพ

การผลิต : วัตถุประสงค์หลัก คือ คุณภาพ (Quality) และผลิตภาพ (Productivity) แต่แม้คุณภาพและผลิตภาพคือหัวใจของการผลิต แต่วัตถุประสงค์ทั้งหมดของการผลิตจะมีดังต่อไปนี้

3.1 การสร้างคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับคุณภาพที่กำหนดได้

3.2 การมีระดับต้นทุนที่ต่ำ ซึ่งแสดงถึงการ ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 การมีความสามารถที่จะส่งผลิตภัณฑ์ได้ทันเวลาที่กำหนดแก่ลูกค้า

4. การมีความยืดหยุ่นที่จะปรับปริมาณการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

สาเหตุการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ

1. การเปลี่ยนแปลงของผลผลิต การเพิ่มขึ้นของผลผลิตมีผลจากการใช้เทคโนโลยีในการผลิต แต่ในขณะเดียวกันต้องระมัดระวังไม่ให้คุณภาพของผลผลิตลดลง เพราะการลดต้นทุน อาจจะมีผลกระทบต่อคุณภาพของสินค้าและบริการได้

2. การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยนำเข้า อาจมีผลต่อผลิตภาพโดยตรงได้ 3 ประเภท คือ

2.1 แรงงาน การที่ผลิตภาพจะเพิ่มขึ้นได้ต้องอาศัยแรงงานที่มีฝีมือและความรู้

2.2 เงินทุน เป็นการจัดสรรเครื่องจักรเข้ามาใช้แทนแรงงานคน ดังนั้นจึงควรมีการ

พิจารณาให้เหมาะสม

2.3 การจัดการ เป็นตัวประสานการใช้แรงงานและเงินทุน ให้อยู่ในสัดส่วนที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพและมีผลิตภาพเพิ่มขึ้น

การบริหารการผลิต

การบริหารการผลิตด้านคุณภาพ ผลิตภาพ เวลา ปริมาณ และความยืดหยุ่นด้านปริมาณ และผลิตภัณฑ์ ผู้บริหารการผลิตต้องดำเนินการตามหน้าที่ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การวางแผนกำหนดกลยุทธ์การผลิต จะเป็นการกำหนดแผนงานกลยุทธ์ของแต่ละฝ่าย เพื่อใช้เป็นแนวทางสร้างวิธีการปฏิบัติงานของกิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละฝ่าย

2. การบริหารและควบคุมคุณภาพ เป็นการจัดการให้ทุกส่วนของกระบวนการผลิตมีมาตรฐาน โดยพยายามลดความผิดพลาดต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นกับปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการผลิต (Transformation) และผลผลิต (Output)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

25

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิต ให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด โดยอาจนำเอาเทคโนโลยีและวิธีการที่ทันสมัย มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินการผลิต
 4. การพยากรณ์การผลิต เป็นการคาดหมายความต้องการ (Demand) ในอนาคต เพื่อวางแผนเชิงปริมาณ อาทิเช่น การวางแผนกำลังการผลิต การวางแผนกำลังคน เป็นต้น
 5. การวางแผนกำลังการผลิต เป็นการกำหนดระดับของการลงทุนในเครื่องจักรอุปกรณ์ และการจัดการกำลังคน เพื่อให้ปริมาณการผลิตเพียงพอกับความต้องการ
 6. การวางแผนการผลิตรวม
 7. การบริหารสินค้าคงคลัง เป็นต้นทุนส่วนใหญ่ของการผลิต จึงต้องมีการจัดการให้ปริมาณของสินค้าคงคลังอยู่ในระดับที่เหมาะสม และเพียงพอที่จะบริการให้กับลูกค้า
 8. การเลือกทำเลที่ตั้ง เป็นการลงทุนระยะยาวที่ต้องการวางแผนอย่างดี เพราะอาจส่งผลไปยังต้นทุนของธุรกิจ
 9. การวางแผนผังกระบวนการผลิต การวางลำดับของเครื่องจักรตามประเภทของการผลิต มีผลต่อการไหลผ่านของงาน
 10. การบริหารโครงการ เป็นการควบคุมโครงการให้เสร็จทันเวลาและเป็นการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
 11. การบริหารแรงงานการผลิต เป็นการกำหนดวิธีการทำงานแก่คนงานโดยคำนึงถึงปัจจัยที่มีอยู่
 12. การจัดตารางการผลิต เป็นการจัดสรรในเรื่องของต้นทุน และเวลาในการผลิตเพื่อใช้ได้อย่างคุ้มค่าที่สุดให้ทันกับการส่งมอบงาน
 13. การบริหารห่วงโซ่ของสินค้าเป็นการบริหารงานตั้งแต่กระบวนการคัดสรรวัตถุดิบ จนถึงมือผู้รับโดยคำนึงถึงปัจจัยที่มีอยู่
 14. การบำรุงรักษาเครื่องจักรอุปกรณ์ต้องมีการดูแลบำรุงรักษาเครื่องจักรตลอดระยะเวลาการใช้งานโดยต้องคำนึงถึงต้นทุนการซ่อมและการบำรุงรักษาด้วย
- ประเภทของการผลิต
1. การผลิตตามคำสั่งซื้อ (Made-to-order) เป็นการผลิตที่คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย การเตรียมการผลิตและวัตถุดิบที่ต้องการจะใช้ตลอดจนกระบวนการผลิตจึงไม่สามารถคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าได้ เครื่องจักรอุปกรณ์ที่ใช้ต้องเป็นแบบอเนกประสงค์ และผู้ผลิตต้องมีความสามารถและความชำนาญหลายอย่าง เพื่อทำการผลิตสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้ ตัวอย่างของการผลิตตามคำสั่งซื้อ ได้แก่ การตัดเย็บชุดวิวาห์ การรับสร้างบ้านบนดินของลูกค้า การทำผม ฯลฯ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

26

2. การผลิตเพื่อรอจำหน่าย (Made-to-stock) เป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะเป็นมาตรฐานเดียวกันตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ การจัดหาวัตถุดิบและการเตรียมกระบวนการผลิตสามารถทำได้ล่วงหน้า เครื่องจักรอุปกรณ์จะเป็นเครื่องมือเฉพาะงานและผู้ผลิตถูกอบรมมาเพื่อทำงานตามหน้าที่เฉพาะอย่าง ตัวอย่างของการผลิตเพื่อรอจำหน่ายได้แก่การผลิตสบู่ การผลิตรถยนต์ การผลิตเสื้อผ้าเครื่องแบบนักเรียน ฯลฯ

3. การผลิตเพื่อรอคำสั่งซื้อ (Assemble-to-order) เป็นการผลิตชิ้นส่วนที่จะประกอบเป็นสินค้าสำเร็จรูปได้หลายชนิด ซึ่งชิ้นส่วนเหล่านั้นจะมีลักษณะแยกออกเป็นชิ้นเฉพาะหรือโมดูล (Module) โดยผลิตโมดูลรอไว้ก่อน เมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าจึงทำการประกอบ โมดูลให้เป็นสินค้าตามลักษณะที่ลูกค้าต้องการ จึงนับได้ว่าการผลิตเพื่อรอคำสั่งซื้อได้นำเอาลักษณะของการผลิตเพื่อรอจำหน่ายซึ่งมีการผลิตชิ้นส่วนเป็น โมดูลมาตรฐานที่ใช้ประกอบเป็นสินค้าหลายชนิดรอไว้มาผสมเข้ากับลักษณะของการผลิตตามคำสั่งซื้อซึ่งนำโมดูลมาประกอบ และแต่งเติมรายละเอียดให้สินค้าสำเร็จรูปมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย ตัวอย่างการผลิตเพื่อรอคำสั่งซื้อ ได้แก่ การผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า หลายรุ่นที่มีการใช้อะไหล่เหมือนกัน

ประเภทของการผลิตแบ่งตามลักษณะของระบบการผลิตและปริมาณการผลิต

1. การผลิตแบบโครงการ (Project manufacturing) เป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ ราคาแพง และมีลักษณะเฉพาะตามความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย เช่น การสร้างเขื่อน การสร้างทางด่วน การต่อเรือดำน้ำ การต่อเครื่องบิน ฯลฯ การผลิตแบบโครงการมักมีปริมาณการผลิตต่อครั้งน้อยมากหรือผลิตครั้งละชิ้นเดียวและใช้เวลานาน การผลิตจะเกิดขึ้นที่สถานที่ตั้งของโครงการ (Site) เมื่อเสร็จงาน โครงการหนึ่งจึงย้ายทั้งคนและวัสดุสิ่งของเครื่องมือต่าง ๆ ไปปฏิบัติงานใหม่ เครื่องมือที่ใช้จึงเป็นแบบอนเนกประสงค์ซึ่งเคลื่อนย้ายได้ง่าย และคนงานต้องสามารถทำงานได้หลายอย่างจึงต้องใช้แรงงานที่มีฝีมือที่ผ่านการอบรมอย่างดี

2. การผลิตแบบไม่ต่อเนื่อง (Job shop หรือ Intermit ten production) เป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะหลากหลายตามความต้องการของลูกค้า โดยมีปริมาณการผลิตต่อครั้งเป็นล็อต มีการเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตค่อนข้างบ่อย และผลผลิตไม่มีมาตรฐานมากนัก เช่น การบริการคนไข้ที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล เครื่องจักรอุปกรณ์ต่าง ๆ จะถูกรวมกันตามหน้าที่การใช้งานไว้ในสถานีการผลิตแยกเป็นหมวดหมู่อยู่ตามส่วนต่าง ๆ ของผังโรงงานในจุดที่สามารถทำให้กระบวนการผลิตทุกผลิตภัณฑ์สามารถดำเนินไปตามขั้นตอนการผลิตที่กำหนดไว้ได้อย่างคล่องตัว การเดินเครื่องผลิตจะผลิตสินค้าชนิดหนึ่งจนได้ปริมาณตามที่ต้องการแล้ว จึงเปลี่ยนไปผลิตสินค้าชนิดอื่น โดยใช้เครื่องจักรชุดเดิม



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

27

3. การผลิตแบบกลุ่ม (Batch production) เป็นการผลิตที่คล้ายกับการผลิตแบบไม่ต่อเนื่องมาก จนบางครั้งจัดเป็นการผลิตประเภทเดียวกัน แต่จะแตกต่างกันตรงที่การผลิตแบบกลุ่มจะมีลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตแยกเป็นกลุ่ม ๆ ในแต่ละกลุ่มจะผลิตตามมาตรฐานเดียวกันทั้งสิ้น ในขณะที่การผลิตแบบไม่ต่อเนื่องจะมีลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์หลากหลายมากกว่า ลักษณะการจัดเครื่องจักรอุปกรณ์ของการผลิตแบบกลุ่มจะเหมือนกับการผลิตแบบไม่ต่อเนื่องคือจัดเครื่องจักรตามหน้าที่การใช้งานเป็นสถานีแล้วงานจะไหลผ่านไปแต่ละสถานีตามลำดับขั้นตอนของงาน และเนื่องจากการผลิตแบบกลุ่มเป็นการผลิตของเป็นล็อต ขั้นตอนการผลิตจึงมีแบบแผนลำดับเหมือนกันเป็นกลุ่ม ๆ ตามล็อตการผลิตเหล่านั้น การผลิตแบบกลุ่มนี้ใช้ได้กับการผลิตตามคำสั่งซื้อและการผลิตเพื่อรอจำหน่าย เช่น การเย็บเสื้อโหล เป็นต้น

4. การผลิตแบบไหลผ่าน หรือการผลิตตามสายการประกอบ หรือการผลิตแบบซ้ำ (Line-flow หรือ Assembly หรือ Repetitive production) เป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันในปริมาณมาก เช่น การผลิตแชมพู การผลิตรถยนต์ การผลิตเครื่องซักผ้า การผลิตแบบไหลผ่านจะมีเครื่องจักรอุปกรณ์เฉพาะของแต่ละสายผลิตภัณฑ์แยกต่างหาก โดยไม่มีการใช้เครื่องจักรร่วมกัน เครื่องจักรอุปกรณ์จะเป็นแบบเฉพาะงานสำหรับแต่ละสายผลิตภัณฑ์เพื่อการผลิตที่รวดเร็ว และได้ปริมาณมาก การผลิตแบบนี้จะเหมาะสมกับการผลิตเพื่อรอจำหน่ายหรือใช้ในการประกอบโมดูลในการผลิตเพื่อรอคำสั่งซื้อจากลูกค้าต่อไป

5. การผลิตแบบต่อเนื่อง (Continuous process หรือ Continuous flow production) เป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวในปริมาณที่มากมายอย่างต่อเนื่อง โดยใช้เครื่องจักรเฉพาะอย่างซึ่งมักจะเป็นการผลิตหรือแปรรูปทรัพยากรธรรมชาติให้เป็นวัตถุดิบในการผลิตขั้นตอนต่อไป เช่น การกลั่นน้ำมัน การผลิตสารเคมี การทำกระดาษ ฯลฯ

การจัดการผลิตเป็นการจัดการกระบวนการแปรสภาพทรัพยากรต่าง ๆ เช่น ที่ดิน แรงงาน วัตถุดิบ เงินทุนให้เป็นสินค้าและบริการ การวางแผนเพื่อการผลิตประกอบด้วย การวางแผนผลิตภัณฑ์ การวางแผนเลือกทำเลที่ตั้ง การวางแผนกำลังการผลิต การวางแผนการจัดซื้อและการบริหารสินค้าคงเหลือ ระบบการผลิตประกอบด้วยปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิตและผลผลิตในการผลิตต้องมีการวางแผนผังกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับประเภทของสินค้าที่ผลิต ลักษณะของการวางแผนผังการผลิตได้แบ่งได้ดังนี้

5.1 การวางแผนผังตามกระบวนการ

5.2 การวางแผนผังตามผลิตภัณฑ์

5.3 การวางแผนผังแบบผลิตภัณฑ์อยู่กับที่



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

28

ในการผลิตแต่ละสินค้าควรมีการจัดตารางการผลิตเพื่อให้เกิดความสะดวกในการบริหารงาน นอกเหนือจากการจัดการผลิตและการวางระบบการผลิตที่เหมาะสมแล้ว การควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการให้มีคุณภาพก็เป็นสิ่งที่จำเป็น การควบคุมคุณภาพแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ

1. กำหนดคุณภาพในระดับนโยบาย
2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตามที่กำหนด
3. ควบคุมคุณภาพในการผลิต
4. ควบคุมคุณภาพในระยะเวลาการจำหน่าย ติดตั้งและใช้ประโยชน์

การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตเป็นการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้สามารถใช้ปัจจัยการผลิตในจำนวนที่น้อยที่สุดแต่สามารถให้ผลผลิตมากขึ้นกว่าเดิม สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการสามารถดำเนินการได้ เช่น สร้างจิตสำนึกที่ดีต่อการบริการ สร้างกำลังใจให้กับพนักงานที่ให้บริการดีให้การอบรมพนักงาน

ปัจจัยการผลิต

ในการผลิตสินค้านั้นเรามุ่งที่จะทำให้เกิดสินค้าและบริการขึ้นมาเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้และบริการอื่น ๆ การทำให้เกิดสินค้าและบริการขึ้นมาได้นั้นต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญ 4 ประการดังนี้

1. ทรัพยากรธรรมชาติ
2. แรงงาน
3. เงินทุน
4. ผู้ประกอบการ

การวางแผนการผลิตและปัจจัยที่มีผลต่อการผลิต

ในการวางแผนการผลิตนั้นมียุทธศาสตร์ประกอบที่สำคัญอยู่ 5 ประการที่ผู้ผลิตจำเป็นต้องให้ความสำคัญดังนี้

1. การวางแผนผลิตภัณฑ์ เป็นการเตรียมข้อมูลและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจะผลิต โดยอาศัยการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค ผู้ขายและผู้ผลิตซึ่งต้องคำนึงถึงลักษณะที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ 3 ประการดังนี้

- 1.1 ระดับคุณภาพ
- 1.2 ความเชื่อได้ของผลิตภัณฑ์
- 1.3 ต้นทุนการผลิต



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

29

2. การวางแผนทำเลที่ตั้ง วิธีพิจารณาเพื่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งสามารถพิจารณาจากสภาพทางกายภาพของสถานที่เป็นหลักเพราะทำเลที่ตั้งของธุรกิจเปรียบเสมือนจุดยุทธศาสตร์ขององค์กรธุรกิจ ไม่ว่าจะกล่าวถึงทั้งในด้านการดำเนินธุรกิจรวมทั้ง การผลิตหรือการบริหาร

3. การวางแผนกำลังการผลิต หมายถึง การกำหนดกำลังการผลิตขึ้นล่วงหน้าเพื่อเตรียมกำลังการผลิตให้สามารถทำการผลิตได้ตามอัตราที่แต่ละหน่วยธุรกิจกำหนดไว้ในแผนการดำเนินงาน นอกจากนี้การวางแผนกำลังการผลิตนี้จะมีบทบาทอย่างยิ่งในการกำหนดตารางการผลิตและการเตรียมกำลังการผลิต ซึ่งอาจจะหมายถึงการจัดซื้อและการหาแรงงานให้มากพอต่อการผลิตครั้งหนึ่ง ๆ

4. การวางแผนการจัดซื้อและการบริหารสินค้าคงเหลือ หมายถึง กระบวนการจัดหาสินค้าและบริการจากภายนอก โดยทำการติดต่อ ประเมินและตัดสินใจเลือกผู้ขายที่ดีที่สุดในด้านราคา การส่งมอบสินค้าและบริการ

จากแนวทางการดำเนินงานกระบวนการผลิต สรุปได้ว่ากระบวนการผลิตและแปลงสภาพสามารถดำเนินการเพื่อผลิตและแปลงสภาพปัจจัยนำเข้าให้เป็นสินค้าหรือบริการที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ กิจกรรมของผู้บริหารการผลิตประกอบด้วยกิจกรรม 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. การวางแผน
2. การจัดองค์การ
3. การจัดกำลังคน
4. การสั่งการ
5. การควบคุม

1.4 กระบวนการด้านการตลาด

การตลาด หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ที่เกิดขึ้นมาโดยเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับตลาดโดยตรง และเป็นความพยายามที่จะให้เกิดการแลกเปลี่ยนต่าง ๆ เพื่อการตอบสนองความต้องการของมนุษย์คือการจะให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนนี้เองที่ต้องมีงานหลาย ๆ อย่างต้องทำ กล่าวคือผู้ขายจะต้องค้นหาว่าผู้ซื้ออยู่ที่ไหน มีใครบ้าง ต้องรู้ความต้องการเป็นอย่างไร ต้องการอะไร จากนั้นก็ออกแบบผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมให้เกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการนำออกจำหน่าย การค้นหาลูกค้า การสื่อสาร การจัดจำหน่าย การกำหนดราคาและการให้บริการ ล้วนแต่เป็นงานสำคัญที่เป็นงานหลักของการตลาดทั้งสิ้น

การวางแผนการตลาด หมายถึง กระบวนการจัดการในการพัฒนาและปรับปรุงให้เกิดความสอดคล้องกันของภารกิจ วัตถุประสงค์ ทักษะ ทรัพยากรและโอกาสทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปโดยอาศัย การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายในและภายนอก การกำหนด



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

30

วัตถุประสงค์การตลาด การกำหนดกลยุทธ์การตลาด การกำหนดโปรแกรมการทำงาน งบประมาณ และวิธีการควบคุม ธุรกิจจะต้องมีตลาดที่เป็นเป้าหมายเพื่อเป็นทิศทางในการบริหารงานด้านการตลาดต่อไป จึงต้องเข้าใจถึงกลยุทธ์ในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ตลอดจนการประเมินคุณค่าของตลาดเป้าหมายที่มีความแตกต่างได้

หน้าที่ทางการตลาด หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดการนำสินค้าและบริการออกสู่ตลาดอาจแบ่งออกตามกิจกรรมตามกิจกรรมที่ทำได้ดังนี้

1. หน้าที่การเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของ มีหน้าที่การแลกเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่เกี่ยวข้อง โดยมี 2 หน้าที่ดังนี้

1.1 การซื้อ (Buying) หมายถึง บริษัทจัดซื้อสินค้าและบริการเพื่อนำไปขายต่อสำหรับผู้บริโภคซึ่งสินค้าอาจมีการเปลี่ยนรูปจากเดิมเมื่อถึงมือผู้บริโภคเป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น ซื้ออ้อยแปรรูปเป็นน้ำตาล โดยน้ำตาลจะถึงมือคนกลางและผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยมีหน้าที่จะต้องปฏิบัติสำหรับกิจกรรมการซื้อ มี 3 ประการดังนี้

1.1.1 การวางแผนประเภทของสินค้าที่ซื้อ มีดังนี้

1.1.1.1 ผลិតภัณฑ์ที่จะซื้อ

1.1.1.2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์

1.1.1.3 ปริมาณของซื้อ

1.1.1.4 เวลาที่ต้องการซื้อ

1.1.1.5 งบประมาณในการจัดซื้อ

1.1.2 การพิจารณาเลือกแหล่งจำหน่ายสินค้า มีดังนี้

1.1.2.1 ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งจำหน่ายอื่น ๆ

1.1.2.2 เวลาที่ส่งมอบตรงต่อเวลา

1.1.2.3 เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น ส่วนลดเงินสด ส่วนลดการค้า

1.1.2.4 ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ

1.1.2.5 นโยบายในการจัดจำหน่ายที่ชัดเจนของผู้ขาย

1.1.3 การพิจารณาเกี่ยวกับการสั่งซื้อ มีดังนี้

1.1.3.1 การซื้อสินค้าจากแหล่งผลิตเอง เช่น การซื้อทางไปรษณีย์หรือ

โทรศัพท์

1.1.3.2 การซื้อสินค้าปริมาณมาก ๆ ทำให้ราคาสินค้าถูก

1.1.3.3 การซื้อตามรายการ ข้อกำหนดที่ผู้ซื้อกำหนดชนิดของผลิตภัณฑ์

ราคาและปริมาณไว้แล้วโดยการสั่งซื้อก็จะมีข้อตกลงเกี่ยวกับเงื่อนไขการชำระเงินและการส่งมอบ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

31

1.1.3.4 การสั่งซื้อสินค้าบางชนิดผู้ผลิตและส่งผ่านตัวแทนที่มีผู้ชำนาญในด้านการจัดซื้อเป็นพิเศษ

1.2 การขาย (Selling) หมายถึง บริษัทที่มีกิจกรรมการขายโดยอาศัยพนักงานขายหรือไม่ใช้พนักงานขายกระตุ้นให้ผู้ซื้อที่มีความต้องการซื้อสินค้าโดยมีกิจกรรมการขาย 2 หน้าที ดังนี้

1.2.1 การขายส่ง (Wholesale trade) หมายถึง การขายที่พ่อค้าส่งขายสินค้าให้กับผู้ขายปลีก

1.2.2 การขายปลีก (Retail trade) หมายถึง การขายที่พ่อค้าปลีกขายสินค้าให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย

2. หน้าทีที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้า เป็นการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิต พ่อค้าส่งและผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว โดยมี 2 หน้าทีดังนี้

2.1 การขนส่ง (Transportation) หมายถึง การขนส่งสินค้าจากแหล่งหนึ่งไปสู่อีกแหล่งหนึ่ง โดยให้พาหนะต่าง ๆ เพื่อให้สินค้าถึงมือผู้บริโภค เช่นรถบรรทุก เครื่องบิน เป็นต้น

2.2 การจัดเก็บรักษา (Storing) หมายถึง บริษัทจะดำเนินการเก็บสินค้าบางชนิดที่อาจผลิตขึ้นก่อนล่วงหน้า ก่อนเวลาการจำหน่ายจริง โดยมีเหตุผลดังนี้

2.2.1 เพื่อรอเวลาที่ลูกค้าเกิดความต้องการ

2.2.2 เพื่อให้สินค้ามีจำหน่ายได้ตลอดทั้งปี

2.2.3 เพื่อรอการขนส่ง

2.2.4 เพื่อเก็บกำไรและผลตอบแทน

ซึ่งการจัดเก็บรักษาอาจจัดเก็บในคลังสินค้า ห้องเย็น คลังสินค้ากลางแจ้งหรือคลังสินค้าสาธารณะ เช่น ผลไม้สด ไม้ วัสดุก่อสร้าง เป็นต้น

3. หน้าทีเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกและการสนับสนุน จะมีกิจกรรมสนับสนุนในการอำนวยความสะดวก 4 หน้าที ดังนี้

3.1 การจัดมาตรฐานสินค้าและประเภทสินค้า (Standardization and grading) การจัดมาตรฐานสินค้าและประเภทสินค้าที่ทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายทำการตกลงซื้อขายกันง่ายขึ้นซึ่งการกำหนดมาตรฐานสินค้าต่าง ๆ ว่ามีคุณภาพ รูปแบบลักษณะที่แตกต่างกันทำให้ตรวจสอบมาตรฐานสินค้าได้โดยมีเครื่องมือกำหนดมาตรฐานดังนี้

3.1.1 น้ำหนักของสินค้า

3.1.2 ขนาดสินค้า เช่น ขนาดของเสื้อ S M L XL และ XXL

3.1.3 ส่วนผสมต่าง ๆ ทางด้านสารเคมีว่ามีส่วนผสมอะไรบ้างและปริมาณเท่าไร



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

32

3.1.4 ประสิทธิภาพในการทำงาน เช่นอายุการใช้งาน เช่น อายุการใช้งานนาน 5 ปี

3.1.5 รูปแบบของสินค้า เช่น เป็นกล่อง เป็นขวด เป็นถุง

3.1.6 ลักษณะที่ผู้ซื้อสามารถสัมผัสได้ เช่น กลิ่นของน้ำหอม การชิม รสชาติอาหาร

3.2 การเงิน (Financing) บริษัทจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับสถาบันการเงินหรือธนาคาร เป็นการกู้ยืมเงินสำหรับการลงทุน และเป็นแหล่งให้เครดิตแก่ลูกค้าซึ่งบริษัทจะนำเงินมาลงทุนเพื่อจัดเก็บสินค้า การขนส่ง การซื้อ การขายและรวมถึงการส่งเสริมการตลาด

3.3 การเสี่ยงภัย (Risk taking) บริษัทจะมีภาระความเสี่ยงด้านการลงทุนในการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ คือกำไรหรือขาดทุน โดยความเสี่ยงที่อาจเกิดจากสาเหตุต่าง ๆ ที่มีผลต่อการลงทุนได้ดังนี้

3.3.1 สินค้าเสียหรือเสื่อมคุณภาพ อันเกิดจากอายุของการผลิตสินค้า สินค้าเสื่อมคุณภาพ หรือไฟไหม้

3.3.2 สินค้าสูญหาย อันเนื่องมาจากตัวพนักงานหรือระบบการบริหารที่ไม่ดีทำให้การนำเข้าสินค้าสูญหายได้

3.3.3 การเปลี่ยนแปลงทางการตลาด อันเนื่องมาจากความนิยมของลูกค้า ค่านิยมด้านสังคม คู่แข่งขันและด้านกฎหมาย

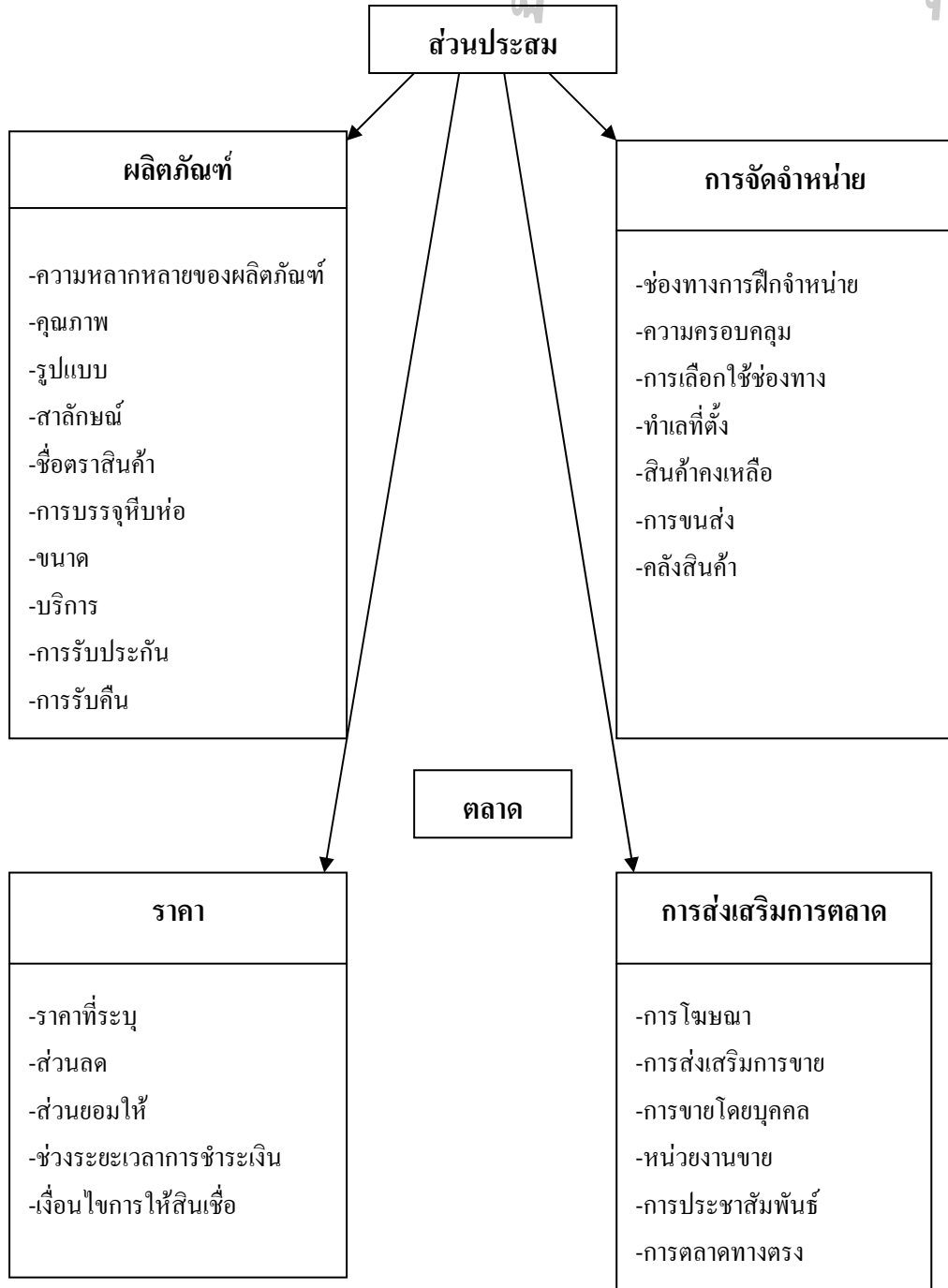
3.4 สารสนเทศทางการตลาดและการวิจัยตลาด (Marketing information and marketing research) การดำเนินงานทางการตลาดจะเกี่ยวกับข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ ทางการตลาดซึ่งนักการตลาดจะจัดเก็บและรวบรวมข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งและพฤติกรรมผู้บริโภคโดยนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างถูกต้อง

ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หมายถึง กลุ่มของการตลาดที่บริษัทนำมากำหนดวัตถุประสงค์ของกลุ่มตลาดเป้าหมายได้ ดังนั้นส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็น 4 P's คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังภาพประกอบ 3



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



ภาพประกอบ 3 ส่วนประสมการตลาด



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

34

ดังนั้นจากภาพประกอบ 3 ส่วนประกอบการตลาดสามารถสนองตอบความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้ (เชาว์ โรจน์แสง, 2546 : 73 – 74)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ตัวแปรตัวแรกที่มีการผสมผสานของสินค้าและบริการที่บริษัทเลือกให้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมายโดยมีลักษณะสำคัญซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 1.1 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product variety)
- 1.2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Quality)
- 1.3 รูปแบบและการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Design)
- 1.4 สาลักษณ์หรือลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Features)
- 1.5 ชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ (Brand name)
- 1.6 การบรรจุภัณฑ์ การหีบห่อของผลิตภัณฑ์ (Packaging)
- 1.7 ขนาดของผลิตภัณฑ์ (Sizes)
- 1.8 การบริการของผลิตภัณฑ์ (Services)
- 1.9 การรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranties)
- 1.10 การรับคืนผลิตภัณฑ์ (Returns)

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าเงินที่ลูกค้าต้องใช้ในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และบริการ โดยราคาที่กำหนดนั้นต้องให้ลูกค้ารับรู้และยอมรับว่าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 ราคาสินค้าในรายการหรือราคาที่ระบุ (List price)
- 2.2 ราคาที่ให้ส่วนลด (Discounts)
- 2.3 ราคาที่มีส่วนยอมให้ (Allowances)
- 2.4 ราคาที่มีช่วงระยะเวลาการชำระเงิน (Payment period)
- 2.5 ราคาที่มีเงื่อนไขการให้สินเชื่อ (Credit terms)

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การจัดกิจกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยการกระจายสินค้าผ่านคนกลางหรือตัวแทนเป็นผู้ส่งสินค้าไปยังสถานที่ต่าง ๆ ให้ทันตามความต้องการของลูกค้าซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels)
- 3.2 ความครอบคลุม (Coverage)
- 3.3 การเลือกใช้ช่องทาง (Assortments)
- 3.4 ทำเลที่ตั้ง (Location)
- 3.5 สินค้าคงเหลือ (Inventory)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

3.6 การขนส่ง (Transportation)

3.7 คลังสินค้า (Warehousing)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมการสื่อสารข้อมูลทางการตลาด เพื่อให้ลูกค้ารับรู้และซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งมีรายละเอียดดังภาพ 2.2

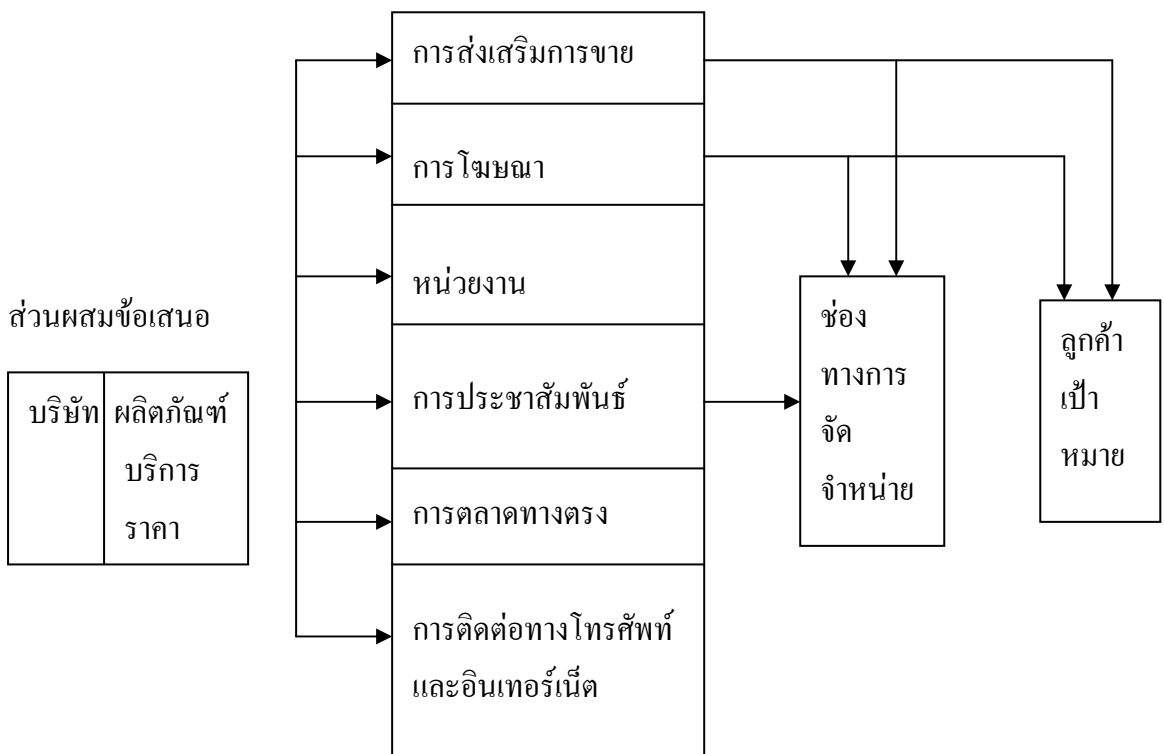
4.1 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion)

4.2 การโฆษณา (Advertising)

4.3 การขายโดยบุคคล (Personal selling) หรือหน่วยงานขาย (Sales force)

4.4 การประชาสัมพันธ์ (Public relations)

4.5 การตลาดทางตรง (Direct marketing) ซึ่งรวมถึงการส่งเสริมการขายทางไปรษณีย์และการส่งเสริมการขายทางโทรศัพท์และทางอินเทอร์เน็ตด้วย



ภาพประกอบ 4 ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด

ที่มา : คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 16)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

36

จากภาพประกอบ 4 ส่วนประสบการณ์ตลาดที่บริษัทมีข้อเสนอที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และราคา โดยบริษัทยังกำหนดส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย การโฆษณา หน่วยงานขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรงและการติดต่อทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต ดังภาพประกอบ 4

นอกจากส่วนผสมการตลาด (Marketing mix) หรือ 4 P's แล้วยังปัจจัย P ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาดที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ ดังนี้ (สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547 : 15-16)

1. P ตัวที่ 5 คือ พนักงาน (People) หมายถึง การจัดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพด้วยบุคลากรของบริษัท โดยเริ่มตั้งแต่การสรรหาคัดเลือก การพัฒนาและฝึกอบรม รวมไปถึงการจูงใจและปลูกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการให้มากที่สุด ได้แก่ ด้านทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การทักทายลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ การขอบคุณลูกค้าหรือผู้ใช้บริการทุกครั้งที่มาใช้บริการ

สาเหตุที่พนักงานเป็นส่วนประสมการตลาดที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ พนักงานเป็นผู้ที่ลูกค้าพบเป็นอันดับแรกหลังจากเข้ามาติดต่อในบริเวณสำนักงานหรือบริเวณที่ให้บริการ ดังนั้นลูกค้าจะรับรู้และเข้าใจถึงภาพลักษณ์ของบริษัทจากบุคลิกของพนักงานเป็นอันดับแรก บริษัทจึงต้องการให้การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานให้มีบุคลิกภาพที่ดี

2. P ตัวที่ 6 คือ กระบวนการ (Process) หมายถึง การวางระบบและออกแบบให้มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมากที่สุด ลดขั้นตอนที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรอนาน จัดระบบการไหลของการให้บริการ (Services flow) ให้มีอุปสรรคน้อยที่สุด เนื่องจากการรอคอยการให้บริการนาน ๆ อาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจได้ โดยยึดแนวคิดให้บริการลูกค้าจุดเดียว (One stop service) คือบริเวณด้านหน้าเคาน์เตอร์และให้บริการลูกค้าตามแนวคิดว่าคุณคือคนที่เรารัก รวมทั้ง การพัฒนามาตรฐานของบริการ (Standard of service) นั่นคือมาตรฐานในการให้บริการให้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

3. P ตัวที่ 7 คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงาน (Physical evidence) หมายถึง การออกแบบวางผังสำนักงาน อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในสำนักงาน การจัดวางโต๊ะทำงาน เฟอร์นิเจอร์ภายในสำนักงาน กระดาษต้นไม้ เป็นต้น ให้เรียบร้อยเป็นระเบียบที่เหมาะสมกับลักษณะของบริษัท ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจะรับรู้และเข้าใจภาพลักษณ์การให้บริการของบริษัทจากสิ่งเหล่านี้ เนื่องจากเมื่อลูกค้าติดต่อกับบริษัท ลูกค้าจะมองไปรอบ ๆ ตัว บริษัทใดที่มีการตกแต่งสถานที่ได้เหมาะสมจะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจมากขึ้น และอุปกรณ์สำนักงานไม่จำเป็นต้องมีราคาแพง เพียงแต่ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายในบริษัท



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

37

4. P ตัวที่ 8 คือ สาธารณชน (Public) หมายถึง กลุ่มประชาชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยบริษัท ต้องคำนึงถึงความอยู่ดีกินดีของสาธารณชน และความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน สุขภาพของสาธารณชน หากบริษัททะเลาะหรือมองข้ามจะทำให้เกิดการต่อต้านจากสาธารณสุขและอาจทำให้ลูกค้าโดยทั่วไปร่วมกันไม่ใช้สินค้าของบริษัท ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสาธารณชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งของทุกบริษัท เพื่อลดแรงต่อต้านจากสาธารณชนและเพิ่มการสนับสนุนบริษัท

ประเภทของตลาด

ประเภทของตลาดสามารถแบ่งได้ 3 ประเภทดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546 : 193)

1. ตลาดผู้บริโภค (Consumer market) หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ที่มีศักยภาพว่าจะซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อนำไปบริโภคเป็นการส่วนบุคคลหรือภายในครัวเรือนซึ่งถือว่าการบริโภคขั้นสุดท้าย

2. ตลาดองค์การ (Organization market) ซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 ประเภทดังนี้คือ

2.1 ตลาดอุตสาหกรรม (Industrial market) หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ที่มีศักยภาพว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ไปเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานหรือการผลิตเป็นสินค้าหรือบริการชนิดใหม่ขึ้นมาเพื่อให้ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไรอีกทอดหนึ่ง เช่น ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการธุรกิจบริการ

2.2 ตลาดผู้ขายต่อ (Reseller market) หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ที่มีศักยภาพว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปขายต่อเอากำไร เช่น ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ตัวแทน เป็นต้น

2.3 ตลาดรัฐบาล (Government market) หมายถึง ส่วนราชการหรือหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาลที่ซื้อหรือมีศักยภาพว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ไปเพื่อผลิตเป็นบริการสาธารณะหรือนำไปแจกจ่ายให้แก่บุคคลที่มีความจำเป็นต้องได้รับ เช่น ผู้ประสบอุทกภัย เป็นต้น

3. ตลาดต่างประเทศ (International market) หมายถึง ตลาดที่ผู้ขายส่งสินค้าไปยังประเทศต่าง ๆ ที่มีผู้ซื้อโดยมีจุดมุ่งหมายให้ส่งมอบผลิตภัณฑ์อยู่นอกอาณาเขตของประเทศอันเป็นแหล่งกำเนิด หรือจุดต้นทางของผลิตภัณฑ์ เช่น ประเทศไทยส่งข้าวไปยังญี่ปุ่น เป็นต้น

จากแนวทางการดำเนินงานกระบวนการตลาด สรุปได้ว่ากระบวนการตลาดที่ประสบผลสำเร็จควรมีปัจจัยดังนี้ คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงานกระบวนการ สิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงานและสาธารณชน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

38

2. หลักพื้นฐานการรวมกลุ่มหรือองค์กรชุมชน

นันทิยา หุตานุกัฏ และณรงค์ หุตานุกัฏ (2547 : 82) กล่าวว่า พื้นฐานของการรวมกลุ่มหรือองค์กรชุมชน มีดังนี้

1. รวมคนจากความสนใจและความต้องการใกล้เคียงกัน หลักการของการรวมกลุ่มหรือองค์กรชุมชน คือ ควรก่อตั้งจากบุคคลที่มีความสนใจ ความต้องการและจุดประสงค์เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เพราะจะช่วยให้อุปคยกันง่ายขึ้นและมีความเข้าใจตรงกันมากกว่าการรวมกลุ่มจากคนที่มีความต้องการแตกต่างกัน นอกจากนี้วัตถุประสงค์ของกลุ่มจะต้องชัดเจนและแน่นอน การรวมกลุ่มคนที่มีความสนใจและวัตถุประสงค์เดียวกันแล้ว วัฒนธรรมควรมีความใกล้เคียงกัน เพราะความคิด ความเชื่อและวิถีชีวิต จะช่วยเอื้อให้เกิดการรวมกลุ่มและการบริหารจัดการต่าง ๆ ได้ดี และถ้าเป็นไปได้ ควรมีบ้านเรือนอยู่ในละแวกเดียวกันเพื่ออำนวยความสะดวกติดต่อสื่อสาร เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่จะใช้วิธีการติดต่อแบบบอกเล่า (ปากต่อปาก) มากกว่าวิธีอื่น ๆ

2. รวมกลุ่มต้องเป็นประโยชน์ร่วมกัน การรวมกลุ่มหรือองค์กรชุมชนต้องทำให้เกิดประโยชน์ทางใดทางหนึ่ง หากไม่เกิดประโยชน์หรือเกิดประโยชน์ไม่มากเท่าที่ควร การรวมกลุ่มนั้นอาจจะเกิดขึ้นเพียงชั่วคราว การรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตต้องเป็นการรวมกลุ่มระยะยาวและมีความต่อเนื่อง การรวมกลุ่มลักษณะนี้จึงต้องเกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมเท่าที่ควร จึงจะทำให้กลุ่มมีความต่อเนื่องและดำรงอยู่ในระยะเวลานาน อันจะทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิต

นอกจากการรวมกลุ่มต้องเป็นประโยชน์แล้ว ประเด็นการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรมเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงเป็นอย่างมาก กลุ่มจึงต้องมีกลไกการลดช่องว่างความแตกต่างในการได้รับผลประโยชน์จากกลุ่มในกรณีที่ไม่สามารถกระจายประโยชน์ได้อย่างเท่าเทียมกัน 3 รูปแบบ คือ

2.1 การวางระเบียบเกี่ยวกับผลประโยชน์หรืออำนาจการจัดสรรผลประโยชน์ เช่น การจำกัดจำนวนการถือหุ้นของสมาชิก การกำหนดวาระและสมัยของการเป็นประธานของกลุ่ม (ในกรณีที่ประธานกลุ่มได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือนหรือเบี้ยเลี้ยง) เป็นต้น

2.2 การถือหลักการจัดสรรประโยชน์ตามความสามารถ เช่น ผู้นำจะได้รับค่าตอบแทนเมื่อสามารถจัดการหรือบริหารกิจกรรมของกลุ่มได้บรรลุผล เป็นต้น

2.3 การเป็นประโยชน์เข้าสู่ส่วนกลางของกลุ่มเพื่อจัดสรรเป็นสวัสดิการแก่สมาชิกโดยทั่วไป เช่น การจัดสรรผลกำไรเป็นกองทุนรักษาพยาบาล กองทุนฌาปนกิจศพ กองทุนการศึกษาของบุตรหลาน เป็นต้น ทั้งนี้การจัดสรรประโยชน์เข้าสู่ส่วนกลางอาจรวมถึงชุมชนด้วยก็ได้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

39

3. คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา การรวมกลุ่มควรต้องยึดถือการพัฒนาคนเป็นสำคัญซึ่งหลักการนี้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 ที่ระบุว่า “มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาความยากจนและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ของประเทศให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทย โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาแบบองค์รวมที่ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา และการพัฒนาอย่างมีคุณภาพทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม” (สำนักงานคณะกรรมการแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2544 : 74) ประการสำคัญการพัฒนาคนต้องมุ่งพัฒนาคนทั้งคุณธรรมและความรู้ หรือความสามารถส่วนบุคคล ทั้งนี้ความรู้ที่ควรเป็นความรู้ที่ตอบสนองความต้องการ สามารถปรับใช้ในงาน และช่วยให้เกิดการตัดสินใจที่ดี ส่วนคุณธรรมควรเป็นการตระหนักถึงผลประโยชน์ของคนส่วนใหญ่ ความรับผิดชอบ และความซื่อสัตย์

4. ยึดหลักการมีส่วนร่วม การรวมกลุ่มจะต้องยึดหลักการมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นของการรวมกลุ่ม โดยเข้ามาร่วมตั้งแต่การเริ่มค้นหาปัญหา การวินิจฉัยสาเหตุ หาทางเลือกในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจดำเนินการแก้ไขปัญหา การมีส่วนร่วมเป็นไปได้อย่างเต็มที่ทั้งเป้าหมายและวิธีการ การรวมกลุ่มที่แข็งแรงต้องใช้กระบวนการมีส่วนร่วม เพราะคนส่วนใหญ่จะรู้สึกเป็นเจ้าของซึ่งก่อให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกัน ในกรณีนี้การมีส่วนร่วมเป็นวิธีการ ในขณะที่เดียวกันกลุ่มที่แข็งแรงต้องทำให้สมาชิกมีส่วนร่วม จึงจะก่อประโยชน์ให้แก่สมาชิกได้อย่างเต็มที่ ในกรณีนี้การมีส่วนร่วมเป็นเป้าหมาย อย่างไรก็ตามการมีส่วนร่วมเป็นเป้าหมายและวิธีการนั้นยากที่จะแยกขาดจากกันแต่เป็นเสมือนหนึ่งห่วงโซ่ที่ต่อเนื่องกันไป

5. การจัดการเป็นฐานการพัฒนา กลุ่ม การบริหารจัดการกลุ่มควรยึดหลัก 7 ประการ ดังนี้

- 5.1 บริหารจัดการในรูปคณะกรรมการ
- 5.2 ยึดถือความเสียสละในขอบเขตที่เหมาะสม
- 5.3 ยึดถือความซื่อสัตย์และการสร้างระบบการเงินที่ป้องกันการทุจริต
- 5.4 เลือกคนที่เหมาะสมกับงานด้วยข้อมูลที่ระมัดระวังและสร้างทีมงานที่ลงตัว
- 5.5 มุ่งมั่นทุ่มเทการทำงานและเรียนรู้ไม่หยุดยั้ง
- 5.6 สร้างโอกาสให้สมาชิกได้เข้ามาเรียนรู้งานและมีกระบวนการสร้างคนรุ่นใหม่
- 5.7 สร้างจิตสำนึกและแรงจูงใจควบคู่กับกฎระเบียบ

สรุปได้ว่า หลักพื้นฐานการรวมกลุ่มหรือองค์กรชุมชนนั้นจะต้องเกิดจากการรวมกันของคนที่มีความสนใจและมีความต้องการใกล้เคียงกัน กลุ่มต้องเป็นประโยชน์ร่วมกัน โดยให้คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ยึดถือหลักการมีส่วนร่วม และมีการจัดการเป็นพื้นฐานการพัฒนา



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

40

2.1 องค์ประกอบของกลุ่ม

นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร (2547 : 23) แบ่งองค์ประกอบของกลุ่มได้ดังนี้

1. อุดมการณ์ เป็นชุดของความคิดและความเชื่อของบุคคล โดยความคิดความเชื่อของบุคคลนั้นเกิดจากการสังกัดอยู่ในชนชั้นใดในสังคม และอุดมการณ์ยังเป็นสิ่งกำหนดคุณค่าทางสังคม อุดมการณ์ ของกลุ่มหรือองค์กรจะมาจากการหล่อหลอมอุดมการณ์ของบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยปกติแล้วมักมาจากอุดมการณ์ของผู้นำของกลุ่มหรือผู้ก่อตั้ง อุดมการณ์ของกลุ่มจะเป็นตั้งธงนำในการกำหนดภารกิจและวัตถุประสงค์ของกลุ่ม

2. ภารกิจ หมายถึง ความมุ่งหมายพื้นฐานที่กลุ่มหรือองค์กรต้องการที่จะเป็นหรือเป็นภาระที่ผูกพันซึ่งกลุ่มหรือองค์กรกำหนดขึ้นและต้องทำให้สำเร็จ ภารกิจจะถูกกำหนดจากอุดมการณ์ หรือกำหนดจากวิสัยทัศน์ของกลุ่มหรือองค์กร และภารกิจจะเป็นสิ่งกำหนดวัตถุประสงค์

3. วัตถุประสงค์ หมายถึง ชั้นความต้องการที่จะไปให้ถึงหรือสิ่งที่กลุ่มกำหนดขึ้นเพื่อบรรลุความต้องการของบุคคลในกลุ่ม วัตถุประสงค์จะระบุภาพของกลุ่ม การคงอยู่ของกลุ่ม ความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียว การให้แนวทางการทำกิจกรรม และการประเมินผล วัตถุประสงค์ควรมีความชัดเจน เป็นรูปธรรม และมีความเป็นไปได้

2.2 ผู้นำและสมาชิก

ผู้นำที่มีคุณภาพเป็นสิ่งที่สำคัญต่อความสำเร็จของการพัฒนาชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาชนบทที่ใช้แนวทางการรวมเป็นกลุ่มหรือองค์กรจะขาดผู้นำที่มีคุณภาพไม่ได้เลยในขณะเดียวกันหากมีเฉพาะผู้นำที่มีคุณภาพแต่ขาดสมาชิกที่มีคุณภาพงานกลุ่มก็จะเป็นไปได้อย่างย่ำแย่ ดังนั้น การศึกษาเรื่องผู้นำและสมาชิกเป็นเรื่องที่สำคัญ ซึ่งจะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบลักษณะและหน้าที่ของผู้นำและทำความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของสมาชิก หลังจากนั้นจะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและสมาชิก (ศิริณา จิตต์จรัส และคณะ. 2548 : 9)

2.3 โครงสร้างขององค์กร

โครงสร้างขององค์กร หมายถึง รูปแบบการจัดความสัมพันธ์เป็นทางการระหว่างบุคคลในองค์กรในรูปของนโยบาย สถาบันภาพ การแบ่งหรือจัดสรรงาน หน้าที่ความรับผิดชอบ อำนาจและระบบการตัดสินใจ โดยโครงสร้างจะอำนวยให้เกิดการประสานงานและการควบคุมการปฏิบัติงานของสมาชิก (Flavel and Williams. 1996 : 115)

2.4 วัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมในสังคมสะท้อนถึงผลที่กระทบซึ่งกันและกันระหว่างค่านิยม ทักษะคติ และพฤติกรรมของสมาชิกในสังคมนั้น ๆ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งวัฒนธรรมเกิดจากการปะทะสังสรรค์



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

41

ของค่านิยม ทักษะ และพฤติกรรมของสมาชิก และในขณะที่วัฒนธรรมจะมีอิทธิพลต่อค่านิยม ทักษะ และพฤติกรรมของสมาชิกในสังคมนั้น ๆ เช่นกัน บุคคลจะนำวัฒนธรรมในสังคมของตนเข้ามาในองค์กรและเกิดการปะทะหล่อหลอมของวัฒนธรรมที่แต่ละบุคคลยึดถือปฏิบัติก่อเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร ดังนั้นวัฒนธรรมองค์กร หมายถึง ระบบคุณค่าที่หล่อหลอมจากบุคคลในองค์กรและสมาชิกในองค์กรนั้น ๆ ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ (ศิริณา จิตต์จรัส และคณะ. 2548 : 12)

2.5 ระบบผลประโยชน์

ระบบผลประโยชน์ในที่นี้หมายถึง ประโยชน์ที่ต้องได้รับและสิ่งจูงใจหรือรางวัล ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญกับองค์กร องค์กรจำเป็นต้องมีระบบผลประโยชน์ซึ่งจะช่วยในการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร เพราะบุคคลไม่สามารถทำงานอาสาได้ตลอดเวลา ระบบผลประโชยน์นี้อาจแยกได้เป็นผลประโยชน์แบบนามธรรมซึ่งเป็นความพอใจ และผลประโชยน์แบบรูปธรรมซึ่งเป็นวัตถุสิ่งของ (ศิริณา จิตต์จรัส และคณะ. 2548 : 13)

การจัดสรรผลประโยชน์แบ่งเป็น 5 รูปแบบ คือ

1. การให้ประโยชน์ตามกฎหมาย
2. การให้ประโยชน์เป็นกลุ่ม
3. การให้ประโยชน์เป็นบุคคล
4. การให้ประโยชน์ตามงานที่มอบหมาย
5. การให้ประโยชน์เมื่อทำงานได้ตามเป้า

2.6 การติดต่อสื่อสารและการประสานงาน

การติดต่อสื่อสารมีความสำคัญในภาคปฏิบัติงานขององค์กร โดยการติดต่อสื่อสารทำหน้าที่การประสานงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการสร้างความพอใจ

หน้าที่ของการสื่อสาร 4 ประการ คือ ปฏิบัติการควบคุมพฤติกรรมสมาชิก จูงใจให้สมาชิกรู้ว่าจะทำอะไร ทำได้ดีเพียงใด และจะปรับปรุงงานอย่างไร ระบายความพอใจหรือไม่พอใจ หรือความรู้สึกของสมาชิก และให้ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก

2.7 การมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมเป็นตัวบ่งชี้ประการหนึ่งของความอยู่รอดของกลุ่ม เพราะการมีส่วนร่วม (Participation) จะทำให้เกิดความเป็นเจ้าของ (Sense of belonging) ความเป็นเจ้าของทำให้เกิดพันธะผูกพัน (Commitment) ของคนที่เข้าร่วม การมีส่วนร่วมของผู้นำและสมาชิกกลุ่มเป็นองค์ประกอบที่สำคัญซึ่งจะปรากฏในทุกขั้นตอนของการทำงานของกลุ่ม เริ่มตั้งแต่การคิด การตัดสินใจ การกระทำ และการรับผลประโยชน์ ส่วนระดับการมีส่วนร่วมของผู้นำและสมาชิกในแต่ละขั้นตอนและกิจกรรมจะไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

42

2.8 กฎระเบียบ

กฎระเบียบจะเป็นข้อตกลงร่วมกันระหว่างบุคคลในกลุ่มว่า ควรทำอะไร อย่างไร และไม่ ควรทำอะไร อย่างไร กฎระเบียบเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำงานร่วมกันของกลุ่ม และจำเป็นที่ บุคคลภายในกลุ่มจะต้องประชุมร่วมกันกำหนดกฎระเบียบ ซึ่งทำให้เขามีความเป็นเจ้าของจะปฏิบัติ ตาม และมีการควบคุมในกลุ่มของเขาเอง

2.9 การเงิน

การจัดการการเงินขององค์กรชุมชนเป็นสิ่งที่ต้องทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ การควบคุม การเงินโดยระบบบัญชีเป็นมาตรการหนึ่งที่กลุ่มต้องนำมาใช้

2.10 กิจกรรม

กิจกรรมเป็นสิ่งที่ระบุถึงความคงอยู่ขององค์กร เพราะหากองค์กรไม่มีการกระทำ กิจกรรม ก็จะหมายความว่าองค์กรนั้น ๆ ได้หยุดตัวเองชั่วคราวหรือถาวร กิจกรรมจะประสานเข้า กับส่วนอื่น ๆ ขององค์กร กล่าวคือ กิจกรรมมีส่วนสัมพันธ์กับ โครงสร้างองค์กร รูปแบบความเป็น ผู้นำ ระบบผลประโยชน์ และระบบการตัดสินใจ หรืออีกนัยหนึ่ง โครงสร้างองค์กร รูปแบบความ เป็นผู้นำ ระบบผลประโยชน์ และระบบการตัดสินใจ เป็นตัวกำหนดกิจกรรมขององค์กรจะอยู่ใน รูปแบบใด

สรุปได้ว่า กลุ่มจะต้องมีองค์ประกอบซึ่งสามารถแสดงให้เห็นถึงความเป็นกลุ่ม ความเป็น ตัวตน มีหลักการ และวิธีการดำเนินงานต่าง ๆ มากมาย เพื่อที่จะทำให้กลุ่มสามารถรวมตัวกันอยู่ได้ เช่น อุดมการณ์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ ผู้นำและสมาชิก เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญา

3.1 ความหมายภูมิปัญญา

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2541 : 12) กล่าวว่า “ภูมิปัญญา” ตรงกับ คำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า “Wisdom” ซึ่งมีความหมายว่า ความรู้ ความสามารถ ความเชื่อ ความ สามารถทางพฤติกรรมและความสามารถในการแก้ปัญหาของมนุษย์

เอกวิทย์ ณ ถลาง (2545 : 25) กล่าวว่า ภูมิปัญญา คือ ความรู้ ประสบการณ์ ทักษะ ความเชื่อ และพฤติกรรมที่สั่งสมไว้อันเป็นผลจากการปรับตัวของมนุษย์ให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม

เสรี พงศ์พิศ (2546 : 74) กล่าวว่า ภูมิปัญญา คือ ศาสตร์และศิลป์ของการดำเนินชีวิต ซึ่ง ผู้คนได้สั่งสมสืบทอดกันมาช้านาน จากพ่อ แม่ ปู่ ย่า ตา ยาย สู่ลูกหลาน จากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่น หนึ่ง จากอดีตถึงปัจจุบัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

43

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ภูมิปัญญา หมายถึง องค์ความรู้ที่มีการสั่งสมและสืบทอดกันมายาวนานผ่านทางกระบวนการทางจารีตประเพณี วิถีชีวิต การทำมาหากินและพิธีกรรมต่าง ๆ โดยการผสมผสานและเอื้อประโยชน์ระหว่าง “คน” และ “ธรรมชาติ”

3.2 ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น

นักวิชาการ ได้ให้ความหมายของ “ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local wisdom)” หรือ “ภูมิปัญญาชาวบ้าน” (Popular wisdom) ไว้ดังนี้

เอกวิทย์ ณ ถลาง (2540 : 11-12) ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถและความชัดเจน ที่เป็นผลของการใช้สติปัญญาปรับตัวกับสภาวะต่าง ๆ ในพื้นที่ที่กลุ่มชนนั้นตั้งหลักฐานอยู่ และได้แลกเปลี่ยนสังสรรค์ทางวัฒนธรรมกับกลุ่มและกลุ่มชนอื่น จากพื้นที่สิ่งแวดล้อมอื่น ได้มีการติดต่อสัมพันธ์กันแล้วรับเอาหรือปรับเปลี่ยนนำมาสร้างประโยชน์หรือแก้ปัญหาได้ในสิ่งแวดล้อมและบริบททางสังคม-วัฒนธรรมของกลุ่มชนนั้น

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2541 : 11) กล่าวว่า คำว่าภูมิปัญญาตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Wisdom ซึ่งมีความหมายว่า ความรู้ ความสามารถ ความเชื่อ ความสามารถทางพฤติกรรม และความสามารถในการแก้ไขปัญหาของมนุษย์

บังอร พงษ์ประยูร (2544 : 35) ได้สรุปความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง มวลความรู้และประสบการณ์ในท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษหรือจากการศึกษาอบรมในสถาบันภายในท้องถิ่น ได้แก่ วัด ครอบครัว และองค์กรต่าง ๆ รวมทั้งความรู้และประสบการณ์ตรงของคนในท้องถิ่นที่ได้รับจากการทำงาน การแก้ปัญหาคาการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ การเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคมซึ่งล้วนแต่มีความสำคัญและจำเป็นในชีวิตประจำวันทำให้การดำเนินชีวิตเป็นไปอย่างมีความสุข

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของบุคคลในท้องถิ่นที่ได้รับการสั่งสมและถ่ายทอดสืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษหรือจากแหล่งเรียนรู้ในสถาบันของท้องถิ่น เช่น วัด ครอบครัวองค์กรต่าง ๆ ในชุมชน และที่เกิดจากประสบการณ์ตรง การทำงาน การประกอบอาชีพหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ

3.3 ความเป็นมาของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความเป็นมาช้านาน สรุปได้ดังนี้

ยุพา ทรัพย์อุไรรัตน์ (2537 : 19) ได้กล่าวถึงความเป็นมาของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือภูมิปัญญาไทย อาจจะเป็นคำใหม่ในวงการศึกษาคณะพัฒนาประเทศ แต่ที่แท้จริงแล้วความรู้ แนวคิด การปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวมีมาทั้งในหมู่ของชาวบ้านแต่ละท้องถิ่น และผู้ที่เข้าไปทำงานในท้องถิ่น เริ่มเด่นชัดขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เมื่อ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

กลุ่มนักพัฒนาขององค์กรเอกชนเข้าไปทำงานในหมู่บ้านเห็นความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงได้ริเริ่มฟื้นฟูเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นขึ้นมา ทั้งนี้เพื่อค้นหาคุณค่าที่สามารถนำมาเชื่อมโยงกับกิจกรรมเพื่อการพัฒนา ซึ่งพวกเขาได้รับผิชอบอยู่เมื่อเป็นเช่นนี้จึงเกิดการแลกเปลี่ยนทางความรู้ ความคิด ระหว่างนักพัฒนากับชาวบ้าน เกิดการเรียนรู้และเข้าใจในวิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นผลให้บทบาท ของนักพัฒนาเปลี่ยนไปจากการนำความรู้และทฤษฎีจากวิทยาการใหม่ไปถ่ายทอดให้ชาวบ้านฝ่ายเดียว มาเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ระหว่างกันจึงเกิดขึ้น แนวทางการพัฒนาประเทศบนพื้นฐานของความรู้ภายในท้องถิ่นก่อนจะมีการศึกษาเรื่อง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้มีการศึกษา ทำนองนี้มาบ้างแล้ว แต่เรียกชื่อว่าเป็นการศึกษาวัฒนธรรมชุมชนหรือการพึ่งพาตนเองของชาวบ้าน ดังนั้นประเด็นความรู้ ความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงไม่ได้มีการนำมาใช้โดยตรงกับการพัฒนาประเทศมากนัก แม้ว่าในปัจจุบันนี้องค์กรภาครัฐบาล ได้ริเริ่มตระหนักและเห็นความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการกำหนดให้มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการศึกษาให้กับนักเรียน ทั้งองค์กรภาคเอกชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมเพื่อฟื้นฟู เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้น ด้วยการเข้าร่วมพัฒนาท้องถิ่น โดยให้ความรู้ ความคิดจากท้องถิ่นนั้น ๆ แต่ก็ไม่ได้ทำให้ความรู้เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นมีการแพร่หลายมากนักไม่ว่าเนื่องด้วยเหตุผลใดก็ตาม แต่สำหรับชาวบ้านในท้องถิ่นต่าง ๆ แล้วความรู้ แนวคิดและการปฏิบัติที่เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นได้มีการแพร่หลายมานานแล้ว เพราะได้มีการสะสมและถ่ายทอดกันมาเป็นเวลาช้านาน ทั้งนี้เพื่อดำรงตนอยู่ในท้องถิ่นได้ตามอัตภาพ

อภิชาติ ทองอยู่ (2538 : 13-18) ได้กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้อันเกิดจากความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างสติปัญญาของคนในชุมชนหรือท้องถิ่นนั้นผนวกเข้ากับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งที่อยู่เหนือธรรมชาติที่มีอยู่เหนือธรรมชาติที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของคน ซึ่งอิทธิพลที่ทำให้เกิดภูมิปัญญาท้องถิ่นมี 2 ประการคือ

1. อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม คนจะผูกชีวิตของตนเองอยู่กับธรรมชาติอย่างมีเอกภาพแน่นแฟ้น ตั้งแต่การดำรงชีพไปถึงการให้คุณค่าของมนุษย์ และการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันแต่ละวัน
2. อิทธิพลจากศาสนา เป็นศาสนาที่เข้าไปผสมกลมกลืนกับชีวิตของชาวบ้านมานานจนฝังอยู่ในภูมิปัญญาท้องถิ่น และความเชื่อทางศาสนาทำให้ชาวบ้านแต่ละท้องถิ่นได้สร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่นขึ้นมาเพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุขภายในท้องถิ่นของตน ซึ่งเป็นผลให้ชาวบ้านมีพื้นฐานการเคารพในคุณค่าของตนเองกับสิ่งแวดล้อมใกล้เคียง

จากแนวคิดความเป็นมาของภูมิปัญญาท้องถิ่นสรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นกำเนิดจากการสังมองค์ความรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากบรรพบุรุษและสถาบันต่าง ๆ ในชุมชนของท้องถิ่น โดยมีวัฒนธรรม ศาสนา เป็นพื้นฐาน โดยบูรณาการกับการได้รับ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

45

อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม และความเชื่อ ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ที่บุคคลในท้องถิ่นได้ถือปฏิบัติกันมาเป็นเวลานาน การศึกษาเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในระยะแรกเป็นการศึกษาเรื่องของวัฒนธรรมในท้องถิ่น การพึ่งพาตนเองของชาวบ้านภายในท้องถิ่น ต่อมาได้มีการศึกษาอย่างกว้างขวางและแพร่หลายมากยิ่งขึ้น ทั้งในเรื่องของเกษตรกร การละเล่น ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี และความเป็นอยู่ในท้องถิ่น

3.4 ประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละชุมชนมีความหลากหลายตามสภาพบริบท ซึ่งนักวิชาการได้แบ่งประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังต่อไปนี้

อังกุล สมคะเนย์ (2535 : 19-20) ได้จัดกลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคติ ความคิด ความเชื่อ และหลักการที่เป็นพื้นฐานขององค์ความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมถ่ายทอดกันมา
2. เป็นเรื่องศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี
3. เป็นเรื่องของการประกอบอาชีพในแต่ละท้องถิ่นที่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับกาลสมัย
4. เป็นเรื่องของแนวคิด หลักปฏิบัติและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ชาวบ้านนำมาใช้ในชุมชน ซึ่งเป็นอิทธิพลของความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ยุพา ทรัพย์อุไรรัตน์ (2537 : 30-34) สรุปประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ 9 ประเภท ดังนี้

1. ด้านคติความเชื่ออันเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับทุกคน แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ส่วนของนามธรรมและรูปธรรมเป็นผลทำให้เกิดคำสอนสำหรับเป็นข้อห้ามข้อควรปฏิบัติของคนในแต่ละท้องถิ่นอาจมีความคล้ายคลึงแตกต่างกันตามสิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ และความเกี่ยวข้องกับชนต่างกลุ่ม โดยสามารถจำแนกออกเป็น 15 ประเภท ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับ 1) การเกิด การตาย 2) โชคลาง 3) ฤกษ์ยาม 4) อาชีพ 5) เครื่องราง เวทมนต์ไสยศาสตร์และผีसाงานางไม้ เทพารักษ์ 6) ลักษณะดี -ชั่ว 7) ฝัน 8) จำนวนนับ 9) สิ่งศักดิ์สิทธิ์ 10) ยากกลางบ้าน 11) สิ่งมงคล 12) เคล็ด 13) ปราบภูการณ์ธรรมชาติ 14) เรื่องบาป - บุญ นรก - สวรรค์ และ 15) ความเชื่อเบ็ดเตล็ด
2. ด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นตัวชี้หน้าที่สำคัญต่อการแสดงออกของภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละชุมชนหรือท้องถิ่น เนื่องจากความรู้เรื่องดังกล่าวเป็นวิธีการดำเนินชีวิตหรือแบบแผนที่ได้ปฏิบัติสืบต่อกันมาเป็นเวลานานเป็นที่ยอมรับของคนในกลุ่มนั้น ๆ โดยสามารถจำแนกออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับ 1) ความเชื่อแบบพุทธ เช่น ประเพณี



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ทำบุญวันสำคัญทางศาสนา 2) ความเชื่อแบบพราหมณ์ 3) การนับถือผี เช่น ประเพณีเบนตาจุม และ 4) ประเพณีเบ็ดเตล็ด เช่น ประเพณีการแข่งเรือ ประเพณีการวิ่งควาย

3. ด้านเกษตรพื้นฐาน สืบเนื่องมาจากความล้มเหลวในการจัดระบบการผลิตเพื่อให้มีกินมาเป็นการทำเพื่อขายให้คนกลุ่มหนึ่ง โดยนำความล้มเหลวที่ผ่านมาเป็นบทเรียนและนำไปสู่แนวคิดการพึ่งพาตนเอง หรือพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันด้วยการเริ่มฟื้นฟูทรัพยากรท้องถิ่นที่สูญเสียไปปรับให้มีสภาพความอุดมสมบูรณ์ ปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิตที่เคยถูกรอบงำจากสภาพสังคมที่มีพ่อค้าคนกลาง ระบบธุรกิจ ระบบโรงงาน กลับเข้าสู่การเกษตรที่อาศัยความสมดุลทางธรรมชาติ บุคคลเหล่านี้ สามารถยืนหยัดต่อสู้ความล้มเหลวได้อย่างเหมาะสมด้วยกำลังกายกำลังสติปัญญา และการสั่งสมประสบการณ์จากการผสมผสานแนวคิดระหว่างการเกษตรแบบดั้งเดิมกับแบบใหม่มีการผสมกลมกลืนได้อย่างเหมาะสมสามารถอยู่ได้ด้วยการพึ่งพาตนเอง ซึ่งนับว่าผู้คนเหล่านี้เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สมควรได้รับการยกย่อง นำแนวความคิด ความรู้ ประสบการณ์ที่ได้ไปถ่ายทอดและเผยแพร่ต่อไป เกษตรกรรมในรูปแบบของการพึ่งพาตนเองประกอบด้วย 1) เกษตรยั่งยืน 2) เกษตรแบบผสมผสาน 3) เกษตรแบบธรรมชาติ 4) วนเกษตร และ 5) ไร่นาสวนผสม

4. ด้านสิ่งแวดล้อม ช่วงระยะเวลา 10 ปี ที่ผ่านมาจะเห็นว่าประเทศไทยเริ่มให้ความสนใจเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมซึ่งเรื่องนี้กำลังเป็นปัญหาที่สำคัญของประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนสื่อมวลชนต่างก็ให้ความสนใจที่จะรณรงค์และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไว้ เช่น การอนุรักษ์ป่าไม้ การอนุรักษ์แหล่งน้ำ รวมทั้งการพัฒนาแหล่งน้ำเดิมที่มีอยู่ให้สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในเรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะสะท้อนออกมาในแนวทางของการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านคติ ความเชื่อ และประยุทธ์ออกมาสู่การพัฒนาชีวิต การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมปลูกป่าสมุนไพรร และปลูกพืชพรรณไม้ที่มีคุณค่าเป็นยา รักษาโรค

5. ด้านสวัสดิการชุมชน การพัฒนาประเทศที่เน้นพัฒนาชนบทที่ยากจนและถูกทอดทิ้งในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา ผลของการพัฒนาที่ประชาชนได้รับ คือ ราคาที่ดินสูงขึ้น ฐานะยากจนมากขึ้นและมีหนี้สินที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุมาจากประชาชนถูกบีบเข้าระบบทุนนิยม

6. ด้านการรักษาพื้นฐาน ปัจจุบันการแพทย์สมัยใหม่มีความเจริญก้าวหน้า สามารถรักษาโรคเกือบทุกชนิดให้หายจากการเจ็บป่วยได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามสภาพโดยทั่วไปในสังคมไทยยังมีการรักษาคนเจ็บป่วยด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมหรือแบบพื้นบ้านด้วยเหตุผลจากสภาพวัฒนธรรมและความเชื่อของคนไทย ดังนั้นการนำวิธีการเก็บรักษาแบบพื้นบ้านมาประยุกต์ใช้กับวิธีการแพทย์สมัยใหม่จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งเพราะเป็นการนำคุณค่าในสิ่งที่แฝงมาผสมกับสิ่งใหม่ จึงทำให้เกิดประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

47

7. ด้านเทคโนโลยีพื้นฐาน มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับสังคมไทยในปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากประเทศไทยได้มุ่งพัฒนาประเทศ โดยใช้วิทยาการและเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อพัฒนาให้เป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่จึงเป็นผลให้ประสบกับปัญหาและอุปสรรคมาก ดังที่ปรากฏทั่วไป ดังนั้นจึงเกิดแนวคิดที่จะนำเทคโนโลยีพื้นฐาน หรือเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้พัฒนาประเทศและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับประชาชนเพื่อแก้ปัญหาและส่งเสริมให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นประกอบกับเป็นการรื้อฟื้นมรดกของชาติที่เป็นความรู้วิทยาการและเทคโนโลยีที่เหมาะสม ซึ่งเกิดจากความสามารถของคนในท้องถิ่นได้สร้างขึ้นมา

8. ด้านศิลปะพื้นบ้าน เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นจากความรู้ความสามารถของชาวบ้านแต่ละท้องถิ่นด้วยความเรียบง่ายสอดคล้องกับสภาพของท้องถิ่น ทำให้สามารถสื่อความหมายกับชาวบ้านได้เป็นอย่างดี โดยกำหนดขอบเขตของภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านศิลปะพื้นบ้าน รวมไปถึงการละเล่นพื้นบ้าน การแสดงพื้นบ้าน และดนตรีพื้นบ้าน

9. ด้านหัตถกรรมพื้นบ้าน งานหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นสิ่งที่ชาวบ้านสร้างขึ้นเพื่อนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน โดยพัฒนารูปแบบให้มีประโยชน์ใช้สอยได้สมบูรณ์มากที่สุดเท่าที่สามารถทำได้ผลจากการพัฒนาหัตถกรรมพื้นบ้านอยู่เสมอทำให้เป็นภาพสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความคิดที่เกิดจากการพึ่งพาธรรมชาติ ความเชื่อ ความศรัทธาเลื่อมใสศาสนา เพื่อความมั่นคงต่อการดำรงชีวิต โดยจัดแบ่งหัตถกรรมพื้นฐานออกเป็นลักษณะต่าง ๆ คือ เครื่องจักสานที่ผลิตขึ้นใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น กระจุง กระจาด กระจัง ชะลอม เข่ง หลัว ไช ลอบ ลู่ม เสื้อลำแพน การจัดประดิษฐ์ดอกไม้สด ดอกไม้แห้ง งานใบตอง การแกะสลักผักผลไม้ เครื่องไม้ การร้อยมาลัย การทำเครื่องดนตรี (อังกะลุง) การผูกผ้า การจับผ้าให้เป็นรูปแบบต่าง ๆ และการสาน

สำนักงานกลางหอรัษฎากรพิพัฒน์ (2541 : 19-20) แบ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็น 10 สาขา ได้แก่

1. สาขาเกษตรกรรม หมายถึง ความสามารถในการผสมผสานองค์ความรู้ ทักษะและเทคนิคด้านการเกษตรกับเทคโนโลยี โดยการพัฒนาบนพื้นฐานคุณค่าดั้งเดิม ซึ่งคนสามารถพึ่งพาตนเองในภาวะการณ์ต่าง ๆ ได้ เช่น การทำเกษตรแบบผสมผสาน วนเกษตร เกษตรธรรมชาติ ไร่นาสวนผสม และสวนผสมผสาน การแก้ปัญหาการเกษตรด้านการตลาด การแก้ปัญหาด้านผลผลิต การแก้ปัญหาโรคและแมลง และการรู้จักปรับใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการเกษตร เป็นต้น

2. สาขาอุตสาหกรรมและหัตถกรรม หมายถึง การรู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการแปรรูปผลิตผล เพื่อชะลอการนำเข้าตลาดเพื่อแก้ปัญหาด้านการบริโภคอย่างปลอดภัย ประหยัดและเป็นธรรม อันเป็นกระบวนการที่ทำให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพึ่งพาตนเองทาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

48

เศรษฐกิจได้ตลอดทั้งการผลิตและการจำหน่ายผลิตผลทางหัตถกรรม เช่น การรวมกลุ่มของกลุ่มโรงงาน ยางพารา กลุ่มโรงสี กลุ่มหัตถกรรม เป็นต้น

3. สาขาการแพทย์แผนไทย หมายถึง ความสามารถในการจัดการป้องกันและรักษาสุขภาพของคนในชุมชน โดยเน้นให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองทางด้านสุขภาพและอนามัยได้ เช่น การนวดแผนโบราณ การดูแลและรักษาสุขภาพแบบพื้นบ้าน การดูแลและรักษาสุขภาพแผนโบราณ

4. สาขาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หมายถึง ความสามารถเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งการอนุรักษ์ การพัฒนา และการใช้ประโยชน์จากคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน เช่น การทำแนวปะการังเทียม การอนุรักษ์ป่าชายเลน การจัดการป่าต้นน้ำและป่าชุมชน เป็นต้น

5. สาขากองทุนและธุรกิจชุมชน หมายถึง ความสามารถในการบริหารจัดการด้านการสะสมและการบริการกองทุน และธุรกิจชุมชนทั้งที่เป็นเงินตราและโภคทรัพย์เพื่อส่งเสริมชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกในชุมชน เช่น การจัดการเรื่องกองทุนของชุมชนในรูปแบบของสหกรณ์ออมทรัพย์ และธนาคารหมู่บ้าน เป็นต้น

6. สาขาสวัสดิการ หมายถึง ความสามารถในการจัดสวัสดิการในการประกันคุณภาพชีวิตของคน ให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เช่น การจัดตั้งกองทุนสวัสดิการรักษาพยาบาลของชุมชน การจัดระบบสวัสดิการบริการในชุมชน การจัดระบบสิ่งแวดล้อมในชุมชน เป็นต้น

7. สาขาศิลปกรรม หมายถึง ความสามารถในการผลิตผลงานทางด้านศิลปะสาขาต่าง ๆ เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม วรรณกรรม ทัศนศิลป์ คีตศิลป์ ศิลปะมวยไทย เป็นต้น

8. สาขาการจัดการองค์กร หมายถึง ความสามารถในการบริหารจัดการดำเนินงานขององค์กรชุมชนต่าง ๆ ให้สามารถพัฒนา และบริหารองค์กรของตนเองได้ตามบทบาทและหน้าที่ขององค์กร เช่น การจัดการองค์กรของกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มประมงพื้นบ้าน เป็นต้น

9. สาขาภาษาและวรรณกรรม หมายถึง ความสามารถผลิตผลงานเกี่ยวกับด้านภาษาทั้งภาษาถิ่น ภาษาโบราณ ภาษาไทย และการใช้ภาษา ตลอดทั้งด้านวรรณกรรมทุกประเภท เช่น การจัดทำสารานุกรมภาษาถิ่น การปริวรรตหนังสือโบราณ การฟื้นฟูการเรียนการสอนภาษาถิ่นของท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นต้น

10. สาขาศาสนาและประเพณี หมายถึง ความสามารถประยุกต์และปรับใช้หลักธรรมคำสอนทางศาสนา ความเชื่อ และประเพณีดั้งเดิมที่มีคุณค่าให้เหมาะสมต่อการประพฤติปฏิบัติให้บังเกิดผลดีต่อบุคคลและสิ่งแวดล้อม เช่น การถ่ายทอดหลักธรรมทางศาสนา การบวชป่า การประยุกต์ประเพณีบุญประเพณีประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

49

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถแบ่งออกได้หลายประเภท ตามสาขาหรือแขนงวิชาต่าง ๆ เช่น คติความเชื่อ ขนบธรรมเนียมและประเพณี วัฒนธรรม ศิลปะพื้นบ้าน การประกอบอาชีพ การแพทย์ การจัดการอุตสาหกรรมหรือเทคโนโลยีชาวบ้าน เป็นต้น ซึ่งจะพบว่าประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่นเหล่านั้นเป็นภูมิปัญญาของไทยที่สืบทอดกันมาจากอดีตสู่ปัจจุบัน

3.5 ลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความสำคัญและมีคุณค่าเป็นอันมากต่อวิถีการดำเนินชีวิตเพื่อความอยู่รอดของบุคคลในท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งมีนักวิชาการได้เสนอแนวคิดไว้ดังต่อไปนี้

ประเวศ วะสี (2539 : 11) ได้สรุปแนวคิดลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ดังนี้

1. มีวัฒนธรรมเป็นพื้นฐาน ไม่ใช่วิทยาศาสตร์
2. มีบูรณาการสูง
3. มีความเชื่อมโยงไปสู่นามธรรมที่ลึกซึ้งสูงส่ง
4. เน้นความสำคัญของจริยธรรมมากกว่าวัตถุธรรม

สำนักงานกลางหอรัษฎากรพิพัฒน์ (2541 : 17) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาไทยไว้ 7 ประการ ดังนี้

1. ภูมิปัญญาไทยมีลักษณะเป็นทั้งความรู้ ทักษะ ความเชื่อและพฤติกรรม
2. ภูมิปัญญาไทยแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ
3. ภูมิปัญญาไทยเป็นองค์รวมหรือกิจกรรมทุกอย่างในวิถีชีวิตของคน
4. ภูมิปัญญาไทยเป็นเรื่องของการแก้ปัญหา การจัดการ การปรับตัว และการเรียนรู้เพื่อความอยู่รอดของบุคคล ชุมชน และสังคม
5. ภูมิปัญญาไทยเป็นพื้นฐานสำคัญในการมองชีวิต เป็นพื้นฐานความรู้ในเรื่องต่าง ๆ
6. ภูมิปัญญาไทยมีลักษณะเฉพาะหรือมีเอกลักษณ์ในตัวเอง
7. ภูมิปัญญาไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อการปรับสมดุลในการพัฒนาสังคม

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่าลักษณะสำคัญของภูมิปัญญา คือ มีลักษณะที่ไม่ใช่วิทยาศาสตร์ แต่เป็นความรู้ ความเชื่อ ความสามารถ ซึ่งเกิดจากการสั่งสม และถ่ายทอดให้คนรุ่นต่อมา

3.6 วิธีการค้นหาภูมิปัญญาท้องถิ่น

บังอร พงษ์ประยูร (2544 : 42 - 44) ได้สรุปวิธีการค้นหาภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ดังนี้



1. ต้องวางแผนล่วงหน้าเพื่อความสำเร็จในการค้นหา คือต้องกำหนดเรื่องที่จะค้นหา กำหนดผู้เป็นเจ้าของเรื่องหรือเจ้าของภูมิปัญญานั้น ๆ ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับที่อยู่ การเดินทาง และสภาพท้องถิ่นที่ไปค้นหาหรือบุคคลที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ รวมทั้งสถานที่พัก ถ้ามีการค้างคืน จะต้องมีการติดต่อล่วงหน้าหรือนัดวันเวลาล่วงหน้า

2. ต้องเตรียมอุปกรณ์ในการบันทึกข้อมูลที่ไปสัมภาษณ์หรือสอบถาม แบบบันทึก เครื่องบันทึกเสียงหรือกล้องถ่ายรูป

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า การสืบค้นภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้สืบค้นจะต้องมีการวางแผนล่วงหน้า กำหนดประเด็นหรือเรื่องที่จะค้นหา เก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล สรุปจัดเป็นหมวดหมู่ข้อมูล

3.7 การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น

เอกวิทย์ ฌ กลาง (2540 : 44 – 45) ได้สรุปพัฒนาการของภูมิปัญญาไทยแยกเป็นประเด็น ได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1 พัฒนาการของภูมิปัญญาและกระบวนการเรียนรู้ของชาวบ้านทุกภูมิภาค เป็นผลพวงของการเรียนรู้เกี่ยวกับสรรพสิ่งแห่งธรรมชาติแวดล้อมแล้วปรับตัว สร้างสรรค์ ขึ้นเป็น วัฒนธรรมที่สอดคล้องกับวิถีการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมนั้น ๆ ดังเห็นได้จากการจัดระบบ เหมืองฝายแห่งหนึ่ง ที่มีได้มีความสำคัญเฉพาะการจัดสรรทรัพยากรน้ำมาหล่อเลี้ยง การกสิกรรมใน บริเวณที่ราบระหว่างเขาเท่านั้น แต่เป็นแก่นการจัดระบบความสัมพันธ์แห่งชุมชน และระหว่าง ชุมชน เช่นเดียวกับการปลูกบ้านสร้างเรือนและการทำงานทำสวนในภาคกลาง ก็อาศัยระบบนิเวศที่มี ฤดูน้ำมากน้ำน้อยแห่งพื้นที่ราบลุ่ม มีสายน้ำหล่อเลี้ยงเป็นหลักในการทำมาหากิน การแก้ปัญหาใน การครองชีพที่รับสภาพความจริงอันแตกต่างจากภาคเหนือ หรือการดำเนินชีวิตตามฮีดลิสสอง คลองสิบสี่ ของชาวอีสานก็เป็นไปตามความผันแปรของฤดูกาล โดยผูกพันแน่นแฟ้นอยู่กับศรัทธา ความเชื่อทางศาสนา รวมถึงระบบการพึ่งพากันระหว่างคนต่างชุมชนที่มีการผลิตและการบริโภค ต่างกันด้วยการเป็นเพื่อนกันของเครือข่ายชุมชนที่เป็นสังคมเปิด เป็นต้น

ประเด็นที่ 2 ภูมิปัญญาใหม่ ๆ ที่รับเข้ามาจากโลกภายนอกมิได้เข้ามาทดแทนภูมิปัญญา สั้งสมหรือภูมิปัญญาที่พัฒนาไว้เดิมทั้งหมด สำหรับคนไทยระดับชาวบ้าน หากแต่ในหลายกรณี ภูมิ ปัญญาสั่งสมจะได้รับการทดสอบ เลือกเฟ้น และคัดแปลงให้สามารถแก้ปัญหาหรือตอบสนอง ความต้องการในการปรับตัวตามบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปและทำหน้าที่เป็น ฐานรองรับภูมิปัญญาใหม่ ๆ เข้ามาผสมผสานต่อเนื่องไป ดังจะเห็นได้จากเรื่องอาหารการกิน การ รักษาพยาบาล การใช้สมุนไพร ตลอดจนเรื่องพิธีกรรม ความเชื่อที่นำมาใช้เพื่อรักษาคุณภาพใน ระบบสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะเห็นได้จากความรู้ ความสามารถในการปรับตัวโดยการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

51

ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมในบริบทใหม่ ในลักษณะเป็นการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมของคนไทยทุกภูมิภาค เพื่อแก้ปัญหาเศรษฐกิจ สังคมในปัจจุบัน เช่น กองทุนหมู่บ้านที่เติบโตจนเป็นสวัสดิการชุมชน กระบวนการเรียนรู้ของชุมชนภาคกลางที่ถูกสังคมเมืองและการขยายตัวของอุตสาหกรรมรุมล้อม เป็นต้น

ประเด็นที่ 3 สำหรับคนไทยทั่วไปทุกภูมิภาค การปรับตัวของสังคมไทยไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างสิ้นเชิงแบบขุดรากถอนโคน แต่เป็นการปรับเปลี่ยนที่ยึดรากฐานภูมิปัญญา สังคมอันมีอยู่เดิม ที่มีพลวัตในตัวของมันเองอยู่แล้ว ทั้งโดยจิตสำนึกและได้สำนึก ดังจะเห็นได้จากการปรับระบบความสัมพันธ์ที่ยังคงให้ความสำคัญกับเครือญาติและชุมชนของคนอีสาน ระบบอุปถัมภ์ในรูปแบบต่างๆของคนทุกภูมิภาค การจัดช่วงชั้นทางสังคมในแนวตั้งของสังคมไทยภาคกลางและในเมืองหลวง (ไม่ว่าจะส่งผลในทางบวกหรือทางลบก็ตาม) และการปรับระบบความสัมพันธ์เชิงอำนาจในการถ่วงดุลระหว่าง “อำนาจ” กับ “อิทธิพล” ของคนไทยโดยทั่วไปโดยเฉพาะภาคกลาง เป็นต้น

ประเด็นที่ 4 ภูมิปัญญาของคนไทยในภูมิภาคต่าง ๆ มีความหลากหลายตามสภาพแวดล้อมธรรมชาติและลักษณะสังคมที่แตกต่างกันระหว่างท้องถิ่นที่เป็นภูมิลำเนาของกลุ่มชนหลายชาติพันธุ์ หลายภาษา หลายความเชื่อ ความหลากหลายแห่งภูมิปัญญาเหล่านี้ มิใช่ความแตกต่างที่นำไปสู่ความไร้พลัง ตรงกันข้ามเป็นความร่ำรวยมั่งคั่งทางปัญญาที่เป็นพลังสำคัญ ถ้าสามารถเข้าถึงความหมายและคุณค่าแห่งภูมิปัญญาอันหลากหลายนั้น ๆ ได้

ประเด็นที่ 5 การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาในสังคมไทยระดับพื้นบ้านเป็นการสะสมความรู้และประสบการณ์อันยาวนาน โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ลักษณะต่าง ๆ ที่มีอยู่ตามธรรมชาติของมนุษย์ ในการปรับตัวทั้งกับธรรมชาติและปรับตัวในสังคมมนุษย์ด้วยกัน กระบวนการเรียนรู้ตามธรรมชาตินี้เป็นศักยภาพอันยิ่งใหญ่ที่ปัจจุบันเราให้ความสำคัญน้อยเกินไปแต่จะกลับมามีความสำคัญอย่างสูงอีกครั้ง นอกเหนือจากการเรียนรู้ในรูปสถาบันการศึกษา ทั้งในด้านวิธีการเนื้อหาและระบบปฏิสัมพันธ์ ภูมิปัญญาในการเรียนรู้ตามธรรมชาติของมนุษย์ มีพื้นฐานที่สอดคล้องกับเครือข่ายการเรียนรู้สมัยใหม่ในสังคมข่าวสารที่ได้มาถึงแล้ว เป็นการประสานกันระหว่างการเรียนรู้ใน “โลกเทียมจริง” (Virtual reality) และโลกกายภาพที่มนุษย์รู้จักคุ้นเคยมาแต่เดิม

สรุปได้ว่า การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการนำเอาภูมิปัญญาของไทยมาดัดแปลงหรือประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันให้เกิดประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

52

3.8 การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

สามารถ จันทร์สุรย์ (2533 : 19) ได้อธิบายการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ว่า วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจากอดีตจนถึงปัจจุบัน พอจะจำแนกได้ดังนี้

1. วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาแก่เด็ก โดยทั่วไปเด็กมีความสนใจในช่วงเวลาสั้นกันสิ่งทีใกล้เคียงซึ่งแตกต่างจากผู้ใหญ่ กิจกรรมการถ่ายทอดต้องเป็นงานที่ไม่ซับซ้อนสนุกสนานและดึงดูดใจ เช่น การละเล่น การเล่านิทาน การลองทำ (ตามตัวอย่าง) การเล่นปริศนาคำทาย เป็นต้น

2. วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาแก่ผู้ใหญ่ ถือว่าเป็นผู้ที่ผ่านประสบการณ์ต่าง ๆ มามากพอสมควรแล้วและเป็นวัยทำงาน วิธีการถ่ายทอดทำได้หลายรูปแบบ เช่น วิธีบอกเล่าโดยตรงหรือบอกเล่าโดยผ่านวิธีสู่ขวัญ พิธีกรรมทางศาสนา พิธีกรรมตามขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นต่าง ๆ ดังเห็นได้โดยทั่วไปในพิธีการแต่งงานของทุกท้องถิ่นจะมีขั้นตอนมีคำสอนที่ผู้ใหญ่สอนคู่บ่าวสาว วิธีถ่ายทอดในรูปแบบการบันเทิง เช่น สอดแทรกในคำร้องของบันเทิง คำร้องของลิเก ลำตัด โนราห์ หนังสือนิทานภาคใต้ หนังสือนิทานภาคอีสาน (หนังสือประโมทัย) กลอนลำ คำผญา คำสอของภาคอีสาน คำสอของภาคเหนือ เป็นต้น ถ้าจะแบ่งลักษณะการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในอดีตตามรูปแบบใหญ่ ๆ อาจจะได้ 2 รูปแบบ คือ แบบไม่เป็นลายลักษณ์อักษร กับแบบเป็นลายลักษณ์อักษร สำหรับแบบเป็นลายลักษณ์อักษรในอดีตส่วนใหญ่ใช้งานหรือเขียนในใบบลานหรือสมุดข่อยที่ชาวใต้เรียกว่า บุคดำ บุคขาว ปัจจุบันเป็นยุคที่การสื่อสารมวลชน การคมนาคมเทคโนโลยีมีความเจริญก้าวหน้าทันสมัย และรวดเร็ว จึงมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านทางสื่อมวลชนทุกสาขา เช่น หนังสือ เอกสาร สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และอื่น ๆ

จากแนวคิดการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น สรุปได้ว่า วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นมี 2 ลักษณะ คือ การถ่ายทอดเป็นลายลักษณ์อักษรและแบบไม่เป็นลายลักษณ์อักษร หรือการถ่ายทอดโดยตรงและโดยทางอ้อม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาสาระ เรื่องราวและผู้รับการถ่ายทอด

4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้

การจัดการความรู้ (Knowledge management - KM) คือ การรวบรวม สร้าง จัดระเบียบ แลกเปลี่ยน และประยุกต์ใช้ความรู้ในองค์กร โดยพัฒนาระบบจาก ข้อมูล ไปสู่ สารสนเทศ เพื่อให้เกิด ความรู้ และ ปัญญา ในที่สุด การจัดการความรู้ประกอบไปด้วยชุดของการปฏิบัติงานที่ถูกใช้โดยองค์กรต่างๆ เพื่อที่จะระบุ สร้าง แสดงและกระจายความรู้ เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้และการเรียนรู้ภายในองค์กร อันนำไปสู่การจัดการสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการธุรกิจนิยาม



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ปัจจุบันโลกได้เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based economy – KBE) งานต่างๆ จำเป็นต้องใช้ความรู้มาสร้างผลผลิตให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น การจัดการความรู้เป็นคำกว้างๆ ที่มีความหมายครอบคลุมเทคนิค กลไกต่างๆ มากมาย เพื่อสนับสนุนให้การทำงานของแรงงานความรู้ (Knowledge worker) มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น กลไกดังกล่าวได้แก่ การรวบรวมความรู้ที่กระจัดกระจายอยู่ที่ต่างๆ มารวมไว้ที่เดียวกัน การสร้างบรรยากาศให้คนคิดค้น เรียนรู้ สร้างความรู้ใหม่ๆ ขึ้น การจัดระเบียบความรู้ในเอกสาร และทำสมุดหน้าเหลืองรวบรวมรายชื่อผู้มีความรู้ในด้านต่างๆ และที่สำคัญที่สุด คือการสร้างช่องทาง และเงื่อนไขให้คนเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน เพื่อนำไปใช้พัฒนางานของตนให้สัมฤทธิ์ผล

ประเภทของความรู้

ความรู้สามารถแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 2 ประเภท คือ ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) และความรู้แฝงเร้น หรือความรู้แบบฝังลึก (Tacit knowledge) ความรู้ชัดแจ้งคือความรู้ที่เขียนอธิบายออกมาเป็นตัวอักษร เช่น คู่มือปฏิบัติงาน หนังสือ ตำรา เว็บไซต์ Blog ฯลฯ ส่วนความรู้แฝงเร้นคือความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน ไม่ได้ถอดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร หรือบางครั้งก็ไม่สามารถถอดเป็นลายลักษณ์อักษรได้ ความรู้ที่สำคัญส่วนใหญ่ มีลักษณะเป็นความรู้แฝงเร้น อยู่ในคนทำงาน และผู้เชี่ยวชาญในแต่ละเรื่อง จึงต้องอาศัยกลไกแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้คนได้พบกัน สร้างความไว้วางใจกัน และถ่ายทอดความรู้ระหว่างกันและกัน

ความรู้แบบฝังลึก

ความรู้แบบฝังลึก (Tacit knowledge) เป็นความรู้ที่ไม่สามารถอธิบายโดยใช้คำพูดได้ มีรากฐานมาจากการกระทำและประสบการณ์ มีลักษณะเป็นความเชื่อ ทักษะ และเป็นอัตวิสัย (Subjective) ต้องการการฝึกฝนเพื่อให้เกิดความชำนาญ มีลักษณะเป็นเรื่องส่วนบุคคล มีบริบทเฉพาะ (Context-specific) ทำให้เป็นทางการและสื่อสารยาก เช่น วิจารณ์ญาณ ความลับทางการค้า วัฒนธรรมองค์กร ทักษะ ความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ การเรียนรู้ขององค์กร ความสามารถในการชิมรสไวน์ หรือกระทั่งทักษะในการสังเกตเปลวควันจากปล่องโรงงานว่ามีปัญหาในกระบวนการผลิตหรือไม่

ความรู้ชัดแจ้ง

ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) เป็นความรู้ที่รวบรวมได้ง่าย จัดระบบและถ่ายโอนโดยใช้วิธีการดิจิทัล มีลักษณะเป็นวัตถุวิสัย (Objective) เป็นทฤษฎี สามารถแปลงเป็นรหัสในการถ่ายทอดโดยวิธีการที่เป็นทางการ ไม่จำเป็นต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อถ่ายทอดความรู้ เช่น นโยบายขององค์กร กระบวนการทำงาน ซอฟต์แวร์ เอกสาร และกลยุทธ์ เป้าหมายและความสามารถขององค์กร



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

54

ความรู้ยังมีลักษณะไม่ชัดเจนมากเท่าไร การถ่ายโอนความรู้ยังกระทำได้ยากเท่านั้น ดังนั้นบางคนจึงเรียกความรู้ประเภทนี้ว่าเป็นความรู้แบบเหนียว (Sticky knowledge) หรือความรู้แบบฝังอยู่ภายใน (Embedded knowledge) ส่วนความรู้แบบชัดเจนมีการถ่ายโอนและแบ่งปันง่าย จึงมีชื่ออีกชื่อหนึ่งว่า ความรู้แบบรั่วไหลได้ง่าย (Leaky knowledge) ความสัมพันธ์ของความรู้ทั้งสองประเภทเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ ต้องอาศัยซึ่งกันและกัน (Mutually constituted) เนื่องจากความรู้แบบฝังลึกเป็นส่วนประกอบของความรู้ทั้งหมด และสามารถแปลงให้เป็นความรู้แบบชัดเจนโดยการสื่อสารด้วยคำพูด ตามรูปแบบของ เซซี (SECI model) ความรู้ทั้งแบบแฝงเร้นและแบบชัดเจนจะมีการแปรเปลี่ยนถ่ายทอดไปตามกลไกต่างๆ เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การถอดความรู้ การผสานความรู้ และการซึมซับความรู้

การจัดการรู้นั้นมีหลายรูปแบบ มีหลากหลายโมเดล แต่ที่น่าสนใจ คือ การจัดการความรู้ ที่ทำให้คนเคารพศักดิ์ศรีของคนอื่น เป็นรูปแบบการจัดการความรู้ที่เชื่อว่า ทุกคนมีความรู้ ปฏิบัติในระดับความชำนาญที่ต่างกัน เคารพความรู้ที่อยู่ในคน เพราะหากถ้าเคารพความรู้ในตำรา วิชาการอย่างเดียวนั้น ก็เท่ากับว่าเป็นการมองว่า คนที่ไม่ได้เรียนหนังสือ เป็นคนที่ไม่มีความรู้

ระดับของความรู้

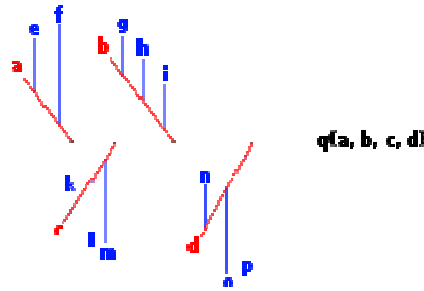
หากจำแนกระดับของความรู้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ คือ

1. ความรู้เชิงทฤษฎี (Know-what) เป็นความรู้เชิงข้อเท็จจริง รู้อะไร เป็นอะไร จะพบในผู้ที่สำเร็จการศึกษาใหม่ๆ ที่มีความรู้โดยเฉพาะความรู้ที่จำมาได้จากความรู้ชัดเจนซึ่งได้จากการได้เรียนมาก แต่เวลาทำงาน ก็จะไม่มั่นใจ มักจะปรึกษารุ่นพี่ก่อน
2. ความรู้เชิงทฤษฎีและเชิงบริบท (Know-how) เป็นความรู้เชื่อมโยงกับโลกของความเป็นจริง ภายใต้อสภาพความเป็นจริงที่ซับซ้อนสามารถนำเอาความรู้ชัดเจนที่ได้มาประยุกต์ใช้ตามบริบทของตนเองได้ มักพบในคนที่ทำงานไปหลายๆ ปี จนเกิดความรู้ฝังลึกที่เป็นทักษะหรือประสบการณ์มากขึ้น
3. ความรู้ในระดับที่อธิบายเหตุผล (Know-why) เป็นความรู้เชิงเหตุผลระหว่างเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ผลของประสบการณ์แก้ปัญหาที่ซับซ้อน และนำประสบการณ์มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้อื่น เป็นผู้ทำงานมาระยะหนึ่งแล้วเกิดความรู้ฝังลึก สามารถถอดความรู้ฝังลึกของตนเองมาแลกเปลี่ยนกับผู้อื่นหรือถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้พร้อมทั้งรับเอาความรู้จากผู้อื่นไปปรับใช้ในบริบทของตนเองได้
4. ความรู้ในระดับคุณค่า ความเชื่อ (Care-why) เป็นความรู้ในลักษณะของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่ขับเคลื่อนมาจากภายในตนเองจะเป็นผู้ที่สามารถสกัด ประมวล วิเคราะห์ความรู้ที่ตนเองมี



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อยู่กับความรู้ที่ตนเองได้รับมาสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ขึ้นมาได้ เช่น สร้างตัวแบบหรือทฤษฎีใหม่ หรือนวัตกรรม ขึ้นมาใช้ในการทำงานได้



ภาพประกอบ 5 ตัวอย่างแผนผังอิชิคาวะ

ที่มา : มหาวิทยาลัยศิลปากร. 2555 : ออนไลน์

แผนผังอิชิคาวะ (Ishikawa diagram) หรือแผนผังก้างปลา (หรือในชื่ออื่นของไทยเช่น ตัวแบบทUNA หรือตัวแบบปลาตะเพียน) เป็นกรอบแนวคิดอย่างง่ายในการจัดการความรู้ โดยให้การจัดการความรู้เปรียบเสมือนปลา ซึ่งประกอบด้วยส่วนหัว ลำตัว และหาง แต่ละส่วนมีหน้าที่ที่ต่างกันดังนี้

1. ส่วนหัวและตา (Knowledge vision - KV) มองว่ากำลังจะไปทางไหน ซึ่งต้องตอบให้ได้ว่า "ทำ KM ไปเพื่ออะไร"
2. ส่วนกลางลำตัว (Knowledge sharing - KS) ส่วนที่เป็นหัวใจให้มีความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ช่วยเหลือ เกื้อกูลกันและกัน
3. ส่วนหาง (Knowledge assets - KA) คือ สร้างคลังความรู้ เชื่อมโยงเครือข่าย ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ "สะบัดหาง" สร้างพลังจากชุมชนแนวปฏิบัติ

ในประเทศไทย ได้พัฒนาตัวแบบทUNA เป็น "ตัวแบบปลาตะเพียน" โดยมองว่าองค์กรมีหน่วยงานย่อย ซึ่งมีความแตกต่างกัน รูปแบบความรู้แต่ละหน่วยจึงต้องปรับให้เหมาะสมกับบริษัทของตน แต่ทั้งฝูงปลาจะหันหน้าไปทิศทางเดียวกัน (สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม สกส.)

กรอบความคิดของโฮลส์แอปเปิล (Holsapple) ได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับพัฒนาการของแนวคิดของการจัดการความรู้ 10 แบบมาประมวล ซึ่งแสดงถึงส่วนประกอบของการจัดการความรู้ (KM elements) เพื่อนำไปจัดระบบเป็นองค์ประกอบหลัก 3 ด้านของการจัดการความรู้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

(Three-fold framework) ได้แก่ ทรัพยากรด้านการจัดการความรู้ กิจกรรมการจัดการความรู้ และ อิทธิพลของการจัดการความรู้ และให้ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ให้ข้อคิดเห็น วิจัยและข้อเสนอแนะ ได้ผลออกมาเป็นกรอบความร่วมมือ (Collaborative framework)

การถ่ายทอดความรู้

การถ่ายทอดความรู้ อันเป็นส่วนประกอบของการจัดการองค์ความรู้ ถูกประพจน์ปฏิบัติ กันมานานแล้ว ตัวอย่างรูปแบบการถ่ายทอดความรู้ เช่น การอภิปรายของเพื่อนร่วมงานในระหว่าง การปฏิบัติงาน การอบรมพนักงานใหม่อย่างเป็นทางการ ห้องสมุดขององค์กร โปรแกรมการ ฝึกสอนทางอาชีพและการเป็นที่เลี้ยง ซึ่งรูปแบบการถ่ายทอดความรู้มีการพัฒนารูปแบบโดยอาศัย เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่กระจายอย่างกว้างขวางในศตวรรษที่ 20 ก่อให้เกิดเทคโนโลยีฐานความรู้, ระบบผู้เชี่ยวชาญและคลังความรู้ ซึ่งทำให้กระบวนการถ่ายทอดความรู้ง่ายมากขึ้น องค์กรขนาดใหญ่โดยส่วนมากจะมีการจัดสรรทรัพยากรสำหรับการจัดการองค์ความรู้ โดยมักจะเป็นส่วนหนึ่ง ของแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศหรือแผนกการจัดการทรัพยากรมนุษย์

รูปแบบการจัดการองค์ความรู้โดยปกติจะถูกจัดให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร และประสงค์ที่จะได้ผลลัพธ์เฉพาะด้าน เช่น เพื่อแบ่งปันภูมิปัญญา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน หรือเพื่อเพิ่มระดับนวัตกรรมให้สูงขึ้น

จากแนวคิดการจัดการความรู้ สรุปได้ว่า การจัดการความรู้ในยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุค เศรษฐกิจฐานความรู้ นั้นสำคัญมาก กลุ่มจำเป็นต้องใช้ความรู้มาสร้างผลผลิตให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น

5. บริบทพื้นที่ ตำบลโคกเจริญ อำเภอกอเจริญ จังหวัดลพบุรี

จากการศึกษาเอกสาร การสังเกต การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มทอผ้า และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้ (ขนาด มั่นสัมฤทธิ์ และคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี. 2547 : 2 - 4)

5.1 ประวัติความเป็นมาของตำบลโคกเจริญ

เดิมตำบลโคกเจริญเป็นหมู่บ้านขึ้นอยู่กับ ตำบลมหาโพธิ อำเภอกอคำโรง ต่อมาในปี พ.ศ. 2489 ได้ยกฐานะเป็นตำบลโคกเจริญ ในปี พ.ศ. 2530 ยกฐานะเป็นกิ่งอำเภอโคกเจริญ และในวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2536 ยกฐานะเป็นอำเภอโคกเจริญ ตำบลโคกเจริญจึงเป็นตำบลหนึ่งของ อำเภอโคกเจริญ มีกลุ่มคนไทยภาคกลางอพยพมาจากจังหวัดชัยนาท จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดอ่างทอง และมีผู้คนอพยพมาจากจังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี จังหวัดร้อยเอ็ด



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

57

จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดมหาสารคาม อพยพมาตั้งถิ่นฐานเพิ่มเติมมากขึ้นสาเหตุที่แต่ละกลุ่มอพยพมาจากบ้านเดิมเนื่องจากถิ่นฐานเดิมมีความแห้งแล้ง ภัยแล้ง หรือไม่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง จึงอพยพมาหาถิ่นฐานที่มีความอุดมสมบูรณ์ ทั้งดินและน้ำ ที่เหมาะแก่การเพาะปลูก ต่อมา นายยุทธ น่วมโต ซึ่งปัจจุบันเป็นชาวบ้าน หมู่ที่ 6 ตำบลโคกเจริญ เป็นผู้ตั้งชื่อให้หมู่บ้านนี้ว่าโคกเจริญด้วยความอยากให้มีความเจริญและการพัฒนาที่ดี เนื่องจากหมู่บ้านนี้มีผู้อพยพย้ายถิ่นฐานมาจากที่ต่าง ๆ เข้ามาอาศัยจึงมีวัฒนธรรมที่หลากหลายจากการสร้างสมวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ได้รับมาจากบรรพบุรุษดั้งเดิมของแต่ละกลุ่ม รวมเป็นวิถีชีวิตของชุมชนบ้านโคกเจริญ

5.2 ลักษณะภูมิประเทศ

ก่อนที่จะเข้ามาตั้งหมู่บ้าน ลักษณะภูมิศาสตร์โดยทั่วไปส่วนใหญ่จะเป็นป่าไม้บริเวณกว้างและเป็นพื้นที่ราบสูงมีภูเขาล้อมรอบ ลักษณะของสภาพดินที่ใช้ในการเพาะปลูก จะมีดินเป็นสีดำนอกจากนี้จะมีลักษณะเป็นป่าไม้ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ดินมีลักษณะเป็นดินดำมีอิฐมีรสละสมเป็นจำนวนมาก มีแหล่งน้ำที่ใช้ในการทำกรเกษตรและใช้ในการหาสัตว์ไว้ยังชีพ แหล่งน้ำแห่งนี้ชื่อ “ห้วยยายหนู” ซึ่งในปัจจุบันชาวบ้านก็ยังใช้ประโยชน์จากห้วยยายหนูได้ แต่ปริมาณน้ำในปัจจุบันนี้ไม่ค่อยเพียงพอต่อความต้องการของชาวบ้าน เพราะจำนวนประชากรได้เพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวนมาก สำหรับป่าไม้ที่เคยอุดมสมบูรณ์ในสมัยก่อนไม่มีแล้ว เพราะชาวบ้านได้ตัดไม้ทำลายป่า เพื่อใช้พื้นที่ทำการเกษตร การเปลี่ยนแปลงด้านสาธารณูปโภคในหมู่บ้านมีดังนี้

พ.ศ. 2494 ตั้งแต่เริ่มตั้งหมู่บ้าน ถนนมีสภาพเป็นถนนดินธรรมดา

พ.ศ. 2520 มีไฟฟ้าเข้ามาถึงหมู่บ้าน

พ.ศ. 2523 สร้างถนนลูกรัง ยาว 500 เมตร ภายในหมู่บ้าน

พ.ศ. 2531 มีน้ำประปาใช้

พ.ศ. 2540 – 2541 สร้างถนนคอนกรีตในหมู่บ้าน

5.3 ท่าเลที่ตั้ง

ตำบลโคกเจริญ ตั้งอยู่ในอำเภอโคกเจริญ อยู่ทางทิศเหนือของจังหวัดลพบุรี ระยะทางจากอำเภอโคกเจริญ ถึงจังหวัดลพบุรี ประมาณ 82 กิโลเมตร มีพื้นที่ 65.14 ตารางกิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อดังนี้ คือ

ทิศเหนือ ติดต่อกับ ตำบลวังทอง อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี และตำบลตะคร้อ อำเภอไพศาลี จังหวัดนครสวรรค์

ทิศใต้ ติดต่อกับ ตำบลโคกเสม็ดสาร อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ตำบลวังทอง อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

58

ทิศตะวันตก ติดต่อดำบลชอนสมบูรณ์และตำบลคงดินแดง อำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี

5.4 ลักษณะประชากร

ตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี มีราษฎรจำนวน 1,325 ครัวเรือน จำนวนประชากรจากการสำรวจข้อมูล จปฐ. ปี พ.ศ. 2552 มีประชากรทั้งหมด 5,110 คน เป็นหญิง 2,547 คน เป็นชาย 2,563 คน (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอโคกเจริญ. 2552 : 35)

5.5 ลักษณะทางเศรษฐกิจ

การประกอบอาชีพของประชากร ตำบลโคกเจริญ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม (ทำนา – ทำไร่) จำนวน 673 ครัวเรือน อาชีพค้าขาย จำนวน 19 ครัวเรือน อาชีพรับจ้าง จำนวน 557 ครัวเรือน อาชีพทอผ้า จำนวน 107 ครัวเรือน และอาชีพรับราชการ จำนวน 65 ครัวเรือน เลี้ยงสัตว์เป็นอาชีพเสริมจากการทำไร่ – ทำนา จำนวน 32 ครัวเรือน สัตว์เลี้ยงที่เลี้ยงมากที่สุด คือ ไก่ รองลงมาคือ เป็ด วัว และสุกร ตามลำดับ

การประกอบอาชีพเสริม นอกจากการประกอบอาชีพหลักด้านการเกษตรแล้ว ครอบครัวส่วนใหญ่หรือสำหรับผู้หญิงบางคนที่ไม่อยากไปทำงานต่างถิ่นและมีฝีมือในการทอผ้าพื้นเมืองก็จะทอผ้าอยู่ที่บ้าน จึงมีอาชีพเสริมด้านการทอผ้า รายได้เฉลี่ยจากการประกอบอาชีพเสริมด้านการทอผ้า ประมาณ 3,500 – 5,000 บาท นอกจากนี้บางส่วนที่ไม่ได้ทอผ้าเมื่อว่างจากการทำการเกษตรก็จะไปรับจ้างในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น รับจ้างตัดอ้อย ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม

กลุ่มทางเศรษฐกิจในตำบล ประกอบด้วย กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กลุ่มกองทุน SML กลุ่มอาชีพทอผ้าพื้นเมือง และกลุ่มเกษตรกร

5.6 ลักษณะทางสังคม

ประชากร ตำบลโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี เป็นชนชาติไทยภาคกลาง และไทยภาคอีสาน เป็นส่วนใหญ่ และยังมีบางส่วนเป็นชาวไทยที่สืบเชื้อสายมาจากประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ลาว เวียงจันทน์ ลาวพวน ลาวโซ่ง อย่างไรก็ตามคนไทยแต่ละกลุ่มยังคงรักษาวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาพูด อันเป็นลักษณะเฉพาะของตนไว้จนถึงปัจจุบัน และสามารถปรับตัว ความเป็นอยู่ในด้านต่าง ๆ เข้าหากันได้เป็นอย่างดี การตั้งบ้านเรือนจะตั้งเป็นชุมชนใกล้เคียง ๆ และมีลักษณะเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง มีความใกล้ชิดสนิทสนมกันเป็นเครือญาติ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

ประชากร ตำบลโคกเจริญ ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีการประกอบพิธีทางศาสนาทำบุญตามประเพณีต่าง ๆ ไปทำบุญที่วัดโคกเจริญซึ่งตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 6 ตำบลโคกเจริญ มีความเคารพนับถือผู้อาวุโสในชุมชน และยึดถือเป็นแบบอย่างของคนในชุมชน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

59

การอยู่ร่วมกันของคนในชุมชน มีผู้นำชุมชนที่เป็นทางการคอยดูแลความสงบสุขของชุมชน ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล และมีผู้นำชุมชนที่ไม่เป็นทางการในการนำการพัฒนาในชุมชน การประสานงานในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน ได้แก่ ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน ผู้นำสตรี ผู้นำเยาวชน ผู้นำกลุ่มอาชีพ แกนนำประชาคมหมู่บ้าน

กิจกรรมในชุมชนที่สนับสนุนด้านสวัสดิการชุมชน ได้แก่ การดำเนินงานศูนย์สงเคราะห์ประจำหมู่บ้าน ดูแลผู้ด้อยโอกาส คนชรา ผู้พิการ และครัวเรือนที่ประสบภัยต่าง ๆ การการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้าน ได้จัดตั้งชมรมฌาปนกิจของกองทุนเพื่อให้ความช่วยเหลือครอบครัวของผู้เสียชีวิตในชุมชน

5.7 ระบบการศึกษา

ตำบลโคกเจริญ มีโรงเรียนอนุบาลโคกเจริญตั้งอยู่ในหมู่ที่ 6 ตำบลโคกเจริญ และโรงเรียนโคกเจริญวิทยาซึ่งเป็นโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาประจำอำเภอที่ตั้งอยู่ในตำบลนี้ นอกจากนี้มีการส่งเสริมการศึกษาของเยาวชน ผู้นำชุมชนและชาวบ้านทั่วไปในการศึกษาเพิ่มเติมจากศูนย์ศึกษานอกโรงเรียนและการศึกษาตามอัธยาศัย ในชุมชนมีการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ของคนในชุมชนได้ จากการที่มีระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางมากขึ้น โดยได้รับบริการจากองค์การบริหารส่วนตำบลโคกเจริญ

นอกจากนี้ สถานศึกษาในชุมชนมีการส่งเสริมและการให้การเรียนรู้แก่นักเรียนในด้าน การประกอบอาชีพในชุมชนและเรียนรู้จากภูมิปัญญาในท้องถิ่นเพื่อเป็นการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและยังเป็นการสร้างแนวทางการประกอบอาชีพให้กับเยาวชนในชุมชน

5.8 ระบบอนามัยและสาธารณสุข

ประชากรในตำบลโคกเจริญ สามารถเข้าถึงบริการสาธารณสุขได้ที่โรงพยาบาลโคกเจริญ ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ

ในด้านระบบอนามัยและสาธารณสุขของหมู่บ้านโคกเจริญ ในอดีตมีการใช้สมุนไพรในการรักษาโรคและการปฐมพยาบาลในเมืองต้นของผู้ป่วยในชุมชนจากผู้รู้ด้านพืชสมุนไพรในชุมชน ปัจจุบันในด้านการรักษาพยาบาลส่วนใหญ่ใช้บริการโรงพยาบาลประจำอำเภอ ส่วนในด้านสาธารณสุขได้มีการรณรงค์การกำจัดขยะที่ถูกวิธี ในชุมชนการรณรงค์ใส่ทรายอะเบทเพื่อกำจัดยุงลาย มีการทำลายแหล่งเพาะพันธุ์ยุงลายในชุมชน มีอาสาสมัครด้านสาธารณสุขในการประสานการพัฒนาสุขภาพของคนในชุมชนตั้งแต่เด็กจนถึงผู้สูงอายุในชุมชน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

60

5.9 ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรม

ในชุมชนตำบลโคกเจริญ มีกลุ่มคนทั้งในภาคกลางและภาคอีสาน จึงทำให้ชุมชนบ้านโคกเจริญมีความหลากหลายในด้านประเพณี วัฒนธรรม และความเชื่อในด้านต่าง ๆ พอสรุปได้ดังนี้

1. การละเล่นพื้นบ้าน ได้แก่ ภูกินหาง วีรชีข้าวสาร หมากเก็บ กระโดดยาง แอลงรู มอญ ซ่อนผ้า จี่ม้่าก้านกล้วย ยิงปืนก้านกล้วย โป่งเปาะ (ซ่อนหา) หมากเหม่ง (เตย)

2. ศาสนา ในบ้านโคกเจริญ หมู่ที่ 4 ประชาชน ร้อยละ 99 นับถือศาสนาพุทธ ที่เหลือประมาณร้อยละ 1 นับถือศาสนาอื่น ๆ คือ ศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม และลัทธิโยเล เป็นต้น

3. ความเชื่อ ลักษณะของความเชื่อในชุมชนตำบลโคกเจริญ มีหลายประการ เช่น

3.1 ความเชื่อการบายศรีสู่ขวัญ วิธีการสู่ขวัญ โดยทั่วไปชุมชนต่าง ๆ ที่อพยพมาจากไทยอีสาน จะมีวิธีการสู่ขวัญคล้าย ๆ กัน แต่ในบางท้องถิ่นอาจจะแตกต่างกันไปบ้างเพียงเล็กน้อย การบายศรีสู่ขวัญอาจจะทำได้ 2 วิธี แล้วแต่ศรัทธาหรือความประสงค์ของผู้จัดหรือเจ้าภาพที่ทำพิธีสู่ขวัญในแต่ละครั้ง ได้แก่ วิธีที่ 1 การจัดให้มีพิธีสู่ขวัญตามพิธีทางศาสนาพราหมณ์อย่างเดียว วิธีนี้เมื่อจัดพาขวัญหรือเครื่องขวัญเสร็จแล้วก็ทำพิธีสู่ขวัญเลยทันที วิธีที่ 2 จัดให้มีพิธีทางศาสนาพุทธก่อน และตามด้วยพิธีทางศาสนาพราหมณ์เหมือนวิธีที่ 1 ในชุมชนบ้านโคกเจริญ หมู่ที่ 4 การทำบายศรีสู่ขวัญส่วนมากจะใช้วิธีที่ 1 โดยการจัดแต่งพาขวัญ พร้อมเครื่องขวัญต่าง ๆ พาขวัญ เจ้าภาพหรือเจ้าของจะให้ทำ 2 พาขวัญ หรือพาขวัญเดียวก็ได้ แล้วแต่ความสะดวก ความสามารถของผู้จัดทำและเจ้าของขวัญด้วย เครื่องประกอบพาขวัญต่าง ๆ จะประกอบด้วยอะไรบ้าง ขึ้นอยู่กับการบายศรีสู่ขวัญว่า สำหรับคนป่วยหรือพิธีสู่ขวัญบ่าวสาว หรือสู่ขวัญคนโดยทั่วไป การสวดหรือสูตขวัญหรือสู่ขวัญ เริ่มต้นเจ้าของขวัญจะนั่งพับเพียบและประนมมือ หรือมือขวาจับพาขวัญ (ยกเว้นคนป่วยซึ่งไม่สามารถลุกนั่งได้) ญาติพี่น้องนั่งล้อมรอบจับข้อศอกหรือแขน หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของเจ้าของขวัญหรือประนมมือก็ได้ หันหน้าไปทางทิศใต้เป็นทิศราศีประจำวันนั้น ๆ ตั้งใจอธิษฐานให้มีความสุข ความเจริญและมีอายุยืนยาว เป็นต้น

ศิลปินด้านการช่างฝีมือที่สามารถใช้วัสดุในท้องถิ่น (ใบตอง) ทำพาขวัญเพื่อบายศรีสู่ขวัญได้ ซึ่งถือว่าเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชนตำบลโคกเจริญ คือ นางเลี่ยม ประเสริฐจิตร อายุ 67 ปี อยู่บ้านเลขที่ 224 หมู่ที่ 5 ตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี

ศิลปินด้านศิลปะการแสดงพื้นบ้าน หรือหมอลำขวัญ ซึ่งจัดว่าเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านสามารถสวด หรือสูตขวัญ หรือสู่ขวัญ หรือเป็นหมอลำพราหมณ์ได้ คือ นายทองสุข ช่างทองคำ อายุ 68 ปี อยู่บ้านเลขที่ 8 หมู่ที่ 5 ตำบลโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

61

3.2 ความเชื่อเรื่องความเป็นอยู่และอาหารการกิน การทำความสะอาดบ้านเชื่อกันว่า กลางคืนจะไม่กวาดบ้าน เพราะกลัวว่าเงินทองที่มีหามาได้จะไหลออกนอกบ้านไป จึงมีคำกล่าวที่ คล้องจองไว้สอนรุ่นลูกรุ่นหลานต่อ ๆ มาว่า “เย็นกวาดเข้า เช้ากวาดออก” การนอนสามิจะนอน ก่อนและตื่นที่หลัง ภรรยาจะนอนที่หลังและตื่นก่อน ห้ามนอนหันหัว (ศรีษะ) ไปทางทิศตะวันตก กลัวว่าผีจะรับไปด้วย (ตาย) เป็นต้น การกินข้าวพ่อแม่หรือสามิกินก่อน ภรรยาและลูกกินทีหลัง เป็นการแสดงให้เห็นว่ามีความเคารพนับถือผู้นำครอบครัว การกินข้าว(ข้าวเหนียว) เมื่อตักข้าว (หยิบหรือจก หรือปั้นข้าว) เสร็จแล้วให้คว่ำฝาปิด ก่องข้าวเหมือนเดิม หากเปิดหงายไว้เชื่อว่าทำ เท้าไทรก็ไมเหลือกินไม่รู้จักอิ่มไม่รู้จักพอ (ไม่รวย) การกินผักชะอมหลังการคลอดจะทำให้เกิดการ แสดงหรืออาการแพ้ จึงห้ามกินอาจตายได้ ปลีกกล้วย ควรกินหลังคลอดทำให้มีน้ำนมเลี้ยงลูกได้มาก ห้ามกินอาหารก่อนนำไปถวายพระ ถือว่าเป็นบาป การตักน้ำหรือตักสิ่งอื่น ๆ ต้องตักให้เต็มถึง เต็ม โอง ข้าวสารให้เต็มไหเต็มหม้อเชื่อว่าจะทำให้ไม่ออดอยาก ชีวิตการทำมาหากินจะอุดมสมบูรณ์ พูนสุข

3.3 ความเชื่อเรื่องการสร้างบ้านและขึ้นบ้านใหม่ น้องควรสร้างบ้านอยู่เหนือพี่ เพราะพี่จะทำให้น้องมีความเจริญรุ่งเรืองในอาชีพการงานและความเป็นอยู่ตลอดจนการทำมาหากิน เลี้ยงครอบครัวต่อไปในอนาคต บันไดบ้านควรสร้างขึ้นทางทิศเหนือเพราะจะทำให้มีฐานะที่ดีขึ้น และมีพลังอำนาจอยู่เหนือคนอื่น ๆ พิธีขึ้นบ้านใหม่ต้องขออนุญาตเจ้าที่เจ้าทางของบ้านที่สร้างขึ้น ใหม่ก่อน โดยให้คนเฒ่าคนแก่เป็นที่เคารพนับถือในหมู่บ้าน สมมุติเป็นเจ้าของบ้านแล้วเรามาขอ อาศัยอยู่เพื่อทำมาหากิน เป็นคนดี โดยอาศัยเจ้าของบ้านหรือเจ้าที่เจ้าทาง เมื่อได้รับอนุญาตแล้วจะ ได้รับพรให้ร่ำรวยมีชีวิตที่ยืนยาวต่อไป

3.4 ความเชื่อเรื่องการบวช มีความเชื่อว่าผู้ชายต้องบวชเณรก่อน บวชเณรสึกแล้ว เรียกว่า “เชียง” ผู้ชายจะบวชพระต้องมีอายุครบ 20 ปี บริบูรณ์ ถ้าอายุไม่ครบบวชไปอาจจะ กลายเป็นคนบ้า สติฟั่นเฟือน หรือเป็นคนไม่สมประกอบ (ไม่ครบบาท) และเมื่อบวชพระสึกแล้ว เรียกว่า “ทิด” ผู้ชายที่แต่งงานหรือมีเมียแล้ว ไม่นิยมบวชพระ เพราะถือว่าเป็นผู้ไม่บริสุทธิ์ ผู้ชายที่ เป็นพี่กับน้อง ไม่นิยมบวชพระพร้อมกันหรือบวชคู่กัน อาจจะทำให้แพ้บารมีซึ่งกันและกันได้ โดย คนหนึ่งอาจจะมีอันเป็นไปต่าง ๆ นานา เช่น เป็นบ้าสติฟั่นเฟือน ชีวิตอับเฉาไม่เจริญรุ่งเรือง เป็นต้น ถ้าจำเป็นจริง ๆ ต้องแก้เคล็ดโดยหากคนอื่นมาบวชเพิ่มเป็น 3 คนจะทำให้ดีขึ้น การบวชพระขณะที่ พระอุปัชฌาย์และพระคู่ลำดับสวดอยู่นั้น ห้ามคนที่ตั้งท้องเข้าไปร่วมอยู่ในโบสถ์เพราะอาจจะทำให้ แท้งลูกได้

3.5 ความเชื่อเรื่องการแต่งงาน มีความเชื่อว่าผู้เป็นน้องไม่ควรแต่งงานก่อนพี่ เพราะ จะทำให้พี่แก่เกินไปและไม่ได้แต่งงาน แก้เคล็ดโดยให้น้องซื้อห้อยจจากที่ราคาเท่าไรนั้น ขึ้นอยู่กับผู้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

62

แต่ถ้าผู้แก่จะเห็นสมควร ผู้ชายที่เป็นหม้ายหรือร้างคู่จะแต่งงานใหม่ต้องซ่อม (ร้าง) ก่อน และถ้าไปแต่งกับผู้หญิงที่เป็นโสดซิง ๆ ฝ่ายหญิงจะต้องเรียกสินสอดเพิ่มจากที่ตกลงกันไว้ ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะเห็นสมควร แต่ถ้าไปแต่งกับผู้หญิงหม้ายหรือหญิงร้างผู้ชายที่เป็นหม้ายหรือร้างคู่ไม่ต้องซ่อม ประเพณีไม่นิยมแต่งงานในช่วงวันเข้าพรรษาหรือวันข้างแรม เกรงว่าชีวิตสมรสจะไม่ราบรื่นเหมือนพระจันทร์ข้างแรม และไม่นิยมแต่งงานในเดือนนี้

3.6 ความเชื่อเรื่องงานศพ มีความเชื่อว่าเมื่อมีงานศพจะไม่ทอผ้า ไม่สระผม เกรงว่าคนตายจะไปบอกยมทูตว่าจะมีคนตายตามมาอีก ซึ่งกำลังทอผ้า สระผมอยู่เสร็จแล้วก็จะตามมา การแต่งกายไปในงานศพจะฉีกเสื้อผ้า ของใช้ให้หมด มิฉะนั้นผีจะมาแย่งเอาเสื้อผ้าและของใช้ และไม่เผาผีวันเดือนดับ (แรม 14 และ 15 ค่ำ) จะทำให้ผู้ที่ตายไปแล้วไม่ได้ผูกไม้ได้เกิดอีกในชาติต่อไป การเล่นหมากเก็บในบ้านขณะที่มีคนตายห้ามเล่นเด็ดขาดเพราะเกรงว่าจะมีคนในบ้านตายตามกันไปกับคนที่ตายไปแล้ว เมื่อมีการเผาศพแล้วให้เล่นสนุกสนานเพื่อเป็นเพื่อนกับเจ้าภาพประมาณ 3 คืน ก่อนตัดบาตรทำบุญในตอนเช้า ญาติผู้เสียชีวิตจะได้ไม่เศร้า โศกเสียใจ

4.10 ภูมิปัญญาชาวบ้านด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม มีดังนี้

นางบัวภา จันทรเทวี่ อายุ 61 ปี มีความเชี่ยวชาญด้านทอผ้ามัดหมี่ ประสพการณ์ 25 ปี อยู่บ้านเลขที่ 165 หมู่ที่ 4 ตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี รหัสไปรษณีย์ 15250

นางสุดใจ จันทรเทวี่ อายุ 54 ปี มีความเชี่ยวชาญด้านย้อม มัดหมี่ และทอผ้ามัดหมี่ ประสพการณ์ 20 ปี อยู่บ้านเลขที่ 28/1 หมู่ที่ 4 ตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี รหัสไปรษณีย์ 15250

นางมะลิ วันคำ อายุ 57 ปี มีความเชี่ยวชาญด้านทอผ้ามัดหมี่ ประสพการณ์ 20 ปี อยู่บ้านเลขที่ 161/1 หมู่ที่ 4 ตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี รหัสไปรษณีย์ 15250

นางประทุมมา คุณาพรหม อายุ 49 ปี มีความเชี่ยวชาญด้านทอผ้ามัดหมี่ ประสพการณ์ 15 ปี อยู่บ้านเลขที่ 100/2 หมู่ที่ 4 ตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี รหัสไปรษณีย์ 15250 โทรศัพท์ 0-3665-1118

นางล้วน ยศเรือง อายุ 54 ปี มีความเชี่ยวชาญด้านการจักสานกระติบข้าว ประสพการณ์ 39 ปี อยู่บ้านเลขที่ 152 หมู่ที่ 4 ตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี รหัสไปรษณีย์ 15250

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าบริบทพื้นที่ตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรีมีความเป็นมาที่ยาวนานและมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายที่กลุ่มทอผ้าตำบลโคกเจริญสามารถนำมากำหนดแนวทางการพัฒนากระบวนการดำเนินงานกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองตำบลโคกเจริญให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป



6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

สมศักดิ์ มากบุญ (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องภูมิปัญญาชาวบ้าน กระบวนการเรียนรู้ และแนวคิดในการจัดการศึกษาของผู้ทรงภูมิปัญญา จังหวัดลพบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาชีวิตประวัติส่วนตัวและผลงานของชาวบ้านผู้ทรงภูมิปัญญาในจังหวัดลพบุรี และวิเคราะห์ถึงกระบวนการเรียนรู้ทั้งในส่วนที่ได้รับการสั่งสมมาและส่วนที่ส่งต่อไปยังผู้อื่น รวมทั้งแนวคิดในการจัดการศึกษาโดยนำภูมิปัญญาชาวบ้านเข้าไปสู่ระบบการศึกษาของไทยตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 จากภูมิปัญญา 3 สาขา คือ สาขาเกษตรกรรม สาขาอุตสาหกรรมและหัตถกรรม สาขาศิลปกรรม รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับประวัติส่วนตัวและผลงาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ภูมิปัญญาที่เกี่ยวกับการทำมาหากินเกิดจากการสั่งสมมาจากครอบครัวหรือบรรพบุรุษ มีการผสมผสานกันระหว่างภูมิปัญญาดั้งเดิมกับภูมิปัญญาใหม่หรือภูมิปัญญาสากล ทำให้ภูมิปัญญาได้รับการพัฒนาและมีความเหมาะสมกับยุคสมัยและเป็นประโยชน์อย่างกว้างขวางมากขึ้น ภูมิปัญญาบางอย่างมีลักษณะจำเพาะตัว อาจเรียนรู้ได้ยาก นอกจากนี้ภูมิปัญญาบางอย่างยังมีความสัมพันธ์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สิ่งเหนือธรรมชาติ 2) กระบวนการเรียนรู้ของผู้ทรงภูมิปัญญา คือ การสอนด้วยวาจาและสาธิตวิธีการ การลงมือปฏิบัติจริง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และกระบวนการกลุ่ม และครูพักลักจำ และสั่งสมภูมิปัญญาของตนเองสู่คนรุ่นหลังด้วยวิธีการที่ตนเองได้เรียนรู้มา 3) แนวคิดในการจัดการศึกษาโดยนำภูมิปัญญาชาวบ้านเข้าสู่ระบบการศึกษาไทย ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 สามารถทำได้ทั้งในแง่การจัดมวลดประสพการณ์หรือสาระของหลักสูตร กระบวนการเรียนรู้ โดยเฉพาะการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยความร่วมมือจากบุคคล หน่วยงาน หรือองค์กรต่าง ๆ ในสังคม

กาญจนา เกียรติมนิรัตน์ และ สุภาพ ฉัตรภรณ์ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาการเรียนการสอนงานอาชีพเพื่อให้เกิดการสืบทอดทางภูมิปัญญาผ้าทอพื้นเมือง โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ชุมชนที่ประกอบอาชีพทอผ้าพื้นเมืองของครูภูมิปัญญาไทยในภาคเหนือตอนบนในมิติสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์ปัจจัยและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และการถ่ายทอดความรู้ของครูภูมิปัญญาไทยในภาคเหนือตอนบน ระดับครอบครัว มิติสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม และสังเคราะห์รูปแบบการเรียนรู้และการถ่ายทอดความรู้ของครูภูมิปัญญาไทยในภาคเหนือตอนบน ทั้งในระดับครอบครัวและชุมชนครอบครัว มิติสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม จากการวิเคราะห์



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

64

บริบททางวัฒนธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม พบว่า ในอดีตการทอผ้าเป็นกระบวนการขัดเกลาก่อนของผู้หญิง เพื่อเปลี่ยนสภาพโดยการแต่งงาน ปัจจุบันผู้หญิงเปลี่ยนสภาพเป็นผู้นำอาชีพทอผ้าในชุมชนแบบแผนชีวิตในอดีตผู้หญิงทอผ้าอยู่บ้าน ผู้ชายทำการเกษตรนอกบ้าน ปัจจุบันผู้ชายช่วยงานทอผ้าในครอบครัวมากขึ้น และพบว่าโครงสร้างครอบครัวขยายรักษาระบบความสัมพันธ์ตามบทบาทหน้าที่ไว้ได้มากกว่าครอบครัวเดี่ยว รูปแบบการเรียนรู้และการถ่ายทอดความรู้ของครุภูมิปัญญาไทยแบ่งเป็น 4 ระยะตามวงจรชีวิต คือ 1) วัยเด็กและวัยรุ่น เป็นรูปแบบการเรียนรู้เพื่อเตรียมพร้อมการมีครอบครัวและพื้นฐานอาชีพ 2) วัยผู้ใหญ่ตอนต้น เป็นรูปแบบการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความรู้ด้วยตนเอง 3) วัยผู้ใหญ่ตอนกลางเป็นรูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อพันธมิตรทางอาชีพ 4) วัยผู้ใหญ่ตอนปลาย เป็นรูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อทางเลือกอาชีพและสานต่ออาชีพในชุมชน ปัจจัยร่วมที่เป็นสาเหตุหลักในการเรียนรู้และการถ่ายทอดความรู้ คือ สถานภาพและจิตสำนึกในบทบาทหน้าที่ที่ผูกพันอยู่กับเงื่อนไขตามบรรทัดฐานของสังคม

ฐานิดา อรุณพันธุ์ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดของกลุ่มสตรี : กรณีศึกษาผ้าทอจกในจังหวัดแพร่ การกระจายสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านจำเป็นต้องมีกระบวนการที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม ซึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าทอจกของจังหวัดแพร่มีความพร้อมในการเป็นตัวอย่งเพื่อศึกษาหาแนวทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น การศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การผลิตผ้าทอจกในจังหวัดแพร่ 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมของกลุ่มสตรีผู้ผลิตผ้าทอจก 3) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ผ้าทอจก วิธีการศึกษาใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากประธานกลุ่มสตรีและผู้ประกอบการร้านค้าผ้าทอจกและสุ่มตัวอย่างตามกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือผู้ทอผ้าซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มสตรีและกลุ่มผู้รับจ้างทอ จำนวน 5 กลุ่ม รวม 100 ตัวอย่าง ทดสอบความเป็นอิสระด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน และทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะต่าง ๆ ด้วย t-test ผลการศึกษาพบว่า จำนวนผู้ผลิตผ้าทอจกในจังหวัดแพร่เริ่มลดลงเนื่องจากราคาขายตกต่ำ บทบาทในการกำหนดราคาขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ โอกาสในการประกอบธุรกิจคือกระแสความนิยมผลิตภัณฑ์พื้นบ้านและภูมิปัญญาตะวันออก รวมทั้งนโยบายสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐ แต่สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดระดับกลางและล่างทำให้ต้องเร่งปรับตัวเพื่อผลิตสินค้าในระดับบน สร้างความเข้าใจกับผู้บริโภคโดยใช้จุดแข็งด้านความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีคุณค่าทางจิตใจ ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถามที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 พบว่า ผู้ทอที่เป็นสมาชิกกลุ่มสตรีกับกลุ่มลูกทอที่รับจ้างทอผ้ามีการประกอบกิจกรรมแตกต่างกับ ได้แก่ ประสิทธิภาพการทอผ้าแหล่งที่มาของวัตถุดิบ วิธีการซื้อวัตถุดิบ ความหลากหลายของขนาดผ้าทอ ระยะเวลาในการทอ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ความสามารถในการกำหนดระยะเวลาทอ จำนวนที่ขายต่อเดือน ประเภทของผู้ซื้อ และราคาเฉลี่ยต่อผืน นอกจากนี้การทดสอบกลุ่มทอผ้าที่เป็นกลุ่มสตรีที่ก่อตั้งมานานกับกลุ่มผู้ทอที่เป็นกลุ่มสตรีที่ก่อตั้งในระยะหลังและการทดสอบกลุ่มผู้ทอที่เป็นกลุ่มสตรีซึ่งก่อตั้งในระยะหลังที่รวมกลุ่มกันเองกับกลุ่มผู้ทอที่เป็นกลุ่มสตรีที่รวมกลุ่มจากการส่งเสริมของภาครัฐ ก็มีความแตกต่างกันในประเด็นข้างต้น ยกเว้นด้านประเภทของผู้ซื้อที่ไม่มีความแตกต่างกัน สำหรับการทดสอบกลุ่มลูกทอที่รับจ้างทอผ้าให้กับร้านค้าสองร้าน พบว่า มีความแตกต่างกันเพียง 2 ด้านคือ ระยะเวลาในการทอและราคาเฉลี่ยต่อผืน ส่วนที่ผู้ทอทุกกลุ่มไม่มีความแตกต่างคือ ไม่ได้ทอผ้าเป็นรายได้หลัก ความคิดเห็นเรื่องความยากง่ายของลวดลาย ไม่รู้สึกเบื่อหน่ายในการทอรูปแบบเดิม ไม่พอใจในราคาขายและปัญหาในการทอผ้า ทั้งนี้กลุ่มสตรีควรมีการจัดการภายในให้เป็นรูปแบบเดียวกัน เพื่อประโยชน์ในการสร้างความร่วมมือด้านการผลิต คือ ควรคัดเลือกสมาชิกที่มีประสบการณ์การทอผ้าแตกต่างกัน กลุ่มควรเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบให้สมาชิก สมาชิกขายผ้าทอให้กับกลุ่มและหักค่าวัตถุดิบเมื่อขาย ทอผ้าให้มีขนาดหลากหลายมากขึ้น และประเมินกำลังการผลิตของกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ

พรทิพย์ ช้องทองชัย (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง ผ้าทอพื้นเมืองกลุ่มไทช่าเหนือในกระแสบริ โภคนิยม การศึกษาเรื่องผ้าทอพื้นเมืองกลุ่มไทช่าเหนือในกระแสบริ โภคนิยม มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงความเปลี่ยนแปลงของผ้า ผ้าเปลี่ยนไปอย่างไรเมื่อสังคมเปลี่ยน : ลวดลาย สี สัน ความหมาย ฝีมือ 2) เพื่อศึกษาถึงการปรับตัวและการเรียนรู้ของช่างทอในปัจจุบันจากการศึกษาพบว่า ผ้าทอช่าเหนือตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงดังนี้ 1) ด้านสี สัน ในปัจจุบันการย้อมสีเส้นใยพบว่าที่เมืองช่าเหนือช่างทอ โดยส่วนใหญ่มีการใช้สีเคมีกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งสีเคมีที่ใช้นั้น ได้ถูกนำเข้ามาจากประเทศไทย และที่เวียงจันทน์ การผลิตผ้าทอที่มาจากสิทธรมชาติจะมีราคาสูงกว่าผ้าทอที่ได้จากสีเคมี 2) ด้านฝีมือ ช่างทอในอดีตจะทอเรียงเส้นใยได้แน่นกว่าในปัจจุบันทั้งนี้เพราะผ้าทอในปัจจุบันผลิตขึ้นเพื่อขายจึงเน้นการทำให้ได้ปริมาณมาก ๆ เพื่อให้ทันกับความต้องการของลูกค้า และไม่พบความเปลี่ยนแปลงของลวดลาย ในอดีตมีการทอลวดลายอย่างไรในปัจจุบันก็ยังคงทออยู่แบบเดิม ทางด้านความหมายของลวดลายต่าง ๆ ช่างทอผ้าช่าเหนือรวมถึงคนช่าเหนือ โดยส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ในเรื่องนี้ เพราะการใช้ผ้าทอในวิถีชีวิตประจำวันของพวกเขาไม่ได้ใช้เรื่องความหมายแต่เป็นการใช้ประโยชน์จากผืนผ้า พวกเขาจึงรู้แต่เพียงว่าลวดลายแต่ละลายมีความหมาย ช่างทอในปัจจุบันมีการปรับตัวและเรียนรู้การทอผ้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งพบว่ามี 2 กรณี คือ 1) ช่างทอที่เมืองช่าเหนือจะเรียนรู้เพื่อปรับตัวในการทอผ้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าซึ่งจะเรียนรู้จากพ่อค้าคนกลางที่ขึ้นมาเอาผ้าทอลงไปขาย 2) ช่างทอผ้าช่าเหนือที่เวียงจันทน์จะเรียนรู้เพื่อปรับตัวในการทอผ้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าจากลูกค้าโดยตรง ซึ่งการทอผ้าที่เวียงจันทน์จะเป็นลักษณะการรวมกลุ่มขนาดใหญ่และมี



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

66

เจ้าของธุรกิจเป็นผู้รับข้อมูลโดยตรงจากลูกค้า ในการปรับตัวจะเป็นอย่างค่อย ๆ ปรับ ไม่ได้ทำแบบทันทีทันใด สิ่งที่ช่างทอต้องเรียนรู้และนำมาปรับประยุกต์ให้กับสินค้าทอคือ การให้สีสันทนบนพื้นผ้า เพราะลูกค้าแต่ละกลุ่มมีความชอบสีสันทันที่ต่างกัน และรูปแบบการจัดวางลวดลายบนพื้นผ้า ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กรณี คือ 1) การทอผ้าในรูปแบบผลิตภัณฑ์เดิม เช่น ผ้าจีน ผ้าเบี่ยง แต่เปลี่ยนรูปแบบการจัดวางลวดลายใหม่ 2) การทอผ้าในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ผ้าพันคอ ปลอกหมอนอิง เป็นต้น ซึ่งลวดลายยังคงเดิมแต่มีรูปแบบการจัดวางใหม่ ในปัจจุบันผ้าทอชำเหนื่อเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำรายได้อย่างงดงามให้กับคนดำเนินธุรกิจและเจ้าของร้านค้า แต่สำหรับช่างทอนั้นยังคงได้ค่าจ้างเป็นเพียงค่าจ้างแรงงานเท่านั้น นักธุรกิจและร้านค้าทำให้ผ้าทอชำเหนื่อเป็นที่รู้จักแต่อีกทางหนึ่งกลับทำให้ช่างทอไม่เข้มแข็งเพราะพวกเขาไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตัวเองแม้ผ้าทอจะมีราคาดีแต่ช่างทอกลับไม่ได้ค่าตอบแทนที่คุ้มค่า ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นยังไม่มียุทธศาสตร์ใดเข้ามาให้ความช่วยเหลือ ให้ความรู้ ให้คำปรึกษาอย่างจริงจัง รวมถึงหาตลาดรองรับสินค้าให้กับช่างทอโดยตรง ในอนาคตข้างหน้าถ้ามีระบบการจัดการที่ดีและพัฒนาไปสู่ความเข้มแข็งได้ ช่างทออาจมีศักยภาพในการต่อรองราคาค่าจ้างจากเจ้าของธุรกิจได้มากขึ้น และทำให้พวกเขาได้ผลประโยชน์อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยมากขึ้น

ขนาด มั่นสัมฤทธิ์ และคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี (2547 : บทคัดย่อ) การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาวัตถุดิบ และกระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพมาตรฐานชุมชน : กรณีศึกษาผ้าทอพื้นเมือง หมู่ 4 บ้านโคกเจริญ ตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี ความสำคัญ การทอผ้าพื้นเมือง (ผ้ามัดหมี่) เป็นอาชีพเสริมของคนส่วนใหญ่ในบ้านโคกเจริญ โดยมีการรวมกลุ่มในการดำเนินการ มีกระบวนการเรียนรู้ สืบทอดภูมิปัญญา มีความต้องการและศักยภาพในการพัฒนา เป้าหมาย กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านโคกเจริญมีความสามารถในการพัฒนาวัตถุดิบและกระบวนการผลิตผ้าทอพื้นเมืองของตนเอง ให้ผ้าทอพื้นเมืองได้รับการรับรองมาตรฐานและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค คำถามการวิจัย จะมีวิธีการอย่างไรที่ทำให้กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านโคกเจริญมีความสามารถในการพัฒนาวัตถุดิบและกระบวนการผลิตผ้าทอพื้นเมืองให้ได้มาตรฐานและเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและพัฒนาวัตถุดิบและกระบวนการผลิตผ้าทอพื้นเมือง โดยใช้วิธีการวิจัยและพัฒนาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้ได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) วิธีการดำเนินงาน ในขั้นตอนแรก ทำการศึกษาบริบทชุมชน

กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง ความต้องการในการพัฒนาและจัดทำแผนการพัฒนาฯ ในขั้นต่อมา คณะนักวิจัยดำเนินการทดลองปฏิบัติการเพื่อเพิ่มมาตรฐานและมูลค่าให้ผ้าทอพื้นเมือง หลังจากนั้นมีการเผยแพร่ผลการทดลองโดยการจัดฝึกอบรม สาธิตและร่วมฝึกปฏิบัติแล้วสรุปบทเรียน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

67

นอกจากนี้ยังดำเนินการในด้านการประสานงานให้ได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ผลการวิจัย เมื่อเสร็จสิ้นการวิจัยได้มีการออกแบบสี ลวดลายใหม่สำหรับผลิตภัณฑ์เฉพาะ มีการนำผ้าพื้นเมืองมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ขณะนี้กำลังอยู่ในขั้นของการดำเนินการให้ได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ข้อเสนอแนะ การดำเนินการพัฒนาวัตถุดิบและกระบวนการผลิตผ้าทอพื้นเมืองควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพราะสภาพความต้องการทางการตลาดในด้านตัวผลิตภัณฑ์มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และควรมีการวิจัยและพัฒนาทางการตลาดด้วย

กรวรรณ สุ่มมาตย์ (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของข้าราชการในอำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของข้าราชการ และศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของข้าราชการในอำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 234 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อผ้าไหมและผ้าฝ้าย ทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองจากเพื่อน มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อคือ ซื้อเพื่อใช้เองในโอกาสต่าง ๆ เป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ส่วนใหญ่เคยซื้อมาแล้วเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปี ด้วยการจ่ายเงินสด ซื้อต่อครั้งไม่เกิด 1,000 บาท ซื้อแต่ละครั้ง จำนวน 1 ชิ้น โดยมีการเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง และมีการพิจารณาถึงแหล่งผลิตในการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ยังคงสวมใส่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองต่อไป ถึงแม้ว่าภาครัฐจะไม่มีค่าธรรมเนียมรังคให้สวมใส่สำหรับในการเลือกซื้อแต่ละครั้ง นิยมเลือกซื้อจากแหล่งผลิต เพราะมีความสะดวกและเลือกซื้อสื่อออนไลน์ ภายหลังการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองคือ การประชาสัมพันธ์ เหตุผลที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อคือ ราคาถูก มีโอกาสเลือกสี รูปแบบได้มากและสินค้ามีคุณภาพ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของข้าราชการ พบว่าปัจจัยด้านต่าง ๆ มีระดับความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของข้าราชการโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

วนิดา เพิ่มศิริ และ ชมนาด มั่นสัมฤทธิ์ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการดำเนินธุรกิจผ้าทอพื้นเมืองในเขตพื้นที่จังหวัดลพบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการดำเนินธุรกิจของผ้าทอพื้นเมืองในด้านต่าง ๆ คือ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ (ผลิต) กระบวนการที่นำสินค้าไปสู่ผู้บริโภคหรือด้านการกระจายตัวของสินค้า (การตลาด) การจัดการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

รวมทั้งการบริหารการเงินและผลที่ได้รับจากการดำเนินธุรกิจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามจากบุคคลหรือกลุ่มธุรกิจที่ดำเนินงานผ้าทอพื้นเมืองในเขตพื้นที่จังหวัดลพบุรี โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกและใช้วิจารณ์งานของการศึกษาวิจัยได้จำนวนทั้งสิ้น 300 ราย ผลการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านบัญชีและการเงิน และการจัดการ ปัจจัยความช่วยเหลือจากภาครัฐ มีผลต่อกระบวนการดำเนินธุรกิจผ้าทอพื้นเมืองในเขตพื้นที่จังหวัดลพบุรีที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจผ้าทอพื้นเมืองใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตแต่ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ในการผลิต และยังมีแหล่งตลาดจำหน่ายผ้าทอภายในจังหวัดเท่านั้นทำให้มีตลาดสำหรับจำหน่ายน้อย รวมทั้งผ้าทอที่ขายมีมูลค่าน้อยส่งผลทำให้กำไรต่ำ และขาดการสร้างเครือข่ายในการติดต่อซึ่งกันและกัน

สมใจ ภัยวงศ์ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องบทบาทของสตรีในการผลิตผ้าทอพื้นเมืองเชิงธุรกิจเขตนครหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) บทบาทของสตรีในการผลิตผ้าทอพื้นเมืองเชิงธุรกิจเขตนครหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบทบาทของสตรีในการผลิตผ้าทอพื้นเมืองเชิงธุรกิจเขตนครหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรใน 3 หมู่บ้านคือ สตรีที่ผลิตผ้าทอพื้นเมืองเชิงธุรกิจ บ้านผานม บ้านช่างฆ้อง และบ้านช่างไห นครหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 240 คน การวิเคราะห์ข้อมูลให้โปรแกรมสำเร็จรูปการวิเคราะห์ระดับตัวแปรเดียวสถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดและการวิเคราะห์ระดับหลายตัวแปรใช้สถิติ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธีเอ็นเทอร์ผลการวิจัยพบว่า สตรีที่ผลิตผ้าทอพื้นเมืองเชิงธุรกิจส่วนใหญ่มีบทบาทในการผลิตผ้าทอพื้นเมืองเชิงธุรกิจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 57.9 ขณะที่สตรีมีบทบาทในการผลิตผ้าทอพื้นเมืองเชิงธุรกิจระดับมากเพียงร้อยละ 16.3 เท่านั้น ทั้งนี้พบว่า สตรีที่ผลิตผ้าทอพื้นเมืองเชิงธุรกิจส่วนใหญ่มีบทบาททางด้านการดำเนินการผลิตมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 86.6 รองลงมาได้แก่ มีบทบาทด้านการวางแผนการผลิต และด้านการตลาด คิดเป็นร้อยละ 81.2 และ 73.8 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบทบาทของสตรีในการผลิตผ้าทอพื้นเมืองเชิงธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ อายุ ($b=2.887$) จำนวนสมาชิกที่สตรีต้องดูแล ($b=0.905$) สัดส่วนเวลาที่สตรีทำงานบ้านต่อเวลาที่ใช้ในการผลิตผ้าทอพื้นเมืองเชิงธุรกิจ ($b=1.207$) ทุนการผลิต ($b=3.261$) และความคาดหวังผลประโยชน์ที่ได้รับจากการผลิตผ้าทอพื้นเมืองเชิงธุรกิจ ($b=0.579$) ทั้งนี้ ตัวแปรอิสระทั้งหมดที่นำมาศึกษา สามารถร่วมกันอธิบาย การผันแปร บทบาทของสตรีในการผลิตผ้าทอพื้นเมืองเชิงธุรกิจได้ร้อยละ 22.6 ($R^2=0.226$)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

69

จากงานวิจัยข้างต้น พบว่าภูมิปัญญาการทำมาหากินเกิดจากการสั่งสมมาจากครอบครัวและบรรพบุรุษ และมีการพัฒนาให้เหมาะสมกับยุคสมัยและใช้ประโยชน์ได้กว้างขวางขึ้น การถ่ายทอดความรู้ ขึ้นอยู่กับสถานภาพและจิตสำนึกในบทบาทหน้าที่ที่ผูกพันในสังคม การพัฒนาวัตถุดิบและการผลิตควรดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพราะความต้องการทางการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และควรมีการประเมินกำลังการผลิตของกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ ปัจจัยสำคัญที่ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอคือการประชาสัมพันธ์ ต้องมีการสร้างเครือข่ายในการติดต่อระหว่างกัน ยังมีการวางแผนการผลิตและการตลาดน้อย ยังขาดระบบการจัดการที่ดีที่จะพัฒนาไปสู่ความเข้มแข็งได้