การปรับตัวธุรกิจชุมชนเชิงการแข่งขันแบบเสรี กรณีศึกษา กาดทุ่งเกวียน ตำบลเวียงตาล อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

พัชรินทร์ เวียงแก้ว

รายงานการค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

การปรับตัวธุรกิจชุมชนเชิงการแข่งขันแบบเสรี กรณีศึกษา กาดทุ่งเกวียน ตำบลเวียงตาล อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

พัชรินทร์ เวียงแก้ว

รายงานการค้นคว้าอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ

พิจารณาเห็นชอบโดย **อาจารย์ที่ปรึกษา**

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก .....
(อาจารย์ ดร.วันชาติ นภาศรี)
วันที่ 19 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....
(อาจารย์ ดร.สมคิด แก้วทิพย์)
วันที่ 19 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....
(อาจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมีนสกุล)
วันที่ 19 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560

ประธานอาจารย์ประจำหลักสูตร .....
(อาจารย์ ดร.วันชาติ นภาศรี)
วันที่ 19 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว .....
(รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เม่งอำพัน)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
วันที่ 20 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560

ชื่อเรื่อง การปรับตัวธุรกิจชุมชนเชิงการแข่งขันแบบเสรี กรณีศึกษากาดทุ่งเกวียน ตำบลเวียงตาล อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

ชื่อผู้เขียน นางสาวพัชรินทร์ เวียงแก้ว

ชื่อปริญญา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ ดร.วันชาติ นภาศรี

บทคัดย่อ

การศึกษาการปรับตัวธุรกิจชุมชนเชิงการแข่งขันแบบเสรี กรณีศึกษากาดทุ่งเกวียน ตำบลแม่สัน อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงการแข่งขันแบบเสรี 2) เพื่อศึกษาการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี 3) เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนแบบเสรี โดยผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ จากประชากรตัวอย่าง ผู้บริหาร ผู้ประกอบการ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ และ แบบสอบถาม ทั้งนี้เพื่อให้ได้แนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนเชิงการแข่งขันแบบเสรีอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการศึกษาพบว่า การปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ในส่วนของผู้ประกอบการร้านค้าได้มีการปรับตัวอยู่หลายๆด้าน เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนควรต้องมีการบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ต้องคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ซึ่งปัจจุบันยังพบร้านค้าที่ได้ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม หรือ อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค และนอกจากนี้ควรมีการปรับตัวในด้านการจำหน่ายสินค้า ด้านราคาสินค้า ด้านการเลือกซื้อสินค้า ด้านการบริการ ด้านพลังของชุมชน ด้านการมีส่วนร่วม

แนวทางการปรับตัวธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนแบบเสรี พบว่า ควรมีการวางแผนโดยผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงที่จอดรถและที่นั่งพักผ่อนเพื่อความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค และควรมีการปรับตัวในหลายๆมิติ อาทิ มิติด้านการจัดองค์การ มิติด้านการจัดบุคคล มิติด้านการอำนวยการ มิติด้านการประสานงาน มิติด้านการรายงาน และมิติด้านงบประมาณ

Title	Free Trade Competition Adaptation of Community Enterprise: A Case Study of Kad Thungkwian, Wiangtan Sub-district, Hangchat District, Lampang Province
Author	Miss Patcharin Viangkaew
Degree	Master of Public Administration in Public Policy and Administration
Advisor Committee Chairperson	Dr. Wanchat Napasri

ABSTRACT

The objectives of this study were to investigate: 1) medium community enterprise promotion and support in terms of free trade competition; 2) free trade competition adaptation of community enterprise - Kad Thungkwian; 3) a guideline for free trade competition adaptation of community enterprise – Kad Thungkwian. Interview schedule and questionnaire were used for data collection administered with administraters and enterprepreneurs.

Findings showed that Kad Thung Kwian community business has adapted itself in many aspects. Products, for instance, must have clean packaging and good quality which meet needs of consumers. However, some shops used inappropriate package which might be dangerous to consumers. Besides, the following should be adapted: product selling, price, the selection to purchase products, services, community power, and participation.

Regarding a guideline for the adaptation of Kad Thung Kwian community business, the following should be done: administrations and concerned agencies should work together on planning for development; car park and benches should be improved in terms of convenience and safety; and adaptation in various dimensions suck as organization and personnel management, facilitation, coordination, report, and budgeting.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นผลงานที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าด้วยความตั้งใจ จนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษาแนะนำ และช่วยเหลือผู้วิจัยเป็นอย่างดี จากอาจารย์ ดร.วันชาติ นภาศรี อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ ดร.สมคิด แก้วทิพย์ และ อาจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมีนสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ซึ่งได้ให้ความรู้ ให้คำปรึกษาในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จนงานวิจัยสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคุณชูชัย จันทร์สกาว ผู้บริหารกาดทุ่งเกวียนและฝ่ายบริหารกาดทุ่งเกวียน รวมถึงผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนทุกคน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและให้ความรู้ในเรื่องของธุรกิจชุมชน ตลอดจนให้ความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดียิ่ง

ผู้วิจัยขอกราบบูชารำลึกถึงพระคุณบิดา มารดา ที่ได้ให้การอบรมเลี้ยงดู ส่งเสริมด้านการศึกษา ให้กำลังใจ รวมถึงการให้คำปรึกษาที่ดีเสมอมา จนทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในด้านการศึกษา

พัชรินทร์ เวียงแก้ว

กรกฎาคม 2560

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติ	6
แนวคิดทฤษฎีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)	30
แนวคิดทฤษฎีธุรกิจชุมชน	39
แนวคิดและทฤษฎีการแข่งขันแบบเสรี	43
แนวคิดและหลักการ ทางการบริหาร POSDCoRB	46
แนวคิดหลักการตลาด 4P	48
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ กาดทุ่งเกวียน	50
กรณีศึกษา บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	56
กรอบแนวคิดในการวิจัย	60
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	61
สถานที่ดำเนินการวิจัย	61
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	61

หน้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 62
การเก็บรวบรวมข้อมูล 63
การวิเคราะห์ข้อมูล 64
บทที่ 4 ผลการศึกษา 66
ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงการแข่งขันแบบเสรี 66
ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี 70
ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนแบบเสรี 77
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 85
ผลการศึกษา 85
อภิปรายผลการศึกษา 90
ข้อเสนอแนะ 94
บรรณานุกรม 96
ภาคผนวก 99
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์ 100
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม 104
ภาคผนวก ค ประวัติผู้วิจัย 112

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	70
2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการผลิตภัณฑ์ (Product)	73
3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการจำหน่ายสินค้า (Place)	74
4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านราคาสินค้า (Price)	75
5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการเลือกซื้อสินค้า (Promotion)	76
6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการบริการ (Service)	77
7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการวางแผน (Planning)	78
8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการจัดการองค์การ (Organizing)	79
9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการจัดการบุคคล (Staffing)	80

ตารางที่		หน้า
10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการอำนวยการ (Directing)	81
11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการประสานงาน (Coordinating)	82
12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการรายงาน	83
13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านงบประมาณ	84

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ป้ายทางเข้าตลาดของฝาก	50
2	ถนนสายเชียงใหม่-ลำปาง (ทางลงขุนตาล) มุ่งหน้าลงไปกาดทุ่งเกวียน	51
3	บรรยากาศภายในตลาดสดของกาดทุ่งเกวียน	51
4	โซนสินค้า OTOP อาทิทุเรียน, ทอดกรอบ, ข้าวแต๋น, ข้าวซอยตัด, ลำไยอบแห้ง อื่นๆ	53
5	โซนของฝาก แคบหมู น้ำพริกหนุ่ม ไส้อั่ว	53
6	โซนเสื้อผ้าพื้นเมือง มีทั้งของเด็กไปจนถึงของผู้ใหญ่ มีหลายแบบให้เลือกซื้อ	54
7	โซนเซรามิกลำปางมีราคาตั้งแต่ 25 บาทขึ้นไป	54
8	โซนของป่า พอค่า-แม่ค้าเอาของป่ามาขายเนื้อไก่ป่า หมูป่าและหน้าฝนจะมีเห็ดถอบ แมงมันด้วย ซึ่งมีเฉพาะหน้าฝนเท่านั้น	55
9	เครื่องไม้ต่างๆ	55
10	กรอบแนวคิดในการวิจัย	60

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจชุมชนถือได้ว่าเป็นเครื่องมือหรือกระบวนการหนึ่งในการนำไปสู่เศรษฐกิจชุมชน หรือการจัดการทุนของชุมชน เพื่อประโยชน์ของคนในชุมชน โดยคนในชุมชน เพราะเป้าหมาย ท้ายสุดของการทำ "ธุรกิจชุมชน" คือ การส่งเสริมให้ชุมชนเกิดกระบวนการเรียนรู้ การสร้างสวัสดิการสังคม การฟื้นฟูอาชีพ การพัฒนาคน สังคม วัฒนธรรม สุขภาพอนามัย ซึ่งคือการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ธุรกิจชุมชนจึงเป็นทางเลือกสำคัญ ที่ทำให้คนชนบทมีโอกาสเพิ่มรายได้ให้แก่ตนเอง โดยไม่ต้องอพยพไปเป็นกรรมกรในเมือง และในระยะยาวธุรกิจชุมชนเป็นทางเลือกที่มีโอกาสดึงดูดรายได้จากภาคเมืองคืนสู่ชนบท และเป็นทางเลือกหนึ่งที่ป้องกันการต่อรองไม่ให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่ไม่เป็นธรรมมากเกินไป ธุรกิจชุมชนเป็นช่องทางและโอกาสสำหรับผู้ที่มีความต้องการประกอบธุรกิจด้วยตนเองและร่วมกับคนอื่น โดยร่วมประกอบธุรกิจชุมชน ซึ่งใช้เงินทุนน้อย ก่อให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่นพร้อมทั้งมีการพัฒนาฝีมืออย่างต่อเนื่อง พร้อมกันไปด้วย นอกจากนั้น ถ้าธุรกิจชุมชนมีจำนวนมากขึ้นเท่าไหร่ จะก่อให้เกิดการกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจไปสู่กลุ่มประกอบการและธุรกิจชุมชนยังช่วยลดปัญหาของสังคมช่วยให้อัตราการว่างงานลดลง ถ้าหากธุรกิจชุมชนบรรลุเป้าหมาย มีรายได้เพิ่มขึ้นก็จะช่วยให้ปัญหาต่างๆ เช่น ยาเสพติด ว่างงาน ทำให้ปัญหาเหล่านี้ลดลงแต่เรายังประสบกับปัญหาความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ ช่องว่างระหว่างรายได้ของคนมีและคนจน รวมไปถึงช่องว่างระหว่างรายได้ของสาขาอาชีพภาคเกษตรกรรมและนอกภาคเกษตรกรรม นับวันก็ยิ่งมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น สังคมไทยในวันนี้ ต้องเผชิญกับภาวะวิกฤติอันเกิดจากความตกต่ำทางเศรษฐกิจและการเงินของประเทศ โดยเฉพาะคนยากจนจะต้องเผชิญกับภาวการณ์ ครองชีพที่ขยับตัวสูงขึ้น ทำให้การทำมาหากินเพื่อปากท้องของคนจนต้องอยู่ในลักษณะของการดิ้นรนต่อสู้กับราคาสินค้าและปัจจัยพื้นฐานของการดำรงชีวิตที่มีราคาพุ่งสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ มีการเสนอนโยบายและมาตรการอันเป็นทางรอดในภาวะเศรษฐกิจเช่นนี้หลายประการ เช่น เรียกร้องให้คนไทยหันมาดำรงชีพอย่างประหยัด รณรงค์ให้คนไทยใช้สินค้าไทย รวมทั้งเรียกร้องให้ดำเนินนโยบายเสริมสร้างเศรษฐกิจแห่งการพึ่งตนเอง เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้คนและชุมชนอยู่รอด โดยเฉพาะการพิจารณาทบทวนนโยบายและมาตรการของหน่วยงานต่าง ๆ ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอาชีพและรายได้ ซึ่งเคยมีการปฏิบัติมานานหลายสิบปีให้เป็นธุรกิจหรืออุตสาหกรรมชุมชน เพื่อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของชุมชนอันเป็นรากฐานของสังคมอย่างแท้จริง ธุรกิจชุมชนเป็นกิจกรรมที่

บุคคลหรือองค์กรในชุมชนมีส่วนเป็นเจ้าของกิจการและ/หรือช่วยกันดำเนินงานบางส่วนหรือทั้งหมด โดยประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ มีการเรียนรู้และการจัดการร่วมกันเพื่อดำเนินการในกิจกรรมการผลิต การแปรรูป การค้าและการบริการที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างสอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน อันจะนำไปสู่ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีและการพัฒนาที่ยั่งยืน อดีตตลาดชุมชนสังคมมนุษย์มีระบบเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเอง แต่ละครอบครัวสามารถผลิตพืชผลไว้รับประทานในครัวเรือนของตนได้ ข้าวของเครื่องใช้ในครัวเรือน ก็เป็นสิ่งที่ทำได้ไม่ยาก เพราะอาศัยวัตถุดิบ ที่มีตามธรรมชาติเป็นหลัก แม้แต่เสื้อผ้าก็ทอขึ้นใช้เอง เมื่อสังคมพัฒนาขึ้น และคนสามารถผลิตพืชพันธุ์ธัญญาหาร ตลอดจนสิ่งของเครื่องใช้ที่จำเป็น ได้ในปริมาณที่มากเกินกว่าความต้องการ จนเหลือเป็นส่วนเกิน จึงนำผลผลิตส่วนเกินนั้น ไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งของหรืออาหาร ที่ตนและครอบครัวไม่สามารถผลิตขึ้นมาได้ การแลกเปลี่ยนนี้อาจเป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างหมู่บ้าน หรือระหว่างเมือง ที่อยู่ห่างไกลออกไป โดยอาศัยพ่อค้าวัวต่างถิ่น หรือกองคาราวาน หรืออาจจะนำผลผลิตนั้น ไปแลกเปลี่ยนด้วยตนเอง แหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในยุคสมัยนั้น จึงยังไม่เป็นสถานที่ที่แน่นอน ต่อมาเมื่อสังคมเจริญขึ้นเป็นเมืองใหญ่ มีสภาพและฐานะเป็นสังคมเมือง การใช้เงินตราเริ่มแพร่หลาย และการค้าขายมีการขยายตัว ส่งผลให้ความต้องการสินค้าอุปโภค และบริโภคมีมากขึ้นตามไปด้วย จึงเกิดความจำเป็น ที่จะต้องมีแหล่งหรือสถานที่ สำหรับซื้อขายสินค้าเหล่านั้น นั่นคือตลาด ซึ่งมักจะเป็นที่ ที่คนในสังคม หรือชุมชนนั้น รู้จัก และสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก รวมทั้งเป็นศูนย์กลาง ในการคมนาคม ทั้งทางบก และทางน้ำ ขนาดของตลาดจะใหญ่หรือเล็กเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับขนาดของชุมชนที่ตลาดนั้นตั้งอยู่ หรือจำนวนสินค้า ที่นำมาวางขายในตลาดแห่งนั้น นอกจากนี้แล้ว ลักษณะของตลาด ยังขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม และการตั้งถิ่นฐานของชุมชนนั้นๆ เช่น ถ้าชุมชนใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นสำคัญ ตลาดของชุมชนนั้น ก็เรียกว่า “ตลาดน้ำ” หรือถ้าใช้การคมนาคมทางบก ในการติดต่อค้าขาย ก็เรียกว่า “ตลาดบก” ตลาดจึงเป็นสถานที่ ที่แสดงให้เห็นวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคน ปัจจุบันมีธุรกิจชุมชนมากมายเข้ามามีส่วนกับการใช้ชีวิตประจำวันของทุกคนที่ให้ความสะดวกสบายกว่าธุรกิจชุมชนยุคเดิม ธุรกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งในการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของชาวบ้านหรือเกษตรกรในชนบทที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ แต่เป็นกลุ่มคนที่ยากจนที่สุดของประเทศ หากกลุ่มชาวบ้านหรือกลุ่มเกษตรกรเหล่านี้มีรายได้สูงขึ้นจะส่งผลกระทบด้านบวกต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยในการประกอบธุรกิจชุมชนควรมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เช่นเดียวกับตลาด ในปัจจุบันมีทั้งตลาดดั้งเดิมและตลาดยุคใหม่เกิดขึ้นมากมายส่วนใหญ่คนในปัจจุบันหันไปใช้บริการตลาดยุคใหม่คือตลาดติดแอร์ เช่น โลตัส, แมคโค, เซเว่นอีเลเว่น(7-11)เป็นต้น ตลาดยุคใหม่เหล่านี้คือผู้ประกอบการที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตซึ่งทำให้ตลาดยุคเดิมอย่างกาดเพ็ญทรัพย์ กาดอัศวิน ในจังหวัดลำปาง ส่วนกาดหลวงตลาดรวมโชค ในจังหวัดเชียงใหม่ รวมไปถึงกาดทุ่งเกวียน ต.เวียงตาล อำเภอห้างฉัตร จ.ลำปาง กาด

ทุ่งเกวียน คือตลาด ตั้งอยู่ริมทางหลวงสาย เชียงใหม่-ลำปาง ซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารแปลกนานาชนิด โดยเฉพาะอาหารที่มา จากป่า (แต่ปัจจุบันนี้อาหารป่านั้นอาจจะมีน้อยลงกว่าสมัยก่อน) ตลาดแห่งนี้ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของอำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปางเป็นกาดชุมชนที่มีชื่อเสียงทางด้านของป่าในยุคอดีต แต่เมื่อมีการปราบปรามการลักลอบขายสัตว์ป่าจึงทำให้กาดทุ่งเกวียนซบเซาไประยะหนึ่ง แต่ปัจจุบันกาดทุ่งเกวียน ตั้งอยู่ริมทางหลวงสาย เชียงใหม่-ลำปาง ซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารแปลกนานาชนิด โดยเฉพาะอาหารที่มาจากป่า (แต่ปัจจุบันนี้อาหารป่านั้นอาจจะมีน้อยลงกว่าสมัยก่อน) ตลาดแห่งนี้ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของอำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปางกาดทุ่งเกวียน ตลาดทุ่งเกวียนเป็นตลาดซื้อขายสินค้าของป่าขนาดใหญ่ มีพื้นที่กว้างขวาง มีสินค้าให้เลือกซื้อจำนวนมาก ทั้งของฝาก ของที่ระลึก สินค้าผัก ผลไม้ และของป่าหายากภายในตลาด มีการจัดทำหลังคามุงกันแดด และฝน มีลานจอดรถหน้าตลาด มีบริการห้องน้ำ ให้กับนักท่องเที่ยวเริ่มมีการซื้อขายเมื่อประมาณ พ.ศ.2518 จนถึงปัจจุบัน ต่อมามีผู้สนใจแวะซื้อมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ ก่อให้เกิดอุบัติเหตุแก่ผู้สัญจรผ่านเส้นทางดังกล่าวเป็นประจำ กรมทางกลวง กระทรวงคมนาคม จึงได้ประสานกับฝ่ายปกครองท้องที่ โดยเฉพาะกำนันตำบลเวียงตาลและผู้ใหญ่บ้านบ้านทุ่งเกวียนให้ย้ายบริเวณการจำหน่ายให้พ้นเขตทางหลวง ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากตลาดขายของป่าเป็นหลักมาเป็นการขายของฝาก ขายเซรามิค ขายเสื้อผ้าพื้นเมือง และขายอาหารเหนือสำเร็จรูป เช่น แคบหมู ไส้อั่ว น้ำพริกหนุ่ม และยังมีผักสดเนื้อสดอยู่ภายในตลาด กาดทุ่งเกวียน ปัจจุบันเป็นที่รู้จักแพร่หลายเหล่าบรรดานักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดทางภาคเหนือมักจะแวะเวียนซื้อของฝาก หรือซื้ออาหารสดนำไปเป็นของฝาก และรับประทาน จากการบอกปากต่อปากของนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านถนนสายนี้บ่อยๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นทุกวันและยิ่งช่วงเทศกาล ไม่ต้องให้พูดถึงสถานที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวก็ยังคงหลั่งไหลแวะซื้อของจากตลาดทุ่งเวียนอย่างต่อเนื่องแต่กาดทุ่งเกวียนบริหารงานโดย เอกชนเป็นนิติบุคคล ทำสัญญาเช่าระยะยาวกับเจ้าของที่ดินแต่ที่ดินเป็นของกรมป่าไม้ เมื่อใกล้หมดสัญญาเช่า พ่อค้าแม่ค้าตื่นตัวและวิตกกังวลว่าจะไม่ได้ขายของที่ตลาด แต่ทางท้องถิ่นที่รับผิดชอบ อาจให้ผู้ประกอบการเช่าต่อแต่อยู่ในความดูแลขององค์การบริหารส่วนตำบล เพราะธุรกิจชุมชนอยู่ในความดูแลของท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบล สามารถส่งเสริมธุรกิจชุมชนได้โดยตรงโดยเฉพาะในด้านการสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพด้านการผลิต การแปรรูปและบรรจุหีบห่อ การบริหารจัดการและด้านเงินทุน อีกทั้งเทศบาลตำบลเวียงตาลเองในแง่ของความรับผิดชอบมีบทบาทหน้าที่ในการประสานงานให้ความร่วมมือและช่วยเหลือองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน เพราะปัจจุบันกาดทุ่งเกวียนมีสินค้าหลากหลาย ทั้งจากผู้ประกอบการที่ผลิตกันเอง และมีผู้ผลิตสินค้าแบบเดียวกันมากมาย หรือรับมาขาย ก็มีหลากหลายมากขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจสภาพปัญหา และการปรับตัวของผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนกับสถานการณ์ปัจจุบันได้

อย่างไร และอยากทราบว่า การปรับตัวของธุรกิจชุมชนจะไปในทิศทางใด มีแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนให้ยั่งยืน ผู้บริหาร ผู้ประกอบการ และชุมชน อยู่ร่วมกันได้ โดยการร่วมมือร่วมใจกันปรับตัวและแก้ปัญหากับสถานการณ์ในปัจจุบันที่จะตามมาได้อย่างไร

คำถามการวิจัย

1. มีการส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างไร
2. มีการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรีอย่างไร
3. มีแนวทางการปรับตัวธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนแบบเสรีอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงการแข่งขันแบบเสรี
2. เพื่อศึกษาการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี
3. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนแบบเสรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงนโยบายการส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม
2. ทราบถึงการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี
3. ทราบแนวทางการปรับตัวธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนแบบเสรี

ขอบเขตการวิจัย

1.ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตเนื้อหาในการศึกษานั้น เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ

- สภาพทั่วไปของกาดทุ่งเกวียน อันได้แก่ ประวัติความเป็นมาของกาดทุ่งเกวียน อาณาเขตพื้นที่ และสภาพทั่วไปทางภูมิศาสตร์ของกาดทุ่งเกวียน เป็นต้น
- ศึกษาถึง แนวคิด ทฤษฎี การนำนโยบายไปปฏิบัติ , แนวคิด ทฤษฎี ธุรกิจชุมชน , แนวคิด ทฤษฎี ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการศึกษาครั้งนี้ได้เลือกศึกษาที่กาดทุ่งเกวียน หมู่ที่ 6 บ้านทุ่งเกวียน ตำบลเวียงตาล อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

3. ขอบเขตด้านประชากร

ขอบเขตทางด้านประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ก็คือ ผู้ประกอบการของกาดทุ่งเกวียน ผู้เช่าประกอบการของกาดทุ่งเกวียน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกาดทุ่งเกวียน

4. ขอบเขตด้านวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยสัมภาษณ์ผู้บริหาร, ฝ่ายบริหาร, ผู้ประกอบการ และเครื่องมือแบบสอบถาม โดยสอบถามผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกาดทุ่งเกวียน

5. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2559 – พฤษภาคม 2560

นิยามศัพท์

การปรับตัว หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจชุมชนเพื่อการแข่งขันแบบเสรี กล่าวคือ การปรับตัวด้านผลิตภัณฑ์ การจำหน่ายสินค้า ด้านราคาสินค้า ด้านการเลือกซื้อสินค้า และด้านการบริการ ให้เข้ากับสถานการได้อย่างเหมาะสม

ธุรกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการทางธุรกิจที่มีชุมชนหรือสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของ

การแข่งขันแบบเสรี หมายถึง เสรีภาพในการประกอบการ ทั้งผู้ประกอบการและผู้เช่าประกอบการร้านค้า ต่างมีเสรีภาพอย่างเต็มเปี่ยมในการประกอบการใดๆ เพื่อจัดดำเนินการกับปัจจัยการผลิตและทรัพย์สินของตนได้อย่างอิสระ ปราศจากการบังคับควบคุมจากสิ่งใดทั้งสิ้น

แนวทางการปรับตัวธุรกิจ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนให้เหมาะสม กล่าวคือแนวทางการปรับตัวด้านการวางแผน ,ด้านการจัดองค์การ ,ด้านการจัดบุคคล , ด้านการอำนวยการ ,ด้านการประสานงาน ,ด้านการรายงาน และด้านการงบประมาณ

บทที่ 2

แนวคิด ทางทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัย เรื่องการปรับตัวธุรกิจชุมชน กรณีศึกษา กาดทุ่งเกวียน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญที่จะเป็นประโยชน์ต่อกระบวนการดำเนินงานวิจัย และเพื่อสามารถอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจนและเกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมารวบรวมไว้ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎี การนำนโยบายไปปฏิบัติ

2.2 แนวคิด ทฤษฎี การส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.3 แนวคิด ทฤษฎี ธุรกิจชุมชน

2.4 แนวคิด ทฤษฎี การแข่งขันแบบเสรี

2.5 แนวคิดและหลักการ ทางการบริหารPOSDCoRB

2.6 แนวคิด หลักการตลาด 4P

2.7 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ กาดทุ่งเกวียน

2.8 กรณีศึกษา บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี การนำนโยบายไปปฏิบัติ

นโยบายสาธารณะ (Public Policy) คือ แนวทางการปฏิบัติ รวมถึงกิจกรรมที่ทางรัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ โดยมุ่งเน้นเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวมและต่อสังคมเป็นหลัก ซึ่งเป็นผลผลิตที่มาจากระบบการเมือง โดยนโยบายสาธารณะจะส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน เช่น ปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ความหมายนโยบายสาธารณะ

ความหมายของนโยบายสาธารณะนั้น มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้หลายความหมายด้วยกัน ดังต่อไปนี้

ดาย (Dye, 1984 : 1 อ้างถึงใน ปิยะนุช เงินคล้าย ,ม.ป.ป: 4) ได้ให้ ความหมายนโยบายสาธารณะว่า หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ

อีแอนเดอสัน (Anderson, 1975 : 3 อ้างถึงใน ปียะนุช เงินคล้าย, ม.ป.ป. : 5) กล่าวไว้ว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมที่รัฐกระทำเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเจตนาเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น ความยากจน การผูกขาด เป็นต้น

นอกจากจะมีความหมายเกี่ยวกับนโยบายของนักวิชาการต่างประเทศ ดังกล่าว ข้างต้นแล้ว นักวิชาการไทยก็ได้ให้คำนิยามหรือความหมายของนโยบายสาธารณะไว้ได้ อย่างน่าสนใจหลายท่านด้วยกัน ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

กวี รักษ์ชน (2541: 3) กล่าวว่า นโยบายมีความหมาย 2 ลักษณะที่มี ความสัมพันธ์กัน ลักษณะที่หนึ่งมีความหมายถึงกิจกรรม (Activities) ส่วนอีกลักษณะ หนึ่งจะมีความหมายในฐานะที่เป็นศาสตร์ (Science) ซึ่ง 2 ลักษณะจะมีดวามสัมพันธ์ กัน กล่าวคือ นโยบายสาธารณะในฐานะที่เป็นศาสตร์จะทำการศึกษาจากนโยบายสาธารณะที่เป็นกิจกรรมแล้วนำมาสะสมกันเป็นความรู้หรือเป็นวิชา (Subject) เพื่อประโยชน์ในการศึกษาที่จะได้ทำให้การกำหนดนโยบายในฐานะที่เป็นกิจกรรม บรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

สมบัติ ธำรงธัญวงศ์ (ม.ป.ป. : 2) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะจะต้องเป็นกิจกรรม ที่กระทำโดยรัฐบาล การตัดสินใจเลือกที่จะกระทำของรัฐบาลตองคำนึงถึงคุณค่าของสังคมเป็นเกณฑ์โดยม่งที่จะตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นหลัก

ถวัลย์ วรเทพพุฒิพงษ์ (2536 : 2) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะเป็นแนวทางปฏิบัติของรัฐบาล มีวัตถุประสงค์แน่นอนอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างแก้ปัญหาในปัจจุบัน ป้องกันปัญหาในอนาคตก่อให้เกิดผลที่พึงปรารถนา

กระมล ทองธรรมชาติ (2538 : 32 อ้างถึงใน กุลธน ธนาพงศธร, ม.ป.ป. : 58) ได้ กล่าวถึงนโยบายว่า คือ แนวทางที่แต่ละประเทศได้เลือกปฏิบัติไปเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งที่กำหนดไว้อันเป็นวัตถุประสงค์ที่เชื่อกันว่าถ้าทำได้สำเร็จก็จะเป็นผลดีต่อประเทศของตน โดยทั่วไปนั้นรัฐบาลของประเทศจะตัดสินใจเลือกปฏิบัตินโยบายที่มีการเสี่ยงภัยน้อยที่สุดปฏิบัติได้ง่ายที่สุดและเป็นประโยชน์ต่อชาติ มากที่สุด

กุลธน ธนาพงศธร (ม.ป.ป. : 59) ได้แสดงทัศนะของนโยบายว่า ไม่ว่าจะเป็นการ พิจารณาให้ความหมายในแง่มุมใดก็ตาม นโยบายของรัฐก็คือ แนวทางกว้าง ๆ ที่รัฐบาล ของประเทศหนึ่ง ๆ ได้กำหนดขึ้นเป็นโครงการ แผนการ หรือหมายกำหนดการเอาไว้ ล่วงหน้า เพื่อเป็นหนทางชี้นำให้การปฏิบัติต่าง ๆ ตามมา ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ดลอดจนเพื่อธำรงรักษาหรือเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ ของชาตินั้น ๆ

ทินพันธ์ นาคะตะ (ม.ป.ป. : 45 อ้างถึงใน วรเดช จันทรศร และ ณัฐฐา วินิจนัยภาค, 2539 : 152) ได้กล่าวไว้ว่า นโยบายของรัฐ หมายถึง สิ่งสำคัญสองประการ ประการแรก คือ แนวทางในการ

ปฏิบัติของรัฐบาล ประการที่สอง คือ โครงการที่สำคัญ ๆ ซึ่งรัฐบาล จะต้องจัดให้มีขึ้น ด้วยการกำหนดเป้าหมายและวิธีปฏิบัติเพื่อให้บรรลุสิ่งดังกล่าวนั้น

ปิยะนุช เงินคล้าย (ม.ป.ป. : 6) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง แนวทางหรือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่รัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐตัดสินใจว่าจะทำหรือไม่ทำ ภายใต้อำนาจ หน้าที่และความรับผิดชอบโดยกำหนดเป็นหลักการ แผนงานหรือโครงการ เพื่อก่อประโยชน์แก่สังคมและส่วนรวม

จากคำนิยาม หรือความหมายดังกล่าวข้างต้น สามารถผนวกรวมเอาแนวคิดของ นักวิชาการทั้งหมดเข้าด้วยกัน พอสรุปได้ว่านโยบายสาธารณะ หมายถึง แนวทางปฏิบัติ อย่างกว้าง ๆ ที่รัฐบาลประกาศหรือตัดสินใจเลือกว่าจะกระทำ หรือไม่กระทำอันจะเป็น เครื่องชี้แนวทางปฏิบัติที่จะทำให้บรรลุผลงานตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ทั้งนี้โดยคำนึงถึงการสนองตอบความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวมเป็นหลัก

Dye (1984 : 1-3) ได้ให้ความหมายของคำว่า นโยบายสาธารณะไว้ว่า เป็นกิจกรรมที่รัฐบาลสามารถเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำก็ได้ สำหรับส่วนที่รัฐเลือก ที่จะกระทำนั้นจะครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งหมดของรัฐบาลทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจวัตร และที่เกิดขึ้นในบางโอกาส ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้กิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำบรรลุเป้าหมายด้วยดี ในการให้การบริการแก่สมาชิกในสังคมในส่วนที่รัฐบาลเลือกที่จะไม่กระทำก็ถือว่าเป็นสาระสำคัญของนโยบาย และยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติ เป้าหมายของ นโยบายสาธารณะเพิ่มเติมอีก ดังนี้

1. สามารถทำการประเมินผลกระทบต้านสิ่งแวดล้อมที่มีต่อนโยบายได้
2. สามารถวิเคราะห์ถึงปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากนโยบายโดยขบวนการทางการเมือง
3. สามารถตรวจสอบผลลัพธ์ต่างๆ ที่เกิดจากนโยบายที่เป็นผลมาจากระบบการเมือง
4. สามารถทำการประเมินผลกระทบจากนโยบายที่มีต่อสังคมทั้งในเชิงที่คาดคิด ประมาณการไว้แล้วและผลที่จะเกิดโดยไม่ได้คาดคิด

Friedrich (1963 : 70) ได้ให้ความเห็นว่า นโยบายสาธารณะ คือ ชุดของข้อเสนอ ที่เกี่ยวกับการกระทำของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือรัฐบาลภายใต้สิ่งแวดล้อมที่ประกอบไปด้วย ปัญหาอุปสรรคและโอกาส ซึ่งนโยบายจะถูกนำเสนอเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาของประชาชน การกำหนดนโยบายนั้นมิได้เป็นการกระทำที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลันทันด่วน แต่นโยบายส่วนใหญ่จะต้องผ่านการพิจารณาเป็นขั้นตอน ซึ่งจะมีฝ่ายบริหารเข้ามามีบทบาทอย่างสำคัญกับฝ่ายการเมืองในการกำหนดนโยบาย

Eyestone (1971 : 18) ได้ให้ความหมายว่า นโยบายสาธารณะ คือ ความสัมพันธ์ ระหว่างองค์การของรัฐกับสิ่งแวดล้อมขององค์การ ซึ่งเป็นความหมายที่ค่อนข้างกว้างและยากที่จะเข้าใจความหมายที่แท้จริง เพราะสิ่งแวดล้อมขององค์การอาจหมายถึง สิ่งแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ

และการเมือง ส่วนองค์การของรัฐ อาจมีความหมายครอบคลุมองค์การ ทั้งหมดของรัฐ ส่วนลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างองค์การของรัฐกับสิ่งแวดล้อมของ องค์การก็อาจมีหลายลักษณะ

Lasswell and Kaplan (1970 : 71) ให้ความหมายไว้ว่านโยบายสาธารณะหมายถึง การกำหนดเป้าประสงค์ (Goals) ค่านิยม (Values) และการปฏิบัติ (Practices) ของโครงการของรัฐ เป็นการระบุอย่างชัดเจนว่า กิจกรรมที่เป็นแผนงานหรือโครงการของรัฐที่เรียกว่า นโยบายสาธารณะนั้นจะต้องสอดคล้องกับค่านิยมของสังคม รวมถึงแนวทางปฏิบัติที่จะทำให้บรรลุเป้าหมาย แนวความคิดของ Lasswell and Kaplan จึงให้ความชัดเจนเกี่ยวกับ สาระสำคัญของนโยบายสาธารณะพอสมควร

Easton (1953 : 129) ให้ทัศนะว่านโยบายสาธารณะหมายถึง อำนาจในการจัดสรร คำนิยมของสังคมทั้งหมดและผู้ที่มีอำนาจในการจัดสรร ก็คือ รัฐบาลและสิ่งที่รัฐบาล ตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำเป็นผลมาจากการจัดสรรค่านิยมของสังคม

ความหมายของนโยบายสาธารณะมีนักวิชาการทางรัฐประศาสนศาสตร์หลายท่านด้วยกันให้ความหมายไว้ คือ

Dye (อ้างถึงใน สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ, 2543 : 143) ได้กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ คือ สิ่งใดก็ตามที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ

Sharkansky (อ้างถึงใน สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ, 2543 : 143) ได้กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่รัฐบาลจัดทำขึ้น เป็นต้นว่า บริการสาธารณะ การควบคุมกิจการของบุคคลหรือธุรกิจเอกชน การแสดงออกในทางสัญลักษณ์ต่าง ๆ ตลอดจนการควบคุมกิจการรมทางการเมืองแบบอื่น ๆ

Anderson (อ้างถึงใน จุมพล หนิมพานิช, 2549 : 12) ได้กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ คือ แนวทางในการปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้นมาโดยบุคคล คณะบุคคล เพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

Lasswell and Kaplan (อ้างถึงใน เรืองวิทย์ เกษมสุวรรณ, 2550 : 209) นิยามว่า นโยบายสาธารณะ เป็นแผนงานเกี่ยวกับจุดมุ่งหมาย ค่านิยม และการปฏิบัติที่กำหนดเอาไว้ล่วงหน้า

Easton (อ้างถึงใน สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ, 2543 : 143) ได้ให้ความหมายของ นโยบายสาธารณะว่า คือ การจัดสรรผลประโยชน์หรือสิ่งที่มีคุณค่าต่าง ๆ ของสังคมที่มีผลบังคับตามกฎหมาย (Authoritative Allocation Of Values) และเป็นไปเพื่อสังคมส่วนรวม

ศุภชัย ยาวะประภาษ (2533 : 1) ได้กล่าวว่า กิจกรรมทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นระดับใดในหน่วยงานใด ล้วนมีกำเนิดมาจากความคิดอันเป็นกรอบนำทางว่าควรจะทำอะไร เมื่อใด ที่ไหน โดยใคร และอย่างไร หากปราศจากทิศทางที่แน่นอนชัดเจนในการดำเนินกิจกรรมของรัฐบาล ความคิดหรือเจตนาก็เกิดขึ้นก่อนเช่นเดียวกัน จากนั้นค่อย ๆ พัฒนาชัดเจนขึ้น กลายเป็นกรอบกำหนดทิศทาง

และแนวทางการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของรัฐบาล ซึ่งในความหมายกว้าง ๆ คือ นโยบายของรัฐบาล หรือนโยบายสาธารณะ(Public Policy) นั่นเอง

สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ (2543 : 144) ได้กล่าวว่า นโยบายสาธารณะของภาครัฐบาลและนโยบายสาธารณะของหน่วยงานเอกชนที่มิได้แสวงหากำไร และมิได้สังกัดในภาครัฐบาล โดยนำมาผสมผสานกันอันมีรัฐบาลเป็นแกนนำในการกำหนดนโยบายสาธารณะอังครอบคลุม ซึ่งมีการบ่งถึงแนวทางในการปฏิบัติงานหรือโครงการ โดยมีการกำหนดเป้าหมาย (และ/หรือปัญหาในสังคม) แลวิธีการเพื่อให้บรรลุผล ทั้งนี้เพื่อรัฐจะได้จัดสรรคุณค่าต่าง ๆ ให้แก่สังคมโดยส่วนรวม ในขณะเดียวกันองค์การที่มิได้แสวงหากำไรและมิได้สังกัดกับรัฐบาลก็จะได้ช่วยรัฐบาลปฏิบัติงานเพื่อสาธารณประโยชน์ด้วยดังนั้นจึงสรุปได้ว่า นโยบายสาธารณะ เป็นแนวทางปฏิบัติของรัฐบาล มีวัตถุประสงค์แน่นอน อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่าง เพื่อแก้ปัญหาในปัจจุบัน เพื่อป้องกันปัญหาในอนาคตหรือเพื่อก่อให้เกิดผลที่พึงปรารถนา ตลอดจนรัฐบาลมีความจริงใจที่จะให้นำไปปฏิบัติ และผลจากการนำไปปฏิบัติแล้วอาจจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวก็ได้

ความหมายนโยบายสาธารณะของพิทยา บวรวัฒนา และศุภชัย ยาวะประภาษ

นโยบายสาธารณะ เป็นวิชาที่พยายามศึกษาว่ารัฐบาลเลือกทำ และไม่ทำอะไร เพราะเหตุใด รัฐบาลมีแนวทางปฏิบัติอย่างไร และการกระทำของรัฐบาลก่อให้เกิดผลอะไรบ้าง กล่าวอีกนัยหนึ่ง การศึกษานโยบายสาธารณะ เป็นไปเพื่อทราบเหตุและผลของนโยบาย เหตุของนโยบายมีอะไรบ้าง ปัจจัยอะไรบ้างเป็น ตัวกำหนดนโยบาย ผลของนโยบายสารธารณะมีอะไรบ้าง นโยบายของรัฐบาลสามารถแก้ไขบรรเทาปัญหาในสังคมมากน้อยแค่ไหนอย่างไร (พิทยา บวรวัฒนา, 2529) นโยบายสาธารณะ หมายถึงกิจกรรมทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นระดับใด ในหน่วยงานใด ล้วนมีกำเนิดมาจากความคิดอันเป็นกรอบนำทางว่า ควรจะทำอะไร ที่ไหน และอย่างไร หากปราศจากความคิดที่ชัดเจน การกระทำที่ตามมาคงปราศจากทิศทางที่ แน่นอน ชัดเจน ในการดำเนินกิจการของรัฐบาล ความคิดหรือเจตนารมณ์ ก็เกิดขึ้นก่อน เช่นเดียวกัน จากนั้นค่อยๆ พัฒนาชัดเจนขึ้น กลายเป็นกรอบกำหนดทิศทาง และแนวดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของรัฐบาล ซึ่งในความหมายกว้างๆ ก็คือ นโยบายของรัฐบาลหรือนโยบายสาธารณะนั่นเอง (ศุภชัย ยาวะประภาษ, 2530)

นโยบายสาธารณะหมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่รัฐบาล หรือองค์กรของรัฐจัดทำขึ้น อาทิ การจัดบริการสาธารณะ การออกกฎหมาย และการบังคับใช้กฎหมายต่างๆ และ การจัดพิธีกรรมอันถือเป็นสัญลักษณ์ของสังคมเป็นต้น (Scharkansky, 1970)

ความสำคัญของนโยบายสาธารณะ

นโยบายสาธารณะมีความสำคัญต่อสังคมและประเทศชาติเป็นอย่างมาก เพราะส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนทั้งประเทศ โดยรัฐบาลต้องออกนโยบายและนำไปปฏิบัติเพื่อช่วยแก้ไขปัญหา หรือทำให้ประชาชนที่ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดียิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ส่วนประชาชนเมื่อเห็นว่านโยบายของรัฐบาลมีประโยชน์และตอบสนองต่อความต้องการในการดำเนินชีวิต ก็จะให้การสนับสนุนรัฐบาลมากขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า นโยบายสาธารณะเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยผลประโยชน์และแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ต่อทั้งประชาชนและรัฐบาล โดยนโยบายสาธารณะแบ่งออกเป็นหลายประเภทด้วยกัน ซึ่งแต่ละประเภทนั้นก็จะแตกต่างกันออกไป ตามความเหมาะสม ส่วนการนำไปใช้บริหารประเทศนั้นก็ขึ้นอยู่กับรัฐบาลแต่ละชุดว่าจะกำหนดและปฏิบัติตามนโยบายสาธารณะแบบไหน เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนมากที่สุด

ดังนั้นนโยบายสาธารณะจึงเป็นแนวทางปฏิบัติของรัฐบาลที่มุ่งเน้นสร้างผลประโยชน์ให้กับประชาชนเป็นหลัก เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน และพัฒนาชีวิตประชาชนให้ดียิ่งขึ้น

ประเภทของนโยบายสาธารณะ

1. นโยบายมุ่งเน้นขอบเขตเฉพาะด้านและนโยบายมุ่งเน้นสถาบันกำหนดนโยบาย

1.1 นโยบายมุ่งเน้นขอบเขตเฉพาะด้าน เช่น นโยบายด้านการเมือง

1.2 นโยบายด้านการบริหาร นโยบายด้านเศรษฐกิจ นโยบายด้านสังคม

1.3 นโยบายมุ่งเน้นสถาบันที่กำหนดนโยบาย สถาบันนิติบัญญัติ สถาบันบริหาร สถาบันตุลาการ

2. นโยบายมุ่งเน้นเนื้อหาสาระและนโยบายมุ่งเน้นขั้นตอนการปฏิบัติ

2.1 นโยบาย มุ่งเน้นเนื้อหาสาระ รัฐบาลมีประสงค์ที่จะทำอะไร เพื่อสนองต่อความต้องการของประชาชน สิ่งที่รัฐบาลตัดสินใจอาจก่อให้เกิดผลประโยชน์หรือต้นทุนต่อประชาชน หรืออาจทำให้ประชาชนกลุ่มใดได้เปรียบหรือเสียเปรียบ เช่น นโยบายการสร้างทางด่วนในเขตกรุงเทพและปริมณฑล นโยบายการสร้างเขื่อนขนาดใหญ่

2.2 นโยบาย มุ่งเน้นขั้นตอนการปฏิบัติ ลักษณะ จะจะเกี่ยวข้องกับวิธีการดำเนินการนโยบายว่าจะดำเนินการอย่างไร และใครเป็นผู้ดำเนินการดังนั้นนโยบายนี้จะคลอบคลุมองค์การที่จะต้องรับผิด ชอบการบังคับใช้นโยบาย เช่น นโยบายส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมโดยให้คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ

3. นโยบายมุ่งเน้นการควบคุมโดยรัฐและนโยบายมุ่งเน้นการควบคุมตนเอง

3.1 นโยบาย มุ่งเน้นการควบคุมโดยรัฐ ลักษณะโนโยบายประเภทนี้มุ่งเน้นกำหนดข้อจำกัดเกี่ยวกับพฤติกรรมของปัจเจก บุคคลซึ่งเป็นการลดเสรีภาพหรือการใช้ดุลยพินิจที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดของ ผู้ถูกควบคุม เช่น นโยบายควบคุมอาวุธปืน วัตถุระเบิด นโยบายควบคุมการพนัน นโยบายลดอุบัติเหตุจากการขี่รถจักรยานยนต์

3.2 นโยบาย มุ่งเน้นการควบคุมกำกับตนเอง ลักษณะมีลักษณะคล้ายคลึงกับนโยบายเน้นการควบคุมโดยรัฐ แต่แตกต่างกันคือ มีลักษณะของการส่งเสริมการป้องกันผลประโยชน์และความรับผิดชอบของกลุ่มตน เช่น พรบ.วิชาชีพเภสัชกรรม พ.ศ. 2537 พรบ. ทนายความ พ.ศ. 2528

4. นโยบายมุ่งเน้นการกระจายผลประโยชน์ และนโยบายมุ่งเน้นการกระจายความเป็นธรรม

4.1 นโยบาย มุ่งเน้นการกระจายผลประโยชน์ การจำแนกโดยการใช้เกณฑ์การรับผลประโยชน์จากนโยบายของรัฐ เป็นนโยบายเกี่ยวกับการจัดสรรบริการหรือผลประโยชน์ให้กับประชาชน บางส่วนอย่างเฉพาะเจาะจง ซึ่งผู้รับผลประโยชน์อาจจะเป็น ปัจเจกบุคคล กลุ่มคน องค์การ เช่น นโยบายการแก้ปัญหาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

4.2 นโยบายมุ่งเน้นการกระจายความเป็นธรรม เป็น ความพยายามของรัฐที่จะจัดสรรความมั่นคง รายได้ ทรัพย์สินและสิทธิต่าง ๆให้แก่ประชาชนอย่างเป็นธรรม เช่น นโยบายพื้นฐานไม่ต่ำกว่า 12 ปี นโยบายการจัดตั้งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์

5. นโยบายมุ่งเน้นเชิงวัตถุ และนโยบายมุ่งเน้นเชิงสัญลักษณ์

5.1 นโยบาย มุ่งเน้นเชิงวัตถุ เกิดขึ้นเพื่อก่อให้เกิดการจัดหาทรัพยากรหรืออำนาจที่จะให้ประโยชน์แก่บุคคล กลุ่มต่าง ๆ เช่น นโยบายช่วยเหลือเกษตรกรที่ประสงอุทกภัย นโยบายปรับปรุงชุมชนแออัด

5.2 นโยบาย มุ่งเน้นเชิงสัญลักษณ์ เป็นลักษณะของนโยบายที่ตรงกันข้ามกับนโยบายมุ่งเน้นเชิงวัตถุคือเป็นนโยบาย ที่มิได้เป็นการจัดสรรเชิงวัตถุหรือสิ่งของที่จับต้องได้แต่เป็นนโยบายมุ่ง เสริมสร้างคุณค่าทางจิตใจให้แก่ประชาชน เช่น นโยบายรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม นโยบายส่งเสริมเอกลักษณ์ไทย

6. นโยบายมุ่งเน้นลักษณะเสรีนิยมและ นโยบายมุ่งเน้นลักษณะอนุรักษ์นิยม

6.1 นโยบาย มุ่งเน้นลักษณะเสรีนิยม เป็นนโยบายที่เกิดจากการผลักดันของกลุ่มความคิดก้าวหน้าที่ต้องการจะเห็นการ เปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นความเสมอภาค เช่น นโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ นโยบายการกระจายอำนาจการปกครองส่วนท้องถิ่น

6.2 นโยบายมุ่งเน้นลักษณะอนุรักษ์นิยม แนว ความคิดกลุ่มนี้จะอยู่ในกลุ่มชนชั้นของสังคมกลุ่มความคิดเหล่านี้จะเห็นว่า สิ่งที่ดำรงอยู่นั้นดีอยู่แล้วถ้าจะทำการเปลี่ยนแปลงแก้ไขควรทำแบบค่อยเป็น ค่อยไป รักษาผลประโยชน์ของกลุ่ม ต่อต้านการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ เช่น นโยบายจัดตั้งรัฐวิสาหกิจเพื่อผูกขาดการผลิตสินค้าและบริการ

7. นโยบายมุ่งเน้นลักษณะสินค้าสาธารณะ และนโยบายมุ่งเน้นลักษณะสินค้าเอกชน

7.1 นโยบาย มุ่งเน้นลักษณะสินค้าสาธารณะ คือการกำหนดสินค้าที่ไม่สามารถแยกกลุ่มผู้รับผลประโยชน์ออกจากนโยบายได้ เมื่อรัฐจัดสรรสินค้านั้นแล้วประโยชน์จะตกอยู่กับประชาชนทุกคนไม่จำกัดบุคคล กลุ่ม เช่น นโยบาย ป้องกันประเทศ นโยบายควบคุมจราจร

7.2 นโยบาย มุ่งเน้นลักษณะสินค้าเอกชน สินค้าเอกชนสามารถแยกกลุ่มผู้รับผลประโยชน์ออกเป็นหน่วยย่อยๆ ได้และสามารถเก็บค่าใช้จ่ายอันเนื่องจากผู้ได้รับผลประโยชน์ได้โดยตรง เช่น การเก็บขยะของเทศบาล การไปรษณีย์โทรเลข

การนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy Implementation)

เป็นขั้นตอนที่สำคัญยิ่ง ถือเป็น ขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการนโยบาย (Policy Process) ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องระมัดระวังและ ให้ความสนใจเป็นพิเศษ แต่ในอดีตที่ผ่านมาการศึกษาวิชานโยบายสาธารณะ มักให้ความสนใจใน กรอบของการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ (Public Policy Analysis) กระบวนการของการกำหนด นโยบาย (Policy Foundation Process) และการประเมินผลของนโยบาย (Policy Evaluation) เสียเป็นส่วนใหญ่ แต่การศึกษาที่มุ่งหาคำอธิบายเกี่ยวกับปรากฏการณ์หรือสภาพความเป็นจริง ในกระบวนการของการนำนโยบายไปปฏิบัติหรือการปฏิบัตินโยบาย ซึ่งถือว่าเป็นจุดเชื่อมโยงที่สำคัญระหว่างการกำหนดนโยบายกับประเมินนโยบายกลับกลายเป็นช่องว่างที่ไม่ได้รับความสนใจ บ่อยครั้งที่นโยบายแผนงานหรือโครงการที่ได้รับการยอมรับในเบื้องต้นว่า ดีเด่นหรือเป็นความหวัง ในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ แต่เมื่อมีการนำเอานโยบายนั้นไปปฏิบัติจริง ปรากฏว่าล้มเหลว โดยหา สาเหตุไม่ได้ซึ่งเป็นผลให้นโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับปรากฏการณ์หรือสภาพความเป็นจริงที่ เกิดขึ้นภายในกระบวนการปฏิบัตินโยบาย เพื่อที่จะหาวิธีการหรือกลยุทธ์การ

ปฏิบัตินโยบาย ให้บรรลุเป้าหมายหรือความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งเพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานตาม นโยบายแผนงานและโครงการให้ดีขึ้น (ธนพงษ์ ผดุงการ, 2545)

ความหมาย

Pressman & Wildavsky (1973 : 1) ได้กล่าวถึงความหมายของการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติว่า เป็นการดำเนินการ ทำให้สำเร็จ ทำให้เสร็จสมบูรณ์ โดยตัววัตถุประสงค์ที่ถูกกระทำก็คือนโยบาย แต่ไม่ได้หมายความว่านโยบายทุกนโยบาย มีนโยบายบางเรื่องเท่านั้นที่มีเรื่องการนำนโยบายไปปฏิบัติให้เราศึกษา นโยบายนั้นจะต้องมีลักษณะเป็นข้อสมมติฐาน อันหนึ่งซึ่งประกอบด้วยเงื่อนไขเบื้องต้นจำนวนหนึ่งที่พึงมีกับผลที่คาดว่าจะเกิดตามมา นโยบายประเภทหนึ่งนี้เมื่อเงื่อนไขเบื้องต้นถูกกระทำให้เป็นจริงเช่นมี กฎหมายรองรับ มีงบประมาณให้ นโยบายก็จะถูกเปลี่ยนแปลงไปเป็นโครงการเป็นการกระทำของรัฐบาลแล้วก็จะเกิดผลที่คาดหมายตามมา ระดับของการเกิดผลนี้เราจะเรียกว่า “การนำนโยบายไปปฏิบัติ”

Van & Van (1975 : 447) ได้ให้คำนิยามว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติหมายความถึงการดำเนินการโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลทั้งในภาครัฐ และภาคเอกชน โดยมุ่งที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์จากการตัดสินใจดำเนินนโยบายที่ได้กำหนดไว้ก่อนหน้านั้นแล้ว

Sabatier & Mazmanian (1980 : 538-560) ได้ให้คำนิยามว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ คือการนำนโยบายพื้นฐานทั่วไป กฎหมาย คำสั่งของรัฐบาล มติคณะรัฐมนตรี หรือคำพิพากษาของศาลไปดำเนินการให้บรรลุผล

Martin (1983 : 113-114) ได้กล่าวถึงการศึกษา การนำนโยบายไปปฏิบัติไว้ว่า เป็นการเสริมช่องว่างของความสนใจเรื่องการพัฒนานโยบาย (Policy Development) กับการประเมินผลนโยบาย (Policy Evaluation) ซึ่งตั้งแต่เดิมนั้นเมื่อพบว่า นโยบายสาธารณะไม่สามารถบรรลุผลตามที่กำหนดไว้มักจะสรุปกันว่า หน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติขาดความสามารถที่จะแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติให้เป็นจริงได้ โดยที่ไม่ได้มีการศึกษาระหว่างปัจจัยนำเข้า (Inputs) กับผลลัพธ์ (Outcomes) ว่านโยบายถูกเปลี่ยนแปลงอย่างไร เขาจึงได้เสนอให้มีการศึกษากระบวนการที่เกิดขึ้นในขั้นตอนดังกล่าว ซึ่งเขาเรียกว่า การเมืองของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

Goggin (1987 : 31) ได้นิยามการนำนโยบายไปปฏิบัติว่า เป็นกลุ่มของพฤติกรรมทางการเมืองและการบริหารที่มุ่งทำให้นโยบายอันหนึ่งเป็นจริง

วรเดช จันทรศร (2543 : 3) กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นเรื่องที่ศึกษาว่าองค์การที่รับผิดชอบสามารถนำและกระตุ้นให้ทรัพยากรทางการบริหารตลอดจนกลไกที่สำคัญทั้งมวลปฏิบัติงานให้บรรลุตามนโยบายที่ระบุไว้หรือไม่ แต่ไหน เพียงใดหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งการนำนโยบาย

ไปปฏิบัติให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องของความสามารถที่จะผลักดันให้การทำงานของกลไกทั้งหมดสามารถบรรลุผลลัพธ์ที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทั้งมวลที่กระทำโดยรัฐบาลและหรือเอกชน เพื่อบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของนโยบายที่กำหนดไว้ล่วงหน้าจากการตัดสินใจนโยบายการนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องมาจากการกำหนดนโยบายสาธารณะ โดยมีผลงานเริ่มต้นในครั้งแรก ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการศึกษาการนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างมาก คือ ผลงานของพลาสแมนและวิลดัสกี้ (Pressman & Wildavsky, 1973) ในงานชื่อ “The Implementation” ในปี ค.ศ.1973 สาระสำคัญของงานชิ้นนี้ คือ ให้ความสำคัญกับการนำนโยบายไปปฏิบัติว่า เป็นเงื่อนไขที่สำคัญที่สุดของการดำเนินนโยบาย โดยทั้งสองได้ศึกษาเชิงประจักษ์จากโครงการสร้างงานของหน่วยบริหารการพัฒนาเศรษฐกิจ (Economic Development Administration) ที่นำไปปฏิบัติที่เมืองโอ๊คแลนด์ (Oakland) รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา โดยข้อสรุปที่ได้จากงานนี้ คือ การนำนโยบายไปปฏิบัติแยกจากขั้นออกแบบไม่ได้ และปัญหาของการนำนโยบายไปปฏิบัติเกิดขึ้นเพราะกำหนดขั้นตอนไว้ซับซ้อนและไม่สนใจสร้างกลไกองค์การรองรับการปฏิบัติ รวมไปถึงการไม่สนใจว่านโยบายนั้นมีทฤษฎีสาเหตุและผล (Causal Theory) รองรับเพียงพอหรือไม่ และปัจจัยสำคัญที่เขาพบ คือ “ผู้นำของการนำนโยบายไปปฏิบัติ” โดยระบุว่า หากขาดผู้นำที่สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องแล้ว งานที่ดำเนินตามนโยบายก็ไม่อาจจะสำเร็จได้และปัจจัยอีกอย่างคือ ต้องทำให้วิธีการทำงานมีความง่ายต่อการปฏิบัติ และไม่ควรสร้างระเบียบให้ซับซ้อนยุ่งยากเกินความจำเป็น

จากการศึกษาพบว่า การวิจัยการนำนโยบายไปปฏิบัติได้เริ่มต้นมาตั้งแต่ทศวรรษ 1970 โดยได้สร้างทฤษฎีและองค์ความรู้เอาไว้หลายด้าน ปัจจุบันอาจแบ่งทฤษฎีการศึกษานำนโยบายไปปฏิบัติเป็น 3 รุ่น (Generation) หรือ 3 แนว (Approaches) คือ (วรเดช จันทรศร, 2543 และเรืองวิทย์ เกษสุวรรณ, 2551)

1. ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติจากบนลงล่าง (Top-Down Theories of Implementation) เน้นความสามารถของผู้กำหนดนโยบายที่จะกำหนดวัตถุประสงค์ของนโยบายให้ชัดเจนและควบคุมการนำนโยบายไปปฏิบัติ ทฤษฎีนี้เริ่มจากสมมติฐานที่ว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติเริ่มต้นมาจากการตัดสินใจของรัฐบาลกลาง ทฤษฎีนี้ได้รับอิทธิพลจากการวิเคราะห์ระบบ เน้นที่กล่องดำที่อยู่ตรงกลาง และถือว่านโยบายมีผลต่อผลลัพธ์โดยตรง และมักไม่สนใจผลกระทบของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติที่มีต่อการให้บริการตามนโยบาย การศึกษาตามแนวนี้จะมองว่านโยบายเป็นปัจจัยนำเข้า (Inputs) และการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นผลผลิต (Outputs) ดังนั้นจึงให้ความสำคัญกับการตัดสินใจกำหนดนโยบาย บางครั้งจึงถูกมองว่า เป็นแนวการศึกษาที่เน้นบทบาทการใช้อำนาจของผู้นำ

ผลงานของนักวิชาการที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ งานของ Pressman & Wildavsky (1973) งานของ Van & Van (1975) งานของ Bardach (1977) และงานของ Sabatier & Mazmanian (1980)

2. ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติจากล่างขึ้นบน (Bottom-Up Theories Of Implementation) มีจุดเน้นที่ผู้ปฏิบัติระดับพื้นที่ในฐานะผู้ให้บริการและมองว่า การนำนโยบาย ไปปฏิบัติเป็นกระบวนการต่อรองที่เกิดในเครือข่ายของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ทฤษฎีนี้เกิดขึ้นช่วงปลายทศวรรษ 1970 ถึงทศวรรษ 1980 เนื่องจากต้องการตอบโต้ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติจากบนลงล่าง โดยมีผลงานหลายชิ้นในทฤษฎีนี้ได้แสดงให้เห็นว่าผลลัพธ์ทางการที่เกิดขึ้นไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของนโยบาย และการเชื่อมโยงเชิงสาเหตุและผลตาม ความเชื่อของทฤษฎีจากบนลงล่างขึ้นนั้นก็อาจจะไม่เป็นจริงได้ด้วย นักทฤษฎีในกลุ่มนี้สนใจศึกษาสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในระดับของการรับบริการ และสาเหตุที่แท้จริงที่มีผลต่อการปฏิบัติในระดับล่าง วิธีการศึกษาจะเริ่มจากระดับล่าง โดยระบุว่าเครือข่ายของตัวแสดงในการให้บริการที่แท้จริงเป็นอย่างไร ทฤษฎีนี้ปฏิเสธแนวคิดที่ว่านโยบายเริ่มมาจากระดับบนและส่งนโยบายลงมาให้ผู้ปฏิบัติเพื่อปฏิบัติตามระดับบนให้มากที่สุด แต่มองว่าการใช้ดุลพินิจในการให้บริการระดับล่างเป็นปัญหาที่แท้จริงมากกว่า ผลงานนักวิชาการที่สำคัญในกลุ่มนี้ ได้แก่ Lipsky (1980) Elmore (1979) และ Hjern (1982)

3. ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติแบบผสม (Hybrid Theories Of Implementation) ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติจากบนลงล่าง และจากล่างขึ้นบน เป็นประเด็นโต้แย้งทางวิชาการอยู่หลายปี ทำให้นักวิจัยหลายคนได้พยายามสังเคราะห์ทฤษฎีทั้งสองเข้าด้วยกัน เช่น Elmore (1985) Sabatier (1986)และ Goggin & Others (1990) โดยทฤษฎีผสมนี้ได้รวมเอาองค์ประกอบทั้งสองฝ่ายเข้าด้วยกันเพื่อปิดจุดอ่อนของแต่ละฝ่าย เช่น ทฤษฎีจากบนลงล่างที่เน้นการเริ่มต้นจากข้างบน มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างทฤษฎีทั่วไป ยึดถือตามแนวกระบวนและขั้นตอนนโยบาย เน้นการนำการตัดสินใจระดับบนไปปฏิบัติ ยึดประชาธิปไตยแบบตัวแทนหรือตัวแบบผู้นำ ส่วนทฤษฎีจากล่างขึ้นบนเริ่มต้นจากล่างและขยายออกไปทางข้าง มีจุดมุ่งหมายที่จะพรรณนาและอธิบายปฏิกิริยาของตัวแสดงในการให้บริการถือว่าขั้นการนำนโยบายไปปฏิบัติแยกไม่ออกจากขั้นการก่อรูป หรือยึดตามหลักการหลอมรวม (Fusionist Model) มากกว่าจะกระจายออกไป นอกจากนั้นยังปฏิเสธขั้นตอนของนโยบาย โดยถือว่าไม่มีทางที่ระดับบนจะคุมระดับล่างได้หมด เพราะระดับล่างมีดุลพินิจและผลประโยชน์เป็นของตัวเอง ส่วนด้านประชาธิปไตยนั้น ทฤษฎีล่างขึ้นบนยึดประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมนอกจากผู้นำแล้วยังต้องคำนึงถึงเจ้าหน้าที่ระดับท้องถิ่น ภาคเอกชนและกลุ่มเป้าหมายด้วย การผสมตามทฤษฎีใหม่ข้างต้น ทำให้เกิดแนวทางบูรณาการขึ้นมาจำนวนมาก เช่น งานของ Ripley & Franklin (1982)

ตัวแบบการนำนโยบายไปปฏิบัติ

วรเดช จันทรศร (2551 : 135-154) ได้เสนอตัวแบบทางทฤษฎีของการนำนโยบายไปปฏิบัติไว้ 6 ตัวแบบ ได้แก่

1. ตัวแบบที่ยึดหลักเหตุผล : ตัวแบบนี้ยึดถือฐานคติที่ว่านโยบายที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์และภารกิจที่ชัดเจน มีการมอบหมายงานและกำหนดมาตรฐานการทำ งานให้แก่หน่วยย่อยต่าง ๆ ขององค์การ มีระบบวัดผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนระบบให้คุณให้โทษ เนื่องจากผลสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติจำเป็นต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่แน่ชัด มีการแปลงวัตถุประสงค์ออกเป็นภารกิจย่อยภายใต้ความรับผิดชอบเฉพาะเพื่อความสะดวกในการตรวจสอบ ควบคุม และประเมินผล

2. ตัวแบบทางด้านการจัดการ : ตัวแบบนี้ตั้งอยู่บนแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีองค์การที่ให้ความสำคัญกับสมรรถนะขององค์การ เพราะเชื่อว่าความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับองค์การที่รับผิดชอบว่ามีขีดความสามารถที่จะปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับความคาดหวังได้เพียงใด ดังนั้นนโยบายจะบรรลุเป้าหมายได้จะต้องอาศัยโครงสร้างขององค์การที่เหมาะสม บุคลากรมีความสามารถทั้งทางด้านการบริหารและเทคนิคอย่างเพียงพอ นอกจากนี้องค์การยังต้องมีการเตรียมการ หรือมีความพร้อมทางด้านวัสดุอุปกรณ์ สถานที่ เครื่องมือเครื่องใช้ และงบประมาณ

3. ตัวแบบทางด้านการพัฒนาองค์การ : เน้นศึกษาปัญหาของการนำนโยบายไปปฏิบัติในแง่ของความผูกพันและการยอมรับ เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยาและทางสังคมของมนุษย์ โดยเน้นการมีส่วนร่วมขององค์การเป็นสำคัญภายใต้ฐานคิดที่ว่าการมีส่วนร่วมจะทำให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จจะเกี่ยวข้องกับการจูงใจ การใช้ภาวะผู้นำที่เหมาะสม ความผูกพันของสมาชิกในองค์การ การมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการยอมรับ ตลอดจนสร้างทีมงานมากกว่าใช้การควบคุม ซึ่งกระบวนการที่ให้ผู้ปฏิบัติเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดหรือวางกรอบนโยบายจะถือว่านโยบายเหล่านั้นมาจากผู้ปฏิบัติโดยตรง

4. ตัวแบบทางด้านกระบวนการของระบบราชการ : ตัวแบบนี้เชื่อว่าอำนาจขององค์การไม่ได้อยู่ที่ตำแหน่งทางรูปนัย (Formal Positions) แต่มีอยู่กระจัดกระจายในองค์การ กล่าวคือ สมาชิกทุกคนขององค์การมีอำนาจในแง่ของการใช้วิจารณญาณ โดยที่ผู้บังคับบัญชาไม่อาจจะควบคุมได้ ดังนั้นในบางครั้งความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติจึงไม่ใช่เรื่องของการบริหารที่ขาดประสิทธิภาพ แต่เกิดจากผู้กำหนดนโยบายหรือผู้บริหารไม่ทราบว่าสภาพความเป็นจริงของการปฏิบัติมากกว่า ดังนั้นการกำหนดนโยบายจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนามาจากเบื้องล่างคือประชาชน หรือผู้ปฏิบัติโดยผ่านกระบวนการเรียนรู้เพื่อให้เกิดความเข้าในสภาพที่เกิดขึ้น

5. ตัวแบบทางการเมือง : ตัวแบบนี้เชื่อว่าความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติเกิดจากความสามารถของผู้เล่นหรือบุคคลที่เป็นตัวแทนองค์การ กลุ่ม หรือสถาบัน และความสัมพันธ์กับปัจจัยภายนอกองค์การ เนื่องจากมีความเห็นว่าการมีส่วนร่วมและการสร้างการยอมรับเป็นสิ่งที่ยากที่จะเกิดขึ้น แต่ความขัดแย้งเป็นปรากฏการณ์ที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป ดังนั้นการสร้างความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติจึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการเจรจา สถานะของอำนาจ และทรัพยากรของหน่วยงานในฐานะที่จะใช้เป็นเครื่องมือต่อรองของบุคคลที่เป็นตัวแทนขององค์การ จำนวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการสนับสนุนจากนักการเมือง สื่อมวลชน กลุ่มอิทธิพลและกลุ่มผลประโยชน์ รวมถึงสภาพความแตกต่างทางด้านบุคลิกภาพ ความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการต่อรองของผู้เล่นแต่ละคนเป็นสำคัญ

6. ตัวแบบเชิงบูรณาการ : เป็นตัวแบบที่รวบรวมแนวคิดของทั้ง 5 ตัวแบบมาไว้โดยมุ่งแสวงหาผลกระทบของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ โดยพิจารณาถึง สมรรถนะขององค์การ ประสิทธิภาพในการวางแผนและการควบคุม ภาวะผู้นำและความร่วมมือ และการเมืองและการบริหารสภาพแวดล้อมภายนอก

ผู้เกี่ยวข้องในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

องค์การและบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการนำนโยบายไปปฏิบัติ ประกอบด้วย ฝ่ายการเมือง ระบบราชการ ตัวบุคคลที่เป็นข้าราชการ และผู้ได้รับผลจากนโยบาย

1. ฝ่ายการเมือง

มีบทบาทที่สำคัญมากในกระบวนการนำนโยบายสาธารณะไปสู่การปฏิบัติ นโยบายที่ฝ่ายการเมืองเอาใจใส่ นโยบายนั้นจะได้รับความเอาใจใส่ติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง หน่วยงานราชการหรือองค์กรอื่น ๆ จะให้ความสนใจและถือปฏิบัติตามอย่างจริงจัง การกำหนดขอบเขตในการนำนโยบายไปปฏิบัติของระบบราชการโดยการออกกฎหมายหรือกำหนดขึ้น เช่น มติคณะรัฐมนตรีกฎกระทรวง ตลอดจนวางระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อให้หน่วยงานราชการถือปฏิบัติ องค์การของฝ่ายการเมืองที่มีบทบาทมากที่สุดคือ รัฐสภา และคณะรัฐมนตรีเมื่อดำเนินการตามนโยบายไปช่วงระยะหนึ่ง ฝ่ายการเมืองจะเป็นผู้พิจารณาว่า ควรปรับปรุงนโยบายหรือยุตินโยบาย ดังเช่น กรณีนโยบายของรัฐบาลที่ประกาศใช้ จะส่งผ่านหรือถ่ายทอดการถือปฏิบัติจากกระทรวงไปสู่ส่วนภูมิภาค คือ จังหวัด อำเภอ และราชการส่วนท้องถิ่นทั้งในส่วนองค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาลฯ

2. ระบบราชการ

หน่วยงานของรัฐจัดเป็นองค์การที่สำคัญที่สุดในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ โดยเฉพาะระบบราชการในประเทศกำลังพัฒนาเนื่องจากระบบราชการเป็นหน่วยงานที่เก็บรวบรวมวิเคราะห์

และเสนอข้อมูลให้ฝ่ายการเมืองพิจารณาตัดสินนโยบาย ขณะเดียวกัน ระบบราชการก็เป็นหน่วยงานที่นำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ข้าราชการผู้อยู่ในระบบราชการเป็นบุคคลผู้มีบทบาทในความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ

3. ตัวบุคคลที่เป็นข้าราชการ

ข้าราชการผู้บริหารระดับสูงของส่วนราชการมีบทบาทในการให้การสนับสนุนและการอุทิศตนให้กับนโยบายสาธารณะ ส่วนข้าราชการระดับล่างซึ่งเป็นผู้ให้บริการหรือดำเนินการตามโครงการที่เป็นไปตามนโยบายสาธารณะของรัฐบาล จำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์กับประชาชนผู้รับบริการ หรือกลุ่มประชาชนผู้รับผลประโยชน์จากนโยบายสาธารณะโดยตรง บรรดาข้าราชการระดับล่างผู้ปฏิบัติงานมีความเป็นอิสระในการใช้วิจารณญาณของตัวเองในการตัดสินใจหรือเป็นบุคคลผู้ตีความกฎระเบียบข้อบังคับ หรือกำหนดแนวทางข้อปฏิบัติตามนโยบายโดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายใดที่ขาดความชัดเจนมีปัญหาในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุผลจึงเป็นเรื่องที่ข้าราชการพึงตระหนักในบทบาทและหน้าที่ของตนเองให้ถ่องแท้และรัดกุม ยิ่งโครงการ/นโยบายสาธารณะที่ไม่มีผลกระทบหรือเปลี่ยนแปลง วิถีปฏิบัติในชีวิตประจำวันของข้าราชการกลุ่มนี้แล้ว ย่อมเป็นความยากลำบากในการที่จะบังคับให้ข้าราชการเหล่านี้ยอมรับหรือบางครั้ง ข้าราชการเหล่านี้จะหาทางเพิกเฉย หลีกเลี่ยง ไม่เอาใจใส่ในนโยบาย ด้วยเหตุนี้การศึกษาการนำนโยบายสาธารณะไปสู่การปฏิบัติจึงต้องเน้นการศึกษาพฤติกรรมข้าราชการระดับปฏิบัติและการสร้างปฏิสัมพันธ์ของข้าราชการที่มีต่อผู้รับบริการ คือประชาชนจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ควรได้รับการปรับปรุง แก้ไขโดยเร่งด่วน

4. ผู้ได้รับผลจากนโยบาย

ผู้รับผลจากนโยบาย คือ ผู้รับบริการ (Clients) ผู้ได้รับประโยชน์ (Beneficiaries) หรือผู้เสียประโยชน์ในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ผู้รับบริการหรือผู้ได้รับประโยชน์ในฐานะที่เป็นบุคคลจะเป็นผู้ที่ติดต่อกับข้าราชการระดับปฏิบัติ หากผู้รับบริการหรือผู้รับประโยชน์คอยรับบริการแต่ไม่มีองค์กรใดตรวจสอบการส่งมอบบริการให้แก่ประชาชนหรือลูกค้า ย่อมทำให้นโยบายสาธารณะนั้น ๆ เกิดปัญหาอุปสรรคในการนำไปสู่การปฏิบัติ ตรงกันข้ามหากผู้รับบริการหรือผู้รับประโยชน์ได้รวมตัวเป็นกลุ่มเพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์ บทบาทของกลุ่มผลประโยชน์เหล่านี้เมื่อใช้สิทธิเรียกร้องขึ้นมาย่อมจะมีผลกระทบต่อการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติมีมากขึ้น เป็นการสร้างอำนาจต่อรองกับฝ่ายการเมืองและระบบราชการให้ตระหนักถึงภารกิจของฝ่ายตนเองในการปฏิบัติตามนโยบายสาธารณะมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ

1. ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญหลายประการ (สมบัติ ธำรงค์ธัญวงศ์, 2548 : 432-446) ได้แก่

1.1 แหล่งที่มาของนโยบาย : นโยบายจะต้องผ่านกระบวนการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจที่ถูกต้องตามกฎหมาย ชอบธรรม สอดคล้องกับค่านิยมของสังคม เป็นที่ยอมรับของประชาชนส่วนใหญ่

1.2 ความชัดเจนของนโยบาย : ถือได้ว่าเป็นรากฐานสำคัญของความมุ่งหมายของนโยบายทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ หากนโยบายใดมีเป้าประสงค์ หรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนมากเพียงใด ก็จะยิ่งส่งเสริมให้มีการนำนโยบายไปปฏิบัติมีความสอดประสานกัน และนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ที่พึงปรารถนาอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 การสนับสนุนนโยบาย : การได้รับการสนับสนุนจากผู้ปฏิบัติ และผู้ที่ได้รับผลจากการปฏิบัติตามนโยบายนั้นถือได้ว่ามีความสำคัญต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ ดังนั้นผู้กำหนดนโยบายจะต้องวิเคราะห์ให้ชัดเจนว่า การกำหนดนโยบายควรจะมีกลุ่มผู้สนับสนุนนโยบายมากกว่าผู้คัดค้าน และกลุ่มคัดค้านต้องไม่มีพลังมากพอที่จะขัดขวางการนำนโยบายไปปฏิบัติ เพื่อมิให้เกิดการสูญเสียทรัพยากรการบริหาร

1.4 ความซับซ้อนในการบริหารงาน : การนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับโครงสร้างการบริหารงานขององค์การ ดังนั้นผู้บริหารควรพิจารณามากน้อยเพียงใด เพราะยิ่งมีจำนวนที่มีความเกี่ยวข้องมากก็จะยิ่งทำให้กระบวนการดังกล่าวมีความยุ่งยากและซับซ้อนมากขึ้นอันจะส่งผลเสียต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติและการบรรลุผลตามที่กำหนดไว้

1.5 สิ่งจูงใจของผู้ปฏิบัติ : การนำนโยบายไปปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐนั้นจะมีความยากลำบากในการกำหนดว่าอะไรคือสิ่งจูงใจสำหรับผู้นำนโยบายไปปฏิบัติอย่างไรก็ตามนักวิเคราะห์นโยบายต้องตระหนักเสมอว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติที่คาดหวังต่อความสำเร็จสูงนั้น อย่างน้อยจะต้องไม่ทำให้ผู้กำหนดนโยบายและผู้นำนโยบายไปปฏิบัติเกิดความรู้สึกสูญเสียประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับตนอันจะนำไปสู่การต่อต้านและความล้มเหลวในการกำหนดนโยบายในที่สุด

1.6 การจัดสรรทรัพยากร : ทรัพยากรเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งทรัพยากรนั้นหมายความรวมถึงทั้งเงินทุน เวลา และบุคลากรตลอดจนเทคโนโลยีและอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างไรก็ตามเป็นที่ทราบกับดีว่าทรัพยากรมักมีไม่เพียงพอต่อการพัฒนาโครงการต่าง ๆ ดังนั้นควรมีการใช้ทรัพยากรอย่างถูกต้องเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. การที่จะดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ ตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้นั้นจะต้องประกอบด้วยปัจจัยหลายประการ ซึ่งมยุรี อนุมานราชธน (2547 : 211 – 217) ได้อธิบายไว้ดังนี้

2.1 สภาพแวดล้อมภายนอกของหน่วยงานที่เอื้ออำนวยต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ อุปสรรคในการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้บริหาร เพราะอุปสรรคนั้นอยู่ในสภาพแวดล้อมภายนอกนโยบาย และอยู่ภายนอกหน่วยงานที่นำไปปฏิบัติ ได้แก่ อุปสรรคทางกายภาพ เช่น ภาวะภัยแล้ง หรือการระบาดของโรคพืชเป็นต้น และอุปสรรคทางการเมือง ซึ่งได้แก่ แนวทางหรือมาตรการที่จำเป็นต้องใช้ในการนำนโยบายไปปฏิบัติไม่เป็นที่ยอมรับและถูกคัดค้านโดยกลุ่มที่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องหรือกลุ่มที่มีอำนาจขณะนั้น เช่น กลุ่มนักการเมืองสหภาพแรงงาน ทหาร และ ผู้แปลงนโยบายไปปฏิบัติไม่อาจดำเนินการอะไรได้ นอกจากให้ข้อมูลแก่ผู้กำหนดนโยบายได้รับทราบปัญหา เพื่อนำไปปรับปรุง เปลี่ยนแปลงนโยบายนั้น

2.2 เวลาและทรัพยากรที่เพียงพอสำหรับดำเนินงาน ตามแนวทาง แผนงาน โครงการ เวลาและทรัพยากร จัดเป็นข้อจำกัดภายนอกตัวนโยบาย นโยบายที่มีความเป็นไปได้ ทางด้านกายภาพและด้านการเมืองอาจจะไม่สัมฤทธิ์ผล ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด เนื่องจากทัศนคติของผู้เกี่ยวข้องคาดหวังจากนโยบายมากเกินไปในระยะเวลาอันสั้น อีกสาเหตุหนึ่งคือ ข้อจำกัดด้านงบประมาณ อาจทำให้แนวทาง แผนงาน โครงการต้องเผชิญกับปัญหาด้าน ทรัพยากรไม่เพียงพอสิ่งที่ควรคำนึงถึงคือ งบประมาณ ไม่ใช่ทรัพยากร กระบวนการแปลงงบประมาณ ให้เป็นทรัพยากรความกลัวที่ต้องคืนงบประมาณที่ไม่ได้นำไปดำเนินงาน ในตอนสิ้นงบประมาณ ทำให้หน่วยงานภาครัฐใช้งบประมาณอย่างเร่งรีบ บางครั้งใช้จ่ายงบประมาณไปในแผนงาน โครงการที่ไม่เกิดประโยชน์

2.3 การวางแผนจัดทรัพยากรที่ต้องการใช้ในการนำนโยบายไปปฏิบัติต้องมีการผสมผสานทรัพยากร การไม่มีงบประมาณในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งก่อความเสียหายที่ร้ายแรงกว่าน้อยกว่า การไม่มีทรัพยากรที่ต้องการใช้เพราะงบประมาณอาจจะไม่สามารถ แปรเปลี่ยนไปเป็นทรัพยากรที่ต้องการเช่น ที่ดิน วัสดุ อุปกรณ์หรือแรงงาน ในขณะที่ดำเนินงานตามแผนงานโครงการ ผู้บริหารโครงการ และผู้ยกร่างโครงการ จึงต้องใช้เทคนิค โครงร่างในการวางแผน และควบคุมกำลังคน และสินค้าคงคลัง เทคนิคเหล่านี้ช่วยแก้ไขปัญหา การมีทรัพยากรมากเกินจำเป็นและจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสม ในขณะดำเนินงานโครงการ

2.4 นโยบายที่มีพื้นฐานอยู่บนทฤษฎี หลักสาเหตุและผลลัพธ์ที่เชื่อถือได้นโยบายที่ประสบความล้มเหลว อาจเนื่องจากผู้กำหนดนโยบายไม่เข้าใจปัญหาที่นโยบายต้องการแก้ไข อย่างเพียงพอว่าอะไรเป็นสาเหตุ อะไรเป็นทางแก้ไขปัญหา อะไรเป็นโอกาส หรืออะไรเป็นอาการของปัญหา (Pressman & Wildavsky อ้างถึงในมยุรี อนุมานราชธน, 2547 : 212-213) กล่าวว่านโยบายคือสมมติฐาน เกี่ยวกับเงื่อนไข ที่ต้องเกิดขึ้นก่อนผลลัพธ์ที่คาดหวัง ถ้านโยบายล้มเหลว อาจเป็นเพราะทฤษฎี หลักเหตุผลที่เป็นพื้นฐานของนโยบายไม่ถูกต้องมากกว่าที่จะเป็นเพราะการดำเนินงานตามนโยบายไม่มีปัญหาของการนำ นโยบาย ไปปฏิบัติอาจจะแก้ไขให้ถ้าทำการวิเคราะห์นโยบายอย่างดีตั้งแต่ในขั้นนิยามประเด็นปัญหา และวิเคราะห์ทางเลือก การคัดสรรทางเลือก ไม่ใช่ขั้นตอนสุดท้าย

ของกระบวนการกำหนดนโยบาย และการนิยามประเด็นปัญหา เป็นการยอมรับเงื่อนไขของผลลัพธ์ ที่ต้องการสำหรับใช้กำหนดทางเลือกของนโยบาย

2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างสาเหตุ และผลลัพธ์เป็นความสัมพันธ์ทางตรงโดยไม่มีความสัมพันธ์อื่นใดมาแทรก (Pressman & Wildavsky อ้างถึงในมยุรี อนุมานราชธน, 2547 : 213) กล่าวว่า นโยบายอาศัยความสัมพันธ์ แบบสาเหตุ และผลลัพธ์ตามลำดับของเหตุการณ์ที่ต่อเนื่องกันยิ่งหลายฝ่ายเข้ามาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ตามสาเหตุและผลลัพธ์มากเท่าใดความสัมพันธ์จะยิ่งสลับซับซ้อน เป็นไปได้ที่ฝ่ายต่าง ๆ อาจจะไม่เข้าใจนโยบายนั้นอย่างดี และทำให้นำนโยบายไปปฏิบัติได้ไม่ดีนัก หรือมีแนวโน้มที่จะล้มเหลว

2.6 ความสัมพันธ์แบบพึ่งพาระหว่างหน่วยงานอยู่ในระดับต่ำในการนำนโยบายไปปฏิบัติจนสัมฤทธิ์ผลระดับสูง ต้องอาศัยหน่วยงานเดียวเท่านั้นที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติ การนำนโยบายไปปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จต้องไม่พึ่งพาหน่วยงานอื่น ถ้ามีหน่วยงานอื่นมาเกี่ยวข้องความสัมพันธ์ที่มีต้องเป็นความพึ่งพาในระดับต่ำ และความสัมพันธ์นั้นต้องมีความสำคัญกับการนำนโยบายไปปฏิบัติมีความยุ่งยากสลับซับซ้อน เพราะต้องทำให้ผู้เกี่ยวข้องเห็นพ้องกัน หรือยอมรับตัวนโยบายนั้น ปัจจัยนี้ทำให้ผลลัพธ์ที่คาดหวัง เกิดขึ้นได้ยาก

2.7 ความเข้าใจและความเห็นพ้องกันในวัตถุประสงค์อย่างสมบูรณ์ เป็นสิ่งจำเป็นตลอดระยะเวลาที่มีการนำนโยบายไปปฏิบัติ วัตถุประสงค์ของนโยบาย ควรจะกำหนดในลักษณะเฉพาะเจาะจง และในลักษณะที่วัดได้เป็นตัวเลข เชิงปริมาณ วัตถุประสงค์นั้นควรเป็นที่เข้าใจและเห็นพ้องกันในองค์การรวมทั้งควรสอดคล้องและสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อนำวัตถุประสงค์มาเป็นแนวทางกำหนดทิศทาง

2.8 การจัดกิจกรรมตามลำดับอย่างเหมาะสม เพื่อให้วัตถุประสงค์ ของนโยบายบรรลุสัมฤทธิ์ผลจะต้องกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติต้องดำเนินการกำหนดรายละเอียดและลำดับของกิจกรรมทั้งหมด ในการนำนโยบายไปปฏิบัติมักมีปัญหาหรืออุปสรรคต่าง ๆ แต่เทคนิคโครงข่ายอาจนำมาใช้เป็นกรอบในการวางแผนโดยระบุกิจกรรมที่ต้องการ ผูกความสัมพันธ์ของกิจกรรมต่าง ๆ และจัดลำดับของกิจกรรมอย่างเป็นเหตุเป็นผล และต้องมีการจัดการเพื่อให้เกิดความแน่ใจว่ากิจกรรมต่าง ๆ ได้ดำเนินการอย่างถูกต้อง ตามตารางเวลา และถ้าไม่ถูกต้องก็ต้องแก้ไขให้เหมาะสม

2.9 การติดต่อสื่อสารและการประสานงานอย่างเต็มที่ การติดต่อสื่อสารและการประสานงานอย่างเต็มที่ ระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในบริหารโครงการเป็นสิ่งจำเป็น (Hood 1976 อ้างถึงใน มยุรี อนุมานราชธน, 2547 : 216) กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ อย่างเต็มรูปแบบจะเกิดขึ้นได้ ต้องมีระบบการจัดการที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันการติดต่อสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการประสานงานในการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยทั่วไปมักไม่มีการติดต่อสื่อสารที่สมบูรณ์ แม้

ระบบสารสนเทศอาจจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ แต่ไม่ได้ให้หลักประกันว่าข้อมูลและคำสั่งของผู้ส่งข้อมูล จะมีการนำไปปฏิบัติตามที่กำหนดหรืออย่างที่เข้าใจกันทั้งนี้เนื่องมาจากการประสานงานสัมพันธ์กับการใช้อำนาจส่วนตัวของผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งส่งผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติการประสานงานจึงไม่ใช่การติดต่อสื่อสารกันด้วยข้อมูล หรือการจัดโครงสร้าง การบริหารที่เหมาะสมเท่านั้น

2.10 ผู้มีอำนาจหน้าที่นำนโยบายไปปฏิบัติต้องได้รับการยอมรับอย่างแท้จริง (Hood, 1976 อ้างถึงใน มยุรี อนุมานราชธน, 2547 : 217) ได้ให้ความหมายของความเชื่อฟัง การยอมรับโดยสิ้นเชิงว่า หมายถึง การไม่ต่อต้านคำสั่งใด ๆ ถ้าการนำนโยบายไปปฏิบัติ เกิดการต่อต้านจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ระบบข้อมูลที่มีอยู่ทั้งหมดจะต้องช่วยให้ทราบล่วงหน้าถึงการต่อต้าน เพื่อให้สามารถเข้ามาจัดการควบคุม การต่อต้านได้ทันที เงื่อนไขที่ทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติเกิดขึ้นอย่างเต็มรูปแบบคือผู้มีอำนาจหน้าที่นำนโยบายไปปฏิบัติต้องมีอำนาจบารมีในการทำให้บุคคลอื่นทั้งภายในและภายนอกองค์การยอมรับตนเองเพื่อผู้มีอำนาจหน้าที่นั้น จะได้รับความเห็นชอบ และสามารถประสานงานนโยบาย แผนงาน โครงการ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อความสำเร็จของนโยบาย แผนงานโครงการนั้น

ปัญหาและอุปสรรคในการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ

วรเดช จันทรศร (2551 : 98-103) ได้กล่าวถึงปัญหาของการนำนโยบายไปปฏิบัติ จากการสำรวจวรรณกรรมของนักวิชาการหลาย ๆ ท่าน โดยจำแนกออกเป็นปัญหาหลัก ๆ 5 ด้าน

1. ปัญหาทางด้านสมรรถนะ

ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ย่อมขึ้นอยู่กับหน่วยงานที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติมีความสามารถในการดำเนินการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของนโยบายนั้นได้ มากน้อยแค่ไหนเพียงใด ดังนั้น ปัญหาหลักของการนำนโยบายไปปฏิบัติจึงได้แก่ ปัญหาทางด้านสมรรถนะของหน่วยงาน ซึ่งหมายถึง ปัจจัยอื่น ๆ ที่ประกอบกันเป็นสมรรถนะของหน่วยงานได้แก่ ปัจจัยทางด้านบุคลากร ปัจจัยทางด้านเงินทุน และปัจจัยทางด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ หรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย

1.1 ปัจจัยด้านบุคลากร สมรรถนะจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับเงื่อนไขดังนี้

1.1.1 นโยบายที่จะถูกนำไปปฏิบัตินั้นต้องการบุคลากรจำนวนเท่าใด ต้องการบุคลากรประเภทใด และต้องการบุคลากรที่มีคุณสมบัติอย่างไร

1.1.2 บุคลากรที่ต้องการมีอยู่ในระบบราชการหรือไม่ ถ้ามีบุคลากรเหล่านั้นมีคุณภาพ ความรู้ ความสามารถที่จะปฏิบัติตามนโยบายได้หรือไม่ และมีความยินดีหรือความตั้งใจที่จะมาร่วมเป็นผู้ปฏิบัติในนโยบายนั้นหรือไม่ ที่สำคัญหน่วยงานต้นสังกัดยินยอมที่จะให้บุคลากรเหล่านั้นมาเป็นผู้ร่วมปฏิบัติในนโยบายนั้นหรือไม่

1.1.3 หากไม่มีบุคลากรที่ต้องการเหล่านั้นอยู่ในระบบราชการหรือมีไม่เพียงพอ หน่วยงานที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติจะสามารถหาบุคลากรจากภาคเอกชนได้หรือไม่ จะมีวิธีการสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรเหล่านั้นปฏิบัติงานในนโยบาย/โครงการได้อย่างไร

1.2 ปัจจัยด้านเงินทุน ปัญหาและอุปสรรคจะมีมากขึ้นหากหน่วยงานที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติถูกจำกัดโดยเงื่อนไขของการใช้เงินทุน ข้อจำกัดในด้านเงินทุนจะมีมาก หากมีระเบียบข้อบังคับ กำหนดไว้มากจนขาดความยืดหยุ่นก็ยิ่งเป็นการบั่นทอนสมรรถนะของหน่วยปฏิบัติมากขึ้นหากหน่วยปฏิบัติมีความต้องการที่จะใช้เงินเพิ่มมากขึ้นกว่าที่กำหนดไว้เป็นไปได้หรือไม่เพียงใดที่รัฐบาลหรือหน่วยงานจากส่วนกลางจะสามารถให้การตอบสนองได้ทันต่อกำหนดเวลา หากไม่สามารถตอบสนองได้ ความล่าช้าในการปฏิบัติก็อาจจะเกิดขึ้นและอาจส่งผลต่อความล้มเหลวในการนำนโยบายไปปฏิบัติโดยส่วนรวม

1.3 ปัจจัยด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ หรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย ปัญหาทางด้านสมรรถนะจะมีมากขึ้นถ้าหากหน่วยงานที่รับผิดชอบไม่ได้รับการสนับสนุนทางด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้อย่างเพียงพอหรือทันต่อเวลา ในบางกรณี การปฏิบัติตามนโยบายมีลักษณะที่ต้องใช้วิทยาการหรือเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ปัญหาทางด้านสมรรถนะจะมีมากขึ้นถ้าหากผู้ปฏิบัติขาดความรู้หรือความเข้าใจในเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

ปัญหาและอุปสรรคในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติของประเทศไทย ในด้านสมรรถภาพของหน่วยงานภาครัฐมีประเด็นปัญหาที่สำคัญคือ การขาดการประสานงาน และการประสานความคิดของหน่วยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ เพราะ หน่วยงานราชการมักจะหวงแหนนโยบายหรือโครงการในส่วนที่ตนรับผิดชอบไม่ยอมให้หน่วยราชการอื่นมาช่วงชิง อีกทั้งพยายามจะขยายขอบเขตแห่งภารกิจหรืออาณาจักรของตนให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ตามโอกาสและสถานการณ์ที่อำนวยให้ ระบบราชการมีแนวโน้มที่จะเลือก นโยบายของรัฐไปปฏิบัติเฉพาะนโยบายที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง (วรเดช จันทรศร, 2543) อีกทั้งข้าราชการฝ่ายการเมืองโดยเฉพาะผู้ที่มาจากพรรคการเมืองที่เป็นฝ่ายรัฐบาลจะกำหนดกรอบความสำเร็จของนโยบายรัฐบาลให้ข้าราชการฝ่ายประจำดำเนินงานโดยเร่งด่วน ดังนั้นนโยบายใดที่ได้รับความเห็นชอบ ดูแล เอาใจใส่จากฝ่ายการเมือง หน่วยราชการต่าง ๆ จะให้ความสนใจ เอาใจใส่เป็นพิเศษ ในทางตรงข้ามหากนโยบายใดไม่ได้รับความสนใจจากฝ่ายการเมืองก็จะทำให้ไม่ได้รับการเอาใจใส่ในการกำกับดูแลจากหน่วยงานราชการเท่าที่ควร

2. ปัญหาทางด้านการควบคุม

ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับความสามารถในการควบคุม ซึ่งหมายถึงความสามารถในการวัดความก้าวหน้าหรือผลการปฏิบัติของนโยบาย แผนงาน หรือโครงการ มีผลงาน

จำนวนมากที่แสดงให้เห็นว่า ปัญหาของการนำนโยบายไปปฏิบัติจะเพิ่มมากขึ้น ถ้าหากผู้รับผิดชอบในนโยบายขาดความสามารถที่จะทำการวัดผลหรือควบคุมผลงานของหน่วยปฏิบัติ ปัญหาทางด้านการควบคุมมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับเงื่อนไข หลายประการ อาทิเช่น

2.1 ความสามารถของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการแปลงนโยบายว่าจะสามารถแปลงนโยบาย ออกมาเป็นแนวทางปฏิบัติ แผนงาน หรือโครงการที่สอดคล้องกับความต้องการของนโยบาย

2.2 กิจกรรมของนโยบาย แผนงาน หรือโครงการนั้นมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเพียงใด

2.3 การกำหนดภารกิจตลอดจนมาตรฐานในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติงาน แผนงาน หรือโครงการ เงื่อนไขทั้งสามจะมีผลโดยตรงต่อการสร้างความสามารถในการควบคุมหรือการวัดความก้าวหน้าของการปฏิบัติงานที่จะสามารถสนองตอบต่อความต้องการของนโยบายได้ ขณะเดียวกันก็มีผลโดยตรงต่อปัญหาในการนำนโยบายไปปฏิบัติด้วย

3. ปัญหาทางด้านความร่วมมือและการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

จากการสำรวจผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาในการนำนโยบายไปปฏิบัติ อาจกล่าวได้ว่า มีเงื่อนไขหรือเหตุผลหลัก อย่างน้อย 7 ประการ ที่ส่งผลให้สมาชิกในองค์การหรือหน่วยปฏิบัติไม่ให้ความร่วมมือหรือต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่เป็นผลมาจากนโยบาย กล่าวคือ

3.1 สมาชิกหรือหน่วยปฏิบัติเห็นว่า นโยบายไม่ได้มีรากฐานความต้องการของตนที่แท้จริง (Felt Need) หรือการไม่เห็นความสำคัญของนโยบายนั้น ผลงานวิจัยของ Keen (1999) พบว่า การนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ปรับปรุงวิธีการจัดสรรทรัพยากรของโรงเรียนรัฐบาลในมลรัฐแคลิฟอร์เนียต้องประสบความล้มเหลว เนื่องจากสมาชิกในหน่วยปฏิบัติเห็นว่าถึงจะนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ก็ไม่ได้ทำให้การปฏิบัติงานดีขึ้น

3.2 สมาชิกในองค์การหรือหน่วยปฏิบัติทำการต่อต้านเพราะเห็นว่านโยบายนั้นมีผลทำให้ดุลยพินิจในการปฏิบัติงานตลอดจนพฤติกรรมในการปฏิบัติงานประจำของตนต้องเปลี่ยนแปลงไป แสดงให้เห็นว่า การปฏิรูปโครงสร้างและระบบงานกระทรวงต่างประเทศของสหรัฐอเมริกาในช่วงกลางทศวรรษ 1960 ต้องล้มเหลว

3.3 หัวหน้าของหน่วยปฏิบัติไม่ได้ให้การสนับสนุนในนโยบายนั้น ดังที่ปรากฏในผลงานของ Yin (1993) ที่พบว่า นโยบายการพัฒนาจำนวนมากต้องประสบความล้มเหลว เพราะหัวหน้าหน่วยปฏิบัติไม่ให้ความร่วมมือ การปฏิบัติตามนโยบายจึงเป็นแบบทำไปให้พ้นมือ

3.4 สมาชิกในองค์การหรือหน่วยปฏิบัติทำการต่อต้าน เพราะเห็นว่าการปฏิบัติตามนโยบายนั้นจะส่งผลทำให้งบประมาณ อัตรากำลังของหน่วยต้องลดลงในระยะยาว อีกทั้งยังอาจจะก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนในภารกิจและหน้าที่ของบุคลากรเป็นอย่างมาก

3.5 สมาชิกในองค์การหรือหน่วยปฏิบัติเห็นว่า นโยบายนั้นถูกกำหนดขึ้นโดยฝ่ายบริหารที่ไม่เข้าใจว่าสภาพความเป็นจริงในการปฏิบัติงานหรือการให้บริการของผู้ปฏิบัติเป็นอย่างไร เช่น ในกรณีที่มีประชาชนเป็นจำนวนมากฝ่าฝืนไม่ยอมข้ามถนนตามทางม้าลายที่ทางราชการกำหนดไว้ให้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยสั่งการให้เจ้าหน้าที่ตำรวจจราจรจับกุมประชาชนที่ไม่ข้ามทางม้าลายอย่างเคร่งครัด ผู้ปฏิบัติซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ตำรวจจราจรประจำสถานีตำรวจต่าง ๆ อาจเห็นว่านโยบายนั้นเป็นการแก้ไขปัญหาที่ปลายเหตุ หากประชาชนไม่ให้ความร่วมมือกับตำรวจจะจับกุมอย่างไรก็ไม่มีทางหมด ยิ่งตำรวจทำหน้าที่มากเท่าไรก็อาจทำให้ประชาชนที่ถูกจับกุมไม่พอใจมากเท่านั้น ดังนั้นการแก้ไขปัญหาจึงควรมุ่งนโยบายที่ให้การศึกษาและอบรมประชาชนเป็นหลักเสียก่อน เมื่อประชาชนส่วนใหญ่เข้าใจหรือให้ความร่วมมือแล้วก็อาจใช้นโยบายปราบปรามเป็นมาตรการสุดท้าย

3.6 สมาชิกในองค์การหรือหน่วยปฏิบัติไม่เห็นด้วยกับสาระหรือวิธีการปฏิบัติในโครงการหรือนโยบาย เพราะไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ดังปรากฏในผลงานของ Berman & Mclaughlin (1977) ที่พบว่า นโยบายพัฒนาการเรียนการสอนต้องประสบความล้มเหลว เนื่องจากครูผู้ปฏิบัติไม่ได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดวิธีการเรียนการสอนด้วย ผลก็คือ วิธีการเรียนการสอนแบบใหม่ที่ถูกยัดเยียดจากผู้บริหารในระดับสูงไม่ได้ถูกนำไปใช้โดยครูผู้ปฏิบัติ

3.7 สมาชิกในองค์การหรือหน่วยปฏิบัติไม่ให้ความร่วมมือและทำการต่อต้านเนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจที่จะปฏิบัติตามนโยบาย นโยบายทางเทคโนโลยีเป็นจำนวนมากประสบความล้มเหลวในการนำไปปฏิบัติ ถูกต่อต้านจากสมาชิกของหน่วยปฏิบัติ ในทางตรงกันข้าม นโยบายประเภทเดียวกันประสบความสำเร็จและได้รับความร่วมมืออย่างดีจากผู้เกี่ยวข้องในหน่วยปฏิบัติบางหน่วย เพราะการฝึกอบรมและสร้างการเรียนรู้ให้ผู้ปฏิบัติสามารถมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการใช้เทคโนโลยีได้อย่างชัดเจน

ปัญหาและอุปสรรคในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติในการให้ความร่วมมือและการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงนั้น สาระสำคัญที่เป็นปัญหาตกทอดมาจนถึงปัจจุบันคือการขาดความร่วมมือจากประชาชน บางครั้งประชาชนก็รวมกลุ่ม รวมพลังกันต่อต้าน ดังเช่นในช่วงปี พ.ศ.2541-2542 การรวมกลุ่มคัดค้านต่อต้านการวางท่อก๊าซจากมาเลเซียซึ่งรัฐบาลมีแนวนโยบายที่จัดซื้อจากประเทศมาเลเซีย ซึ่งทำให้รัฐบาลต้องทบทวนเส้นทางการวางท่อใหม่ หรือการรวมกลุ่มพลังประชาชนคัดค้านการปิดประตูระบายน้ำเขื่อนปากมูล ประชาชนที่ได้รับผลกระทบ ความเดือดร้อนได้เรียกร้องให้เปิดประตูระบายน้ำ จนในที่สุดรัฐบาลต้องปรับนโยบายอนุญาตให้เปิดประตูระบายน้ำเขื่อนปากมูลตามข้อเรียกร้องของประชาชน นอกจากนี้ กรณีตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน อีกประเด็นหนึ่งและจะเป็นประเด็นที่สำคัญในอนาคต คือการรวมกลุ่มพลังประชาชนของจังหวัด และอำเภอขนาดใหญ่ที่มีกำลังซื้อจำนวนมาก ได้คัดค้านนโยบายเปิดการค้าเสรีที่รัฐอนุญาตให้ห้างสรรพสินค้าข้ามชาติขนาดใหญ่เข้ามาตั้งใน

เขตพื้นที่ ดังกล่าว ที่จะส่งผลกระทบต่อการประกอบอาชีพของประชานในท้องถิ่น นโยบายสาธารณะที่รัฐบาลดำเนินการโดยที่ประชาชนมิได้มีส่วนร่วมริเริ่มโครงการ ย่อมได้รับการต่อต้าน และขาดความร่วมมือ จนกระทั่งรัฐธรรมนูญฉบับ ปี พ.ศ.2550 ต้องมีบทบัญญัติให้หน่วยงานภาครัฐ หรืออื่นใดที่จะดำเนินการโครงการในท้องถิ่นของประเทศไทย หากเป็นโครงการที่จะก่อให้เกิดโทษ หรือมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โครงการนั้นจะต้องได้รับความยินยอมจากประชาชนในพื้นที่ก่อนเสมอ

4. ปัญหาทางด้านอำนาจและความสัมพันธ์กับองค์การอื่นที่เกี่ยวข้อง

ปัญหาในการนำนโยบายไปปฏิบัติซึ่งเกิดจากเรื่องอำนาจและความสัมพันธ์ระหว่างองค์การที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติกับองค์การอื่นที่เกี่ยวข้อง จะมีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับเงื่อนไขหลาย ประการ คือ

4.1 การติดต่อและความสัมพันธ์ที่หน่วยปฏิบัติมีกับหน่วยงานที่ควบคุมนโยบายดังกล่าว การนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีความยากลำบากยิ่งขึ้นหากการทำงานของหน่วยปฏิบัติต้องผ่านขั้นตอนการควบคุมกลั่นกรองจากหน่วยงานที่ควบคุมนโยบาย เช่น สำนักงบประมาณ กรมบัญชีกลาง หรือสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน เป็นต้น ที่มีมากจนเกินความจำเป็น หรือจนทำให้การปฏิบัติงานขาดความยืดหยุ่น เช่น หากสำนักงบประมาณกำหนดข้อบังคับให้หน่วยปฏิบัติในนโยบายต้องเสนอขออนุมัติในการใช้งบประมาณผ่านมายังตนในทุกเรื่อง ทั้งๆ ที่ได้มีการจัดสรรวงเงินงบประมาณไว้ให้แล้ว ความล่าช้าและไม่คล่องตัวย่อมเกิดขึ้น ในบางครั้งปัญหาจะยิ่งมีมากขึ้นถ้าหากความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานไม่ราบรื่นเท่าที่ควร กล่าวคือ การขออนุมัติดำเนินการ ของหน่วยปฏิบัติอาจจะไม่ได้รับความเห็นชอบจากหน่วยเหนือ ซึ่งจะมีผลทำให้หน่วยปฏิบัติไม่สามารถดำเนินการได้ นโยบายในภาพรวมก็จะเกิดความเสียหาย

4.2 ความจำเป็นที่หน่วยปฏิบัติต้องแสวงหาความร่วมมือ หรือทำความตกลงกับหน่วยงานอื่น ปัญหาของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับระดับความจำเป็นที่หน่วยปฏิบัติจะต้องแสวงหาความร่วมมือ พึ่งพาหรือทำความตกลงกับหน่วยงานอื่น ยิ่งนโยบายใดมีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยความร่วมมือ พึ่งพาหรือทำความตกลงกับหน่วยงานอื่น มากเท่าใด โอกาสที่จะนำนโยบายไปปฏิบัติจะประสบความสำเร็จก็จะมีน้อยลง ทั้งนี้เพราะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะมีวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์หลักตลอดจนการให้ความสำคัญในความเร่งด่วนของนโยบายที่แตกต่างกัน บางครั้งแม้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะมีความเห็นที่สอดคล้องกันในวัตถุประสงค์ของนโยบาย แต่ก็อาจมีความเห็นที่ไม่สอดคล้องต้องกันในด้านวิธีการที่จะบรรลุนโยบาย ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างหน่วยงาน และนำความล้มเหลวมาสู่นโยบาย ตัวอย่างจากการศึกษาของ Pressman & Wildavsky (1973) เกี่ยวกับความจำเป็นที่หน่วยปฏิบัติต้องแสวงหาความร่วมมือ หรือทำความตกลงกับหน่วยงานอื่นปัญหาของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับระดับความจำเป็นที่หน่วยปฏิบัติจะต้องแสวงหาความร่วมมือ พึ่งพา

หรือทำความตกลงกับหน่วยงานอื่น ยิ่งนโยบายใดมีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยความร่วมมือ พึ่งพาหรือทำความตกลงกับหน่วยงานอื่นมากเท่าใด โอกาสที่จะนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบผลสำเร็จ ก็จะมีน้อยลง ทั้งนี้เพราะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะมีวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์หลักตลอดจนการให้ความสำคัญในความเร่งด่วนของนโยบายที่แตกต่างกัน บางครั้งแม้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะมีความเห็นที่สอดคล้องกันในวัตถุประสงค์ของนโยบาย แต่ก็อาจมีความเห็นที่ไม่สอดคล้องต้องกันในด้านวิธีการที่จะบรรลุนโยบาย ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างหน่วยงาน และนำความล้มเหลวมาสู่นโยบาย

4.3 ความเป็นไปได้ที่เจ้าหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานจะสามารถทำงานร่วมกันได้หากเป็นการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยวิธีการบรรลุนโยบายนั้นกำหนดให้มีหลายหน่วยงานที่ต้องปฏิบัติงานร่วมกัน ความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีแนวโน้มสูงขึ้นถ้าหากเจ้าหน้าที่ของแต่ละหน่วยไม่สามารถทำงานร่วมกันได้ ปัจจัยที่เป็นผลที่ทำให้เกิดปัญหาดังกล่าวมีหลาย ๆ ปัจจัย นับตั้งแต่ความแตกต่างกันระหว่างสภาพแวดล้อมของหน่วยงานแต่ละแห่ง รูปแบบของการบริหารที่แตกต่างกันของแต่ละหน่วยงาน เป้าหมายหลักของหน่วยงานที่แตกต่างกันและโครงสร้างของระบบการให้รางวัลที่แตกต่างกัน เป็นต้น

ปัญหาและอุปสรรค ที่สำคัญในการนำนโยบายสาธารณะไปสู่การปฏิบัติที่เกิดจากการขาดการประสานงาน ขาดความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน หรือองค์การภาคเอกชน ในประเทศไทยนั้นเป็นประเด็นปัญหาการบูรณาการในการปฏิบัติ เพราะหน่วยราชการมักจะหวงแหนภารกิจ ตีกรอบไม่อยากให้หน่วยงานอื่นเข้ามามีส่วนร่วมในภารกิจของตนเอง ในบางครั้งจะพบว่าหน่วยงานงานที่รับผิดชอบการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติต้องจัดทำภารกิจด้วยตนเอง จนแล้วเสร็จ ไม่ยอมพึ่งพาอาศัย เครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ ข้ามหน่วยงาน ทั้งที่มีเป้าประสงค์เพื่อสร้างความผาสุกให้กับประชาชนเช่นเดียวกันตัวอย่างเช่นในอดีต นโยบาย หรือโครงการจัดหา น้ำดื่ม น้ำใช้ให้ประชาชนในชนบทพอเพียงต่อการอุปโภค บริโภค มีหน่วยงานที่รับผิดชอบ กล่าวอ้างภารกิจด้านนี้ หลายหน่วยงาน เช่น กรมพัฒนาชุมชนศูนย์เร่งรัดพัฒนาชนบท กรมทรัพยากรธรณี องค์การบริหารส่วนจังหวัด ล้วนแล้วแต่เป็นหน่วยงานที่ขุดเจาะน้ำ บาดาล ให้ประชาชนทั้งสิ้น แทนที่จะรวมกลุ่มภารกิจดำเนินการในกิจกรรมขุดเจาะน้ำเป็นหน่วยงานเดียว ในปัจจุบันรัฐบาลไทยจึงได้กำหนดให้มีการยุบรวมหน่วยงานที่มีภารกิจซ้ำซ้อนเข้าไว้ด้วยกัน และพยายามวางระบบการบูรณาการโครงการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนให้มีลักษณะเป็นการประสานงานการปฏิบัติจากหลายหน่วยงานเพื่อบรรลุเป้าประสงค์ในการแก้ไขปัญหาให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

5. ปัญหาทางด้านความสนับสนุนและความผูกพันขององค์การหรือบุคคล

ความยากลำบากของการนำนโยบายไปปฏิบัติจะมีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับเงื่อนไขดังต่อไปนี้

5.1 ผู้รับผิดชอบหรือหน่วยราชการที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติมีความสัมพันธ์ที่ดีกับฝ่ายการเมืองและฝ่ายบริหารหรือไม่ บางครั้งพบว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลในฝ่ายการเมืองหรือฝ่ายบริหาร ความผูกพันของกลุ่มบุคคลเหล่านี้ต่อนโยบายจะเปลี่ยนแปลงไป การขาดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันจึงเป็นเงื่อนไขที่นำมาซึ่งอุปสรรคของนโยบายนั้นไม่มากก็น้อย ซึ่งถ้านักการเมืองหรือฝ่ายบริหารผู้ใดมีอำนาจทางการเมืองสูงพอที่จะมีอิทธิพลต่อนโยบายก็จำเป็นจะต้องระวังและเอาใจใส่อย่างจริงจังมากขึ้น

5.2 กลุ่มอิทธิพล กลุ่มผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น มีความเข้าใจตลอดจนสูญเสียประโยชน์ในนโยบายเพียงใด ในบางครั้ง การสูญเสียประโยชน์และการขาดความเข้าใจในนโยบายอย่างเพียงพออาจนำมาซึ่งปัญหา หรือทำให้กลุ่มเหล่านั้นทำการต่อต้านคัดค้านนโยบายได้

5.3 เงื่อนไขของระดับความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบในนโยบายกับสื่อมวลชนมีความสำคัญมาก หากขาดความสัมพันธ์หรือความเข้าใจอันดีต่อกัน สื่อมวลชนก็อาจจะใช้อิทธิพลของตนที่มีอยู่โจมตีหรือทำลายความน่าเชื่อถือของนโยบายได้

5.4 การให้ความสนับสนุนในนโยบายของบุคคลสำคัญในระดับท้องถิ่นและในระดับชาติ ตัวอย่างเช่นกรณีประเทศไทย โครงการวางแผนครอบครัวที่ดำเนินการอยู่ต่างจังหวัดบางจังหวัดในระยะแรกไม่ได้รับการยอมรับจากประชาชน เพราะประชาชนมีความเชื่อหรือความเข้าใจว่า การวางแผนครอบครัวหรือการคุมกำเนิดเป็นบาป บางครั้งผู้บริหารโครงการก็จำเป็นต้องอาศัยบุคคลสำคัญในท้องถิ่นได้แก่ ครู อาจารย์ หมอ และพระภิกษุ คือเจ้าอาวาสประจำวัดในชุมชนนั้น ทำการเทศน์ หรือประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจกับประชาชนให้รับทราบแนวทางการดำเนินงานของนโยบาย/โครงการ

สภาพปัญหา และอุปสรรคในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติที่แสดงออกถึงความผูกพันขององค์การที่เป็นกลุ่มผลประโยชน์และหน่วยงานท้องถิ่น ที่ปรากฏชัดเจน คือช่วงปี พ.ศ.2550 กรณีตัวอย่าง การขยายตัวของธุรกิจข้ามชาติที่ขยายสาขามาจัดตั้งที่อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย ของห้างเทสโก้โลตัส ปรากฏว่า ด้วยการสนับสนุนของกลุ่มนักการเมืองท้องถิ่น และกลุ่มผลประโยชน์ของอำเภอท่าบ่อ และในจังหวัดหนองคาย ได้รวมตัวกันเพื่อคัดค้านมิให้มีการก่อสร้างอาคารห้างสรรพสินค้าในเขตอำเภอท่าบ่อ ซึ่งการร่วมแรงร่วมใจคัดค้านครั้งนี้ แสดงออกถึงความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นของกลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่น และ กลุ่มพ่อค้ารายย่อยในเขตอำเภอท่าบ่อที่ผนึกกำลังกันคัดค้านอย่างเข้มแข็ง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นตามมาคือ การที่ภาครัฐต้องหันกลับมา

ทบทวนนโยบายการเปิดการค้าเสรี ที่มีเหตุผลในการปรับปรุงรายละเอียดบางประการ เพื่อมิให้ท้องถิ่น และประชาชนในพื้นที่เกิดความรู้สึกว่าตนเองสูญเสียผลประโยชน์ และลูกหลานของพวกเขาต้องหมดทางทำมาหากินไร้อาชีพในอนาคต และการคัดค้านโครงการลักษณะเดียวกันนี้นับวันจะขยายตัวออกไปในทุกท้องถิ่นของประเทศไทย จึงเป็นนโยบายที่รัฐควรจะปรับปรุงรายละเอียดของนโยบาย หรือทบทวนผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อชุมชน และวิถีชีวิตของประชาชนในชุมชน หากจำเป็นต้องดำเนินการตามนโยบายต่อไปควรปรับปรุงวิธีการเข้าถึง และประชาสัมพันธ์ชี้แจงผลประโยชน์ที่ท้องถิ่นจะพึงได้รับในอนาคต ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงว่ากลุ่มผลประโยชน์ที่แท้จริงของชุมชนคือกลุ่มใด และจะเข้าชี้แจงประชาสัมพันธ์ให้ได้ผลต้องใช้วิธีการใด และในช่วงเวลาใดจึงจะมีความเหมาะสม

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นขั้นตอนสำคัญในกระบวนการนโยบายสาธารณะ เป็นการนำการตัดสินใจนโยบายที่ได้กระทำไว้ไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติจะส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผู้ตัดสินใจ กลุ่มเป้าหมาย และหน่วยปฏิบัติ การนำนโยบายไปปฏิบัติควรมุ่งเน้นความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากร เนื่องมาจากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด และความก้าวหน้าในการพัฒนาประเทศ เพราะฉะนั้นหากจะตัดสินใจดำเนินการควรจะวางแผน และประชุมระดมความคิดเห็นให้ดีเพื่อประโยชน์และลดความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นต่อการบริหารงานต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)

1. ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ธุรกิจ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางด้านการผลิต การจำหน่าย และการบริการ ธุรกิจ

SMEs หรือ ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชน เป็นเจ้าของ ดำเนินการโดยเจ้าของเอง ไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใด ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพล ของบุคคล หรือธุรกิจอื่น มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำ และมีพนักงานจำนวนไม่มาก

SMEs ย่อมาจาก Small and Medium Enterprises ชื่อภาษาไทยคือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (บางที่เรียกว่าธุรกิจกลาง-เล็ก) ครอบคลุมกิจการ 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่

1) การผลิต (Product Sector) ครอบคลุมการผลิตในภาคเกษตรกรรม (Agricultural Processing) ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing) และเหมืองแร่ (Mining)

2) การค้า (Trading Sector) ครอบคลุมการค้าส่ง (Wholesale) และการค้าปลีก (Retail)

3) การบริการ (Service Sector)

การจำแนกกิจการของ SMEs

เกณฑ์ที่ใช้ในการจำแนกกิจการของ SMEs ว่าจะเป็นวิสาหกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อม คือ

1) มูลค่าชั้นสูงของสินทรัพย์ถาวร

2) จำนวนการจ้างงาน

การจำแนกประเภทของ SMEs โดยใช้มูลค่าชั้นสูงของสินทรัพย์ถาวร สามารถจำแนกได้ดังนี้

ประเภท	วิสาหกิจขนาดกลาง		วิสาหกิจขนาดย่อม	
	จำนวนการจ้างงาน (คน)	สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	จำนวนการจ้างงาน (คน)	สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)
กิจการการผลิต	51 – 200	เกินกว่า 50 - 200	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50
กิจการบริการ	51 – 200	เกินกว่า 50 - 200	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50
กิจการค้าส่ง	26 – 50	เกินกว่า 50 - 100	ไม่เกิน 25	ไม่เกิน 50
กิจการค้าปลีก	16 - 30	เกินกว่า 30 - 60	ไม่เกิน 15	ไม่เกิน 30

** หมายเหตุ หากจำนวนการจ้างงานของกิจการใดเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม แต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวร เข้าลักษณะของวิสาหกิจ ขนาดกลาง หรือจำนวนการจ้างงานเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลาง แต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม ให้ถือจำนวนการจ้างงาน หรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่าเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา

2. ความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ต่อระบบเศรษฐกิจ

SMEs คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นวิสาหกิจที่มีความเหมาะสม มีความคล่องตัวในการปรับ สภาพให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของประเทศอีกทั้งยังเป็นวิสาหกิจที่ใช้เงินทุนในจำนวนที่ต่ำกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ และยังช่วยรองรับแรงงานจากภาคเกษตรกรรมเมื่อหมดฤดูกาลเพาะปลูก รวมถึงเป็นแหล่งที่สามารถรองรับแรงงานที่เข้ามาใหม่เป็นการป้องกนการอพยพของแรงงานเข้ามาหางานทำในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งช่วยกระจายการกระจุกตัวของโรงงานกิจการวิสาหกิจในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลไปสู่ภูมิภาค ก่อให้เกิดการพัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในส่วนภูมิภาคและของประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

กล่าวโดยสรุป SMEs มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ คือ

1. ช่วยการสร้างงาน
2. สร้างมูลค่าเพิ่ม
3. สร้างเงินตราต่างประเทศ
4. ช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศ โดยการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ

5. เป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุน และสร้างเสริมประสบการณ์

6. ช่วยเชื่อมโยงกับกิจกรรมขนาดใหญ่ และภาคการผลิตอื่น ๆ เช่น ภาคเกษตรกรรม

7. เป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน

3. ปัญหาและข้อจำกัดของธุรกิจขนาดย่อม (SMEs)

1. ปัญหาด้านการตลาด SMEs ส่วนใหญ่มักตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่นหรือตลาดภายในประเทศ ซึ่งยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่งตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้าทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นหรือในประเทศที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น

2. ขาดแคลนเงินทุน SMEs มักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมาลงทุนหรือขยายการ ลงทุนหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนทั้งนี้เนื่องจากไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบและขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง

3. ปัญหาด้านแรงงาน แรงงานที่ทำงานใน SMEs จะมีปัญหาการเข้าออกสูง กล่าวคือ เมื่อมีฝีมือและมีความชำนาญมากขึ้นก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอการพัฒนาไม่ต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า

4. ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต โดยทั่วไป SMEs มักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อนเนื่องจากการ ลงทุนต่ำและผู้ประกอบการ/พนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาที่ทันสมัยจึงทำให้ขาดการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี

5. ข้อจำกัดด้านการจัดการ SMEs มักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารที่มีระบบใช้ประสบการณ์จาก การเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลักอาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงานการบริหารภายในลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง (หากธุรกิจไม่ใหญ่นัก) แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาเกิดขึ้นได้

6. ปัญหาการเข้าถึงบริการการส่งเสริมของรัฐ SMEs จำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็น ทางการ เช่น ผลิตตามบ้านผลิตในลักษณะโรงงานท้องแถวไม่มีการจดทะเบียนโรงงานทะเบียนพาณิชย์ หรือทะเบียนการค้าดังนั้นกิจการโรงงานเหล่านี้ จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ในเรื่องการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นเดียวกันแม้ว่ารัฐจะได้ลดเงื่อนไขขนาดเงินทุนและการจ้างงาน เพื่อจูงใจให้ SMEsเพียง 8.1 % เท่านั้นที่มีโอกาสได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐ

7. ปัญหาข้อจำกัดด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์การภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมพัฒนา SMEs ที่ผ่านมาได้ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมการส่งออก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อมบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ตลอดจนสมาคมการค้าและอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากและกระจายอู่ทั่วประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดของหน่วยงานดังกล่าว เช่น ในเรื่องบุคลากร งบประมาณ จำนวนสำนักงานสาขาภูมิภาคการให้บริการส่งเสริมสนับสนุนด้านต่าง ๆ จึงไม่อาจสนองตอบได้ทั่วถึงและเพียงพอ

8. ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล เนื่องจากปัญหาและข้อจำกัดต่าง ๆ ข้างต้น SMEs โดยทั่วไป จึงค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่าง ๆ เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐ ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด ฯลฯ

4. ผลกระทบต่อธุรกิจขนาดย่อม

จากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นตั้งแต่กลางปี 2540 ซึ่งเริ่มจากสถาบันการเงินก่อนจะลุกลามไปสู่ธุรกิจ เกือบทุกสาขาทั้งกิจการขนาดใหญ่และขนาดเล็กล้วนได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นด้วยกันทั้งสิ้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมซึ่งเป็นภาคการผลิตที่แท้จริงก็ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจเช่นเดียวกัน กลุ่ม SMEs ล้วนประสบปัญหาขาดสภาพคล่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้อำนาจซื้อการบริโภคของประชาชนลดน้อยลงเป็นผลให้กิจการ SMEs ต้องชะลอหรือลดการผลิต การจำหน่ายหรือถึงขั้นปิดกิจการไปในที่สุด โดยกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือ กลุ่ม SMEs ที่เป็นการรับช่วงการผลิตจากกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางที่ใช้เทคโนโลยีพึ่งพาจากต่างประเทศ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ เป็นต้น ส่วนกลุ่ม SMEs ที่พึ่งพาตนเองได้และมักจะใช้ภูมิปัญญาไทยเป็นพื้นฐานมาจากครอบครัวจะสามารถดำรงธุรกิจอยู่ได้ เนื่องจากกลุ่มนี้จะมีความคล่องตัวในเรื่องการจัดการ เทคนิคการผลิต การจำหน่าย ซึ่งมักจะมีความยืดหยุ่นในการปรับตัว เพื่อรับมือกับภาวะวิกฤติเศรษฐกิจได้ดีกว่า กลุ่ม SMEs ที่รับช่วงการผลิตจากบริษัทอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และขนาดกลาง แต่อย่างไรก็ตามกลุ่ม SMEs โดยทั่วไปก็ยังได้รับผลกระทบจากอำนาจซื้อและการบริโภคที่น้อยลงของประชาชน และมีปัญหาคือสภาพคล่องทางการเงิน ที่กระจายไปทั่วระบบเศรษฐกิจ หากภาครัฐไม่ยื่นมือเข้าไปช่วยเหลือ ผู้ประกอบการ SMEs เหล่านี้ก็จะทยอยปิดกิจการไปเรื่อย ๆ กระทั่ง กลายเป็นปัญหาเรื้อรังทางเศรษฐกิจและส่งผลต่อปัญหาสังคมในที่สุด

5. การส่งเสริมธุรกิจขนาดย่อมเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ

แนวทางการดำเนินงานเพื่อพัฒนาธุรกิจขนาดย่อมมีดังนี้

1. เพื่อบรรเทาปัญหาของธุรกิจขนาดย่อม มีแนวทางดำเนินการคือ

1.1 ปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาในจุดที่ธุรกิจขนาดย่อมมีปัญหา

1.2 สร้างเครือข่ายการปฏิบัติงานของหน่วยงานปฏิบัติการ

1.3 สร้างเครือข่ายการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้สนับสนุนซึ่งกันและกัน

2. พัฒนาธุรกิจขนาดย่อม ที่ดำเนินการอยู่แล้วให้ขยายตัวเจริญเติบโต มีแนวทางดำเนินการคือ

2.1 เน้นความเข้มข้นการพัฒนาไปสู่มาตรฐานสากล

2.2 เน้นกลไกการสนับสนุนเงินทุน การร่วมทุน และการระดมทุน ในตลาดหลักทรัพย์สำหรับธุรกิจขนาดย่อม

3. สร้างธุรกิจขนาดย่อม ที่มีอนาคต มีนวัตกรรม หรือเป็นธุรกิจขนาดย่อมด้านนโยบายการพัฒนาให้เกิด และเติบโตอย่างยั่งยืน มีแนวทางดำเนินการคือ

3.1 เน้นในเรื่องข้อมูลข่าวสารการลงทุนสาขาที่มีศักยภาพ

3.2 เน้นกลไกการส่งเสริมอย่างใกล้ชิดและครบวงจรในลักษณะการบ่มเพาะ

3.3 เน้นกลไกสินเชื่อเพื่อการเริ่มต้นกิจการ

3.4 เน้นกลุ่มเป้าหมายด้านนโยบาย

6. ประเภทของกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม

1. ธุรกิจการผลิต เป็นการที่ธุรกิจขนาดย่อมใช้ภูมิปัญญาแปรสภาพวัตถุดิบ ชิ้นส่วน อะไหล่ และปัจจัยนำเข้าต่างๆ จนกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูปเพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป ลักษณะการประกอบการของธุรกิจการผลิตที่เป็นธุรกิจขนาดย่อมจะเป็นโรงงานขนาดเล็ก เช่น โรงงานผลิตขนมโมจิ โรงงานทำทุเรียนกวน โรงงานทอผ้าพื้นเมือง เป็นต้น

2. ธุรกิจการจำหน่ายหรือธุรกิจการค้า เป็นการที่ธุรกิจขนาดย่อมทำหน้าที่ของคนกลางที่อยู่ในช่องจำหน่ายทั้งการค้าส่งและการค้าปลีก เช่น ร้านขายของชำ ร้านขายหนังสือ ร้านขายเครื่องใช้ในครัวเรือน ร้านขายเสื้อผ้า เป็นต้น

3. ธุรกิจให้บริการ เป็นการที่ธุรกิจขนาดย่อมตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าด้วยสิ่งที่ไม่มีตัวตนทางกายภาพ ธุรกิจขนาดย่อมที่เป็นธุรกิจให้บริการอยู่มากมายหลายชนิด เพราะเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มาก แต่ต้องอาศัยแรงงานและฝีมือของบุคลากร เช่น ร้านซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านตัดเสื้อผ้า ร้านตัดผม ร้านซักรีด เป็นต้น

7. การเริ่มต้นดำเนินธุรกิจขนาดย่อม

ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ต้องมีการวางแผนเพื่อเป็นแนวทางในการเริ่มต้นกิจการที่ดี ดังนี้

1. การประเมินตนเอง โดยประเมินว่าตนเองมีคุณสมบัติ ที่จะทำธุรกิจนั้นๆ หรือไม่ เช่น มีความรู้ ความสามารถ ขยันอดทน ซื่อสัตย์ ยอมรับความเสี่ยงในด้านต่าง ต้องหนักแน่น และกล้าตัดสินใจ

2. ตลาดเป้าหมาย คือ ต้องรู้ข้อมูลของลูกค้า โดยสำรวจความต้องการสินค้าหรือบริการจากลูกค้าว่ามีมากน้อยเพียงใด

3. คู่แข่งขัน คือ ควรต้องรู้ข้อมูลของคู่แข่ง เพราะในปัจจุบันมีธุรกิจจำนวนมาก ซึ่งจำเป็นต้องทราบว่า คู่แข่งเป็นอย่างไร จุดเด่น จุดด้อยของคู่แข่งอยู่ตรงไหน

8. การจัดตั้งธุรกิจขนาดย่อม

เมื่อทำการประเมินตนเอง ตลาดเป้าหมาย และคู่แข่งแล้ว ขั้นต่อไปคือ การจัดตั้งธุรกิจซึ่งวิธีการจัดตั้งธุรกิจแบ่งเป็นส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. การตั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมายของธุรกิจ ต้องมีความชัดเจน

2. รูปแบบขององค์กร มีหลายลักษณะคือ เป็นเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือ บริษัท

3. การหาแหล่งเงินทุน สามารถหาเงินทุนได้จาก 2 แหล่งคือ เงินทุนภายในและเงินทุนภายนอก

4. สินค้าหรือบริการที่จะผลิต ต้องสอดคล้องกับข้อมูลความต้องการของลูกค้า

5. การจัดจำหน่ายสินค้า ผู้ประกอบการควรดูความเหมาะสมของตลาดว่า จะจัดจำหน่ายในลักษณะใด

6. การจัดการทางการเงิน เป็นการวางแผนการใช้จ่ายเงินให้มีสภาพคล่อง

7. พนักงาน ผู้ประกอบการต้องบริหารจัดการดูแลพนักงานอย่างทั่วถึงและมีความยุติธรรม

9. ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากผลการดำเนินงานของธุรกิจตนเอง

ผู้ประกอบการ เป็นบุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ และสามารถหาช่องทางที่จะสร้างธุรกิจของตนเอง และพร้อมที่จะรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น ตั้งแต่ตัดสินใจที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจ ใน

การประกอบธุรกิจขนาดย่อม ต้องการผู้ประกอบการที่มีความสามารถหลาย ๆ ด้านซึ่งอาจพิจารณาลักษณะผู้ปะกอบการจากพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนี้

1. มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative) ในการเริ่มต้นธุรกิจ กล่าวคือ เป็นคนที่มองเห็นโอกาสและช่องทางในการสร้างธุรกิจขึ้นมาภายใต้สภาพแวดล้อมต่าง ๆ

2. เรียนรู้หรือสร้างนวัตกรรม (Innovation) ของการดำเนินธุรกิจ อันจะก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือบริการรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงกระบวนการผลิต การตลาด และการจัดการทรัพยากร เป็นต้น

3. ยอมรับความเสี่ยง (Risk) อันอาจจะเกิดขึ้นจากการขาดทุนหรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเป็นนักเสี่ยงอย่างมีหลักการ คือตัดสินใจอย่างฉับไวและรอบคอบด้วยข้อมูลที่เชื่อถือได้

4. มีความสามารถในการจัดการทั่วไป (General Management) ทั้งด้านการกำหนดแนวทางของธุรกิจและการจัดสรรทรัพยากร

5. มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน (Performance Intention) เพื่อสร้างความเจริญเติบโต และกำไรจากการดำเนินธุรกิจ

คุณสมบัติของผู้ประกอบการ

การประกอบธุรกิจขนาดย่อมให้ประสบผลสำเร็จ จะต้องอาศัยเจ้าของหรือผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติที่ดีเหมาะกับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ภายใต้ความไม่แน่นอนที่มีอยู่ตลอดเวลา

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (วิฑูรย์ สิมะโชคดี 2542 : 33) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของเถ้าแก่ใหม่ที่ประสบความสำเร็จได้มี 7 ประการ ดังนี้

1. ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส คือจะต้องเป็นผู้มองเห็นโอกาสและหาช่องทางทางการค้า ได้ตลอดเวลา แม้จะตกอยู่ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

2. ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องกล้าได้กล้าเสีย พร้อมที่จะดำเนินการทันทีเมื่อมองเห็นโอกาส อย่ามัวรีรอ มิฉะนั้น จะสายเกินไป ไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ

3. ต้องเป็นคนมีความคิดริเริ่ม หรือสร้างสรรค์ ในการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ออกสู่ตลาดที่มีสภาพ การแข่งขันสูง

4. ต้องเป็นคนที่ไม่ท้อถอยง่าย มีความอดทน โดยเฉพาะระยะเริ่มก่อตั้งธุรกิจจะต้องประสบกับปัญหามากมาย เถ้าแก่หรือผู้ประกอบการที่ยืนหยัดอยู่ได้ จะต้องเป็นคนที่มีความอดทนสูง

5. ต้องเป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และตื่นตัวอยู่ตลอดเวลาทำให้สามารถปรับตัวได้เสมอ

6. ต้องเป็นคนที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล ทำให้ธุรกิจมีทิศทางชัดเจน ไม่เดินทางออกนอกลู่นอกทาง สามารถมุ่งไปสู่อนาคต ด้วยเป้าหมายที่วางไว้อย่างแน่นอน

7. ต้องมีเครือข่ายดี เพื่อที่จะทำให้ได้ประโยชน์ทั้งด้านข้อมูล และการได้รับความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ จากเพื่อน ๆ หรือเครือข่ายได้เป็นอย่างดี

แฮทเท็น (Hatten 1997 : 31, 40) ได้กล่าวถึง ผู้จัดการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ จะต้องเป็นผู้มีลักษณะดังนี้

1. มีความอุตสาหะ (Perseverance)

2. มีความอดทน (Patience)

3. มีความสามารถในการคิดและแก้ปัญหา (Critical Thinking Skills) นอกจากนี้ Hatten ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติเฉพาะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่า จะต้องมีคุณสมบัติเฉพาะ ดังนี้

3.1 ความมุ่งมั่น ปรารถนาและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้ (Passion) มิฉะนั้นจะทำให้สูญเสียทั้งเงินทุน และเวลา

3.2 มีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤตด้วยการตรวจสอบทุกอย่างอย่างรอบคอบ (Determination) ไม่ปล่อยให้ตนเองตกอยู่ในโชคชะตาหรือพรหมลิขิตต้องเชื่อมั่นว่าตนเองจะฝ่าฟันอุปสรรคและประสบความสำเร็จได้ หากอุทิศเวลาและทำงานให้หนักเพียงพอ

3. 3 ต้องมีความรู้จริง รู้สึก (Knowledge) ในธุรกิจที่ลงทุน เพื่อจะสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ดังนั้น พอจะสรุปได้ว่า ลักษณะหรือคุณสมบัติที่ดีของผู้ประกอบการควรจะมีลักษณะดังนี้

- เป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มองเห็นอนาคตหรือโอกาสในการเลือกดำเนินธุรกิจและเห็นหนทางที่จะสร้าง ความเจริญเติบโตให้ธุรกิจนั้น ๆ ได้

- เป็นผู้มีความต้องการความสำเร็จสูง นั่นคือต้องมีความอุตสาหะ อดทน มุ่งมั่นไปสู่จุดหมายของธุรกิจ ด้วยความอดทน และจิตใจที่เข้มแข็ง ไม่มีคำว่าแพ้และท้อแท้ แม้ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ หรือในสภาพการแข่งขัน ที่รุนแรง จะพยายามใช้วิกฤตให้เป็นโอกาสเสมอ

- เป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการ ในรูปแบบใหม่ ๆ และมีคุณภาพ เพื่อนำออกสู่ตลาดได้เสมอ

- เป็นผู้มีความรู้และใฝ่รู้ ติดตามความเคลื่อนไหว หรือเปลี่ยนแปลงสภาพตลอดเวลาเพื่อเตรียมพร้อม และปรับตัวได้ตลอดเวลา

- เป็นผู้มีและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจตลอดเวลา นั่นหมายถึงการมีทักษะในด้านมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งจะช่วยเกื้อกูลธุรกิจให้อยู่รอดได้อย่างต่อเนื่อง

10. ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจขนาดย่อมประสบความสำเร็จ

จากการสำรวจตลาดพบว่าธุรกิจขนาดใหญ่จะได้เปรียบและมีโอกาสมากกว่าธุรกิจขนาดย่อม แต่ธุรกิจขนาดย่อมก็สามารถเผชิญกับปัญหาและดำรงอยู่ได้ สร้างความเจริญเติบโตโดยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และปัจจัยอื่นๆ ดังนี้

1. การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

การสร้างศักยภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยอาศัยองค์ประกอบต่อไปนี้

1. มีความยืดหยุ่น (Flexiblity) จากข้อจำกัดของธุรกิจขนาดใหญ่ที่แม้ว่า จะได้เปรียบธุรกิจเล็ก ในด้านการผลิตสินค้าได้เป็นจำนวนมาก ด้วยต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำกว่า แต่ก็ไม่อาจปรับเปลี่ยน การผลิตได้อย่างรวดเร็วเมื่อความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง เพราะการปรับเปลี่ยนแต่ละครั้งต้องจ่ายค่าใช้จ่ายสูง ไม่คุ้มทุน ในขณะที่ธุรกิจขนาดย่อมสามารถปรับตัวได้รวดเร็วกว่า ในการที่จะสนองความต้องการเฉพาะ ของลูกค้าด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า ฉะนั้นผู้ประกอบการจะต้องรู้จักใช้โอกาสนี้

2. สร้างนวัตกรรม (Innovation) นวัตกรรมในการผลิตหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ มักมีจุดเริ่มต้นมาจาก นักประดิษฐ์อิสระ และจากกิจการขนาดเล็กในขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่ มักจะพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว ซึ่งมีพื้นฐานการประดิษฐ์คิดค้น จากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กให้ดีกว่าเดิม และพยายามทำกำไร หรือหาผลตอบแทน จากการลงทุนในเครื่องจักร อุปกรณ์ และโรงงาน ผู้ประกอบกิจการขนาดเล็กจำเป็นต้องสร้างนวัตกรรม หรือสิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น รวมทั้งการปรับปรุงของเก่าให้ดีขึ้นด้วย จึงจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

2. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม (Small Business Administration (SBA)

แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

2.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีกว่าเดิม

2.2 นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) เสนอบริการที่แตกต่างและดีกว่าเดิมหรือเหนือกว่าคู่แข่งขัน

2.3 นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นการคิดค้นกระบวนการใหม่ ๆ ทั้งการผลิตสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.4 นวัตกรรมการบริหารจัดการ (Management Innovation) เป็นการคิดหาวิธีการ จัดการที่มีประสิทธิภาพใหม่ ๆ เพื่อจัดการกับทรัพยากรของกิจการให้ได้ประโยชน์สูงสุด

3. สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Close Relationship To Customers)

ในเมื่อธุรกิจขนาดเล็กอยู่ใกล้ชิดกับลูกค้า จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และเสนอสินค้าและบริการพิเศษให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้า

4. ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ (Product Quality)

ภายใต้สภาพการแข่งขันอย่างรุนแรงของธุรกิจ วิธีที่จะทำให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จได้ จะต้องผลิตสินค้าหรือบริการ ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับที่ลูกค้า ต้องการ ในราคาที่เต็มใจจะจ่าย โดยผู้ประกอบการจะต้องรักษาคุณภาพให้มีความสม่ำเสมอ ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าพอใจ และต้องการ มากกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งขัน ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องสร้างคุณภาพในตัวสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานเพราะไม่เพียงแต่ จะรักษาลูกค้าเดิมได้ยังเป็นการเพิ่มลูกค้าใหม่ได้อีกมาก นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาให้รอบคอบ ถึงสิ่งที่จะทำให้สามารถ ดำเนินการให้ประสบความสำเร็จได้ คือ

4.1 ขนาดของตลาดมีมากพอที่จะสร้างกำไรได้เพียงใด

4.2. มีเงินทุนหรือแหล่งเงินทุนเพียงพอเพียงใด

4.3. แสวงหาพนักงาน หรือลูกจ้างที่มีประสิทธิภาพได้หรือไม่ รวมถึงรักษาลูกจ้างที่ดีไว้ในองค์การต่อไปได้อย่างไร

4.4 มีข้อมูลที่ถูกต้อง เชื่อถือได้เพียงใด

แนวคิด ทฤษฎี ธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชน เป็นการร่วมมือกันเพื่อดำเนินการทางธุรกิจของคนในชุมชน ที่ไม่ใช้มุ่งเน้นแต่การสร้าง ผลกำไร แต่เน้นการเกิดประโยชน์กับชุมชนและสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยขณะเดียวกันสามารถแข่งขันด้านคุณภาพในการผลิตกับธุรกิจเอกชนได้ เป็นการประกอบการของชุมชน โดยชุมชนและเพื่อชุมชนตั้งแต่การระดมทุนต่าง ๆ การทำกิจการร่วมกัน การแบ่งปันผลประโยชน์ เกิดจากการใช้สิ่งที่มีอยู่ในชุมชนทั้งทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสิ่งแวดล้อม เพื่อการพึ่งตนเองและการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ดังนั้น ธุรกิจชุมชนจึงเป็นกิจกรรมที่บุคคล หรือองค์กรในชุมชนมีส่วนเป็นเจ้าของกิจการ และช่วยกันดำเนินการ มีการเรียนรู้และจัดการร่วมกัน เพื่อดำเนินการในกิจกรรมการผลิต แปรรูปการค้า และการบริหารที่สอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน อันจะนำไปสู่ชีวิต และความเป็นอยู่

ที่ดีขึ้นของคนในชุมชน แต่เป็นธุรกิจที่สามารถช่วยเหลือเศรษฐกิจของประเทศได้ในระดับหนึ่ง ธุรกิจในระดับนี้ ยังมีปัญหาที่ประสบอยู่ คือ

1) ไม่เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานรัฐหรือเอกชนอื่น ๆ เนื่องจากไม่มีกฎหมายรองรับ

2) การสนับสนุนจากภาครัฐไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริง เนื่องจากข้อมูลกลุ่มเป้าหมายและความต้องการไม่ชัดเจนรัฐบาลจึงกำหนดให้มีการออกกฎหมายรองรับการประกอบการ (อภิชัย พันธเสน, 2539)

1. ความหมายของธุรกิจชุมชน

อภิชัย พันธเสน (2539) ได้ให้ความหมาย ธุรกิจชุมชน หมายถึง ธุรกิจที่เป็นชุมชน เพื่อชุมชนและบริหารจัดการโดยชุมชนซึ่งเป็นการบริหารที่เน้นการกระทำในเชิงธุรกิจแตกต่างจากการกุศล หรือการช่วยเหลือเกื้อกูลในลักษณะสหกรณ์ ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจชุมชน จำเป็นต้องแข่งขันทั้งในด้านต้นทุนและคุณภาพกับกิจการที่แสวงกำไรของธุรกิจเอกชนตามปกติแต่ที่จำเป็นต้องจัดทำเป็นธุรกิจชุมชนเพราะสมาชิกของแต่ละคนไม่มีความสามารถ และความเข้มแข็งทางการเงินพอที่จะแข่งขันได้กับธุรกิจของเอกชน

ดิรก สาระวดี (2539) ได้ให้ความหมาย ธุรกิจชุมชน หมายถึง ชุมชนหรือสหกรณ์หรือใช้ชื่ออื่นโดยมีการจดทะเบียนหรือไม่ก็ตาม เป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมตัวโดยสมัครใจของประชาชนจำนวนหนึ่งเพื่อทำธุรกิจชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์และอุดมการณ์ร่วมกัน ดำเนินการโดยชุมชน กล่าวคือ สมาชิกมีส่วนร่วมในการลงทุน การบริหารจัดการ ร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน มีการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่องในกระบวนการทำงานเพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ ขององค์กร ทางด้านเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม มีผู้นำทางธรรมชาติทั้งชายและหญิงที่เกิดขึ้นโดยผ่านกระบวนการการทำงานร่วมกัน

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2539) ได้ให้ความหมาย ธุรกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนที่ต้องการกำไรและธุรกิจชุมชนนั้นจะต้องเป็นองค์กรหรือหน่วยธุรกรรมที่สมาชิกทุกคนครอบครองและควบคุมได้ หรือกรรมสิทธิ์ส่วนใหญ่เป็นของสมาชิกในชุมชนนั้น ๆจันทนา เกตุแก้ว (2539 อ้างถึงใน อเนก เหล่าโชติ, 2547) กล่าวว่า “ธุรกิจชุมชน” หมายถึงการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการคิด การบริหารจัดการ ทุกสิ่งเริ่มต้นจากชุมชน คือการระดมทุนการจัดการ และผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นสู่ชุมชน เป็นการทำธุรกิจเพื่อเรียนรู้พัฒนาคนและชุมชนควบคู่กัน เพื่อเป็นแนวทางของตนเองและการอยู่ร่วมกันของชุมชน และรูปแบบของธุรกิจที่จะเริ่มต้นจากผลผลิตที่มีในชุมชนเป็นหลัก

เศรษฐ สยาม (2540 อ้างถึงใน อเนก เหล่าโชติ, 2547) ให้ความหมายว่า ธุรกิจชุมชน หมายถึง ความพยายามของชาวบ้านในอันที่จะเพิ่มศักยภาพทางการผลิตและทางการตลาดการ

ดำเนินงานในเชิงธุรกิจจึงไม่ ใช่เพียงทำเพื่อกินเพื่อใช้ แต่ต้องมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มส่วนเกินให้มากขึ้นให้มีกำไร ยกระดับรายได้ของสมาชิก

ใจมานัส พลอยดี (2540) ได้ให้ความหมาย ธุรกิจชุมชน หมายถึง การดำเนินการโดยอาศัยปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในท้องถิ่นเป็นหลัก เป็นกิจกรรมที่เป็นทั้งการผลิตและการบริโภคเกื้อกูลกันเหมาะสมแต่วิถีชีวิตตลอดจนระบบนิเวศน์ของแต่ละชุมชน ธุรกิจชุมชนเกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่นเป็นหลักโดยมุ่งหวังให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ (decision making process) ในทุกขั้นตอนตั้งแต่การทำการผลิตจนถึงจัดจำหน่าย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของคนส่วนใหญ่ในชุมชน และเพื่อให้ชาวบ้านมีความพร้อมที่จะพึ่งพาตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจชุมชนนั้นนอกจากจะเกิดการรวมตัวของชาวบ้านและยังอาจเกิดจากการเข้ามีส่วนร่วมของสถาบันต่าง ๆ ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนองค์การพัฒนาเอกชนและฝ่ายวิชาการด้วยการเข้าร่วมเป็นที่ปรึกษาของชุมชน แต่ทั้งนี้หน่วยงานจากภายนอกเหล่านี้จำต้องมีการถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยีต่าง ๆ มาสู่ชุมชนด้วย ธุรกิจชุมชนไม่มีรูปแบบที่แน่นอนตายตัว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาวการณ์ของแต่ละชุมชน ดังนั้น จึงสามารถปรับเปลี่ยนไปได้ตาม
สถานการณ์

ปรียานุช ป้องภัย (2541 อ้างถึงใน อเนก เหล่าโชติ, 2547) ให้ความหมายว่า ธุรกิจชุมชนเป็นการผลิตสินค้าละบริการของชุมชน

อภิชัย พันธเสน (2545) กล่าวว่า “ธุรกิจชุมชน” หมายถึง ธุรกิจที่เป็นของชุมชนเพื่อชุมชนและบริหารจัดการโดยชุมชน

เอนก เหลาโชติ (2547) ได้ให้ความหมาย ธุรกิจชุมชน คือ กิจการที่บุคคลหรือองค์กรในชุมชนส่วนร่วมเป็นเจ้าของเพื่อดำเนินการในกิจกรรมการผลิต การค้า การบริการและการบริหารจัดการโดยประสานความร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ เพื่อการเรียนรู้แล้วมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการประกอบกิจการนั้น ๆ นำไปสู่การมีความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน

2. ลักษณะของธุรกิจชุมชน

ลักษณะของธุรกิจชุมชน มีความแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป และวิสาหกิจชุมชน โดยธุรกิจชุมชนมีลักษณะเฉพาะ ดังนี้

2.1 เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหาร ผู้บริหารหรือตัวแทนกลุ่มสามารถตัดสินใจในธุรกิจได้ทันที และรวดเร็ว เพราะการบริหารงานที่ไม่ซับซ้อน สามารถตัดสินใจปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และตลาด ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากสมาชิกของกลุ่มได้อย่างรวดเร็ว

2.2 รายได้จากยอดขายในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก ธุรกิจชุมชนจะทำการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ หรือผลิตสินค้าในปริมาณที่สามารถคุ้มทุน และได้กำไรเพื่อแบ่งให้แก่สมาชิกตามปกติโดยคำนึงถึงขนาดของตลาดที่มีอยู่เป็นสำคัญ จึงทำให้รายได้จากยอดขายไม่มากนัก แต่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินกิจการอยู่ได้อย่างราบรื่น และมีผลในการสร้างงานให้แก่สมาชิกเพื่อช่วยเสริมการดำรงชีพให้อยู่ได้ในบรรดาสมาชิก

2.3 ต้นทุนในการดำเนินกิจการต่ำ ธุรกิจชุมชนนั้นดำเนินงานโดยเน้นให้คนมีงานทำแต่ในสภาพการทำงานที่เป็นมิตร และมีความสุข จึงไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าจ้างมาก ในขณะเดียวกันต้นทุนในการจัดหาอุปกรณ์และเครื่องใช้เป็นไปตามความจำเป็นในการประกอบธุรกิจ ซึ่งเน้นการประหยัดไม่ฟุ่มเฟือย

2.4 การติดต่อและการให้บริการกับลูกค้าเป็นไปอย่างใกล้ชิดธุรกิจชุมชน ส่วนใหญ่ดำเนินงานโดยสมาชิกในชุมชน ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นไปในลักษณะเป็นกันเองและการเป็นเพื่อนบ้านช่วยให้ทราบความต้องการของลูกค้าโดยตรง สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้ทันท่วงที

2.5 การเริ่มต้นธุรกิจทำได้ง่าย ธุรกิจชุมชนสามารถเริ่มต้นได้ง่าย โดยคณะบุคคลที่ไม่ใช่เครือญาติ มีวัตถุประสงค์ที่จะทำธุรกิจร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มและชุมชน การที่มีบุคคลจำนวนหนึ่งสนใจทำธุรกิจร่วมกัน มีผลทำให้ปัญหาเงินทุนไม่เป็นอุปสรรคเพราะใช้เงินลงทุนไม่มาก ทุกคนเป็นสมาชิก ไม่มีเจ้าของผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว แต่อาจจะมีตัวแทนของกลุ่มที่ได้รับเลือกทำหน้าที่บริหารจัดการ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิก

2.6 แจกจ่ายสินค้าให้ผู้บริโภคกิจกรรมการส่งสินค้าจากแหล่งผลิตไปยังโรงงานอุตสาหกรรมหรือไปยังผู้บริโภค เรียกว่า การแจกจ่าย เป็นการทำให้สินค้าไหลสม่ำเสมอจาก ไร่นาป่า จากบ่อแร่จากโรงงานไปสู่ผู้ประสงค์จะใช้

ความแตกต่างระหว่างธุรกิจชุมชนกับธุรกิจทั่วไป

ธุรกิจชุมชน มีความแตกต่างจาก ธุรกิจทั่ว ๆ ไป แม้ว่าจะมีลักษณะบางประการที่มีความเหมือนกันและใกล้เคียงกัน อย่างไรก็ตาม “ธุรกิจชุมชน” มีลักษณะเฉพาะหรือเอกลักษณ์ของตัวเองซึ่งสามารถจำแนกความแตกต่างได้ดังนี้ (จุลศักดิ์ ชาญณรงค์, 2546)

1. เป้าหมายของการประกอบการ กล่าวคือ “ธุรกิจทั่ว ๆ ไป” จะมีเป้าหมายของการประกอบการอยู่ที่การแสวงหากำไร ในขณะที่ “ธุรกิจชุมชน” แม้จะมีมุ่งทำกำไรเช่นกัน แต่เป็นการทำกำไรที่ดำเนินไปควบคู่กับการพัฒนาคน ตลอดจนมีลักษณะของกิจกรรมที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรืออาจกล่าวว่า เป้าหมายของธุรกิจชุมชนมิได้หยุดอยู่เพียงการมีกำไร แต่ยังมุ่งไปสู่การใช้กำไรอย่างมี

คุณภาพ เพื่อสวัสดิการชุมชนและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ตลอดจนเพื่อพัฒนาวัฒนธรรมและจิตสำนึกของชุมชน เป็นต้น

2. ลักษณะการเป็นเจ้าของธุรกิจ โดย "ธุรกิจทั่ว ๆ ไป" จะมีเอกชน ซึ่งอาจเป็นบุคคลคนเดียวหรือคณะบุคคลเป็นผู้ลงทุน บริหารจัดการและเป็นเจ้าของ ในขณะที่ "ธุรกิจชุมชน" นั้นกลุ่มชาวบ้านและ/ หรือชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของ เป็นการลงทุนถือหุ้นของมหาชน ซึ่งเจ้าของและคนทำงานเป็นคนคนเดียวหรือกลุ่มเดียวกันในขณะเดียวกัน "ธุรกิจชุมชน" ก็มีลักษณะบางประการที่แตกต่างจากกิจกรรมอื่น ๆ ของชุมชน หรือของชาวบ้านด้วยกลุ่มคือ "ธุรกิจชุมชน" เป็นกิจกรรมที่มีตัวแปรภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย อาทิ ราคาสินค้า ความต้องการของตลาด เป็นต้น ซึ่งตัวแปรเหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอยู่เหนือการควบคุมของชาวบ้านหรือชุมชน อันเป็นผลทำให้กลุ่มชาวบ้านผู้ประกอบการต้องติดตามข่าวสารข้อมูลของตัวแปรภายนอกนี้อย่างใกล้ชิด

กล่าวโดยสรุป ความแตกต่างระหว่าง ธุรกิจชุมชน กับ ธุรกิจทั่วไป คือ เป้าหมายธุรกิจความเป็นเจ้าของและการถือครองทุน รวมทั้งปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่จะก่อให้เกิดอำนาจในการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด และการตัดสินใจอื่น ๆ รวมทั้งการขยายหรือเลิกกิจการ

แนวคิดและทฤษฎีการแข่งขันแบบเสรี

ระบบเศรษฐกิจที่เอกชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต มีเสรีภาพในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างเต็มที่ โดยที่รัฐบาลจะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องหรือแทรกแซงในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ รัฐทำหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกและการจัดสร้างสาธารณูปโภคต่างๆ ดังนั้นเอกชนจึงเป็นผู้ตัดสินแก้ปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจต่างๆ โดยใช้ระบบราคาหรือระบบตลาดช่วยในการตัดสินใจว่าจะผลิตอะไร ผลิตอย่างไร ทั้งนี้ราคาเป็นตัวกำหนดว่ามีผู้บริโภคมากน้อยเพียงใดหรือมีผู้ผลิตจำนวนเท่าใด ณ ราคานั้นๆ กำไรคือแรงจูงใจของการผลิต จึงทำให้ระบบเศรษฐกิจนี้มีการแข่งขันทางราคาสูงมากและเป็นไปอย่างเสรี ทั้งนี้เพราะราคาถูกกำหนดขึ้นมาจากอุปสงค์และอุปทานของตลาด

อังกฤษเป็นประเทศแรกที่ใช้ระบบนี้ เพราะมีความรุ่งเรืองทางด้านธุรกิจและอุตสาหกรรมมาก่อน ประชาชนชาวอังกฤษเองก็มีอาชีพทางด้านการค้ามาช้านานโดยใช้ทรัพยากรทั้งในและนอกประเทศมีอาณานิคมอยู่รอบโลก และภายใต้ระบบเศรษฐกิจในลักษณะนี้บุคคลมีเสรีภาพโดยสมบูรณ์ที่จะถือทรัพย์สินส่วนตัว มีเสรีภาพที่จะเลือกการบริโภคการตัดสินใจในการแก้ปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจ จะทำโดยผ่านระบบตลาดแข่งขัน โดยที่ราคาในตลาดจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความต้องการของสังคม

หลักการสำคัญของระบบเศรษฐกิจแบบเสรี ในระบบแบบเสรีมีหลักการที่สำคัญพอสรุปได้ดังนี้ (สาขาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2538, : 57)

1. การถือสิทธิ์ในทรัพยากร ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม หรือทุนนิยมยอมรับเรื่องกรรมสิทธิ์ คือ ยอมให้หน่วยธุรกิจหรือเอกชนเป็นเจ้าของทรัพย์สินและปัจจัยการผลิตได้ ผู้ถือกรรมสิทธิ์ในทรัพย์เหล่านี้จึงมีสิทธิเสรีภาพในการจัดกระทำใดๆ กับทรัพย์ของตนก็ได้

2. เสรีภาพในการประกอบการ ทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคลที่เป็นองค์การหรือหน่วยธุรกิจต่างมีเสรีภาพอย่างเต็มเปี่ยมในการประกอบการใดๆ เพื่อจัดดำเนินการกับปัจจัยการผลิตและทรัพย์สินของตนได้อย่างอิสระ ปราศจากการบังคับควบคุมจากสิ่งใดทั้งสิ้น

3. กำไรเป็นเครื่องจูงใจ ในระบบเศรษฐกิจแบบเสรี กำไรซึ่งเป็นส่วนของผลได้ที่เพิ่มขึ้นมาจากการลงทุนเป็นสิ่งสำคัญในการจูงใจให้หน่วยธุรกิจผู้ผลิตทำการผลิต โดยมุ่งนำเทคนิคใหม่ๆ ที่มาช่วยลดต้นทุนการผลิตมาใช้ในการดำเนินการ เพื่อที่จะได้กำไรสูงสุด ส่วนผู้บริโภคจะยึดเกณฑ์การเลือกบริโภคสินค้าและบริการที่จะนำความพอใจสูงสุด ด้วยการจ่ายเงินน้อยที่สุด โดยทำการเปรียบเทียบความต้องการของตนเองจากบรรดาสินค้าชนิดค่างๆ

4. กลไกของราคา ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีใช้ราคาเป็นตัวตัดสินปัญหาพื้นฐานด้านการผลิต คือ ผู้ผลิตตัดสินใจว่าจะผลิตอะไร เป็นจำนวนเท่าใด โดยดูแนวโน้มความต้องการของผู้จ่ายเงินซื้อสินค้าชนิดต่างๆ และดูระดับราคาสินค้าที่ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายซื้อ ถ้าผู้บริโภคต้องการสินค้าชนิดใดมากก็จะใช้เงินซื้อสินค้านั้นมาก แม้ราคาจะสูงก็ยังจะซื้ออยู่ เมื่อเป็นดงนั้นผู้ผลิตก็จะทุ่มทุนกำลังการผลิต ผลิตสินค้าชนิดนั้น เพราะแน่ใจว่าขายได้แน่นอน วิธีดูแนวโน้มของราคาและพฤติกรรมของผู้บริโภคนี้เองเป็นตัวกำหนดที่ผู้ผลิตใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจว่าจะผลิตอะไร ในปริมาณเท่าใด ราคาในระบบเศรษฐกิจเสรีจึงทำหน้าที่บ่งชี้และควบคุมการทำงานภายในระบบเศรษฐกิจจนกล่าวกันว่า ราคาทำหน้าที่แทนผู้บริโภค ชี้ทางให้ผู้ผลิตผลิตเฉพาะสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการ

5. บทบาทของรัฐ ระบบเศรษฐกิจแบบเสรี รัฐจะไม่มีบทบาทในทางเศรษฐกิจเลย รัฐทำหน้าที่เพียงด้านความยุติธรรมและป้องกันประเทศโดยที่รัฐบาลจะเป็นฝ่ายให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่เอกชนหรือผู้ผลิตสินค้าและบริการ ดังเช่น อดัม สมิธ ได้กำหนดและวางหน้าที่บางอย่างแก่รัฐดังนี้

- การป้องกันประเทศจากการรุกรานโดยใช้กำลัง ไม่ว่ารูปแบบใดๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ

- การคุ้มครองมิให้พลเมืองได้รับความอยุติธรรม หรือการกดขี่ข่มเหงจากการกระทำของพลเมืองด้วยกันเอง

- การสร้างสาธารณูปโภคต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อประชาชน

ข้อดีของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมมีดังนี้

- เกิดแรงจูงใจในการทำงานเพราะทำแล้วรายได้ตกเป็นของตนเอง

- เนื่องจากผู้ผลิตแต่ละรายต้องแข่งขันกันขายสินค้าและบริการให้มากที่สุด จึงต้องปรับปรุงเทคนิคการผลิตอยู่เสมอทำให้คุณภาพของงานและคุณภาพของสินค้าดีขึ้น

- ผู้ผลิตสินค้ามีเสรีภาพในการตัดสินใจว่าจะผลิตอะไร ผลิตอะไร และผลิตมาปริมาณเท่าใด

- ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ในราคาที่เป็นธรรมมากที่สุด

ข้อเสียของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม มีข้อบกพร่องหลายประการด้วยกัน คือ

- ทำให้การกระจายรายได้ของประชาชนไม่เท่าเทียมกัน เพราะบุคคลในสังคมต่างมีทรัพย์สินไม่เท่าเทียมกัน บุคคลที่มีทรัพย์สินมากย่อมมีความได้เปรียบบุคคลที่มีทรัพย์สินน้อยกว่าทั้งนี้เพราะทรัพย์สินเป็นแหล่งกำหนดรายได้ คนที่มีทรัพย์สินมากย่อมแสวงหารายได้จากทรัพย์สินของตนได้มาก โอกาสที่จะสร้างความเหลื่อมล้ำทางรายได้ของบุคคลในสังคมจึงมีมาก ซึ่งหากคนที่มีทรัพย์สินมากหรือที่เรียกว่า “นายทุน” เป็นบุคคลที่ขาดจริยธรรมแล้ว โอกาสที่นายทุนจะเอาเปรียบผู้อื่นย่อมมีมาก เพราะมักจะขาดจริยธรรมและคำนึงถึงแต่ประโยชน์ทางเศรษฐกิจและกำไรมากๆ เป็นสำคัญ จะส่งผลให้เกิดแรงกดดันและความระส่ำระสายทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม จึงมีผลให้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมต้องเสื่อมลงในบางประเทศ เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน เวียดนาม ฯลฯ ต้องเลิกล้มไปในที่สุด

- ในบางสถานการณ์ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมไม่สามารถจะนำมาใช้แก้ไขสถานการณ์ได้ เช่น ในภาวะฉุกเฉินหรือภาวะสงคราม หากรัฐบาลปล่อยให้เอกชนดำเนินการเศรษฐกิจเองโดยเสรี สถานการณ์ทางเศรษฐกิจอาจจะเลวลงกว่าที่เป็นอยู่ เช่น ประเทศอังกฤษสมัยสงครามโลกครั้งที่ 1 รัฐบาลต้องหันมาแทรกแซงกิจกรรมของเอกชน เพราะกลไกราคาใช้ไม่ได้ผล ทำให้เกิดการขาดแคลนสินค้าและบริการต่างๆจนต้องใช้วิธีปันส่วน

- ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม หากมีผู้ผลิตสินค้าและบริการน้อยราย โอกาสที่ผู้ผลิตที่จะรวมตัวกันเพื่อผูกขาดการผลิตสินค้าและบริการย่อมเป็นไปได้ง่าย เพราะรัฐบาลไม่สามารถจะเข้ามาแทรกแซงกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้ ผลเสียจะตกอยู่กับผู้บริโภคและผู้ใช้แรงงานซึ่งถูกเอาเปรียบ โดยการขึ้นราคาสินค้าให้สูง และกดค่าจ้าง ค่าแรงงานให้ต่ำ

แนวคิดและหลักการ ทางการบริหารPOSDCoRB

หลักการและแนวคิดของ POSDCoRB

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 กองทัพสหรัฐได้รวบรวมนักวิชาการเพื่อประเมินข้อผิดพลาดในการบริหารจัดการในกองทัพที่ผ่านมา เพื่อใช้ปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ลูเธอร์ กูลิค และ ลินดัล เออร์วิกค์ ก็เป็นหนึ่งในกลุ่มนักวิชาการที่ได้มารวมตัวกันครั้งนั้น ในปี ค.ศ. 1937 ลูเธอร์ กูลิค และ ลินดัล เออร์วิค (Luther Gulick and Lyndal Urwick) เป็นนักทฤษฎีที่อยู่ในกลุ่มการศึกษาการจัดการตามหลักการบริหาร ได้เสนอหลักที่เกี่ยวกับการบริหาร ซึ่งคนที่เป็นผู้บริหารจะต้องทำมีหน้าที่สำคัญอยู่ 7 ประการ คือ การวางแผนการจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การประสานงาน การรายงานและการงบประมาณ หรือเรียกสั้น ๆ ว่า “POSDCoRB” ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้(พิมลจรรย์ นามวัฒน์, 2544 : 22)

1. การวางแผน (Planning) คือ หน้าที่หรือบทบาท ในการกำหนดการทำงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคตว่า จะทำอะไร จะทำอย่างไร จะทำเมื่อไร ใครเป็นผู้ทำ จะใช้งบประมาณเท่าไร

2. การจัดองค์การ (Organizing) คือ การจัดโครงสร้างองค์การที่เกี่ยวกับเรื่องการกำหนดภารกิจหน้าที่ การแบ่งงานกันทำ การกำหนดอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบ การจัดสายการบังคับบัญชา การกำหนดขนาดของการควบคุม การจัดตั้งหน่วยงานหลัก (Line) และการจัดตั้งหน่วยงานที่ปรึกษา (Staff)

3. การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) คือ หน้าที่ที่เกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผนกำลังคน การสั่งการ การคัดเลือก การบรรจุแต่งตั้ง การปฐมนิเทศ การฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน การเลื่อนขั้น ลดขั้น การโยกย้าย และ การให้พ้นจากงาน

4. การสั่งการ (Directing) คือ การที่ผู้บังคับบัญชาสั่งให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงานตามแผนงานหรือตามที่ได้รับมอบหมายเพื่อให้การปฏิบัติงานดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจจะสั่งการด้วยวาจา หรือเป็นลายลักษณ์อักษรก็ได้

5. การประสานงาน (Coordinating) คือ หน้าที่ในการประสานกับหน่วยย่อยต่าง ๆ ที่มีอยู่ในองค์การให้ทำงานสอดคล้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งการประสานงานนั้นอาจทำได้โดยการจัดตั้งคณะกรรมการกลั่นกรองงาน การจัดโครงสร้างองค์การให้มีความชัดเจน การใช้วิธีการงบประมาณ เป็นต้น

6. การรายงานผลการปฏิบัติงาน (Reporting) คือ การรายงานความก้าวหน้า ปัญหาอุปสรรค ตลอดจนข่าวสารต่าง ๆ ขององค์การให้ทุกฝ่ายได้ทราบ เพื่อประโยชน์ในการติดตามการแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากการทำงาน

7. การบริหารงบประมาณ (Budgeting) คือ หน้าที่ในการจัดสรร การวางแผนงบประมาณให้กับองค์การ และหน่วยย่อยต่าง ๆ ให้มีงบประมาณที่เหมาะสมและเพียงพอในการทำงาน

POSDCoRB ใช้เพื่อสร้างกลไก และ โครงสร้างให้กับองค์กร จัดเตรียมบุคลากรที่มีความชำนาญต่างกันให้อยู่ในแผนกที่เหมาะสมกับองค์กร บุคลากรรู้หน้าที่ และ ผู้บริหารสามารถบริหาร และ สั่งการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ วางกรอบการทำงานให้องค์กรเพื่อเป็นแนวทางในการบริหาร ส่งเสริมการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกันภายในองค์กร

ข้อดีข้อเสียของ POSDCoRB

ข้อดี

- องค์กรมีโอการประสบผลสำเร็จบรรลุเป้าหมาย มีสายบังคับบัญชาเดียว
- สมาชิกองค์กรมีความเข้าใจวัตถุประสงค์องค์กร และ แบ่งสายงานชัดเจน ไม่สับสน
- ในหน่วยงานเดียวกัน มีความเข้มแข็ง เพราะเลือกสายอาชีพเดียวกันมาร่วมกันทำงาน
- ใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า ถูกที่ถูกงาน
- การประสานงานระหว่างหน่วยงานมีความสะดวก
- จัดเตรียมงบประมาณสนับสนุนแต่ละส่วนได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสีย

- เมื่อมีสายงานบังคับบัญชาที่ชัดเจน บางหน่วยงานอาจเลี่ยงปฏิบัติงานจนกว่าผู้บริการจะสั่งการลงมาโดยตรง
- อุปกรณ์หรือเครื่องมือบางชนิดที่อยู่นอกเหนือหน่วยงานตนเอง อาจต้องรอจนกว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบมาเป็นเมื่อการดำเนินงานให้
- ทุกคนล้วนอยากอยู่ในหน่วยงานบริหารหลัก ทำงานใกล้ชิดผู้บริหาร อาจเกิดความขัดแย้ง

การนำไปใช้ประโยชน์

1. หลักสกาลาร์ หรือสายการบังคับบัญชา
2. หลักเอกภาพในการบังคับบัญชา
3. หลักช่วงการบังคับบัญชา
4. หลักการเน้นที่จุดสำคัญ

5. หลักการจัดแบ่งแผนกงาน

6. หลักการเกี่ยวกับหน่วยงานหลักและหน่วยอำนวยการ

7. หลักการเกี่ยวกับศูนย์กำไร

แนวคิดหลักการตลาด 4P

ปกติการวางแผนการตลาดโดยใช้ 4P กลยุทธ์ทางการตลาดนั้นมีอยู่มากมาย แต่ที่เป็นที่รู้จักและเป็นพื้นฐานที่สุดก็คือการ ใช้ 4P (Product Price Place Promotion) ซึ่งหลักการใช้คือ การวางแผนในแต่ละส่วนให้เข้ากัน และเป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เลือกเอาไว้ให้มากที่สุด ในบางธุรกิจอาจจะไม่สามารถปรับเปลี่ยน ทั้ง 4P ได้ทั้งหมดในระยะสั้นก็ไม่เป็นไรเพราะ สามารถ ค่อยๆ ปรับกลยุทธ์จนได้ ส่วนผสมทางการตลาดได้เหมาะสมที่สุด (4P อาจจะเรียกว่า marketing mix)

1. Product

P ตัวแรกก็คือ Product ซึ่งก็คือสินค้าหรือบริการที่เราสามารถเสนอให้ลูกค้าได้ การจะกำหนดสินค้าหรือบริการได้นั้นเราต้องทราบความต้องการของตลาด เพื่อจะได้คาดเดาทิศทางของการออกสินค้าใหม่ๆได้ หรือเราอาจมองหาโอกาสจากช่องว่างทางการตลาด ปรับประยุกต์สินค้าเดิมให้กลายเป็นสินค้าใหม่ที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน แต่ที่สำคัญคือต้องตอบโจทย์ให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี เรามีทฤษฎีทางการตลาดมากมายเกี่ยวกับ Product แต่สิ่งนึงที่แม่ค้าผู้น่า Like ได้เน้นมาตลอดก็คือ การสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า (Differentiate) เพราะถือเป็นช่องทางที่สามารถเอาชนะสินค้าอื่นๆได้อย่างสมศักดิ์ศรี และลูกค้าก็สามารถจดจำเราได้ด้วยความโดดเด่นของเราเอง

สินค้าหรือบริการที่เราจะเสนอให้กับลูกค้าแนวทางการกำหนดตัว product ให้เหมาะสมก็ต้องดูว่ากลุ่มเป้า หมายต้องการอะไร เช่นต้องการน้ำผลไม้ที่ สะอาด สด ในบรรจุภัณฑ์ถือสะดวก โดยไม่สนรสชาติ เราก็ต้องทำตามที่ลูกค้าต้องการ ไม่ใช่ว่าเราชอบหวานก็จะพยายามใส่น้ำตาลเข้าไปแต่โดยทั่วไปแนวทางที่จะทำสินค้าให้ขายได้มีอยู่สองอย่างคือ

1. สินค้าที่มีความแตกต่าง โดยการสร้างความแตกต่างนั้น จะต้องเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จริงว่าต่างกันและ ลูกค้าตระหนักและชอบในแนวทางนี้ เช่นคุณสมบัติพิเศษ รูปลักษณ์ การใช้งาน ความปลอดภัย ความคงทนโดยกลุ่มลูก ค้าที่เราจะจับก็จะเป็นลูกค้าที่ไม่มีการแข่งขันมาก(Niche market)

2. สินค้าที่มีราคาต่ำนั่นคือการยอมลดคุณภาพในบางด้านที่ไม่สำคัญลงไป เช่นสินค้าที่ผลิตจากจีน จะมีคุณภาพไม่ดี นักพอใช้งานได้ แต่ถูกมากๆหรือ สินค้าที่เลียนแบบแบรนด์ดังๆ ในซุปเปอร์สโตรต่างๆ จริงๆแล้วสำหรับนักธุรกิจมือ ใหม่ควรเลือกในแนวทาง สร้างความแตกต่าง

มากกว่า การเป็นสินค้าราคาถูกเพราะ หากเป็นด้านการผลิตแล้วรายใหญ่ จะมีต้นทุนการผลิตที่ถูกกว่ารายย่อย แต่หากเป็นด้านบริการ เราอาจจะเริ่มต้นที่ราคาถูกก่อน แล้วค่อยๆ หาตลาดที่ราย ใหญ่ไม่สนใจ

2. Price

P ตัวที่สอง คือ Price หรือราคา เรื่องเงินๆทองๆถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับการขายของเลยก็ว่าได้ เพราะฉะนั้นราคานี่แหละเป็นตัวที่สามารถสร้างรายได้เข้ามาให้เรา การตั้งราคาจึงเป็นสิ่งสำคัญมากในการค้าขาย เพราะราคาจะต้องเหมาะสมกับคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่เรามีให้ ถ้าเราต้องราคาสูงเกินกว่าคุณภาพสินค้า ลูกค้าที่ไหนจะซื้อของเรา แต่ถ้าเราต้องราคาต่ำกว่าคุณภาพสินค้าสุดท้ายเราก็จะเป็นคนที่เสียผลประโยชน์ซะเอง ดังนั้น การจะตั้งราคาเราจำเป็นต้องมีการศึกษาและสำรวจก่อนว่า ตัวเลขที่เราตั้งขึ้นเป็นราคาที่ลูกค้าพึงพอใจจะจ่ายหรือไม่

วิธีกำหนดราคาก็มีอยู่ด้วยกัน 3 แบบ คือ

1. กำหนดราคาตามลูกค้า คือการกำหนดราคาตามที่เราคิดว่าลูกค้าจะเต็มใจจ่ายซึ่งอาจจะได้มาจากการทำสำรวจหรือแบบสอบถาม

2. กำหนดราคาตามตลาด คือการกำหนดราคาตามคู่แข่งในตลาด ซึ่งอาจจะต่ำมากจนเราจะมีกำไรน้อยดังนั้นหาก เรา คิด ที่จะกำหนดราคาตามตลาด เราอาจจะต้องมานั่งคิดคำนวณย้อนกลับว่า ต้นทุนสินค้าควร เป็นเท่าไรเพื่อจะได้กำ ไร ตามที่ตั้งเป้า แล้วมาหาทางลดต้นทุนลง

3. กำหนดราคาตามต้นทุน+กำไร วิธีนี้เป็นการคำนวณว่าต้นทุนของเราอยู่ที่เท่าใด แล้วบวกค่าขนส่ง ค่าแรงของเรา บวกกำไร จึงได้มาซึ่งราคา แต่หากราคาที่ได้มาสูงมาก เราอาจจำเป็นต้องมีการทำประชาสัมพันธ์ หรือปรับภาพลักษณ์ ให้เข้ากับราคานั้น

3. Place

P ตัวที่สาม คือ Place หรือสถานที่จัดจำหน่าย เรียกง่ายๆก็คือว่า เรามีวิธีการขายยังไง สินค้าโชว์อยู่ที่ไหน ส่งให้ลูกค้าอย่างไร อันนี้ถ้าเป็นหน้าร้านจริงๆอาจต้องมีการเลือกสรรทำเลที่เหมาะสมด้วย แต่ถ้าเป็นร้านค้าออนไลน์ ช่องทางการจัดจำหน่ายของเราก็คือเว็บไซต์ หรือบางร้านก็อาจจะขายผ่านทาง Facebook Fan page แล้วก็ส่งสินค้าผ่านทางไปรษณีย์

ถ้าเป็นร้านค้าออนไลน์ เรื่อง Place จะไม่ใช่ปัญหาใหญ่เลยเมื่อเทียบกับการเปิดหน้าร้านจริง

4. Promotion

P ตัวสุดท้ายก็คือ Promotion อันนี้น่าจะเป็นตัวที่ทุกคนคุ้นเคยมากที่สุด ทั้งในฐานะพ่อค้าแม่ค้า และในฐานะลูกค้าเลย เพราะเมื่อไหร่ที่ได้ยินคำว่า Promotion เราจะรู้สึกว่ามันคือการลด

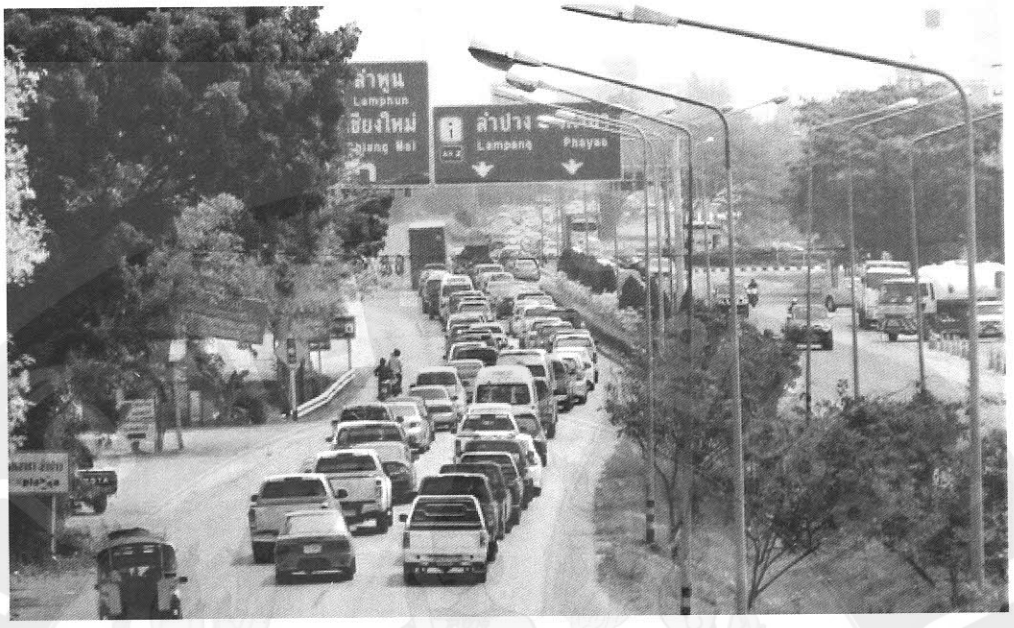
ราคา แต่ความจริงแล้ว Promotion มีอะไรมากกว่านั้น เพราะมันรวมถึงกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ ด้วย เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา ใบปลิว โปสเตอร์ และการลดแลกแจกแถม นอกจากนี้ยังมีอะไรอีกหลายอย่างให้เราได้นำมาใช้

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าโลกแห่งธุรกิจก็คือโลกของการแข่งขันที่ทำให้นักธุรกิจทั้งหลายต่างหยุดนิ่งอยู่กับที่ไม่ได้ ต้องคอยพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตามกระแสอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกคน และหลักการ 4P นี้ ก็เรียกว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สามารถนำมาใช้ได้เสมอในโลกแห่งธุรกิจเสมอ

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ กาดทุ่งเกวียน

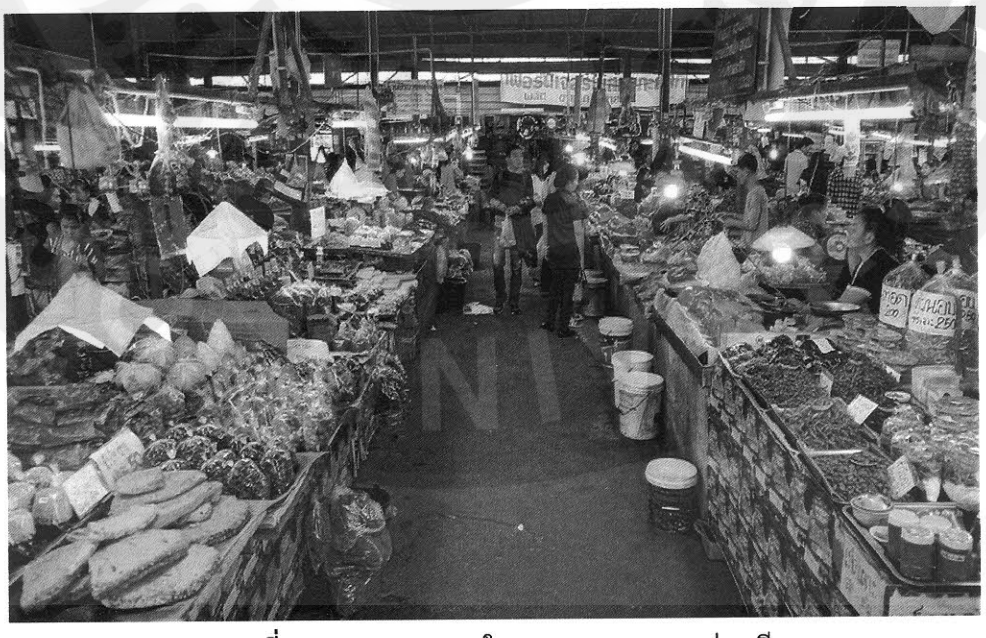
ตลาดทุ่งเกวียน หรือ กาดทุ่งเกวียน คือกาดทุ่งเกวียน ตั้งอยู่ที่ ตำบลเวียงตาล อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ตั้งอยู่ริมทางหลวงสาย เชียงใหม่-ลำปาง อยู่ห่างจากกรุงเทพประมาณ 613 กม. ใช้เวลาเดินทางจากกรุงเทพประมาณ 7 ชั่วโมง 24 นาที อยู่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 35.5 กม.ใช้เวลาเดินทางตัวจังหวัดประมาณ 34 นาที ซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารแปลกนานาชนิด โดยเฉพาะอาหารที่มาจากป่า (แต่ปัจจุบันนี้อาหารป่านั้นอาจจะมีน้อยลงกว่าสมัยก่อน) ตลาดแห่งนี้ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของอำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

ภาพที่ 1 ป้ายทางเข้าตลาดของฝาก



ภาพที่ 2 ถนนสายเชียงใหม่-ลำปาง (ทางลงขุนตาล) มุ่งหน้าลงไปกาดทุ่งเกวียน

ตลาดทุ่งเกวียน ตั้งอยู่ในเขตอำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง หากใครได้มาเที่ยวทางภาคเหนือ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 จะต้องผ่านกาดทุ่งเกวียนแห่งนี้แน่นอน ที่นี้เป็นแหล่งรวมร้านขายของป่า เช่น พวกเนื้อสัตว์ป่า สัตว์ป่า ประเภทแย้ แลน แคบหมู น้ำพริกหนุ่ม อาหารหมักดอง เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีของฝากอื่นๆ มากมายเช่น สินค้าพื้นบ้าน สินค้าหัตถกรรม OTOP ศูนย์รวมเซรามิค ลำปาง ของที่ระลึก เสื้อผ้าต่างๆ เปิดบริการ ตั้งแต่เวลา 06.00 น- 19.00 น.



ภาพที่ 3 บรรยากาศภายในตลาดสดของกาดทุ่งเกวียน

จุดเด่น และลักษณะตลาด ตลาดทุ่งเกวียน หรือ กาดทุ่งเกวียน คือตลาด ตั้งอยู่ริมทางหลวงสาย เชียงใหม่-ลำปาง ซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารแปลกนานาชนิด โดยเฉพาะอาหารที่มาจากป่า(แต่ปัจจุบันนี้อาหารป่านั้นอาจจะมีน้อยลงกว่าสมัย ก่อน)ตลาดแห่งนี้ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของอำเภอ ห้างฉัตร จังหวัดลำปางตลาดทุ่งเกวียนเป็นตลาดซื้อขายสินค้าของป่าขนาดใหญ่ มีพื้นที่กว้างขวาง มีสินค้าให้เลือกซื้อจำนวนมาก ทั้งของฝาก ของที่ระลึก สินค้าผัก ผลไม้ และของป่าหายาก ภายในตลาด มีการจัดทำหลังคามุงกันแดด และฝนมีลานจอดรถหน้าตลาดมีบริการห้องน้ำให้กับนักท่องเที่ยว

ตลาดทุ่งเกวียนจะแบ่งออกเป็น 6 โซน1. โซนสินค้า OTOP อาทิทุเรียน, ทอดกรอบ, ข้าวแต๋น, ข้าวซอยตัด, ลำไยอบแห้ง อื่นๆ 2.โซนของฝาก แคบหมู น้ำพริกหนุ่ม ไส้อั่ว 3.โซนของป่า พอค่า-แม่ค้าเอาของป่ามาขายเนื้อไก่ป่า หมูป่า และหน้าฝนจะมีเห็ดถอบ แมงมันด้วย ซึ่งมีเฉพาะหน้าฝนเท่านั้น 4.โซนเซรามิก ลำปางมีราคาตั้งแต่ 25 บาทขึ้นไป 5. โซนเสื้อผ้าพื้นเมือง มีทั้งของเด็กไปจนถึงของผู้ใหญ่ มีหลายแบบให้เลือกซื้อ6.เครื่องไม้ต่างๆๆ ของขายยอดฮิตที่สุดในกาดทุ่งเกวียนนั้น ก็คือ แคบหมู กับน้ำพริกหนุ่ม แล้วก็ไส้อั่ว มีร้านขายแบบนี้หลายร้าน ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะแวะที่กาดทุ่งเกวียนตอนขากลับจากการเที่ยวเหนือ เพราะอย่างที่กล่าวไว้กาดทุ่งเกวียนได้รวมของฝากไว้อย่างมากมายมาที่เดียวจบ เพราะฉะนั้นตลาดทุ่งเกวียนที่ลำปางนี้ จึงเป็นจุดแวะซื้อของฝากยอดฮิตสำหรับคนที่เดินทางกลับจากเหนือนั่นเอง

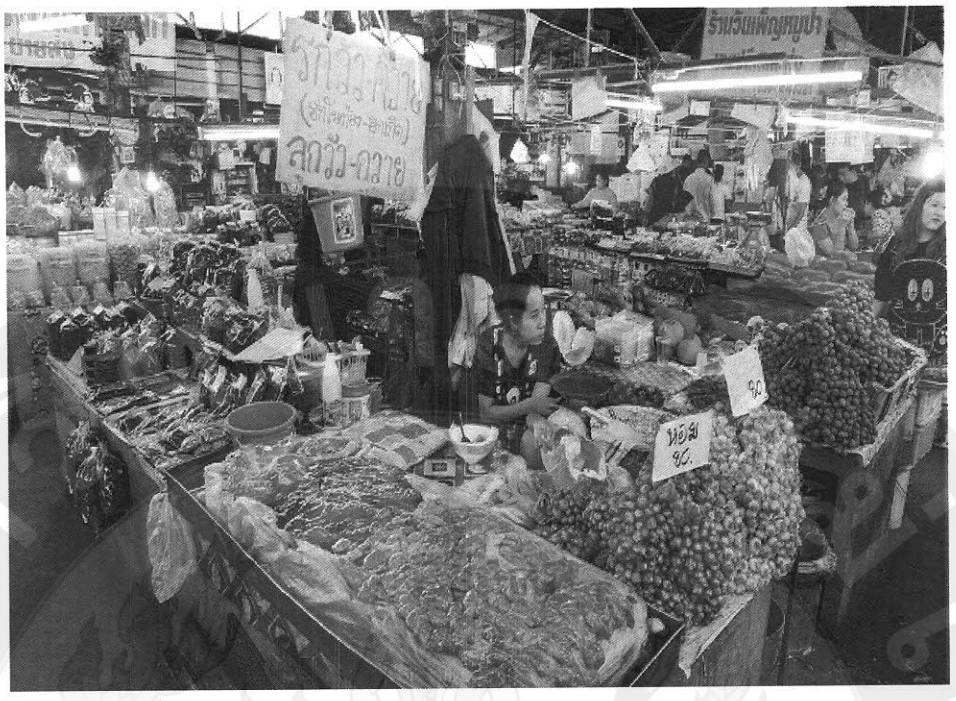
กาดทุ่งเกียน หรือตลาดทุ่งเวียนจะเป็นตลาดที่เล็กๆ ริมถนนหลวงสายเชียงใหม่ – ลำปาง ปัจจุบันเป็นที่รู้จักแพร่หลายเหล่าบรรดานักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดทางภาคเหนือมักจะแวะเวียนซื้อของฝาก หรือซื้ออาหารสดนำไปเป็นของฝาก และรับประทาน จากการบอกปากต่อปากของนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านถนนสายนี้บ่อยๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นทุกวัน และยิ่งช่วงเทศกาล ไม่ต้องให้พูดถึงสถานที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวก็ยังคงหลั่งไหลแวะซื้อของจากตลาดทุ่งเกวียนอย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 4 โซนสินค้า OTOP อาทิทุเรียนทอดกรอบ, ข้าวแต๋น, ข้าวซอยตัด, ลำไยอบแห้ง อื่นๆ

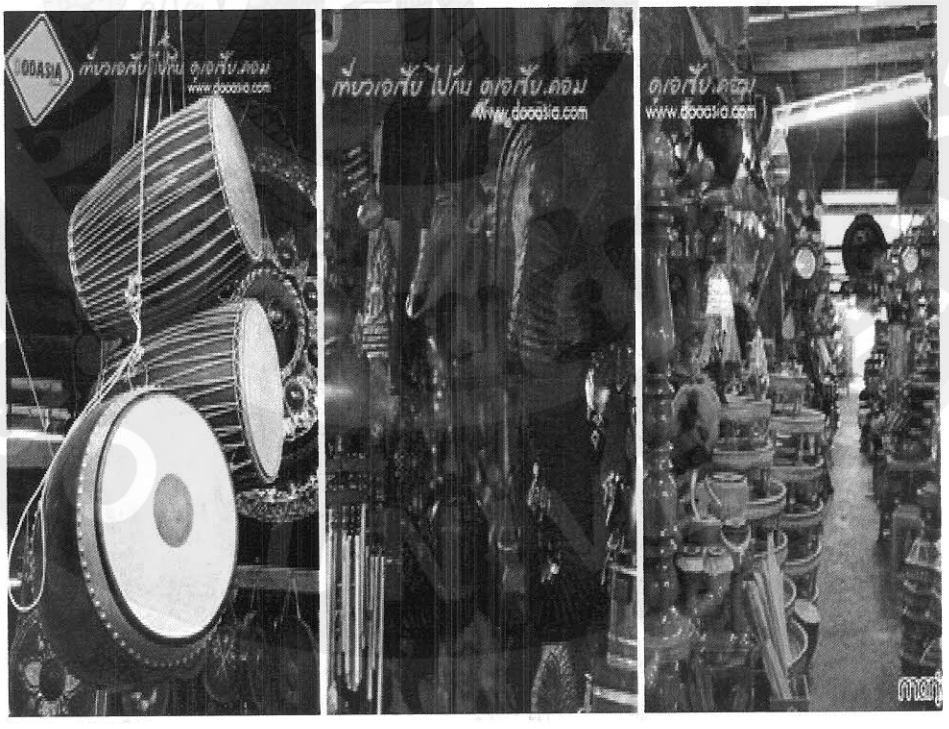
ภาพที่ 5 โซนของฝาก แคบหมู น้ำพริกหนุ่ม ไส้อั่ว

ภาพที่ 6 โซนเสื้อผ้าพื้นเมือง มีทั้งของเด็กไปจนถึงของผู้ใหญ่ มีหลายแบบให้เลือกซื้อ

ภาพที่ 7 โซนเซรามิก ลำปางมีราคาตั้งแต่ 25 บาทขึ้นไป



ภาพที่ 8 โซนของป่า พอค่า-แม่ค้าเอาของป่ามาขายเนื้อไก่ป่า หมูป่า และหน้าฝนจะมีเห็ดถอบ แมงมันด้วย ซึ่งมีเฉพาะหน้าฝนเท่านั้น



ภาพที่ 9 เครื่องไม้ต่างๆ

กรณีศึกษา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บงกช หงส์คำมี (2536 อ้างถึงใน อเนก เหลาโชติ, 2547) ได้ทำการศึกษาองค์ประกอบในการดำรงอยู่ของกลุ่มธุรกิจขนาดย่อมในชุมชน ผลการศึกษาพบว่าในการจัดตั้งกลุ่มธุรกิจชุมชนที่สามารถทำให้กลุ่มขนาดย่อม ดำรงอยู่นั้นมีองค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบด้านพัฒนาการกลุ่ม การจัดตั้งกลุ่มนั้นเกิดขึ้นจากปัญหาและความต้องการของสมาชิกกลุ่ม มิใช่เป็นการจัดตั้งจากนโยบาย และความต้องการขององค์กรภายนอกกลุ่มนี้มีการดำเนินงานในลักษณะกลุ่มมาโดยตลอด กลุ่มมีความสามารถปรับตัว และแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระของกลุ่ม

2. องค์ประกอบในด้านบริหารจัดการกลุ่ม กลุ่มมีการจัดองค์กรมีการแบ่งบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบชัดเจน ผู้นำกลุ่มมีความเป็นประชาธิปไตย สมาชิกและคณะกรรมการมีส่วนร่วมกันในทุก ๆ ขั้นตอนการทำงาน ด้านการตลาด นั้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกน้อยกว่าด้านอื่น ๆการบริหารจัดการกลุ่มมีประสิทธิภาพปานกลาง และสามารถบรรลุประสิทธิผลของกลุ่ม

3. องค์ประกอบในด้านสภาพแวดล้อมในการดำรงอยู่ของกลุ่ม เพราะกลุ่มมีความสัมพันธ์และสามารถประสานทรัพยากรจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกชุมชนและขณะเดียวกันสภาพแวดล้อมภายนอกก็ต้องการผลประโยชน์ตอบแทนจากกลุ่ม

4. องค์ประกอบในด้านสวัสดิการภายในกลุ่ม กลุ่มดำรงอยู่ได้เพราะมีการจัดสวัสดิการภายในกลุ่มให้กับสมาชิกเพื่อสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการช่วยเหลือให้คำปรึกษาทางความคิด ด้านการมีงานทำ การมีรายได้ การส่งเสริมความมั่นคงของครอบครัวและชุมชน

5. องค์ประกอบในด้านบริหารจัดการการตลาดและทุน กลุ่มดำรงอยู่ได้เพราะมีการบริหารจัดการทางด้านการตลาด และปริมาณการผลิต การกำหนดราคา และการประชาสัมพันธ์ด้านการตลาด นอกจากการบริหารจัดการการตลาดแล้ว กลุ่มสามารถระดมทุนทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน กลุ่มสามารถบริหารจัดการ ให้มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอที่จะใช้จ่ายในการผลิตและกองทุนของกลุ่มเพิ่มขึ้น

6. องค์ประกอบในด้านการบริหารจัดการผลิต กลุ่มดำรงอยู่ได้ เพราะสามารถจัดการองค์กรการผลิตโดยเฉพาะในครัวเรือน ต้นทุน แรงงาน วัตถุดิบ ช่วงเวลาการผลิตทักษะประสบการณ์ในการผลิตให้สอดคล้องกับสภาพครัวเรือนในชุมชน และใช้ต้นทุนต่ำและให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

บงกช หงส์คำมี (2537) เรื่ององค์ประกอบในการดำรงอยู่ของกลุ่มธุรกิจชุมชนขนาดย่อมในชุมชน : ศึกษาเฉพาะกรณีกลุ่มทอผ้าสีธรรมชาติ หมู่บ้านหนองขาม ตำบลนาชุมแสง อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบในการดำรงอยู่ของกลุ่มธุรกิจขนาดย่อมได้แก่

1. พัฒนาการกลุ่ม : การจัดตั้งกลุ่มเกิดจากความต้องการของสมาชิก

2. การบริหารจัดการกลุ่ม : สมาชิกและคณะกรรมการมีส่วนร่วมในทุก ๆ ขั้นตอนการทำงาน

3. สภาพแวดล้อมในการดำรงอยู่ของกลุ่ม : กลุ่มสามารถประสานทรัพยากรจากภายในและภายนอกกลุ่ม

4. สวัสดิการภายในกลุ่ม : กลุ่มให้ความช่วยเหลือปรึกษาทางความคิด การมีงานทำการมีรายได้5. การบริหารการจัดการตลาดและทุน

5. การบริหารจัดการการผลิต ซึ่งมีแนวทางการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของสมาชิก จัดการอย่างมีระบบในการบริหารเพื่อเอื้อต่อการพึ่งตนเองได้

ศรันยา แก้วพรรณนา (2537) ได้ศึกษาบทบาทกลุ่มสตรีทอผ้าไหมในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในชนบท : ศึกษาเฉพาะกรณีบ้านนาเสียว ตำบลนาเสียว อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิผลการศึกษาพบว่า บทบาทของกลุ่มต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ได้แก่

1. การส่งเสริมและสนับสนุนประสิทธิภาพการผลิต

2. การพัฒนาสมาชิก

3. การตลาด

4. การพัฒนาอาชีพ รายได้ การมีงานทำ

5. การส่งเสริมการมีงานทำของสตรีในหมู่บ้านการมีกิจกรรมนำไปสู่การเกิดขึ้นของกลุ่มผู้นำรุ่นใหม่ เป็นการผสมผสานวิธีการผลิตของกลุ่มผู้นำรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่ เพื่อให้เกิดการสืบทอด

รัชชัย ศรีลาภ (2540 อ้างถึงใน ทวีศักดิ์ นพเกษร, 2541) ได้ศึกษาเรื่อง การประกอบธุรกิจชุมชนในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัว : ศึกษากรณีบ้านเสียว ตำบลหัวงัว อำเภอยางตลาดจังหวัดกาฬสินธุ์ ได้สรุปไว้ดังนี้ชาวบ้านเสียวประกอบอาชีพทำนาเป็นหลัก รายได้จากการทำนาไม่พอกับค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิต จึงซื้อเศษผ้าจากโรงงานอุตสาหกรรมที่มีจำหน่ายตามร้านค้าในกรุงเทพมหานครเย็บเป็นเครื่องใช้ในครัวเรือนและจำหน่ายเป็นอาชีพเสริม เริ่มจากปี พ.ศ. 2533 - 2535 เป็นช่วงเริ่มต้นและขยายกลายเป็นธุรกิจขนาดย่อมของชุมชนในปี พ.ศ. 2536 - 2539 แล้วประสบปัญหาในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัวตั้งแต่กลางปี พ.ศ. 2540 จนถึงปัจจุบันกระบวนการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าตามลักษณะของธุรกิจขนาดย่อมในชุมชนไม่ค่อยสลับซับซ้อนเท่าใดนักโดยผู้ประกอบธุรกิจจัดหาทุน อุปกรณ์ แรงงาน และตลาดด้วยตนเอง ผลิตภัณฑ์จากผ้าประกอบด้วยเครื่องนอน ผ้าคลุมผ้าปูที่นอน ผ้าม่าน เสื้อผ้า และเครื่องใช้ในครัวเรือนอื่น ๆ เมื่อผลิตได้ปริมาณมากแล้วจึงบรรทุกผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายทั่วประเทศเที่ยวละ 7 - 15 วัน โดยผู้ประกอบธุรกิจนำไป
จำหน่ายเอง และมีพ่อค้าในชุมชนรับไปจำหน่ายตามที่ตกลงกันรายได้จากการประกอบอาชีพนี้ทำให้ฐานะความเป็นอยู่ของชาวบ้านดีขึ้นตามอัตภาพ โดยเฉพาะผู้ประกอบธุรกิจรายใหญ่ที่ลงทุนมากมีรายได้ค่อยข้างดี ผู้ประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าซึ่งมีจำนวนประมาณร้อยละ 80 ของแต่ละ

ชุมชนประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องในชุมชน เนื่องจากต้นทุนการผลิตและจำหน่ายสูงขึ้นแต่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลับลดลง และเจ้าของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้วยระบบเงินผ่อนมากเกินไปเมื่อเก็บเงินจากลูกค้าไม่ได้จึงส่งผลกระทบไปทั้งชุมชน

เทียบ เหล่าสุวรรณ (2541) ได้ศึกษาลักษณะองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชนในชนบทแห่งหนึ่งที่สามารถพึ่งตนเองได้ในทางธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตรท่านางแมว อำเภอวงน้อย จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า สหกรณ์ใช้กลุ่มเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนประกอบธุรกิจภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสามขา คือ ทุน การผลิต การตลาด ลักษณะองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจของสหกรณ์ ได้แก่ การจัดการเงินทุน การจัดการผลิต การแปรรูปการจัดการตลาด ทั้งนี้ การจัดการธุรกิจในแต่ละด้าน สหกรณ์เน้นกระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง โดยการสรุปบทเรียนร่วมกันอย่างต่อเนื่องผสมผสานกับการจัดการสมัยใหม่ที่กระทำผ่านขั้นตอนการจัดการ คือ การตัดสินใจ กาวางแผน การดำเนินการตามแผนและการควบคุมตรวจสอบซึ่งทุกขั้นตอนมีกระบวนการมีส่วนร่วมสอดแทรกอยู่ โดยเน้นพัฒนาวัตถุ และจิตสำนึกเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น

เอนก เหลาโชติ (2547) ได้ศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมตุ๊กตาราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า

1. กลุ่มหัตถกรรมตุ๊กตาราชบุรี ตั้งอยู่ในพื้นที่ ลักษณะเป็นพื้นที่ราบลุ่ม แต่เดิมประชากรส่วนใหญ่ทำอาชีพการเกษตรและเลี้ยงสัตว์เป็นอาชีพหลัก ทำหัตถกรรมจักสานเป็นอาชีพเสริมต่อมาได้พัฒนาหัตถกรรมเกี่ยวกับผ้าและเส้นใย จนกลายเป็นหัตถกรรมตุ๊กตาในปัจจุบัน

2. สภาพการจัดการของกลุ่มแต่เดิมเป็นการจัดการกลุ่มในลักษณะเครือญาติ คนในพื้นที่ที่ประกอบอาชีพนี้เป็นอาชีพหลักและอาชีพเสริม จนพัฒนาการรวมเป็นกลุ่มใหญ่ขึ้น ต่อมาภายหลังหน่วยงานราชการได้เข้ามามีส่วนในการให้แนวปฏิบัติ เพื่อดำเนินการจัดการกลุ่มเป็นระเบียบชัดเจนขึ้น

3. ปัญหาและแนวทางในการแก้ไขการบริหารจัดการกลุ่ม ได้แก่ วัตถุดิบ แรงงาน กระบวนการการตลาดการบริหารจัดการกฎหมายพาณิชย์ การแก้ไขเริ่มจากผู้นำกลุ่มและคณะกรรมการกลุ่มฯ ร่วมคิดและแก้ไข ส่วนปัญหาด้านแนวปฏิบัติเชิงวิชาการ กฎหมาย จะได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาร่วมแก้ไข

4. ปัจจัยเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของกลุ่มประกอบด้วย ปัจจัยด้านการผลิตการตลาด แรงงาน เงินทุน การบริหารจัดการปฏิสัมพันธ์กับภายนอก การมีส่วนร่วมของสมาชิกความเป็นผู้นำและระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าว ส่งผลดีต่อการพัฒนากลุ่มอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

5. การศึกษาและการเรียนรู้ เป็นการเรียนรู้จากการลองผิดลองถูก จากการบอกเล่าจากแบบที่เห็นถ่ายทอดการเรียนรู้จากคนในครอบครัว คนในชุมชน ผู้นำกลุ่ม และผู้รู้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

6. ความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อสินค้าและการบริการของกลุ่มฯ ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความพอใจต่อสินค้า และการบริการการขายในระดับดีมาก โดยเฉพาะด้านราคาสินค้า การให้บริการ สถานที่ความสะดวก ความปลอดภัย

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ MAEJO UNIVERSITY

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวธุรกิจชุมชนเชิงการแข่งขันแบบเสรี กรณีศึกษา กาดทุ่งเกวียน ตำบลเวียงตาล อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง โดยศึกษาการส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงการแข่งขันแบบเสรี การปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี และแนวทางการปรับตัวธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนแบบเสรี

ภาพที่ 10 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การปรับตัวธุรกิจชุมชนเชิงการแข่งขันแบบเสรี กรณีศึกษา กาดทุ่งเกวียนผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาการส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงการแข่งขันแบบเสรี 2. เพื่อศึกษาการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี 3. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนแบบเสรีใช้วิธีการวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยในการศึกษาไว้ ดังนี้

3.1 สถานที่ดำเนินการวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถานที่ดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้เลือกศึกษาการพัฒนาการจัดการธุรกิจชุมชน กาดทุ่งเกวียน หมู่ที่ 6 บ้านทุ่งเกวียน ตำบลเวียงตาล อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตทางด้านประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ก็คือ ผู้เช่าประกอบการ, ประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านทุ่งเกวียน (ประชาชนที่เป็นพ่อค้าแม่ค้าและที่อาศัยอยู่บ้านทุ่งเกวียน), รวมไปถึงผู้บริหารกาดทุ่งเกวียน จำนวน 105 คน ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม โดยผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ผู้ค้าประกอบการ ร้านค้าคัดเลือกโดยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 100 คน

2. ผู้บริหารกาดทุ่งเกวียนและฝ่ายบริหาร คัดเลือกโดยวิธีการแบบเจาะจง(Purposive Sampling) จำนวน 2 คน

3. ประชาชนที่เป็นผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนคัดเลือกโดยวิธีการแบบเจาะจง(Purposive Sampling) จำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัย คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยทำการสัมภาษณ์วิธีการแบบเจาะจง เพราะถือว่าผู้ให้ข้อมูล เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจ มีข้อมูลที่ละเอียด ชัดเจน และเป็นข้อมูลที่เป็นความจริง มากที่สุด ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการประชาชน จำนวน 3 คน ผู้บริหาร จำนวน 1 คนและฝ่ายผู้บริหารจำนวน 1 คนเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ซึ่งตอบตามวัตถุประสงค์ ประกอบไปด้วยรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ของประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ภูมิลำเนาเดิม อาชีพหลัก อาชีพรอง และรายได้จากครัวเรือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ในการปรับตัวธุรกิจชุมชน กาดทุ่งเกวียน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการดำเนินงาน สภาพปัญหาและอุปสรรคในการปรับตัวธุรกิจชุมชน กาดทุ่งเกวียนเกี่ยวกับ ปัญหาเรื่องโครงสร้าง ขั้นตอน วิธีการดำเนินงาน การประสานงานและอื่นๆ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางการบริหารการปรับตัวธุรกิจชุมชน เกี่ยวกับรูปแบบ, วิธีการ,กิจกรรม,ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการบริหารการจัดการธุรกิจชุมชน กาดทุ่งเกวียนที่ยั่งยืน จากผู้ให้ข้อมูล

2. แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้สอบถามจากผู้ประกอบการประกอบด้วยแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการสอบถาม ผู้ประกอบการประชาชน จากผู้ประกอบการทั้งหมดจำนวน 305 คน ซึ่งใช้สูตรตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane)ระดับความคลาดเคลื่อน ±10% จึงจะทำการสอบถามจำนวน 100 คน ซึ่งตอบตามวัตถุประสงค์ ประกอบไปด้วยรายละเอียด ดังนี้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของประชากรกลุ่มตัวอย่างในกาดทุ่งเกวียน บ้านทุ่งเกวียน ม.6 ต.เวียงตาล อ.ห้างฉัตร จ.ลำปาง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ภูมิลำเนาเดิม อาชีพหลัก อาชีพรอง และรายได้จากครัวเรือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามแบบปลายปิด เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียน โดยใช้คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method : Likert Scale Questions) ที่แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง, เห็นด้วย, ไม่แน่ใจ,ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ได้แก่

5 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วย
3 คะแนน	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
2 คะแนน	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1 คะแนน	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามแบบปลายปิด เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับแนวทาง การปรับตัวของธุรกิจชุมชนกรณีศึกษา กาดทุ่งเกวียน โดยใช้คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale method : Likert scale Questions) ที่แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ คือ มีการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ, มีการปฏิบัติค่อนข้างสม่ำเสมอ, มีการปฏิบัติบ้างเป็นบางครั้ง, มีการปฏิบัติน้อยครั้ง และไม่มีการปฏิบัติ ระดับการมีส่วนร่วม 5 ระดับ ได้แก่

ระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ได้แก่

5 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วย
3 คะแนน	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
2 คะแนน	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1 คะแนน	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นได้ดำเนินการเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของประชาชนต่อธุรกิจชุมชน, การปรับตัวของธุรกิจชุมชน

กาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี แนวทางการปรับตัวธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนแบบเสรีและรวมไปถึงข้อมูลที่ได้จากการสำรวจสภาพพื้นที่จริงโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ประชาชนและข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่ ของรัฐ เพื่อให้ทราบถึงบทบาทและหน้าที่ในการจัดการธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียน รวมไปถึงการเข้าไปส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

ขั้นตอนที่ 2 เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาค้นคว้าจาก การศึกษาจากหนังสือ วารสาร จุลสาร งานวิจัยหรือวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องจากห้องสมุดต่างๆ ข้อมูลออนไลน์ รวมทั้งข้อมูลจากเทศบาลตำบลเวียงตาลและกาดทุ่งเกวียน ทั้งนี้เพื่อนำเอาข้อมูลมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา 2 ลักษณะ คือ 1) การศึกษาจากแบบสอบถาม และ 2) ศึกษาจากการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาสู่การวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ดำเนินการโดยการตรวจสอบ จัดหมวดหมู่ ลงรหัส และบันทึกในโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ แล้วนำเสนอในรูปของการพรรณนาและตาราง ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ภูมิลำเนาเดิม อาชีพหลัก อาชีพรอง และรายได้จากครัวเรือนโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ และร้อยละ

2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนต่อธุรกิจชุมชน กาดทุ่งเกวียน, การดำเนินงาน และสภาพปัญหา และการปรับตัวธุรกิจชุมชน และแนวทางการปรับตัวธุรกิจชุมชนแบบเสรี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์การตัดสินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด

3. นำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ไปแปลผล สรุป และอภิปรายผล ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยทำการแยกคำตอบทั้งหมดเป็น 2 ประเด็นคำตอบ คือ คำตอบที่เหมือนกันและแตกต่างกัน จากนั้นนำมาทำการวิเคราะห์โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 ทั้งนี้เพื่อให้สามารถตอบปัญหาการวิจัยได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ MAEJO UNIVERSITY

บทที่ 4
ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง ประชาการกลุ่มตัวอย่างจากการโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้เพื่อหาแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมในการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี โดยผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาการส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงการแข่งขันแบบเสรี
2. เพื่อศึกษาการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี
3. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนแบบเสรี

ซึ่งมีรายละเอียดผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาการส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงการแข่งขันแบบเสรี

จากการดำเนินการวิจัยเพื่อตอบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ เริ่มต้นด้วยการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่างๆ และนำมาออกแบบเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยสัมภาษณ์ผู้บริหารจำนวน จำนวน 1 คน และตัวแทนจากผู้ประกอบการ จำนวน 3 คน รวมทั้งหมด 4 คน โดยได้แบ่งประเด็นการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. ด้านนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม

จากการออกแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในด้านที่ 1 ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ซึ่งแนวคิดทฤษฎีที่ได้ก็คือ แนวคิดและทฤษฎีนโยบายสาธารณะและการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ที่ว่าด้วย “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ” อันได้แก่ แหล่งที่มาของนโยบาย ความชัดเจนของนโยบาย การสนับสนุนนโยบาย

ความซับซ้อนในการบริหารงาน ซึ่งจะทำให้ผู้วิจัยทราบว่ากระบวนการนำนโยบายไปสู่ปฏิบัตินั้นประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว โดยผลการศึกษาพบว่า

1.1 แหล่งที่มาของนโยบาย/ความเป็นมาของนโยบายการส่งเสริมธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่1 นโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม ส่งเสริมและสนับสนุน ให้ผู้ประกอบการจดทะเบียนเป็นร้านค้าขนาดย่อมเพื่อให้ได้ประโยชน์และแรงสนับสนุนของนโยบายอีกทางหนึ่งด้วย เพราะเป็นตลาดเอกชนภาคจะมีบทบาทน้อยมาสำหรับที่จะเข้ามาบริหาร แต่ผู้ประกอบการและผู้บริหารก็รู้และเข้าใจถึงนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 ในปัจจุบันมีสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาท ผู้ประกอบการมักจะรู้จักนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมจากสื่อ และศึกษากันเองผ่านโซเชียลมีเดีย

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะรู้จักนโยบายSMEsจากการมาบอกต่อๆกันภายในกาดทุ่งเกวียนและชักชวนกันไปลงทะเบียนด้วยตนเอง

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 จากการที่รัฐบาลมีการนำนโยบายSMEs เพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการจึงได้มีการลงทะเบียนตามนโยบายเพื่อเข้าร่วม ร้านค้าSMEs เพื่อจะได้รับสิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมนโยบายได้มากยิ่งขึ้น

1.2 จุดมุ่งหมายของนโยบายการส่งเสริมธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม

ผู้บริหารกาดทุ่งเกวียน ให้สัมภาษณ์ว่า สำหรับ SMEs ที่มีศักยภาพปกติที่ต้องการความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจและไม่เสี่ยงจนเกินไป และเหมาะสม กับตลาดภายในประเทศมากกว่า ซึ่งภาครัฐบาลควรให้การสนับสนุนอย่างค่อยเป็นค่อยไปเป็นขั้นตอน โดยเริ่มจากการช่วยเหลือในการตั้งต้นธุรกิจและการทำแผนธุรกิจ ตามด้วยการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์และ การทำการตลาด (Branding & Marketing) การช่วยให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน ต่อไปคือ การลงมือปฏิบัติเข้าสู่ตลาดและการขายจริงในระดับ จนกระทั่งก้าวสู่การขายในระดับประเทศ จนเป็นที่ยอมรับ

1.3 มีหน่วยงานใดบ้างที่ให้การสนับสนุนนโยบาย และสนับสนุนในด้าน

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่1 กล่าวว่า ผู้ประกอบการจะไปลงทะเทียนเป็นร้านค้าSME ตามนโยบายส่งเสริมธรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมกันเอง ไม่มีหน่วยที่เกี่ยวข้องมาให้บริการ เพราะเป็นตลาดเอกชน หน่วยงานของรัฐไม่ค่อยจะมีบทบาทในการบริหารหรือสนับสนุนมากนัก หน่วยงานของรัฐเข้ามาให้การช่วยเหลือตามหน้าที่ เช่น หน่วยงานสาธารณสุข เข้าดูแลด้านความสะอาด ด้าน

อนามัย ด้านการจำหน่ายสินค้าที่ถูกสุขลักษณะ ,กรมพาณิชยการ เข้ามาตรวจสอบติดป้ายคาราสินค้า ,การเสียภาษีรายได้ของผู้ประกอบการและผู้บริหาร

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า ผู้ประกอบการบางรายก็ไปลงทะเบียนเป็นร้านค้าSMEsกันเอง ไม่มีหน่วยงานเข้ามาให้บริการหรือเข้ามาให้ความรู้ในเรื่องของร้านค้าSMEs

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับนโยบาย SMEsเอง ผ่านอินเทอร์เน็ต และสื่ออื่น ด้วยตนเอง เพราะหน่วยงานของรัฐไม่มีการเข้ามาให้ความรู้ และความเข้าใจกับนโยบายการส่งเสริมSMEs

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า การลงทะเบียนร้านค้าSMEsเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ แต่ผู้ประกอบการไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมSMEs จึงอยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาให้ความรู้ก่อนลงทะเบียนร้านค้าSMEs

1.4 การนำนโยบายการส่งเสริมธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม ไปปฏิบัติ มีความยุ่งยากซับซ้อนต่อการบริหารงาน หรือไม่ อย่างไร

ผู้บริหารกาดทุ่งเกวียน ให้สัมภาษณ์ว่า มีความยุ่งยากก็ตรงที่กาดทุ่งเกวียนเป็นตลาดเอกชน หน่วยงานของรัฐเข้ามากำกับดูแลไม่ทั่วถึง ผู้บริหารและผู้ประกอบการจึงต้องพึ่งตนเองโดยการดำเนินการโดยการนำนโยบายการส่งเสริมSMEs มาปฏิบัติกันเองจึงความซับซ้อนช่วงแรกเพราะผู้ประกอบการยังไม่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมSMEs

1.5 มีวิธีการจูงใจอย่างไร เพื่อให้ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จได้

ผู้บริหาร ให้สัมภาษณ์ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีแรงจูงใจในการนำนโยบายSMEsมาปฏิบัติเนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรก่อนที่จะมาค้าขาย จึงไม่มีแรงจูงใจที่จะต้องนำนโยบายSMEsมาปฏิบัติ แต่ปัจจุบันมีคนรุ่นใหม่เข้ามาสืบทอดกิจการร้านค้าจึงมีบางส่วนที่นำนโยบายและเข้าร่วมร้านค้าSMEs และนำนโยบายSMEsมาปฏิบัติและปรับปรุงร้านให้ดีขึ้น

1.6 มีการจัดสรรทรัพยากรอย่างไร เพื่อให้การนำนโยบายไปปฏิบัติประสบความสำเร็จ

จากการสัมภาษณ์ ผู้บริหาร กาดทุ่งเกวียน ได้กล่าวว่า กลไกตลาดจะทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ ตลาดนั้นๆจะต้องมีผู้ผลิต ผู้ขาย ผู้บริโภคมากราย มีสินค้าทดแทนกันได้ ต่างคนต่างรู้ข้อมูลทัดเทียมกัน ในโลกความจริง มีแต่การผูกขาด ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม โดยกลุ่มผู้ผลิตผู้ขายขนาดใหญ่จำนวนหนึ่ง ซึ่งเป็นผู้กำหนดว่า จะผลิตสินค้าที่น่าชวนซื้อ แต่อายุใช้งานมักจะสั้นลง และมีการเปลี่ยนรุ่นบ่อยๆ โฆษณาจูงใจให้ผู้บริโภคนิยมซื้อรุ่นใหม่บ่อยขึ้น เพราะผู้บริโภคถูกหลอกให้กลัวว่า ตัวเองจะล้าสมัยตามคนอื่นไม่ทัน คือ มีการใช้ทรัพยากรเพียงเพื่อผลิตสินค้าประเภทที่ล่อใจและขายคนที่มีกำลังซื้อได้ แม้จะเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย และผู้บริโภคมักหาทรัพยากรกันเองในท้องถิ่นหรือหาจากนายทุนที่มีทรัพยากรถูกกว่า

2. ด้านการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียน

จากการสัมภาษณ์ ผู้บริหาร กาดทุ่งเกวียน ได้กล่าวว่าธุรกิจชุมชน ในกาดทุ่งเกวียน ที่มีผู้ประกอบการจำนวนมาก มีการจำหน่ายสินค้าที่แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการบริหารจัดการ ด้านวัตถุดิบ ด้านการตลาด ส่วนด้านแรงงาน ด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมายหารค้า ด้านการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าและด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ จากการสัมภาษณ์ ผู้บริหาร ได้กล่าวออกมาเป็นของแต่ละด้านว่า

2.1 ด้านวัตถุดิบ การขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตสินค้าส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ผู้ประกอบการจึงได้แก้ไขปัญหาโดยการสำรองวัตถุดิบ และได้ใช้วัตถุดิบอื่นที่มีคุณภาพทัดเทียมมาทดแทน

2.2 ด้านการตลาด ในธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนมีผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อรายได้ของผู้ประกอบการชนิดเดียวกันโดยตรง และมีธุรกิจชุมชน ในรูปแบบตลาดเกิดขึ้นใหม่หลายแห่ง แนวทาง การแก้ไขปัญหาในเรื่องนี้ทางผู้ประกอบการได้ดำเนินการวางแผนปรับคุณภาพและราคาสินค้าตลอดจนการให้บริการ หลากหลายแก่ลูกค้าทั้งการขายส่ง การขายปลีก ด้วยรูปแบบการให้บริการจัดส่ง พิเศษ รวมทั้งการรับแลกเปลี่ยนสินค้า

2.3 ด้านแรงงาน ปัญหาด้านแรงงานที่พบเป็น แรงงานจากประเทศใกล้เคียงเป็นส่วนใหญ่ ทั้งที่เข้ามาแบบถูกกฎหมายและลักลอบเข้ามาโดยใช้visa นักท่องเที่ยว และการจ้างนักเรียนช่วงปิดเทอมจะรับนักเรียนเข้าทำงาน ทางผู้ประกอบการ ได้ประสานงานกับ องค์การบริหารส่วนตำบลเวียงตาล ให้จัดหาแรงงานต่างด้าวที่ถูกกฎหมาย และแรงงานในท้องถิ่นที่ว่างงานเข้ามาทำงานแทนการจ้างแรงงานต่างด้าวที่ลักลอบเข้ามาทำงาน

2.4 ด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการค้า เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรและประชาชนในหมู่บ้าน จึงเกิดปัญหาไม่รู้ ไม่เข้าใจ เกี่ยวกับกฎหมายการค้า ผู้บริหารกาดทุ่งเกวียนได้ประสานงานองค์การบริหารเข้ามาให้ความรู้และสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ประกอบการ เกี่ยวกับกฎหมายที่จำเป็น ต้องทราบ อาทิ เรื่องของลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร แรงงาน การเสียภาษีรายได้ประจำปี และเรื่องสาธารณสุข

2.5 ด้านการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าหรือผู้มารับบริการ ลูกค้าหรือผู้มารับบริการบ้างครั้งสิ้นค้าหรือการบริการที่ผู้ประกอบการบริการไม่ทั่วถึง จึงมีแนวทาง ผู้บริหารได้ประสานงานกับ ตำรวจจราจร มาอำนวยความสะดวกในด้านการจอดรถ แนะนำสถานที่หรือบอกเส้นทางให้แก่ผู้มารับบริการที่ต้องการจะเดินทางไปสถานที่นั้นๆต่อ และมีบริการห้องสุขา ศูนย์อาหาร และจุดพักสำหรับผู้ที่ซื้อสินค้าและมารับบริการ ที่สะอาด และสะดวกมาขึ้น

2.6 ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ กาดทุ่งเกวียนยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเท่าที่ควร ผู้ประกอบการจึงอยากให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือและดูแลเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้กาด

ทุ่งเกวียนมีมาตรฐานอาหารปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ รวมถึงสถานที่สะอาด มีบริการถังขยะ และเครื่องดับเพลิง ซึ่งกาดทุ่งเกวียนมีการเสียภาษีเพื่อประโยชน์ของท้องถิ่นดังนั้น ท้องถิ่นต้องเข้ามาช่วยเหลือดูแล และต้องการการสนับสนุนจาก อบต.เวียงตาลให้ประชาสัมพันธ์ ชักชวน นักท่องเที่ยวเข้ามาอุดหนุนสินค้าเพื่อเป็นการส่งเสริมการเพิ่มรายได้และส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการปรับตัวของธุรกิจชุมชน กาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วยแบบสัมภาษณ์ เรื่องการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรีตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 โดยการออกแบบคำสัมภาษณ์นั้น ได้ใช้แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ว่าด้วย หลักการตลาด 4P+S ประกอบด้วย Product Price Place Promotion + Service และนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อให้ตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 ด้วยการสร้างเป็นแบบสอบถามอีกขั้นหนึ่ง โดยใช้แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด “4P” ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยการสอบถามผู้ประกอบการในกาดทุ่งเกวียน จำนวน 100 คน ทั้งนี้เพื่อหาแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมในการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	41	41.0
หญิง	59	59.0
อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	22	22.0
31-40 ปี	28	28.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
41-50 ปี	37	37.0
51-60 ปี	9	9.0
มากกว่า 60 ปี	4	4.0
การศึกษา		
ประถมศึกษาตอนต้น	19	19.0
ประถมศึกษาตอนปลาย	18	18.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	22	22.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย	17	17.0
อนุปริญญา/เทียบเท่า	14	14.0
ปริญญาตรี	8	8.0
สูงกว่าปริญญาตรี	2	2.0
ท่านจำหน่ายสินค้าประเภทใด		
ร้านขายเสื้อผ้า,กระเป๋า,รองเท้าพื้นเมือง	19	19.0
ร้านขายเซรามิก	19	19.0
ร้านขายเครื่องไม้(เฟอร์นิเจอร์,ของประดับตกแต่ง	18	18.0
ร้านขายผัก,ผลไม้	11	11.0
ร้านของอาหารตามสั่ง	5	5.0
ร้านขายของป่า	7	70
ร้านขายของฝากทุกชนิด	21	21.0
ท่านมีรายได้/เดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	13	13.0
10,001 – 20,000 บาท	38	38.0
20,001 – 30,000 บาท	21	21.0
30,001 – 40,000 บาท	17	17.0
40,001 – 50,000 บาท	7	7.0
50,001 บาทขึ้นไป	4	4.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 ส่วนเพศชาย มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 โดยสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีอายุในอยู่ช่วง 41-50 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ ช่วง 31-40 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาคือช่วง น้อยกว่า30 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รองลงมาคือ 51-60 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และรองลงมาคือมากกว่า 60 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ ส่วนด้านการศึกษา ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รองลงมาคือ ประถมศึกษาตอนต้น จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 รองลงมาคือ ประถมศึกษาตอนปลาย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 รองลงมามัธยมตอนปลาย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 รองลงมาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 คน รองลงมาปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และรองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ ด้านการจำหน่ายสินค้าแต่ละประเภท ผู้ประกอบการเปิดร้านขายของฝากทุกชนิด(ข้าวแต๋น, กาละแม, แคบหมู, ไส้อั่ว, ผลไม้แช่อิ่ม, ฯลฯ) 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21 รองลงมาคือ ร้านขายเสื้อผ้า,กระเป๋า,รองเท้าพื้นเมือง จำนวน 19 คิดเป็นร้อย 19.0 รองลงมา ร้านขายเซรามิค จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 รองลงมา ร้านขายเครื่องไม้(เฟอร์นิเจอร์, ของประดับตกแต่ง) จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 รองลงมา ร้านขายผัก,ผลไม้ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 รองลงมา ร้านขายของป่า จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และรองลงมาคือร้านของอาหารตามสั่ง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ ด้านรายได้ต่อเดือน มีรายได้10,01-20,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา 20,001-30,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 รองลงมา 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17 รองลงมา ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 รองลงมา 40,001-50,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และ 50,001บาทขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการของกาดทุ่งเกวียนส่วนใหญ่แล้วเป็นเพศหญิงและสมาชิกกลุ่มมีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี ส่วนมากเปิดร้านขายของฝากทุกชนิด(ข้าวแต๋น, กาละแม, แคบหมู, ไส้อั่ว, ผลไม้แช่อิ่ม, ฯลฯ) อีกทั้งผู้ประกอบการได้จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีรายได้ต่อเดือน10,001–20,000 บาท (รายได้แต่ละเดือนจะหักค่าใช้จ่ายและทุนออกเป็นวัน เหลือกำไรไว้เป็นรายเดือน)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการผลิตภัณฑ์ (Product)

ความต้องการการปรับตัวด้านการผลิตภัณฑ์ (Product)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. คำนึงถึงคุณภาพของผู้บริโภค	4.55	0.54	มากที่สุด	2
2. มีความโดดเด่น เป็นที่จดจำต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อ	4.44	0.63	มาก	6
3. มีการบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภค	4.57	0.59	มากที่สุด	1
4. มีตรายี่ห้อสินค้าที่ชัดเจน	4.48	0.61	มาก	4
5. มีการตรวจเช็คสินค้าที่ชำรุด เสียหาย หรือหมดอายุอยู่เสมอ	4.41	0.67	มาก	7
6. มีการรับรองจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ	4.40	0.68	มาก	8
7. มีความหลากหลายของสินค้า	4.45	0.67	มาก	5
8. มีรสชาติถูกปากหรือสินค้าที่ตรงใจผู้บริโภค	4.52	0.66	มากที่สุด	3
รวม	**4.48**	**0.63**	**มาก**	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนมีระดับความคิดเห็นต่อการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.48, S.D=0.63) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ($\bar{x}$=4.57, S.D=0.63) รองลงมา อันดับ 2 คือ ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงคุณภาพของผู้บริโภค ($\bar{x}$=4.55, S.D=0.54) รองลงมา อันดับ 3 คือ ต้องมีรสชาติถูกปากหรือสินค้าที่ตรงใจผู้บริโภค($\bar{x}$=4.52, S.D=0.66) อันดับ 4 คือ ต้องมีตรายี่ห้อสินค้าที่ชัดเจน ($\bar{x}$=4.48, S.D=061) อันดับ 5 คือ ต้องมีความหลากหลายของสินค้า($\bar{x}$=4.45, S.D=0.67) อันดับ 6 คือ มีความโดดเด่นเป็นที่จดจำต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อ ($\bar{x}$=4.44, S.D=0.63) อันดับ 7 คือ ต้องมีการตรวจเช็คสินค้าที่ชำรุด เสียหาย หรือหมดอายุอยู่เสมอ ($\bar{x}$=4.4, S.D=0.67)และอันดับ 8 คือ ต้องมีการรับรองจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ ($\bar{x}$=4.40, S.D=0.68)

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนส่วนใหญ่ที่เป็นร้านขายของฝากคำนึงถึงบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ผู้ประกอบการยังคงปรับตัวเรื่องคุณภาพและรสชาติให้ถูกปากและถูกใจผู้บริโภค

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการจำหน่ายสินค้า (Place)

ความต้องการการปรับตัวด้านการจำหน่ายสินค้า (Place)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีสถานที่จอดรถเพียงพอแก่ลูกค้า	3.48	1.41	ปานกลาง	5
2. มีการบริการลูกค้าที่ดี มีการแนะนำผลิตภัณฑ์สินค้าแก่ผู้ซื้อ	4.24	0.87	มาก	3
3. มีการบริการจัดส่งถึงที่จอดรถ	4.14	0.89	มาก	4
4. ผู้บริโภคสามารถนำสินค้าที่ชำรุด เสียหาย มาเปลี่ยนคืนได้	4.38	0.71	มาก	1
5. มีที่นั่งพักสำหรับผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า	4.35	0.70	มาก	2
รวม	**4.12**	**0.92**	**มาก**	

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนมีระดับความคิดเห็นต่อการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการจำหน่ายสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.12, S.D=0.92) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องให้ผู้บริโภคสามารถนำสินค้าที่ชำรุด เสียหาย มาเปลี่ยนคืนได้ ($\bar{x}$=4.38, S.D=0.71) รองลงมา อันดับ 2 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียน ต้องมีที่นั่งพักสำหรับผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า ($\bar{x}$=4.35, S.D=0.70) รองลงมา อันดับ 3 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการบริการลูกค้าที่ดี มีการแนะนำผลิตภัณฑ์สินค้าแก่ผู้ซื้อ ($\bar{x}$=4.24, S.D=0.87) รองลงมา อันดับ 4 คือ ต้องมีการบริการจัดส่งถึงที่จอดรถ ($\bar{x}$=4.14, S.D=0.89) และอันดับ 5 คือ ต้องมีสถานที่จอดรถเพียงพอแก่ลูกค้า ($\bar{x}$=3.48, S.D=1.41)

จากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่าการที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าไปแล้วต้องมีบริการหลังการขาย เช่น ซื้อสินค้าไปแล้วทานหรือนำไปใช้ไม่ได้ นำมาเปลี่ยนคืนได้ หรือลืมของไว้ทางผู้ประกอบการจะเก็บไว้ให้รอผู้บริโภคมารับคืน(ถ้ามีเบอร์โทรติดต่อก็จะโทรติดต่อไป) และส่วนใหญ่หน้าร้านหรือในร้านจะมีเก้าอี้หรือที่นั่งให้ลูกค้าที่มารอซื้อของนั่งรอได้

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านราคาสินค้า (Price)

ความต้องการการปรับตัวด้านราคาสินค้า (Price)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีการแสดงราคาจำหน่ายที่ชัดเจน	4.39	0.60	มาก	2
2. มีการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของสินค้า	4.40	0.74	มาก	1
3. มีราคาขายให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อที่หลากหลาย	4.35	0.72	มาก	3
4. ราคาขายมีความใกล้เคียงกับสินค้าทั่วไปตามท้องตลาด	4.35	0.70	มาก	4
5. มีราคาที่ผู้บริโภคมีกำลังพอที่จะซื้อ	4.35	0.67	มาก	5
รวม	**4.36**	**0.68**	**มาก**	

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนมีระดับความคิดเห็นต่อการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านราคาสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.36, S.D=0.68) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของสินค้า ($\bar{x}$=4.40, S.D=0.74) รองลงมา อันดับ 2 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการแสดงราคาจำหน่ายที่ ($\bar{x}$=4.39, S.D=0.60) รองลงมา อันดับ 3 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีราคาขายให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อที่หลากหลาย ($\bar{x}$=4.35, S.D=0.72) รองลงมา อันดับ 4 คือ ต้องราคาขายมีความใกล้เคียงกับสินค้าทั่วไปตามท้องตลาด ($\bar{x}$=4.35, S.D=0.70) และอันดับ 5 คือ ต้องราคาที่ผู้บริโภคมีกำลังพอที่จะซื้อ($\bar{x}$=4.35, S.D=0.67)

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการจะมีราคาขายสินค้าใกล้เคียงกันในประเภทเดียวกันแต่จะไม่แพงเกินไปเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า และยังมีการติดป้ายราคาสินค้าที่ชัดเจนทุกร้านเพื่อความสะดวกและง่ายต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า สินค้าแต่ละประเภทจะมีขนาดและราคาสินค้าที่หลากหลาย แล้วแต่ผู้บริโภคมีกำลังจะซื้อและต่อรองราคาสินค้าได้ตามต้องการ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการเลือกซื้อสินค้า (Promotion)

ความต้องการการปรับตัวด้านการเลือกซื้อสินค้า (Promotion)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีการประชาสัมพันธ์กับสื่อต่างๆ	4.40	0.64	มาก	3
2. มีโปรโมชั่นหลากหลายให้สำหรับลูกค้า	4.35	0.73	มาก	4
3. มีแหล่งผลิตและแหล่งจำหน่ายที่ชัดเจน	4.41	0.68	มาก	2
4. มีการติดราคาสินค้าให้ชัดเจน	4.42	0.65	มาก	1
รวม	**4.39**	**0.67**	**มาก**	

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนมีระดับความคิดเห็นต่อการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการเลือกซื้อสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.39, S.D=0.67) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการติดราคาสินค้าให้ชัดเจน ($\bar{x}$=4.42, S.D=0.65) รองลงมา อันดับ 2 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีแหล่งผลิตและแหล่งจำหน่ายที่ชัดเจน ($\bar{x}$=4.41, S.D=0.68) รองลงมา อันดับ 3 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการประชาสัมพันธ์กับสื่อต่างๆ ($\bar{x}$=4.40, S.D=0.64) และอันดับ 4 คือ ต้องมีโปรโมชั่นหลากหลายให้สำหรับลูกค้า ($\bar{x}$=4.35, S.D=0.73)

จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการมรการติดสินค้าที่ชัดเจน เมื่อผู้บริโภคถามถึงที่มาสินค้าก็ตอบได้ถึงแหล่งที่มาและแหล่งผลิตได้ และปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้สื่อต่างๆในการประชาสัมพันธ์ ให้กับร้านค้าของผู้ประกอบการเอง

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการบริการ (Service)

ความต้องการการปรับตัวด้านการบริการ (Service)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีหน้าตาที่ยิ้มแย้มกับผู้บริโภค	4.41	0.58	มาก	2
2. พูดจาไพเราะ น่าฟัง	4.47	0.68	มาก	1
รวม	**4.44**	**0.63**	**มาก**	

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนมีระดับความคิดเห็นต่อการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนตามความต้องการของผู้บริโภค ด้านการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ =4.44, S.D=0.63) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องพูดจาไพเราะ น่าฟัง ($\bar{x}$=4.47, S.D=0.68) และอันดับ 2 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีหน้าตาที่ยิ้มแย้มกับผู้บริโภค ($\bar{x}$=4.41, S.D=0.58)

จากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่า การค้าขายสินค้าปัจจุบันผู้ประกอบการ(พ่อค้าแม่ค้า)จะต้องมีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไพเราะ ไม่ขึ้นเสียงหรือพูดตัดบทเพื่อตัดความรำคาญเมื่อลูกค้าถามเยอะหรือไม่เข้าใจที่เราอธิบายรายละเอียดสินค้าให้ฟัง

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วยแบบสัมภาษณ์ ในประเด็นด้านที่ 1 เรื่องการปรับตัวธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 โดยการออกแบบคำสัมภาษณ์นั้น ได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติ และต่อยอดในเรื่องของการนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีการบริหารจัดการ ของลูเทอร์ กูลิค และลินดอล เออร์วิค (Luther Gulick & Lyndall Urwick) ที่ว่าด้วย "POSDCoRB Model" เพื่อให้ตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 ด้วยการสร้างเป็นแบบสอบถามอีกขั้นหนึ่ง โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีการบริหารจัดการของ ลูเทอร์ กูลิค, ลินดอล เออร์วิค ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยการสอบถามผู้ประกอบการในกาดทุ่งเกวียน

จำนวน 100 คน ทั้งนี้เพื่อหาแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมในการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการวางแผน (Planning)

แนวทางการปรับตัวด้านการวางแผน (Planning)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีส่วนร่วมในการสนับสนุนและให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ขายเกี่ยวกับข้อกฎหมายและระเบียบการขายของ	4.33	0.68	มาก	2
2. ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาอำนวยความสะดวกการจัดการจราจรให้เป็นระเบียบในช่วงเทศกาลต่างๆที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก	4.35	0.69	มาก	1
3. ต้องมีการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงที่จอดรถและที่นั่งพักผ่อน เพื่อความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค	4.32	0.71	มาก	3
รวม	**4.33**	**0.69**	**มาก**	

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนมีระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการวางแผน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.33, S.D=0.69) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมาอำนวยความสะดวกการจัดการจราจรให้เป็นระเบียบในช่วงเทศกาลต่างๆที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ($\bar{x}$=4.35, S.D=0.69) รองลงมา อันดับ 2 คือ ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีส่วนร่วมในการสนับสนุนและให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ขายเกี่ยวกับข้อกฎหมายและระเบียบการขายของ ($\bar{x}$=4.33, S.D=0.68) และอันดับ 3 คือ ต้องมีการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงที่จอดรถและที่นั่งพักผ่อน เพื่อความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค ($\bar{x}$=4.32, S.D=0.71)

จากตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่า ด้านการวางแผนนั้น ผู้ประกอบการอยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาดูแลเรื่องการจราจรและจัดรถให้จอดได้มากที่สุดเพราะลูกค้าส่วนใหญ่มาเที่ยวช่วงเทศกาลต่างๆจะแวะซื้อของฝากกลับบ้านทำรถติดหรืออาจจะเกิดอุบัติเหตุได้ และยังอยากให้

หน่วยงานต่างๆเข้ามาให้ความรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าประเภทต่างๆ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่าอีกเรื่องที่ต้องแก้ไขคือเรื่องที่จอดรถและที่นั่งพักไม่เพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาซื้อสินค้าในกาดทุ่งเกวียน

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการจัดการองค์การ (Organizing)

แนวทางการปรับตัวด้านการจัดการองค์การ (Organizing)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ควรมีการประชุมและรายงานสถานการณ์การและร่วมกันแก้ปัญหาจากสภาพเศรษฐกิจเป็นประจำ	4.39	0.66	มาก	1
2. ผู้บริหารและผู้ประกอบการ ควรมีความกระตือรือร้นและตื่นตัวตลอดเวลา ในการ ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน	4.26	0.72	มาก	2
รวม	**4.32**	**0.69**	**มาก**	

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนมีระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการจัดการองค์การ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.32, S.D=0.69) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ผู้บริหารควรมีการประชุมและรายงานสถานการณ์และร่วมกันแก้ปัญหาจากสภาพเศรษฐกิจเป็นประจำ ($\bar{x}$=4.39, S.D=0.66) และอันดับ 2 คือ ผู้บริหารและผู้ประกอบการ ควรมีความกระตือรือร้น และตื่นตัวตลอดเวลา ในการ ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ($\bar{x}$=4.27, S.D=0.72))

จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่า ด้านการจัดการองค์การ ผู้ประกอบการคิดว่าผู้บริหารควรจัดประชุมเพื่อรายงานสถานการณ์การแข่งขันในปัจจุบัน และช่วยกันคิดหาวิธีรับมือกับสภาพปัญหาต่างๆที่จะเกิดขึ้น

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการจัดการบุคคล (Staffing)

แนวทางการปรับตัวด้านการจัดการบุคคล (Staffing)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ผู้ประกอบการควรได้รับความรู้ ความความเข้าใจด้านการผลิตและการให้บริการที่ดีเพิ่มขึ้น	4.21	0.70	มาก	2
2. ผู้บริหารต้องมีการให้รางวัลแก่ผู้ประกอบการเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับผู้ประกอบการ	4.02	0.77	มาก	3
3. ผู้ขายสามารถนำแรงงานที่มีทักษะ ความชำนาญ และราคาถูกจากภายนอกประเทศได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย	4.33	0.74	มาก	1
รวม	**4.19**	**0.74**	**มาก**	

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนมีระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการจัดการบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.19, S.D=0.74) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนมีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องสามารถนำแรงงานที่มีทักษะความชำนาญ และ ราคาถูกจากภายนอกประเทศได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ($\bar{x}$=4.33, S.D=0.74) รองลงมา อันดับ 2 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนควรได้รับความรู้ ความความเข้าใจด้านการผลิตและการให้บริการที่ดีเพิ่มขึ้น ($\bar{x}$=4.21, S.D=0.70) และอันดับ 3 คือ ผู้บริหารต้องมีการให้รางวัลแก่ผู้ประกอบการเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับผู้ประกอบการ ($\bar{x}$=4.02, S.D=0.77)

จากตารางที่ 9 จะเห็นได้ว่า ด้านการจัดการบุคคล ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่าอยากได้แรงงานที่ถูกกฎหมายเข้ามาทำงานและมีความชำนาญงานได้อย่างไม่เกิดปัญหาตามมา หน่วยงานต่างๆอาจจะหาแหล่งที่หาแรงงานมาให้หรือติดต่อให้และต้องมีการรับรองจากหน่วยงานนั้นด้วย และผู้บริหารกาดทุ่งเกวียนต้องมีรางวัลหรือจัดงานสังค์สรรค์เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจแก่ผู้ประกอบการด้วย

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการอำนวยการ (Directing)

แนวทางการปรับตัวด้านการอำนวยการ (Directing)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. สมาชิกกลุ่มทุกคนต้องอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว เสมือนญาติพี่น้องของตน	4.45	0.64	มาก	1
2. ผู้ประกอบการสามารถปรึกษาและขอคำแนะนำจากฝ่ายบริหารได้	4.23	0.71	มาก	5
3. ผู้บริหารต้องมีความเป็นผู้นำสูง โดยจะต้องเป็นทั้งผู้นำและผู้ปฏิบัติงานร่วมกับผู้ประกอบการได้	4.37	0.72	มาก	2
4. ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าข้อมูลตลาดผ่านสื่อต่าง เช่น Facebook , Line หรือสื่อออนไลน์อื่นๆ	4.27	0.69	มาก	3
5. ผู้บริหารควรมีการสื่อสาร แจ้งข่าวสาร และกฎระเบียบกับผู้ประกอบการให้ชัดเจน	4.23	0.75	มาก	4
รวม	**4.31**	**0.70**	**มาก**	

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนมีระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการอำนวยการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.31, S.D=0.70) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว เสมือนญาติพี่น้องของตน ($\bar{x}$=4.45, S.D=0.64) รองลงมา อันดับ 2 คือ ผู้บริหารต้องมีความเป็นผู้นำสูง โดยจะต้องเป็นทั้งผู้นำ และผู้ปฏิบัติงานร่วมกับผู้ประกอบการได้ ($\bar{x}$=4.37, *S.D*=0.72) รองลงมา อันดับ 3 คือ ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าข้อมูลตลาดผ่านสื่อต่าง เช่น Facebook , Line หรือสื่อออนไลน์อื่นๆ ($\bar{x}$=4.27, S.D=0.69) รองลงมา อันดับ 4 คือ ผู้บริหารควรมีการสื่อสาร แจ้งข่าวสาร และกฎระเบียบกับผู้ประกอบการให้ชัดเจน ($\bar{x}$=4.23, S.D=0.75)และอันดับ 5 คือ ผู้ประกอบการสามารถปรึกษาและขอคำแนะนำจากฝ่ายบริหารได้ ($\bar{x}$=4.23, S.D=0.71)

จากตารางที่ 10 จะเห็นได้ว่า ด้านการอำนวยการ ผู้ประกอบการควรมีน้ำใจช่วยเหลือลูกค้าที่มาซื้อสินค้าในกาดทุ่งเกวียนทุกคนไม่ว่าจะซื้อของร้านไหนก็ตาม เมื่อมีปัญหาก็ต้องช่วยเหลือ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการโปรโมทร้านหรือขายสินค้าของตนเองจากสื่อต่างๆเช่น Line, Facebook เพื่อความสะดวกแก่การเลือกซื้อสำหรับลูกค้าที่ไม่มีเวลามาซื้อที่ร้านได้

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการประสานงาน (Coordinating)

แนวทางการปรับตัวด้านการประสานงาน (Coordinating)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. การบริหารจัดการธุรกิจชุมชนต้องประสานความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	4.28	0.64	มาก	1
2. ต้องมีการสร้างเครือข่ายของธุรกิจชุมชนร่วมกับเทศบาลท้องถิ่น ชักชวนท้องถิ่นอื่นๆ โดยการประชาสัมพันธ์ ให้มีนักท่องเที่ยวมาซื้อของ	4.12	0.80	มาก	3
3. ต้องมีการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการผลิตและการให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ควรมีการรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า	4.25	0.72	มาก	2
รวม	**4.22**	**0.72**	**มาก**	

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนมีระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการประสานงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.22, *S.D*=0.72) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ การบริหารจัดการธุรกิจชุมชนต้องประสานความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ($\bar{x}$=4.28, *S.D*=0.64) รองลงมา อันดับ 2 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการผลิตและการให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ควรมีการรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า ($\bar{x}$=4.25, *S.D*=0.72) และอันดับ 3 คือ ผู้บริหารต้องมีการสร้างเครือข่ายของธุรกิจชุมชนร่วมกับเทศบาลท้องถิ่น ชักชวนท้องถิ่นอื่นๆ โดยการประชาสัมพันธ์ ให้มีนักท่องเที่ยวมาซื้อของ ($\bar{x}$=4.12, *S.D*=0.80)

จากตารางที่ 11 จะเห็นได้ว่า ด้านการประสานงาน ผู้ประกอบการคิดว่า การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมมืออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าก็จะเป็นการประชาสัมพันธ์และการทำงานแบบมีส่วนร่วมของหน่วยงานและหน่วยงานเอกชนได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการรายงาน (Reporting)

แนวทางการปรับตัวด้านการรายงาน (Reporting)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ต้องรายงานสถานการณ์ของธุรกิจชุมชนเป็นประจำทุกเดือน โดยผู้ประกอบการแต่ละราย รายงานปัญหาความต้องการ ของแต่ละคน และร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขร่วมกันต่อไป	4.37	0.68	มาก	1
2. ควรมีการบันทึกและรายงานจำนวนสถิตินักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาปรังปรุงด้านการผลิตและการให้บริการ และรายงานผลของลูกค้า	4.25	0.72	มาก	2
รวม	**4.31**	**0.71**	**มาก**	

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนมีระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านการรายงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.31, *S.D*=0.71) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องรายงานสถานการณ์ธุรกิจชุมชนแต่ละราย เป็นประจำทุกเดือน รายงานปัญหาความต้องการของแต่ละคน และร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขร่วมกันต่อไป ($\bar{x}$=4.37, *S.D*=0.68) และอันดับ 2 คือ ผู้บริหารควรมีการบันทึกและรายงานจำนวนสถิตินักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาปรังปรุงด้านการผลิตและการให้บริการ และรายงานผลของลูกค้า ($\bar{x}$=4.25, *S.D*=0.72)

จากตารางที่ 12 จะเห็นได้ว่า ด้านการรายงาน ผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าการรายงานสถานการณ์ของแต่ละร้านแล้วมาช่วยกันแก้ไขปัญหาที่แต่ละร้านเจอด้วยกันจะเป็นผลดีทั้งผู้บริหารและผู้ประกอบการ ทั้งสองฝ่ายจะได้รู้ปัญหาของซึ่งกันและกัน

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านงบประมาณ (Budgeting)

แนวทางการปรับตัวด้านงบประมาณ (Budgeting)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ควรจะมีการพิจารณาสนับสนุนงบประมาณให้เกิดความเหมาะสม	4.46	0.64	มาก	1
2. มีการสนับสนุนแหล่งเงินกู้ราคาได้ต่ำ	4.45	0.66	มาก	2
รวม	**4.45**	**0.65**	**มาก**	

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนมีระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ด้านงบประมาณ โดยรวมอยู่ในระดับมาก($\bar{x}$=4.45, S.D=0.65) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ผู้บริหารควรจะมีการพิจารณาสนับสนุนงบประมาณให้เกิดความเหมาะสม ($\bar{x}$=4.46, S.D=0.64) และอันดับ 2 คือ ผู้บริหารควรมีการสนับสนุนแหล่งเงินกู้ราคาได้ต่ำให้แก่ผู้ประกอบการ ($\bar{x}$=4.45, S.D=0.66)

จากตารางที่ 13 จะเห็นได้ว่า ด้านงบประมาณ ผู้ประกอบการอยากให้ฝ่ายบริหารกาดทุ่งเกวียน มีการสนับสนุนหรือมีเงินทุนรายได้ต่ำ แต่การยืมต้องมีขีดจำกัดในการคืนเงินที่ชัดเจนและเป็นทำกับที่คน

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาการส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงการแข่งขันแบบเสรี, 2. เพื่อศึกษาการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี และ 3. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนแบบเสรี ผลการวิจัยสามารถนำมาสรุปตามกรอบวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงการแข่งขันแบบเสรี

การดำเนินการวิจัยเพื่อตอบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ได้ใช้เครื่องมือทางการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ สามารถสรุปผลการศึกษาได้เป็น 2 ประเด็นดังนี้

1. **ด้านนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม** จากการผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ซึ่งแนวคิดทฤษฎีที่ได้ก็คือ แนวคิดและทฤษฎีนโยบายสาธารณะและการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ที่ว่าด้วย “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ” อันได้แก่ แหล่งที่มาของนโยบาย ความชัดเจนของนโยบาย การสนับสนุนนโยบาย ความซับซ้อนในการบริหารงาน ซึ่งจะทำให้ผู้วิจัยทราบว่ากระบวนการนำนโยบายไปสู่ปฏิบัตินั้น ประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว โดยผลการศึกษาพบว่า

นโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม ส่งเสริมและสนับสนุน ให้ผู้ประกอบการจดทะเบียนเป็นร้านค้าขนาดย่อมเพื่อให้ได้ประโยชน์และแรงสนับสนุนของนโยบายอีกทางหนึ่งด้วย เพราะเป็นตลาดเอกชนภาคจะมีบทบาทน้อยมาสำหรับที่จะเข้ามาบริหาร แต่ผู้ประกอบการและผู้บริหารก็รู้และเข้าใจถึงนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม จากการที่รัฐบาลมีการนำนโยบายSMEs เพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการจึงได้มีการลงทะเบียนตามนโยบายเพื่อเข้าร่วม ร้านค้าSMEs เพื่อจะได้รับสิทธิประโยชน์จากการส่งเสริมนโยบายได้มากยิ่งขึ้น

จุดมุ่งหมายของนโยบายการส่งเสริมธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีศักยภาพที่ต้องการความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจและไม่เสี่ยงจนเกินไป และเหมาะสม กับตลาดภายในประเทศมากกว่า ซึ่งภาครัฐบาลควรให้การสนับสนุนอย่างค่อยเป็นค่อยไปเป็นขั้นตอน และผู้ประกอบการจะไปลงทะเทียนเป็นร้านค้าSME ตามนโยบายส่งเสริมธรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมกันเอง ไม่มีหน่วยที่เกี่ยวข้องมาให้บริการ เพราะเป็นตลาดเอกชน หน่วยงานของรัฐไม่ค่อยจะมีบทบาทในการบริหารหรือสนับสนุนมากนัก หน่วยงานของรัฐเข้ามาให้การช่วยเหลือตามหน้าที่ ผู้ประกอบการและผู้บริหาร หรือ ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายSMEsเอง ผ่านอินเทอร์เน็ต และสื่ออื่น ด้วยตนเอง เพราะหน่วยงานของรัฐไม่มีการเข้ามาให้ความรู้และความเข้าใจกับนโยบายการส่งเสริมSMEs

ส่วนการนำนโยบายการส่งเสริมธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อมมีความยุ่งยาก ผู้บริหารและผู้ประกอบการจึงต้องพึ่งตนเองโดยการดำเนินการโดยการนำนโยบายการส่งเสริมSMEs มาปฏิบัติกันเอง เนื่องจาก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีแรงจูงใจในการนำนโยบายSMEsมาปฏิบัติ เพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรก่อนที่จะมาค้าขาย จึงไม่มีแรงจูงใจที่จะต้องนำนโยบายSMEsมาปฏิบัติ แต่ปัจจุบันมีคนรุ่นใหม่เข้ามาสืบทอดกิจการร้านค้าจึงมีบางส่วนที่นำนโยบายและเข้าร่วมร้านค้าSMEs และนำนโยบายSMEsมาปฏิบัติและปรับปรุงร้านให้ดีขึ้น แต่ผู้บริหารจึงมีการทำกลไกตลาดที่จะทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้

2. ด้านการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียน

ผู้ประกอบการจำนวนมาก มีการจำหน่ายสินค้าที่แตกต่างกัน มีความสำเร็จในการบริหารจัดการ ด้านวัตถุดิบ ด้านการตลาด ส่วนด้านแรงงาน ด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมายหารค้า ด้านการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าและด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ

ด้านวัตถุดิบ (Raw material) การขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตสินค้าส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นผู้ประกอบการจึงได้แก้ไขปัญหาโดยการสำรองวัตถุดิบ และได้ใช้วัตถุดิบอื่นที่มีคุณภาพทัดเทียมมาทดแทน

ด้านการตลาด (Marketing) ส่งผลต่อรายได้ของผู้ประกอบการชนิดเดียวกันโดยตรง และมีธุรกิจชุมชน ในรูปแบบตลาดเกิดขึ้นใหม่หลายแห่ง แนวทาง การแก้ไขปัญหาในเรื่องนี้ทางผู้ประกอบการได้ดำเนินการวางแผนปรับคุณภาพและราคาสินค้าตลอดจนการให้บริการ หลากหลายแก่ลูกค้าทั้งการขายส่ง การขายปลีก ด้วยรูปแบบการให้บริการจัดส่ง พิเศษ รวมทั้งการรับแลกเปลี่ยนสินค้า

ด้านแรงงาน (Labor) ปัญหาด้านแรงงานที่พบเป็น แรงงานจากประเทศใกล้เคียงเป็นส่วนใหญ่ ทางผู้ประกอบการ ได้ประสานงานกับ องค์การบริหารส่วนตำบลเวียงตาล ให้จัดหาแรงงานต่าง

ด้าวที่ถูกกฎหมาย และแรงงานในท้องถิ่นที่ว่างงานเข้ามาทำงานแทนการจ้างแรงงานต่างด้าวที่ลักลอบเข้ามาทำงาน

ด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมายการค้า (Knowledge of commercial law) เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตร และประชาชนในหมู่บ้าน จึงเกิดปัญหาไม่รู้ ไม่เข้าใจ เกี่ยวกับกฎหมายการค้า ผู้บริหารกาดทุ่งเกวียนได้ประสานงานองค์การบริหารเข้ามาให้ความรู้และสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ประกอบการ เกี่ยวกับกฎหมายที่จำเป็นต้องทราบ

ด้านการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าหรือผู้มารับบริการ (Services) ลูกค้าหรือผู้มารับบริการ บ้างครั้งสิ้นค้าหรือการบริการที่ผู้ประกอบการบริการไม่ทั่วถึง จึงมีแนวทาง ผู้บริหารได้ประสานงานกับ ตำรวจจราจร มาอำนวยความสะดวกในด้านการจอด และมีบริการห้องสุขา ศูนย์อาหาร และจุดพักสำหรับผู้ที่ซื้อสินค้าและมารับบริการ ที่สะอาด และสะดวกมาขึ้น

ด้านสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (Support from government Sector)กาดทุ่งเกวียนยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเท่าที่ควร ผู้ประกอบการจึงอยากให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือและดูแลเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้กาดทุ่งเกวียนมีมาตรฐานอาหารปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ ท้องถิ่นต้องเข้ามาช่วยเหลือดูแล และต้องการการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลเวียงตาลให้ประชาสัมพันธ์ ชักชวน นักท่องเที่ยวเข้ามาอุดหนุนสินค้าเพื่อเป็นการส่งเสริมการเพิ่มรายได้และส่งเสริมการท่องเที่ยว

สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ และนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อให้ตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 สรุปได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต่อการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ผลปรากฏดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภคต้องคำนึงถึงคุณภาพของผู้บริโภคต้องมีรสชาติถูกปากหรือสินค้าที่ตรงใจผู้บริโภค มีตรายี่ห้อสินค้าที่ชัดเจนมีความหลากหลายของสินค้า สินค้ามีความโดดเด่น เป็นที่จดจำต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อ ผู้ประกอบการต้องมีการตรวจเช็คสินค้าที่ชำรุด เสียหาย หรือหมดอายุอยู่เสมอ และต้องมีการรับรองจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ

1.2 ด้านการจำหน่ายสินค้า (Place) ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องให้ผู้บริโภคสามารถนำสินค้าที่ชำรุด เสียหาย มาเปลี่ยนคืนได้ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียน ต้องมีที่นั่งพักสำหรับ

ผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการบริการลูกค้าที่ดี มีการแนะนำผลิตภัณฑ์สินค้าแก่ผู้ซื้อ ต้องมีการบริการจัดส่งถึงที่จอดรถ และต้องมีสถานที่จอดรถเพียงพอแก่ลูกค้า

1.3 ด้านราคาสินค้า (Price) ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของสินค้า ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการแสดงราคาจำหน่ายที่ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีราคาขายให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อที่หลากหลาย ต้องราคาขายมีความใกล้เคียงกับสินค้าทั่วไปตามท้องตลาด และต้องราคาที่ผู้บริโภคมีกำลังพอที่จะซื้อ

1.4 ด้านการเลือกซื้อสินค้า (Promotion) ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการติดราคาสินค้าให้ชัดเจน ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีแหล่งผลิตและแหล่งจำหน่ายที่ชัดเจน ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการประชาสัมพันธ์กับสื่อต่างๆ และต้องมีโปรโมชั่นหลากหลายให้สำหรับลูกค้า

1.5 ด้านการบริการ (Service) ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องพูดจาไพเราะ น่าฟัง และ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีหน้าตาที่ยิ้มแย้มกับผู้บริโภค

1.6 ด้านพลังของชุมชน (Power) การประกอบธุรกิจชุมชนจะสำเร็จได้ต้องมีพลังจากชุมชนเข้ามาร่วมด้วยเพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนให้ธุรกิจชุมชนไปสู่การปรับตัวที่ยั่งยืนได้ แต่ธุรกิจชุมชนยังขาดพลังจากชุมชนในการเข้ามามีส่วนในการปรับตัวน้อยมาก ส่วนใหญ่จะเป็นพลังจากผู้ประกอบการต่างถิ่นมากกว่าจากผู้ประกอบการที่อยู่ในชุมชนนั้น

1.7 ด้านการมีส่วนร่วม (Participation) ธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนยังขาดการที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่มีส่วนร่วมเท่านั้น ถ้านำชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในด้านต่างๆจะได้ผลดีกับทั้งธุรกิจชุมชนและชุมชนเอง หรือสนับสนุนให้สินค้าในชุมชนมาจำหน่ายบ้างเพื่อกระจายรายได้และเพื่อให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมหรือร่วมเป็นผู้ประกอบการอีกด้วย

สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนแบบเสรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ และนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อให้ตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่3 สรุปได้ดังนี้

1. ด้านการวางแผน (Planning): ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมาอำนวยความสะดวกการจัดการจราจรให้เป็นระเบียบในช่วงเทศกาลต่างๆที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีส่วนร่วมในการสนับสนุนและให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ขายเกี่ยวกับข้อกฎหมายและระเบียบการขายของ และ ต้องมีการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงที่จอดรถและที่นั่งพักผ่อน เพื่อความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค

2. ด้านการจัดองค์การ (Organizing): ผู้บริหารควรมีการประชุมและรายงานสถานการณ์การและร่วมกันแก้ปัญหาจากสภาพเศรษฐกิจเป็นประจำ และ ผู้บริหารและผู้ประกอบการ ควรมีความกระตือรือร้น และตื่นตัวตลอดเวลา ในการ ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

3. ด้านการจัดบุคคล (Staffing): ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องสามารถนำแรงงานที่มีทักษะ ความชำนาญ และ ราคาถูกจากภายนอกประเทศได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนควรได้รับความรู้ ความความเข้าใจด้านการผลิตและการให้บริการที่ดีเพิ่มขึ้น และผู้บริหารต้องมีการให้รางวัลแก่ผู้ประกอบการเป็นประจำทุกปี เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้กับผู้ประกอบการ

4. ด้านการอำนวยการ (Directing): ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว เสมือนญาติพี่น้องของตน ผู้บริหารต้องมีความเป็นผู้นำสูง โดยจะต้องเป็นทั้งผู้นำ และผู้ปฏิบัติงานร่วมกับผู้ประกอบการได้ ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าข้อมูลตลาดผ่านสื่อต่าง เช่น Facebook , Line หรือสื่อออนไลน์อื่นๆ ผู้บริหารควรมีการสื่อสาร แจ้งข่าวสาร และกฎระเบียบกับผู้ประกอบการให้ชัดเจน และผู้ประกอบการสามารถปรึกษาและขอคำแนะนำจากฝ่ายบริหารได้

5. ด้านการประสานงาน (Coordinating): การบริหารจัดการธุรกิจชุมชนต้องประสานความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการผลิตและการให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ควรมีการรับข้อร้องเรียนจากลูกค้า และผู้บริหารต้องมีการสร้างเครือข่ายของธุรกิจชุมชนร่วมกับเทศบาลท้องถิ่น ชักชวนท้องถิ่นอื่นๆ โดยการประชาสัมพันธ์ ให้มีนักท่องเที่ยวมาซื้อของ

6. ด้านการรายงาน (Reporting): ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องรายงานสถานการณ์ธุรกิจชุมชนแต่ละราย เป็นประจำทุกเดือน รายงานปัญหาความต้องการของแต่ละคน และร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขร่วมกันต่อไป และ ผู้บริหารควรมีการบันทึกและรายงานจำนวนสถิตินักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาปรังปรุงด้านการผลิตและการให้บริการ และรายงานผลของลูกค้า

7. ด้านการงบประมาณ (Budgeting): ผู้บริหารควรจะมีการพิจารณาสนับสนุนงบประมาณให้เกิดความเหมาะสมและผู้บริหารควรมีการสนับสนุนแหล่งเงินกู้ราคาได้ต่ำให้แก่ผู้ประกอบการ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. การจะพัฒนาธุรกิจชุมชนผู้สนับสนุนสำคัญที่จะทำให้เกิดการพัฒนาคือ หน่วยงานภาครัฐต่างๆ ทั้งรัฐบาลส่วนกลาง เช่น กระทรวง กรม และฝ่ายและแผนกต่างๆ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยทุกหน่วยงานภาครัฐจะต้องร่วมมือกันทำงานเชิงบูรณาการ กล่าวคือทำงานร่วมกันแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน ไม่ใช่ต่างหน่วยงานก็ต่างทำกันไปโดยขาดการประสานงานกันอย่างเช่นในปัจจุบัน นอกจากนั้นธุรกิจชุมชนจะต้องมีการพัฒนาตนเองในด้านการเรียนรู้ การจัดการความรู้ในองค์กรของตน ซึ่งการพัฒนาธุรกิจ ก็คือวิถีทางที่จะช่วยให้องค์การประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ด้านต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะต้นทุนแรงงาน และต้นทุนวัตถุดิบ เป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้ ต้นทุนราคาขายสินค้าของธุรกิจชุมชนมีราคาสูง ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องหาวิธีการบริหารจัดการ เช่น เปลี่ยนการจ่ายค่าแรงจากการจ่ายเป็นรายวันมาจ่ายเป็นรายชิ้น หรือใช้วิธีการจ้างเหมา ในด้านการแก้ปัญหาการทำการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนนอกจากจะผลิตสินค้า ภายใต้ตราสินค้าผลิตภัณฑ์ของตนเองแล้ว ยังอาจสามารถเข้าไปสู่การพัฒนาตนเองไปเป็นโรงงานผลิตแบบอุตสาหกรรมได้ นอกจากนั้นก็เป็นประเด็น ทางด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ ประภาพร แสงทอง (2553) ได้อธิบายไว้ว่าวิสาหกิจชุมชน ควรจะมีการออกแบบผลิตภัณฑ์เช่น ฉลาก ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งผลต่อการดึงดูดผู้บริโภค และสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ ในด้านการบริหารการเงินและบัญชี ซึ่งเป็นปัจจัยด้านที่มีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ โดยการเงินเป็นปัญหาที่สำคัญในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาของ การหาแหล่งเงินทุนจากทางสถาบันการเงินหรือเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่วนหนึ่งเกิดจาก ที่ไม่มีการจัดการทางด้านการเงิน และการบัญชีในองค์การอย่างเป็นระบบ และไม่มีการ กำหนดนโยบายหรือการวางแผนในการใช้เงินอย่างถูกวิธี ผู้ประกอบการจะต้องรู้หลักของการบริหารทางการเงินและ การจัดการด้านการบัญชีที่ถูกต้อง โดยผู้ประกอบการที่ขาดความรู้ด้านการบริหารการเงินและบัญชี ควรจะไปขอรับคำปรึกษาจากการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐต่างๆ เพื่อการพัฒนาธุรกิจชุมชน ของตนเองต่อไป แต่ธุรกิจชุมชนก็ต้องให้ความสำคัญกับชุมชนที่เกี่ยวข้องต้องให้ขุมชนเข้ามามีส่วนเป็นผู้ประกอบการด้วยเช่น ให้นำผักหรือสินค้าเข้ามาขายได้โดยไม่เสียค่า หรือให้โอกาสได้การเช่าร้านค้าเพื่อขายสินค้าในราคายุติธรรมด้วย

กล่าวโดยสรุป หน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาธุรกิจชุมชน เพราะ ธุรกิจชุมชนเกิดจากประชาชนผู้เป็นฐานรากทางสังคม การดำเนินงานของรัฐเกี่ยวกับธุรกิจชุมชนที่เป็นกึ่งเอกชนในช่วงหลายปีที่ผ่านมา รัฐได้พัฒนานโยบายเพื่อการ สนับสนุนธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ยังเป็นอุปสรรคของการจัดการภาครัฐคือ กาดทุ่งเกวียนเป็นธุรกิจชุมชนที่เป็นกึ่งเอกชน รัฐและหน่วยงานต่างๆ จึงไม่ค่อยจะเข้ามามีบทบาทในการพัฒนา จึงอยากให้มีการบริหารงานด้วยการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐเอง นอกจากนั้นรัฐ จะต้องสนับสนุนการฝึกอบรมให้ธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง และจะต้องพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่ เหมาะสมกับธุรกิจเอกชนอีก

2. การปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียน ผู้วิจัยได้นำแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ว่าด้วย หลักการตลาด “4P”+ S มาประกอบการศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต่อการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียน เมื่อพิจารณารายประเด็นผลการศึกษาพบว่า

2.1 ด้านการผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ทางผู้ประกอบการเห็นความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและปลอดภัยเพื่อสุขภาพและความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภครายเก่าและรายใหม่

2.2 ด้านการจำหน่ายสินค้า (Price) สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องให้ผู้บริโภคสามารถนำสินค้าที่ชำรุด เสียหาย มาเปลี่ยนคืนได้ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับผู้บริโภคเป็นอันดับ1 เพราะผู้บริโภคสามารถนำสินค้าที่ซื้อไปแล้วชำรุด เสียหาย หรือรับประทานไม่ มาเปลี่ยนคืนได้ เพื่อจะได้ไม่ต้องเสียภาพพจน์ของร้านค้าตนเองและเป็นการดูแลผู้บริโภคหลังการขายอีกด้วย

2.3 ด้านราคาสินค้า (Place) ผู้ประกอบการกาดทุ่งเวียนมีระดับความคิดเห็นกับการปรับตัวด้านราคาสินค้า ก็คือ ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของสินค้า สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องการให้ผู้บริโภคได้สินค้าที่มีคุณภาพและปริมาณที่เหมาะสมกับราคา ปริมาณไม่มากหรือน้อยเกินไป ราคาไม่สูงจนเกินกำลังที่ผู้บริโภคจะซื้อได้

2.4 ด้านการเลือกซื้อสินค้า (Promotion) ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องมีการติดราคาสินค้าให้ชัดเจน สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนทำตามขั้นตอนที่ถูกต้องตามที่หน่วยงานภาครับเข้ามาให้คำแนะนำคือติดราคาสินค้าให้ชัดเจน เพื่อความสะดวกในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2.5 ด้านการบริการ (Service) ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องพูดจาไพเราะ น่าฟัง สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนการพูดจาไพเราะ น่าฟังเป็นเสน่ห์ของผู้ประกอบการทุกท่านต้องมี การบริการดีพูดจาไพเราะ หน้าตายิ้มแย้ม ทำให้ผู้บริโภคกล้าเข้ามาสอบถามสินค้าได้อย่างสบายใจ

2.6 ด้านพลังของชุมชน (Power) การประกอบธุรกิจชุมชนจะสำเร็จได้ต้องมีพลังจากชุมชนเข้ามาร่วมด้วยเพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนให้ธุรกิจชุมชนไปสู่การปรับตัวที่ยั่งยืนได้ แต่ธุรกิจชุมชนยังขาดพลัง

จากชุมชนในการเข้ามามีส่วนในการปรับตัวน้อยมาก ส่วนใหญ่จะเป็นพลังจากผู้ประกอบการต่างถิ่นมากกว่าจากผู้ประกอบการที่อยู่ในชุมชนนั้น

2.7 ด้านการมีส่วนร่วม (Participation) ธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนยังขาดการที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา ถ้านำชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในด้านต่างๆจะได้ผลดีกับทั้งธุรกิจชุมชนและชุมชนเอง หรือสนับสนุนให้สินค้าในชุมชนมาจำหน่ายบ้างเพื่อกระจายรายได้และเพื่อให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมหรือร่วมเป็นผู้ประกอบการอีกด้วย

3. แนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีการบริหารจัดการ ของลูเทอร์ กูลิค และลินดอล เออร์วิค (Luther Gulick & Lyndall Urwick) ที่ว่าด้วย “POSDCoRB Model” มาประกอบการศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต่อแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี เมื่อพิจารณารายประเด็น ผลการศึกษาพบว่า

3.1 ด้านการวางแผน (Planning) ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมาอำนวยความสะดวกการจัดการจราจรให้เป็นระเบียบในช่วงเทศกาลต่างๆที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคที่จะมาซื้อสินค้า ผู้บริหารตลาดต้องวางแผนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อนว่าควรจัดหน่วยงานไหนบ้างเข้ามามีส่วนร่วมในช่วงเทศกาลที่มีนักท่องเที่ยวแวะซื้อสินค้า และจำทำอย่างไรเพื่อไม่ให้เกิดความวุ่นวายและเดือดร้อนกับผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฟรีมันท์ (Fremont), แคส (Kast) และ เจมส์ (James), โรเซนวิว (E. Rosenzweig) (1970 : 435-436) อธิบายว่า การวางแผน คือ กระบวนการพิจารณาตัดสินใจล่วงหน้าว่าจะทำอะไร อย่างไร มีการเลือกวัตถุประสงค์ นโยบาย โครงการ และวิธีปฏิบัติเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์นั้น

3.2 ด้านการจัดองค์การ (Organizing) ผู้บริหารควรมีการประชุมและรายงานสถานการณ์การและร่วมกันแก้ปัญหาจากสภาพเศรษฐกิจเป็นประจำ สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการอยากทราบถึงสถานการณ์และปัญหาของแต่ละคนและของตลาดเองว่ามีปัญหาอะไรบ้างที่จะช่วยกันแก้ไขได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาตามมาทีหลัง

3.3 ด้านการจัดบุคคล (Staffing) ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องสามารถนำแรงงานที่มีทักษะ ความชำนาญ และ ราคาถูกจากภายนอกประเทศได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนบางท่าน ยังอยากได้แรงงานต่างประเทศที่มีทักษะความชำนาญ อดทน สู้งาน มากกว่าแรงงานในไทย เพราะจะได้จ่ายค่าแรงงานที่ต่ำกว่าแรงงานไทย และได้แรงงานที่ขยันไม่อู้งาน หนักเอาเบาสู้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อรรถพงศ์ ลิมป์กาญจนวัฒน์ (2558: บทคัดย่อ) ศึกษาการจ้างแรงงานต่างด้าว ปัจจัยที่มีความ สำคัญต่อการจ้างแรงงานต่างด้าว

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของสถานประกอบการ กับการจ้างแรงงานด้าวของผู้ประกอบการในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการจ้างแรงงานต่างด้าวกับการจ้างแรงงานต่างด้าวของผู้ประกอบการ

3.4 ด้านการอำนวยการ (Directing) ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว เสมือนญาติพี่น้องของตน สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงคิดว่าผู้บริโภคที่มาจับจ่ายซื้อสินค้า ได้รับการอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอทั้งห้องน้ำ ที่นั่งพักผ่อน และที่จอดรถยังมีความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุได้ง่าย จึงเล็งเห็นว่าน่าจะมีการดูแลรักษาความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคมากกว่านี้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ร.ต.ต.สมชาย ปรักมาส (2549: บทคัดย่อ)การอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และมีการอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยโดยเฉพาะในตอนกลางคืน

3.5 ด้านการประสานงาน (Coordinating) การบริหารจัดการธุรกิจชุมชนต้องประสานความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประกอบการไม่ค่อยให้ความร่วมมือที่ดีกับหน่วยงานต่างๆ ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน ผู้บริหารจึงต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจชุมชนให้เกิดการพัฒนาต่อไป

3.6 ด้านการรายงาน (Reporting) ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียนต้องรายงานสถานการณ์ธุรกิจชุมชนแต่ละราย เป็นประจำทุกเดือน รายงานปัญหาความต้องการของแต่ละคน และร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขร่วมกันต่อไป สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการยังขาดความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุมประจำเดือน จึงทำให้ไม่ได้รับฟังการชี้แจงรายงานต่างๆ ฉะนั้นผู้ประกอบการต้องให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง โดยเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน และร่วมกันตรวจสอบความถูกต้องของรายงานต่างๆอีกด้วย

3.7 ด้านการงบประมาณ (Budgeting) ผู้บริหารควรจะมีการพิจารณาสนับสนุนงบประมาณให้เกิดความเหมาะสม ด้านการบริหารงบประมาณของธุรกิจชุมชน จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงพึ่งงบประมาณภายนอกเช่น กู้นอกระบบ กู้ธนาคาร มากกว่าใช้เงินทุนตัวเองและทำให้เป็นหนี้มากขึ้นอีก ฉะนั้นผู้ประกอบการจะต้องรู้จักพึ่งพาตนเอง โดยการเก็บทุนของสินค้าที่ลงทุนไปกลับมาก่อนเพื่อเป็นทุนในการลงทุนครั้งต่อไป และผู้ประกอบการส่วนใหญ่อยากให้ผู้บริหารสนับสนุนงบประมาณตามความเหมาะสมให้แก่ผู้บริโภคขาดเงินทุนหมุนเวียนจริงๆ

จากการอภิปรายผลการศึกษาด้านแนวทางการปรบตัวธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรีตาม “POSDCoRB Model” ข้างต้น จะเห็นได้ว่าแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจ

ชุมชนตาม “POSDCoRB Model” ทุกขั้นตอน ล้วนให้ความสำคัญกับการบริการและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเป็นอย่างมาก ทั้งการได้รับความร่วมมือร่วมใจจากผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการขับเคลื่อนธุรกิจชุมชนให้เกิดการพัฒนาอย่างก้าวหน้าต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

1. หลังจากที่หน่วยงานต่างๆเข้าไปมีส่วนร่วมในการปรับตัวของธุรกิจชุมชนแล้ว ควรมีการติดตามประเมินผลว่า ธุรกิจชุมชนมีการปรับตัวไปในทิศทางใด ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร โดยวิเคราะห์หาสาเหตุร่วมกันและนำผลที่ได้จากการประเมินมาเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชนต่อไป

2. จากการศึกษาแนวทางการปรับตัวของธุรกิจชุมชนแล้ว ธุรกิจชุมชนควรทำให้ธุรกิจชุมชนอื่นเห็นเป็นตัวอย่างในการปรับตัวสู่การแข่งขันได้อย่างไร เพื่อพัฒนาให้เกิดเป็นธุรกิจชุมชนต้นแบบ และพร้อมที่จะเผยแพร่ให้ธุรกิจชุมชนอื่นๆได้มาศึกษาเรียนรู้ ทั้งนี้ เพื่อให้ธุรกิจชุมชนอื่นได้นำความรู้กลับไปปรับปรุงพัฒนาธุรกิจชุมชนของตัวเองให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

3. ควรจัดให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้บริหาร ผู้ประกอบการกาดทุ่งเกวียน ชุมชนที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจะได้นำข้อเสนอแนะของแต่ละฝ่ายมาปรับปรุงและช่วยกันแก้ไขปัญหาให้พัฒนาไปสู่การแข่งขันในปัจจุบัน

4. ควรมีการวิจัยเพื่อนำกาดทุ่งเกวียนไปเปรียบเทียบกับตลาดชุมชนอื่นว่ามีวิธีการใดที่ทำให้มีการปรับตัวสู่การแข่งขันในปัจจุบันได้เหมือนหรือต่างกันอย่างไรเพื่อให้ธุรกิจชุมชนปรับตัวเข้ากับ

สถานการณ์การแข่งขันในปัจจุบัน ส่วนที่ไม่สำเร็จหรือล้มเหลว ควรหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขอย่างไรต่อไป

5. การปรับตัวของธุรกิจชุมชนของกาดทุ่งเกวียนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นควรได้รับความร่วมมือจาก ผู้บริหาร และผู้ประกอบการ และชุมชนใกล้เคียง หน่วยงานต่างๆในพื้นที่รับผิดชอบเข้ามาดูแลแก้ไขปัญหาร่วมกับผู้บริหารและผู้ประกอบการของกาดทุ่งเกวียน เพื่อให้กาดทุ่งเกวียนมีการปรับตัวในเชิงการแข่งขันให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และทำให้ได้รับความนิยมในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ และ ผู้บริหาร โดยหากมีการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่ จะทำให้ทราบถึงกระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายของสินค้าบริการ และทราบถึงความพึง พอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า

2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจชุมชนเพียงพื้นที่เดียวเท่านั้น ผู้วิจัยมี ข้อเสนอแนะว่าควรทำการศึกษาในลักษณะเดียวกันที่เป็นเขตพื้นที่อื่น เพื่อการนำเอามาใช้เป็นข้อมูล เพื่อนำไปสู่การปรับตัวเพื่อ ความอยู่รอดของชุมชนได้หลากหลายยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ MAEJO UNIVERSITY

บรรณานุกรม

จุมพล หนิมพสนิช และ บุญศรี พรหมมาพันธุ์. 2547. **ปัญหาธุรกิจชุมชนและบทบาทของอบต.ในการส่งเสริมและ เพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชนในเขตภาคเหนือ.** นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

จุมพล หนิมพสนิช และคณะ. 2545. **รายงานการวิจัย เรื่อง บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลในการพัฒนาทักษะการทำงานในท้องถิ่น.** นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ใจมานัส พลอยดี. ม.ป.ป. **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ และความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน: เปรียบเทียบระหว่างภาพรวมและภาพย่อย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณรงค์ เพชรประเสริฐ. 2542. **ธุรกิจชุมชน เส้นทางที่เป็นไปได้.** กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ณรงค์ เพชรประเสริฐ และ พิทยา ว่องกุล. 2545. **วิสาหกิจชุมชน: กลไกเศรษฐกิจ รากฐาน.** กรุงเทพฯ: ศูนย์การศึกษาเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และ อุทิศ สังขรัตน์. 2556. **แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา.** สงขลา: ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปะศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

นันทวัฒน์ บรมานันท์. 2543. **การปกครองส่วนท้องถิ่นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540.** กรุงเทพฯ: คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประภาส ปิ่นตบแต่ง. 2554. **ระเบียบวิธีวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์.** กรุงเทพฯ: โครงการรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พรเพ็ญ ทับเปลี่ยน. 2546. **เส้นทางเศรษฐกิจชุมชนในกระแสทุนนิยม.** กรุงเทพฯ: โครงการวิจัยเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548. **ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 122** /ตอนที่ 6 ก/หน้า 1/18 มกราคม 2548.

พันธุ์ชัย วัฒนชัย. ม.ป.ป. **หน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานส่วนตำบล.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2552. **ระเบียบวิธีวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

รัชนี รูปหล่อ, ดุษฎี พรหมทัต และ วัลภา ว่องวิวิธกุล. 2558. **แนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและเจริญเติบโตของวิสาหกิจชุมชน.** กรุงเทพฯ: งานวิจัย คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

วิทยา จันทะวงศ์ศรี. 2547. **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยของแก่น.

สมคิด บางโม. 2539. **หลักการจัดการ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.

สมคิด พรมจุ้ย. 2552. **การเขียนรายงานประเมินโครงการ.** นนทบุรี: จตุพร ดีไซน์.

สมบัติ ธำรงธัญวงศ์. 2548. **นโยบายสาธารณะ: แนวความคิด การวิเคราะห์และกระบวนการ.** พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.

สมพงษ์ เกษมสิน. 2514. **การบริหาร.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เกษมสุวรรณ.

สมยศ นาวีการ. 2545. **แนวความคิด: การบริหารเชิงกลยุทธ์ Concept: Strategic Management.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ 1991 จำกัด.

สมาคมนิสิตเก่ารัฐประศาสนศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ม.ป.ป. **บนเส้นทางการปฏิรูปทางการเมืองและการบริหารราชการแผ่นดิน.** กรุงเทพฯ: บพิชการพิมพ์ จำกัด.

สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์ และ อนุรัตน์ อนันทนาธร. 2555. **นโยบายสาธารณะ Public Policy.** กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เวิลด์เทรด ประเทศไทย.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2554. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559).** กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.

สำนักงานเลขานุการส่งเสริมการเกษตร. 2548. **พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548.** กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขานุการส่งเสริมการเกษตร.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). 2559. **การศึกษาศักยภาพในการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) เพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้ากรณีศึกษา: จังหวัดสงขลา.** สงขลา : สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สุภางค์ จันทวานิช. 2553. **วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ.** พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรรถพงศ์ ลิมป์กาญจนวัฒน์. 2558. การจ้างแรงงานต่างด้าวของผู้ประกอบการ ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. **วารสารวิทยาการจัดการ.** 2(1) , 93.

อาทิตยา สวุรรณโณ และคณะ. 2557. **ความสัมพันธ์ระหว่างการจ้างแรงงานต่างด้าวกับการตัดสินใจเลือกใช้แรงงานต่างด้าวของผู้ประกอบการ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

อนุสรณ์ ศักดาศิริสถาพร. 2554. **การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ MAEJO UNIVERSITY

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การปรับตัวธุรกิจชุมชนเชิงการแข่งขันแบบเสรี กรณีศึกษากาดทุ่งเกวียน
ตำบลเวียงตาล อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง
สำหรับ ผู้บริหาร ฝ่ายบริหาร ผู้ประกอบการ

คำชี้แจง

การวิจัยเรื่อง การปรับตัวธุรกิจชุมชนเชิงการแข่งขันแบบเสรี กรณีศึกษากาดทุ่งเกวียน ตำบลเวียงตาล อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์ด้วยข้อมูลที่เป็นจริง ทุกประการ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจศึกษาเป็นอย่างมาก โดยข้อมูลที่ได้จะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด

แบบสัมภาษณ์จะประกอบไปด้วย 4 ตอน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 นโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม

ตอนที่ 3 การปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะแนวทางต่อการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี และนำไปพัฒนาต่อไป

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ ( ) 1.ชาย ( ) 2.หญิง

2. อายุ.....ปี

3. การศึกษา

( ) 1.ประถมศึกษาตอนต้น ( ) 2.ประถมศึกษาตอนปลาย

( ) 3.มัธยมศึกษาตอนต้น ( ) 4.มัธยมศึกษาตอนปลาย

( ) 5.อนุปริญญา/เทียบเท่า ( ) 6.ปริญญาตรี

( ) 7.สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพ ( ) 1.โสด ( ) 2.สมรส ( ) 3.หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ตอนที่ 2 การบริหารจัดการนโยบายธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของกาดทุ่งเกวียนไปสู่การปฏิบัติ

1. ด้านนโยบายการส่งเสริมธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม

1.1 แหล่งที่มาของนโยบาย/ความเป็นมาของนโยบายการส่งเสริมธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม มีความเป็นมา อย่างไร

.....

.....

.....

1.2 จุดมุ่งหมายของนโยบายการส่งเสริมธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม คืออะไร

.....

.....

.....

1.3 มีหน่วยงานใดบ้างที่ให้การสนบัสนุนนโยบาย และสนบัสนุนในด้านไหน/อย่างไร

.....

.....

.....

1.4 การนำนโยบายการส่งเสริมธุรกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม ไปปฏิบัติ มีความยุ่งยากซับซ้อนต่อการบริหารงาน หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

1.5 มีวิธีการจูงใจอย่างไร เพื่อให้ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จได้

.....

.....

.....

1.6 มีการจัดสรรทรัพยากรอย่างไร เพื่อให้การนำนโยบายไปปฏิบัติประสบความสำเร็จ

.....

.....

.....

2. ด้านการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียน

การบริหารจัดการธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียน ประสบกับปัญหาหรือ ข้อขัดข้องในการบริหารจัดการอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 การปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรี

จากปัญหาที่เกิดขึ้น ควรมีการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนในการค้าแบบเสรีอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะแนวทางต่อการปรับตัวของธุรกิจชุมชนกาดทุ่งเกวียนเชิงการแข่งขันแบบเสรีและนำไปพัฒนาต่อไป

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์

ต้นฉบับไม่มีหน้า 104 – 111

ภาคผนวก ค

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวพัชรินทร์ เวียงแก้ว	
เกิดเมื่อ	12 กุมภาพันธ์ 2534	
ที่อยู่ปัจจุบัน	7 หมู่ที่ 2 ตำบลแม่สัน อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2553	รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (การปกครองท้องถิ่น) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่
	พ.ศ. 2550	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนห้างฉัตรวิทยา จังหวัดลำปาง
อีเมล	Kawai_pd@windowslive.com	